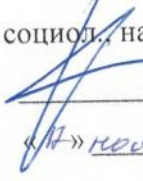


Министерство образования и науки Российской Федерации
НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ТОМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ (НИ ТГУ)
Философский факультет
Кафедра социальной работы

ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ в ГЭК

Руководитель ООП
д-р социол. наук, профессор
 А.Ю. Рыкун
«14» ноября 2018 г.

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА БАКАЛАВРА
ФАНДРАЙЗИНГ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОБЩЕСТВЕННЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ
по основной образовательной программе подготовки бакалавров направление
подготовки 39.03.02 - Социальная работа
Аникин Николай Николаевич

Руководитель
кандидат юридических наук,
доцент
 Носкова Е.В.
подпись
«14» ноября 2018 г.

Студент группы № 1246
 Аникин Н.Н.
Подпись

Томск – 2018

Министерство образования и науки Российской Федерации
НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ТОМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ (НИ ТГУ)
Философский факультет
Кафедра социальной работы

УТВЕРЖДАЮ
Руководитель ООП
д-р социол. наук, профессор
А.Ю. Рыкун
« » _____ 2018 г.

ЗАДАНИЕ

по подготовке ВКР

студенту Аникину Николаю Николаевичу группы № 1246

1. Тема ВКР: Фандрайзинг в деятельности общественных организаций

2. Срок сдачи студентом выполненной ВКР:

а) на кафедре «18» ноября 2018 г.

б) в ГАК «21» ноября 2018г.

3. Исходные данные к работе.

Проблема – насколько активно используются некоммерческими организациями различные виды фандрайзинга.

Цель – проведение комплексного исследования современного отечественного опыта использования видов фандрайзинга для привлечения и сбора средств на реализацию социальных проектов в деятельности общественных организаций, выявление его сильных и слабых сторон, определение проблемного поля и формирование предложений, направленных на совершенствование.

Объект работы: деятельность общественных организаций.

Предмет работы: фандрайзинг как метод привлечения и сбора ресурсов на реализацию социальных проектов.

Задачи:

- 1) Проанализировать понятие «фандрайзинг»;
- 2) Изучить активно используемые виды фандрайзинга на примере деятельности российских общественных организаций;
- 3) Ознакомиться с зарубежным опытом использования некоммерческими организациями фандрайзинга как метода привлечения и сбора средств на реализацию социальных проектов;
- 4) Провести исследование использования фандрайзинга в деятельности ТРОБО «Добро»;

5) Выявить активность и проблемы применения фандрайзинга ТРОБО «Добро» для реализации проекта «Адаптационный лагерь «Пристань»;

6) Сформулировать предположения, направленные на совершенствование использования общественными организациями видов фандрайзинга для привлечения и сбора средств на реализацию социальных проектов.

- *Методы исследования:* индукция и дедукция, анализ научной литературы, ретроспективный метод, включённое наблюдение, эксперимент, обобщение и анализ Интернет-ресурсов (сайты периодических изданий, сайты различных общественных организаций, официальные сайты государственных учреждений), прогнозирование.

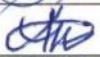
4. Краткое содержание работы. Данная дипломная работа посвящена исследованию современного отечественного опыта использования различных видов фандрайзинга для привлечения и сбора средств на реализацию социальных проектов в деятельности общественных организаций. На примере рассматривается деятельность нескольких общественных организаций, а также сложности, с которыми им приходится сталкиваться.

5. *Указать предприятие, организацию по заданию которого выполняется работа:*
Национальный исследовательский Томский государственный университет

6. Дата выдачи задания «01» октября 2018 г.

Руководитель ВКР:

Кандидат юридических наук, доцент  Е.В. Носкова

Задание принято к исполнению  Н.Н. Аникин

Содержание

Введение	6
1. Фандрайзинг, понятие и основные виды.....	9
1.1. Понятие фандрайзинга	9
1.2 Основные виды фандрайзинга.....	12
1.2.1. Ящики для пожертвований	12
1.2.2. Прямой диалог	13
1.2.3. Тематические мероприятия	14
1.2.4. Социальная реклама	14
1.2.5. Мобильная связь	15
1.2.6. Интернет и социальные сети	16
1.2.7. Партнёрство с бизнесом.....	18
1.2.8. Социальное предпринимательство в деятельности российских общественных организаций.....	18
2.Зарубежный опыт фандрайзинга как способа привлечения средств для реализации социальных проектов	22
2.1.Ящики для пожертвований	24
2.2.Тематические мероприятия	26
2.3.Социальная реклама	27
2.4.Мобильная связь	29
2.5.Интернет и социальные сети	30
2.6. Социальное предпринимательство за рубежом.....	31
3. Фандрайзинг в деятельности томской региональной общественной благотворительной организации «Добро»	36
3.1. Привлечение и сбор средств на «Центр адаптации для выпускников центров временного пребывания детей, оставшихся без попечения родителей»	36
3.2. Проект «Адаптационный лагерь «Пристань».....	40
Заключение.....	46

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ И ЛИТЕРАТУРЫ.....	53
ПРИЛОЖЕНИЕ А Смета расходов на грант	59

Введение

Актуальность исследования применения методов фандрайзинга общественными организациями для привлечения и сбора средств на реализацию социальных проектов обусловлена рядом факторов.

Во-первых, для проведения последовательной и содержательной работы необходимо определить понятийный аппарат, который будет использоваться в данном исследовании, а также ознакомиться с видами фандрайзинга, которые используются общественными организациями для привлечения и сбора средств на реализацию социальных проектов. Исследование видов фандрайзинга позволяет выявить:

- популярность использования этих видов фандрайзинга общественными организациями;
- эффективность видов фандрайзинга по привлечению и сбору средств на реализацию социальных проектов;
- причины отказа от использования некоторых из них в привлечении и сборе средств на реализацию социальных проектов.

Во-вторых, изучив использование данных видов фандрайзинга на примере зарубежных общественных организаций, по мнению автора, можно определить:

- причины высокой или низкой эффективности отдельных видов фандрайзинга по привлечению и сбору средств на реализацию социальных проектов;
- степень развития гражданского общества в странах Запада.

В-третьих, при проведении комплексного практикоориентированного исследования применения в деятельности ТРОБО «Добро» различных видов фандрайзинга по привлечению и сбору средств на реализацию социальных проектов позволяет сказать:

- как часто данная общественная организация использует фандрайзинг в благотворительных целях;
- насколько эффективны используемые ею виды фандрайзинга;
- для реализации каких социальных проектов благотворительная организация «Добро» использовала фандрайзинг как метод привлечения и сбора средств.

В качестве цели настоящей работы автор ставит проведение комплексного исследования современного отечественного опыта использования видов фандрайзинга для привлечения и сбора средств на реализацию социальных проектов в деятельности общественных организаций.

В соответствии с данной целью выделяются следующие задачи:

- проанализировать понятие «фандрайзинг»;
- изучить активно используемые виды фандрайзинга на примере деятельности российских общественных организаций;
- ознакомиться с зарубежным опытом использования некоммерческими организациями фандрайзинга как метода привлечения и сбора средств на реализацию социальных проектов;
- провести исследование использования фандрайзинга в деятельности ТРОБО «Добро»;
- выявить активность и проблемы применения фандрайзинга ТРОБО «Добро» для реализации проекта «Адаптационный лагерь «Пристань»;
- сформулировать предположения, направленные на совершенствование использования общественными организациями видов фандрайзинга для привлечения и сбора средств на реализацию социальных проектов.

Объект работы: деятельность общественных организаций.

Предмет работы: фандрайзинг как метод привлечения и сбора ресурсов на реализацию социальных проектов.

В написании данной работы использовались следующие методы исследования:

- индукция и дедукция;
- анализ научной литературы;
- ретроспективный метод;
- включённое наблюдение;
- эксперимент;
- обобщение и анализ Интернет-ресурсов (сайты периодических изданий, сайты различных общественных организаций, официальные сайты государственных учреждений);
- прогнозирование.

Структурно настоящая работа включает в себя введение, три главы, объединяющие 10 параграфов, один из которых разбит на восемь подпараграфов, заключение, список использованных источников и литературы, приложение. Первая глава посвящена ознакомлению с наиболее популярными, по мнению автора, видами фандрайзинга для привлечения и сбора средств на реализацию социальных проектов общественными организациями. В первом параграфе речь идёт о понятийном аппарате, который непосредственно используется в данной работе для более полного понимания смысла

понятия «фандрайзинг». Во втором параграфе подробно описываются автором наиболее популярные, на его взгляд, виды фандрайзинга.

Вторая глава включает в себя шесть параграфов. В каждом из шести параграфов представлены примеры зарубежного применения видов фандрайзинга по привлечению и сбору средств на реализацию социальных проектов.

В третьей главе описаны и проанализированы результаты исследования, проводимого автором в благотворительной организации «Добро» в 2018 году. В первом параграфе речь идёт о подготовке и реализации проекта «Центр адаптации для выпускников центров временного пребывания детей, оставшихся без попечения родителей». Во втором параграфе рассказывается об аналогичной деятельности по подготовке и реализации проекта «Адаптационный лагерь «Пристань».

В заключении автором были сделаны выводы и сформулированы предложения, направленные на совершенствование использования общественными организациями видов фандрайзинга для привлечения и сбора средств на реализацию социальных проектов.

1. Фандрайзинг, понятие и основные виды

1.1. Понятие фандрайзинга

Согласно одному из словарей, фандрайзинг (фэндрайзинг, фандрэйзинг, fundraising) – это процесс привлечения внешних, сторонних для организации ресурсов, необходимых для реализации какой-либо задачи, выполнения проекта или с целью продления деятельности в целом. Понятие фандрайзинга пришло в Россию из США, где оно употребляется в секторе негосударственных некоммерческих организаций. Термин фандрайзинг происходит от английских слов (fund - средства, финансирование, raise – нахождение, сбор).¹

Второе определение данного понятия можно найти в словаре «Академик». Так вот, в данном источнике говорится о том, что фандрáйзинг, иногда фандрéйзинг — это процесс привлечения денежных средств и иных ресурсов, которые организация не может обеспечить самостоятельно и которые являются необходимыми для реализации определенного проекта или своей деятельности в целом.²

Целесообразно также указать понимание данного определения в финансовой сфере, так как именно этот сектор находится в активном взаимодействии с некоммерческими организациями. Фандрайзинг — это деятельность по привлечению ресурсов на некоммерческие проекты, сбор пожертвований для некоммерческих и благотворительных организаций или для обеспечения социально значимых мероприятий, методика поиска источников финансирования, поиск и привлечение финансовых ресурсов «под проект», а также привлечение материальных, человеческих, технических и временных ресурсов.³

Среди вышеприведённых определений понятия «фандрайзинг», по мнению автора, наиболее точным и исчерпывающим является определение, данное одним из финансовых источников. Именно в этом определении поясняется максимально возможное количество составляющих понятия «фандрайзинг». Поэтому без этого определения автору не видится возможным описать виды использования фандрайзинга в данной работе.

Само понятие фандрайзинг пришло в Россию в конце 80-х годов, когда общественный сектор и экономика стали освобождаться от государственной монополии. Как только началась история современной России, сразу же появилась необходимость в новых методах сбора ресурсов для оказания помощи нуждающимся в них. Появились первые независимые общественные объединения, занимающиеся социально значимой деятельностью.

¹ Фандрайзинг [Электронный ресурс] // Сайт «Словарь экономиста». URL: http://www.marketch.ru/marketing_dictionary/marketing_terms_f/fundraising (дата обращения: 10.10.2017)

² Фандрайзинг [Электронный ресурс] // Сайт «Академик». URL: <https://dic.academic.ru/dic.nsf/ruwiki/399143> (дата обращения: 15.10.2017)

³ Фандрайзинг [Электронный ресурс] // Сайт «Финансовый гид». URL: <http://www.financialguide.ru/encyclopedia/fundraising> (дата обращения: 15.10.2017)

Государство к этому моменту уже не имело тех материальных возможностей, что раньше, поэтому на первых порах не принимало участия в их финансировании.

В процессе фандрайзинга происходит поиск и сбор не только денежных средств, но и других видов ресурсов: предоставление помещения, строительных материалов, услуги, квалифицированный персонал, время, контакты, информация.

Помимо самого понятия «фандрайзинг» в данной работе используется ещё несколько понятий, без обозначения которых не сложится чёткой картины о том, что же такое фандрайзинг и каковы его основные функции.

Краудфандинг, как один из синонимов фандрайзинга, (от англ. crowdfunding) — это способ коллективного финансирования проектов, при котором деньги на создание нового продукта поступают от его конечных потребителей. Краудфандинг дает шанс вплотную изучить аудиторию, узнать ее потребности и оценить жизнеспособность идеи. Кроме того, это способ рассказать о своем проекте тем, кто еще не знает о нем.¹

Понятие «краудфандинг» в данной работе используется не только как синоним фандрайзинга, но и как один из его методов, который используется в определённых ситуациях, например, при флэш-мобах или на краудфандинговых платформах в сети Интернет.

Далее автором даны понятия, которые имеют непосредственное отношение к видам фандрайзинга по привлечению и сбору средств в данной работе.

Социальное предпринимательство – это достаточно новый термин. Его первое упоминание в англоязычной литературе можно встретить в 60-е годы прошлого столетия. В России данный термин стал известен благодаря различным зарубежным фондам и ассоциациям помощи социальным предпринимателям. Если в Европе изучением и развитием социального предпринимательства занимаются уже на протяжении трех десятилетий, то в России это движение только начинает обороты.²

Согласно определению, которое было дано на сайте одного из благотворительных фондов, социальное предпринимательство – это бизнес, который направлен на решение наиболее острых социальных проблем: возрождение культурных традиций, социализация инвалидов, трудоустройство незащищенных групп граждан, образование и просвещение, ответственное отношение к ресурсам, развитие института семьи, спорт и здоровье.³

¹ Краудфандинг [Электронный ресурс] // Сайт «Планета. ру». URL: <https://planeta.ru/faq/article/2!paragraph9> (дата обращения: 01.11.2017)

² Ярмоленко А.В. Примеры социального предпринимательства в России и за рубежом // Вестник университета. 2012. №4. С.188. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/primery-sotsialnogo-predprinimatelstva-v-rossii-i-za-rubezhom> (дата обращения: 03.11.2018)

³ Социальное предпринимательство [Электронный ресурс] // Сайт «Портал НКО». URL: <http://portal-nko.ru/dialog/16503/16613> (дата обращения: 21.03.2018)

В современных условиях общественным благотворительным организациям необходимо искать новые способы реализации своих социальных проектов. Поэтому социальное предпринимательство и стало популярным среди некоммерческих организаций.

Без следующего понятия невозможно было бы представить наличие благотворительности вообще, так как без лиц или организаций, которые оказывают помощь нуждающимся, не существует фандрайзинга как такового.

Донор – это организация или частное лицо, предоставляющее разного рода ресурсы гражданам и организациям на некоммерческой основе на цели, направленные на благо общества в целом. Донорская деятельность – это благотворительность, то есть оказание безвозмездной помощи. Поддержка может выражаться в выделении грантов и стипендий, гуманитарной и технической помощи нуждающимся, операционных, образовательных программ, в проведении психологических тренингов для инвалидов. Обязательным условием для всех этих видов помощи является то, что все они должны быть направлены на преодоление социального неравенства, порожденного обществом, в узком смысле, и развитию гражданского общества, в широком.¹

Существует несколько источников средств, с которыми ведётся работа по их привлечению:

- фонды – организации, распределяющие средства на некоммерческие проекты на конкурсной основе, грантовые программы государственных и коммерческих структур;
- государственные организации, источником средств таких организаций являются бюджеты разных уровней – от федерального до местного;
- коммерческие организации – юридические лица, которые работают ради получения денежной прибыли, по закону, ее часть может быть направлена на благотворительность;
- частные лица, те, кто готов отдать часть собственных средств на доброе дело безвозмездно, при этом, не требуя ничего взамен тех ресурсов, которые были отданы ими на благотворительность.

Представленные в параграфе понятия дают возможность наиболее точно определить сферу использования видов фандрайзинга по поиску и сбору средств и ресурсов, а также применить эти методы на практике и выявить определённые особенности их использования в конкретных случаях.

¹ Доноры [Электронный ресурс] // Сайт «Портал НКО». URL: <http://portal-nko.ru/finance/donors> (дата обращения: 21.03.2018)

1.2 Основные виды фандрайзинга

В науке и практической деятельности выделяются различные виды фандрайзинга. Для этого используются различные критерии.

1.2.1. Ящики для пожертвований

Один из таких видов фандрайзинга это ящики для пожертвований.

Ящики для пожертвований устанавливаются в людных местах, рядом с ним помещается плакат с обращением, и люди бросают в ящик наличные деньги. Чтобы такие ящики работали, нужно продумать множество деталей: место установки, дизайн самого ящика и сопутствующих материалов, безопасность, чтобы ящик не стал объектом охоты со стороны мелких жуликов, логистику изъятия денег и поступления их в кассу.

В качестве примера проведения данного вида мероприятий можно привести фонды, осуществляющие деятельность не только в масштабах всей страны, но и отдельно взятой Томской области. Существует множество благотворительных организаций, так или иначе, помогающих различным категориям нуждающихся. К ним можно отнести такие организации, как «Фонд имени Алёны Петровой», «Обыкновенное чудо», «Добро», «Рука помощи» и другие. Каждая из них имеет множество способов сбора ресурсов для ведения своей деятельности. У многих из перечисленных организаций есть свои собственные акции и волонтеры для сбора средств при помощи ящиков для пожертвований. Акции обычно проводятся в крупных супермаркетах, на многолюдных улицах и проспектах, когда многие люди могут пожертвовать деньги для маленьких детей. Как правило, на эти ящики наклеивают фотографии маленького ребёнка, для которого идёт сбор средств на лекарства, одежду, лечение, перелёт до клиники и обратно. При проведении акции необходимо учитывать множество различных факторов, от которых будет зависеть сбор ресурсов. Это и время года, и погодные условия в день акции, начало или конец месяца, внешность и пол ребёнка, а также много других условий, оказывающих влияние на продолжительность акции и на сбор средств.

Ящики для пожертвований активно применялись и благотворительной организацией «Добро» для поиска и сбора средств для различных проектов, реализуемых ими. Однако в 2017 году был выявлен ряд обстоятельств, который предопределил отказ фонда от использования исследуемого метода в местах, расположенных на улице.

Во-первых, в городе Томск участились случаи проведения акций с ящиками для пожертвований никому неизвестных фондов из других городов России – они собирали денежные средства в посещаемых местах, используя фотографии детей, которым нужна помощь в лечении и реабилитации, но у них не было никакой связи с этими детьми и их семьями, а пожертвования, соответственно, не шли на оказание помощи. Такие случаи

получили широкую огласку, что дискредитировало в глазах общественности саму идею сбора средств и ресурсов на улице.

Во-вторых, некоторые супермаркеты, в которых были размещены ящики для пожертвований благотворительной организации «Добро», подверглись нападению злоумышленников, которые разбивали окна магазинов и вытаскивали ящики с деньгами – в связи с этим «Добро» решило прекратить работу по поиску и сбору средств при помощи данного метода фандрайзинга.

Данный метод сбора средств активно применялся до недавнего времени многими благотворительными организациями. Однако в связи со случившимися событиями в настоящее время его использования официальными благотворительными организациями на улицах города Томск прекращено полностью. Поэтому данный метод не является эффективным, так как сбор средств на реализацию социальных проектов с его помощью не ведётся.

1.2.2. Прямой диалог

Следующий вид фандрайзинга, который применяется благотворительными организациями и который описан в данной работе, это прямой диалог.

Прямой диалог – эта технология сегодня является одной из самых популярных и эффективных во всем мире. По сути, это промо-акция: представители фонда в людных местах рассказывают прохожим о проблеме и предлагают им сделать пожертвование. Преимуществ у этого метода много: это и личное общение, и возможность четко соответствовать собеседнику, учитывая его личные особенности, и быстрое получение результата – пожертвования делаются сразу.

Среди подобных акций можно выделить одну из тех, которая проводится «Фондом имени Алёны Петровой» в учебных заведениях города Томска. Волонтеры фонда приходили в учебное заведение, будь то университет или школа, и проводили промо-акции. Многие из волонтеров являются студентами томских высших учебных заведений, поэтому им легче вести подобную работу в стенах своих университетов. Например, на данных мероприятиях раздавались бесплатные информационные буклеты и брошюры. Ведь именно информация является главным оружием по борьбе с недугом или недостатком.¹

Благодаря проведению подобных мероприятий появляется возможность не только на борьбу с отдельно взятой проблемой, но и с проблемами общества в целом, потому что, если люди будут знать о наличии трудностей или проблем в обществе, то они сообща

¹ Проект «Проводники добра» // Официальный сайт детского благотворительного фонда имени Алёны Петровой. URL: <http://fond-alena.ru/fond/project/16> (дата обращения: 10.10.2018)

смогут приложить усилия и положить конец их существованию или их быстрому решению.

1.2.3. Тематические мероприятия

Тематические мероприятия – это благотворительные концерты, велопробеги, завтраки. На мероприятии собирается большое количество потенциальных доноров в одном месте в определенное время и вовлекается в какую-то определённую деятельность, в результате которой они делают пожертвования. На мероприятиях может использоваться целый ряд фандрайзинговых механизмов: аукционы, лотереи, СМС-пожертвования, прямой диалог, сбор пожертвований в ящик. Качественное мероприятие обходится дорого: аренда помещения, еда и напитки, промо-материалы, техническое оснащение. Конечно, часто большая часть расходов ложится на плечи партнеров и спонсоров.

В качестве примера общественного благотворительного мероприятия можно привести благотворительный концерт, посвящённый десятилетию основания «Фонда им. Алены Петровой». Мероприятие проходило в большом концертном зале города Томска. Сам фонд подготовил различные номера с конкурсными выступлениями. Выступали представители и руководители фонда, на самом мероприятии присутствовал губернатор Томской области Сергей Жвачкин. Были озвучены призывы к осуществлению благотворительной деятельности теми, кто этого сам пожелает. Также были поставлены ящики для пожертвований и проведён благотворительный аукцион, во время которого на продажу были выставлены различные поделки детей, проходящих лечение и реабилитацию при помощи фонда.¹

Таким образом, тематические мероприятия, проводимые в городе Томск, представляют собой сочетание различных методов для привлечения и сбора средств на социальные проекты. Несмотря на то, что в нашей стране имеются определённые проблемы экономического характера у большинства населения, люди всё равно приходят на подобные мероприятия и делают, хоть и не очень большие, пожертвования.

1.2.4. Социальная реклама

Ролики на телеканалах или плазменных панелях в супермаркетах, реклама в журналах, газетах – все это не только может рассказывать о проблемах, но и привлекать пожертвования. Ролик может содержать предложение отправить сообщение или зайти на сайт и сделать пожертвование. В журнале можно напечатать реквизиты счета для приема платежей. И, тем не менее, реклама может быть очень эффективной – особенно если удастся разместить её бесплатно и использовать в сочетании с другими финансовыми

¹ Проекты фонда // Официальный сайт детского благотворительного фонда имени Алёны Петровой. URL: <http://fond-alena.ru/fond/projects> (дата обращения: 11.10.2018)

инструментами. Качественная реклама всегда способствует созданию информационного поля вокруг вашей организации и ее проблематики, повышает вашу известность, а, следовательно, – и уровень доверия к организации.

Наиболее ярким примером, по-нашему мнению, может служить передача, которая транслируется по «Первому канала» на российском телевидении, «Пока все дома». При каждом выпуске в программе есть небольшая рубрика с репортажем о детях, нуждающихся в помощи, поддержке и заботе. Ведущая данной рубрики Чулпан Хаматова, сооснователь фонда «Подари жизнь», сама активно участвует в мероприятиях фонда. Она постоянно появляется на различных передачах на федеральных телевизионных каналах России. Основными задачами данного фонда являются:

- сбор средств на лечение и реабилитацию детей с онкологическими и гематологическими заболеваниями;
- помощь онкологическим и гематологическим клиникам, где проходят лечение дети и молодёжь;
- привлечение общественного внимания к проблемам больных детей;
- содействие развитию безвозмездного донорства крови;
- оказание социальной и психологической помощи больным детям;
- содействие работе волонтерских групп при детских онкогематологических клиниках.¹

Эффективность данного метода высока, по сравнению с предыдущими. Так только за август 2018 года фондом «Подари жизнь» было собрано 149 093 029 рублей.² Однако, если говорить об эффективности социальной рекламы, то необходимо учесть тот факт, что «Подари жизнь» - это прежде всего фонд, занимающийся сбором средств на уровне федерации, то есть пожертвования приходят со всей страны. Поэтому и получается такая высокая эффективность.

1.2.5. Мобильная связь

Теперь стоит подробнее остановиться на пожертвованиях при использовании мобильной связи, а точнее СМС-сообщений. При каждом показе рубрики социальной рекламы на телевидении обязательно даётся информация о том, как можно помочь детям: номера карт и счетов в банке, а также можно отправить СМС-сообщение по указанному номеру. Так, например, на официальном сайте благотворительной организации «Добро»

¹ О фонде // Официальный сайт благотворительного фонда «Подари жизнь». URL: <https://www.podari-zhizn.ru/main/node/2> (дата обращения: 11.10.2018)

² Статистика пожертвований // Официальный сайт благотворительного фонда «Подари жизнь». URL: <https://podari-zhizn.ru/main/node/31095> (дата обращения: 11.10.2018)

находится небольшой раздел с возможностью пожертвования на нужды и проекты через СМС-сообщение.

Несмотря на то, что на сайте благотворительной общественной организации «Добро» были приняты все необходимые меры для того, чтобы люди посещали сайт и оставляли пожертвования с помощью СМС-сообщений, неактивность данного метода окончательно показала, что мобильная связь на сегодняшний день не является эффективной в данном случае. Сбор средств за всё время составил ноль рублей.

1.2.6. Интернет и социальные сети

К этому виду относятся обращения за поддержкой через сеть Интернет. Интернет уже давно и прочно вошёл в жизнь людей, в нём могут быть и рассылки, и реклама, и мероприятия. Во-первых, для организации пожертвований с использованием Интернет-технологий должен быть сайт. На сайте обязательно должна быть кнопка «Помочь» – иначе тысячи человек пройдут мимо сайта, даже не узнав, что идёт сбор денег на определённый проект. Кроме того, необходимо собирать контактные данные доноров и постоянно работать с получившейся базой, именно на рассылках по базе доноров собираются средства в Сети.

Интернет-технологии в настоящее время используются не только в целях поиска информации и заработка, но при оказании помощи. В России действует множество благотворительных фондов, каждый из которых имеет свой собственный сайт не только для ознакомления с проектами и текущей деятельностью фонда, но и для перевода средств на счета тех, кто реально нуждается в них. Для осуществления переводов денежных средств, обычно используют красную кнопку с надписью «Помочь» для того, чтобы люди могли оказать безвозмездную помощь тем. В качестве примера следует представить несколько фондов, использующих на своих сайтах кнопку «Помочь»: «Подари жизнь»¹, «Добро»², «Рука помощи»³, «Фонд Хабенского»⁴, «Фонд имени Алёны Петровой»⁵, «Обыкновенное чудо»⁶.

¹ Проекты фонда // Официальный сайт благотворительного фонда «Подари жизнь». URL: <https://podari-zhizn.ru/main> (дата обращения 03.03.2018)

² Проекты благотворительной организации // Официальный сайт благотворительной организации «Добро». URL: <http://proektdobro.ru/> (дата обращения: 15.03.2018)

³ Деятельность // Официальный сайт благотворительного фонда «Рука помощи». URL: <http://www.ruka-pomoshi.ru/> (дата обращения: 15.03.2018)

⁴ Проекты и деятельность // Официальный сайт благотворительного фонда Хабенского. URL: <http://bfkh.ru/> (дата обращения: 16.03.2018)

⁵ Проекты // Официальный сайт детского благотворительного фонда имени Алёны Петровой. URL: <http://www.fond-alena.ru/> (дата обращения: 16.03.2018)

⁶ Помощь детям // Официальный сайт благотворительного фонда «Обыкновенное чудо». URL: <https://chudo.tomsk.ru/> (дата обращения: 22.03.2018)

Также ещё стоит обратить внимание на работу российского филиала такой благотворительной организации как Charities Aid Foundations, CAF Россия (далее «КАФ») - фонд поддержки и развития филантропии «КАФ» - российская социально ориентированная некоммерческая организация, зарегистрированная в 2012 году. Фонд «КАФ» полностью финансируется на российские деньги, дважды получал субсидии Министерства экономического развития РФ в 2013 и в 2015 годах.¹ «КАФ» – CAF Россия – старейшая благотворительная организация, работающая в России с 1993 года. Это признанный эксперт в сфере благотворительности, отмеченный различными государственными наградами, в том числе, благодарностью президента РФ.²

Также «КАФ» занимается Интернет-благотворительностью, имея собственную краудфандинговую платформу «Благо.ру».³

«Благо.ру» – Интернет-ресурс, служащий мостом между теми, кому нужна помощь, и теми, кто готов помогать. Каждый, кто захочет поддержать благотворительную организацию, может сделать пожертвование в режиме онлайн. CAF Россия гарантирует, что переведенные средства обязательно достигнут своего адресата, а их расходование будет целевым. Отчеты о расходовании пожертвований регулярно публикуются.⁴

«Благо.ру» – это первый в России онлайн-сервис для сбора частных пожертвований в пользу некоммерческих организаций. На данном ресурсе представлено более 100 организаций, которые занимаются самыми разными направлениями помощи: дети, взрослые и пожилые, женское здоровье, животные, экология, объекты культурного наследия. Посетители сайта имеют возможность по своему собственному усмотрению выбрать тех, кому они хотят оказать помощь. На «Благо.ру» также можно участвовать в акциях, поддерживать фонды, оформить регулярное пожертвование в пользу одной или нескольких благотворительных организаций. Фондам очень важно получать регулярные пожертвования, именно благодаря этому они могут планировать расходы и помогать тем, кому требуется срочная помощь.⁵

Что касается использования социальных сетей, то фонды активно пользуются данным методом в своих интересах. Во-первых, на странице фонда в социальных сетях публикуется информация с фотографией ребёнка. На данной странице указывается текст о нуждающемся или о социальном проекте, на который требуется собрать определённое

¹ Деятельность фонда // Официальный сайт фонда поддержки и развития филантропии. URL: <http://cafrussia.ru/page/about> (дата обращения: 22.03.2018)

² Там же.

³ Привлечение средств на социальные проекты // Официальный сайт фонда поддержки и развития филантропии. URL: http://cafrussia.ru/page/blago_ru (дата обращения: 22.03.2018)

⁴ Там же.

⁵ Пожертвования [Электронный ресурс] // Сайт «Благо. ру». URL.: <https://www.blago.ru/> (дата обращения: 24.03.2018)

количество ресурсов, а также реквизиты для перевода средств для сбора денег. Во-вторых, посетители данной страницы могут отправлять, и делиться со своими знакомыми, близкими, друзьями, те в свою очередь могут поделиться ей с другими людьми. Таким образом, чем больше людей увидят эту страницу, тем больше будет сбор средств. А чем скорее будут собраны необходимые средства, тем быстрее нуждающиеся получат необходимую помощь.

1.2.7. Партнёрство с бизнесом

Пожертвования от бизнеса российские некоммерческие организации (далее НКО) начали получать практически с первых дней появления независимого бизнеса. Значительная часть крупных компаний уже обзавелась собственными фондами или многолетними благотворительными проектами. Чем больше средств выделяется компанией на благотворительность, тем больше и ожиданий, что эта помощь принесёт пользу бизнесу. Это не обязательно прямой рост продаж. Это может быть и лояльность властей, и улучшение имиджа в глазах потребителей, и увеличение лояльности собственных сотрудников. Компания может не только жертвовать собственные средства из прибыли, но и предложить своим сотрудникам помочь какому-либо фонду. Нередко в таких случаях компания готова увеличивать взносы, сделанные сотрудниками, например, удвоить. Кроме доступа к сотрудникам, компания часто может предложить вовлекать и своих клиентов. Классический пример – отчисления с продаж какого-либо товара или услуги. Например, при пользовании банковскими благотворительными картами, несколько десятых долей процента от каждой транзакции идет на поддержку какого-нибудь благотворительного фонда.¹

1.2.8. Социальное предпринимательство в деятельности российских общественных организаций

Что касается того, кто может заниматься социальным предпринимательством, то это организации, которые создаются в таких организационно-правовых формах, как: некоммерческая или благотворительная организация, специализированное или малое предприятие. Широкое распространение также получили специальные фонды развития – партнерские организации, которые создаются с целью социально-экономического развития территорий муниципалитетами, бизнесом и некоммерческими организациями. Деятельность социальных компаний основывается на принципах самоокупаемости, финансовой устойчивости и инновационности. Цель социального предпринимательства –

¹ Даушев Д.А. Фандрайзинг: истории из российской практики. Сборник кейсов. – СПб.: ЦРНО., 2012. С.238.

не локальное решение единичного вопроса, а достижение качественно нового уровня в преодолении социально значимых проблем.¹

Среди множества примеров организации и ведения социального предпринимательства автор выделяет следующий.

Так как Россия во многом представляет собой страну с большим количеством людей, которые проживают в сельской местности и не имеют места работы, то организация социально-ориентированного предприятия сыграла бы не последнюю роль не только в поиске работы для сельчан и социально незащищённых групп населения, но и способствовало бы развитию села. Поэтому в сельском хозяйстве социальный предприниматель приобретает земли сельхозназначения, создает инфраструктуру, приобретает необходимую технику и технологии. Затем к проекту привлекаются сельские жители и социально незащищенные группы населения, в том числе: дети, выходящие из детских домов во взрослую жизнь, недавние заключенные, люди, страдающие наркозависимостью или алкогольной зависимостью. Им предоставляется все необходимое, чтобы работать и начать новую жизнь на базе своего собственного дела. Как, например, происходит в «Школе фермеров», которую в 2009 году основал фермер из Пермского края Вячеслав Горелов.²

В «Школу фермеров» выпускники центров временного пребывания детей, оставшихся без попечения родителей, приезжают на летний период времени и проходят экстренную социализацию, профориентацию и профессиональную подготовку по направлению «Агробизнес». Молодые люди помогают вести фермерское хозяйство в качестве работников за определённую плату. Вырученные денежные средства идут на дальнейшее развитие «Школы фермеров», организацию культурно-развлекательных, образовательных, спортивных и туристских мероприятий для участников образовательного процесса.³

В качестве примера оказания помощи приведённым выше организациям, в нашей стране для этих целей существует фонд «Наше будущее». Фонд региональных социальных программ «Наше будущее» - это некоммерческая организация, декларирующая своей целью развитие социального предпринимательства в России. Помимо финансовой помощи, фонд «Наше будущее» предоставляет социальным

¹ Социальное предпринимательство [Электронный ресурс] // Сайт «Обучение». URL: https://studme.org/39690/menedzhment/sotsialnoe_predprinimatelstvo_kak_forma_sistemnoy_blagotvoritelnosti (дата обращения: 25.03.2018)

² «Школа фермеров» [Электронный ресурс] // Сайт «Новый бизнес». URL: <http://www.nb-forum.ru/social/symply-said/makarenko-s-kalkulatorom.html> (дата обращения: 10.10.2018)

³ Деятельность «Школы фермеров» [Электронный ресурс] // Сайт «Школа фермеров». URL: <http://www.shkolafermerov.ru/news.html?id=143> (дата обращения: 10.10.2018)

предпринимателям правовую, консультационную и информационную поддержку. Штаб-квартира расположена в Москве. Директором фонда является Наталия Зверева.¹

По состоянию на октябрь 2018 года фонд, по собственным данным, оказал поддержку 228 проектам социального предпринимательства, располагавшимся в 56 регионах России, на их реализацию было выделено в виде беспроцентных займов 556,4 миллионов рублей. Среди основных инфраструктурных проектов фонда: всероссийский конкурс «Социальный предприниматель», Лаборатория социального предпринимательства, программа «Больше, чем покупка!», открывающая продукции социальных предпринимателей дорогу в торговые сети, премия «Импульс добра».²

Несмотря на то, что наша страна на себе испытывает серьёзные социально-экономические затруднения во многих отраслях народного хозяйства, отдельные гражданские инициативы на своём примере показывают, что даже в такой ситуации можно развивать социальное предпринимательство и менять жизнь людей к лучшему, воспитывая при этом частную инициативу и индивидуальную социальную ответственность.

Есть ещё много других методов фандрайзинга, однако наиболее эффективными и популярными, по-нашему мнению, являются эти. Именно они выступают объектом внимания автора в данной работе. Таким образом, из вышеприведённых методов, которые являются наиболее популярными способами поиска и сбора средств и ресурсов для реализации социальных проектов, далеко не все являются эффективными и продолжают использоваться благотворительными общественными организациями по тем или причинам. Однако об эффективности использования некоторых из представленных автором методов фандрайзинга речь пойдёт в следующих главах.

Таким образом, в результате написания первой главы можно сказать следующее.

Представленные в параграфе понятия дают возможность наиболее точно определить сферу использования видов фандрайзинга по поиску и сбору средств и ресурсов, а также применить эти методы на практике и выявить определённые особенности их использования в конкретных случаях.

Ящики для пожертвований активно применялись до недавнего времени многими благотворительными организациями. Однако в связи со случившимися событиями в настоящее время его использования официальными благотворительными организациями на улицах города Томск прекращено полностью. Поэтому данный метод не является

¹ Деятельность фонда // Официальный сайт фонда региональных социальных программ «Наше будущее». URL: <http://www.nb-fund.ru/about-the-fund> (дата обращения: 06.11.2018)

² Фонд «Наше будущее» [Электронный ресурс] // Сайт «Российская ассоциация франчайзинга» URL: http://www.rusfranch.ru/partners/fond_quotnashe_budushcheequot (дата обращения: 06.11.2018)

эффективным, так как сбора средств на реализацию социальных проектов с его помощью не ведётся.

Благодаря осуществлению прямого целенаправленного взаимодействия благотворительными с населением появляется возможность не только побороть отдельно взятую проблему, но и с проблемы общества в целом. Если люди будут знать о наличии трудностей или проблем в обществе, то они сообща смогут приложить усилия и положить конец их существованию или способствовать их быстрому решению.

Тематические мероприятия, проводимые в городе Томск, представляют собой сочетание различных методов для привлечения и сбора средств на социальные проекты. Несмотря на то, что в нашей стране имеются определённые проблемы экономического характера у большинства населения, люди всё равно приходят на подобные мероприятия и делают, хоть и не очень большие, пожертвования.

Эффективность использования социальной рекламы для привлечения и сбора средств на социальные проекты довольно высока по сравнению с предыдущими методами. Так только за август 2018 года фондом «Подари жизнь» было собрано 149 093 029 рублей. Однако, если говорить об эффективности социальной рекламы, то необходимо учесть тот факт, что «Подари жизнь» - это прежде всего фонд, занимающийся сбором средств на уровне федерации, то есть пожертвования приходят со всей страны. Поэтому и такая высокая эффективность.

Мобильная связь, как метод фандрайзинга для привлечения и сбора необходимых средств и ресурсов, на сегодняшний день не является эффективной, так как люди стали реже и меньше жертвовать денежных средств на благотворительность.

Несмотря на то, что наша страна на себе испытывает серьёзные социально-экономические затруднения во многих отраслях народного хозяйства, отдельные гражданские инициативы на своём примере показывают, что даже в такой ситуации можно развивать социальное предпринимательство и менять жизнь людей к лучшему, развивая при этом частную инициативу и индивидуальную социальную ответственность.

2.Зарубежный опыт фандрайзинга как способа привлечения средств для реализации социальных проектов

Как уже было сказано выше, фандрайзинг пришёл в Россию из Соединённых Штатов Америки (далее США). Поэтому именно на примере этого государства с опытом по привлечению средств стоит ознакомиться.

Как верно отмечает И.Е. Корнеева, в отличие от США в России существует очень низкая культура отношения населения к благотворительности. Выражается это в том, что люди просто не имеют устоявшейся традиции жертвовать деньги в благотворительную организацию, где эти средства потом будут распределены для оказания помощи и поддержки широкому кругу нуждающихся в этом лиц. Россияне очень часто жертвуют свои деньги одиноко просящим людям, которые сидят или ходят по улицам и просят деньги на еду и одежду. Поэтому уровень, качество и методы сбора средств, хотя в основном они те же, что и в США, сильно отстают по своей эффективности от зарубежных аналогов.¹

Что касается опыта США поиска источников сбора средств, то для начала необходимо разобраться, почему же в этой стране так популярны идеи благотворительности. США, как демократическое государство, не испытывало на себе опыта монархического правления, наоборот, поселенцы настойчиво боролись за отделение от монархической Великобритании. Тем самым с самого начала своего существования США являлись демократическим государством. С тех самых пор люди прекрасно понимали, что никто не поможет им в решении их собственных проблем, то есть они предоставлены только сами себе. Поэтому психология граждан США так сильно отличается от психологии жителей других стран, в особенности – России. Кроме того, необходимо учесть и тот фактор, что христианство в США кардинально отличается от христианства в России. Протестантская церковь прошла долгий путь борьбы за возможность своего существования отдельно от католицизма, в котором, как и в православии, принято подавать милостыню просящему человеку. Церковь в США учит человека с самого детства, что Господь будет любить его тогда, когда он будет прилежно и не покладая рук трудиться во благо себе и своей семьи.²

Сама американская культура фандрайзинга берет свое начало из истории средневековой Европы, в которой уже в XII веке были зафиксированы первые случаи применения данной практики. Вначале условия жизни в Северной Америке были

¹ Корнеева И.Е. Фандрайзинг в российских некоммерческих организациях: результаты эмпирического исследования // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2016. № 4. С. 100.

² Там же

жесткими, и слабое далекое государство требовало от поселенцев сплочённости - помогать друг другу на пути к всеобщему благополучию. Такой образ жизни привел к образованию групп людей, старающихся сделать жизнь богаче и лучше. Генри Данстер, первый ректор Гарвардского колледжа, причислял сбор средств к числу своих обязанностей. В то же время, в 1641 году, в пользу Гарвардского колледжа было сделано первое пожертвование, положившее начало фандрайзингу в США.¹

Позже, с ростом числа иммигрантов в XIX веке, новоприбывшие американцы с помощью церкви или религиозных организаций и самостоятельно организованных ассоциаций поддерживали друг друга и помогали неимущим. Традиции фандрайзинга становились повсеместным явлением и распространялись на другие социальные сферы, такие как образование, здравоохранение, искусство, культуру.

Одним из главных сторонников благотворительности в двадцатом столетии был знаменитый промышленник Эндрю Карнеги. По мнению Карнеги, человек «выигрывает» состояние в результате «выживания наиболее приспособленных» через механизмы конкуренции. Будучи состоятельным, он верил, что обеспеченность должна обязывать людей быть «агентами цивилизации». Таким образом, благотворительность стала инструментом совершенствования культуры, цивилизации и образования. Карнеги за свой собственный счёт содержал публичные библиотеки и другие учреждения, посредством которых люди могли увеличить свое состояние, потенциал и стать более «адаптированными» к конкурентной среде. Одна из его цитат: «Проблемы нашего времени заключаются в правильном распоряжении состоятельностью и богатством, чтобы цепи братства могли поддерживать слаженные отношения между бедными и богатыми».

После того, как законодательством были введены налоговые льготы на организации за проводимую ими политику частной благотворительности, число корпоративных фондов начало стремительно расти в эпоху высокой прибыли. Люди богатели, налоговые скидки значительно облегчили жизнь. Стремясь добиться еще большего, они объединялись в общем порыве воплотить свои желания. Таким образом, благотворительность в Америке стабильно развивалась. «Щедрые подношения стали частью национального духа». Жертвователи из числа простых людей без отрыва от работы, стимулируемые фандрайзинговыми кампаниями, внесли десятки миллиардов долларов на самые различные цели, включая общественные нужды, здравоохранение и образование, искусство, оказание помощи в связи со стихийными бедствиями.

¹ Корнеева И. Е. Фандрайзинг в российских некоммерческих организациях: результаты эмпирического исследования // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2016. № 4. С. 100.

На сегодняшний день, согласно сведениям Северо-Осетинского государственного университета, насчитывается около 1 миллиона благотворительных фондов и 100000 частных учреждений, а добровольцами выступает более 90% взрослого населения государства. Вряд ли ранние филантропы могли представить, даже в самых смелых своих мечтах, что однажды перераспределение богатства в США превысит 1 триллион долларов.¹

Среди наиболее известных современных примеров применения различных методов фандрайзинга следует указать следующие.

2.1. Ящики для пожертвований

Если исходить из подобного опыта в США, то следует сказать о разных вариациях данного метода в отличие от его использования в России. В России это скорее именно ящики для пожертвований, в которые идёт сбор добровольных пожертвований граждан на нужды и проведение социальных проектов. В США этот метод подразделяет сбор не столько денежных средств, сколько различных продуктов питания, вещей.

Одним из наиболее часто встречающихся методов фандрайзинга является так называемый «Банк продуктов». Под «Банками продуктов» понимаются организации, которые осуществляют сбор продуктов питания долгосрочного хранения с последующей организованной передачей их нуждающимся людям. Обычно на выходе из супермаркетов в США стоят ящики с надписями «Для банка продуктов», в которые покупатели складывают только что приобретённые продукты питания: консервы, макаронные изделия, различные крупы, конфеты, газировку, чипсы. Кроме покупателей в супермаркетах поставками продукции в «Банки продуктов» занимаются и фермерские хозяйства, которые получают различные налоговые послабления и льготы. Торговые организации также поставляют в «Банки» продукты, у которых не истёк срок годности, но которые по различным причинам потеряли товарный вид. В свою очередь волонтеры «Банков продуктов» занимаются сортировкой продуктов и формируют продуктовые наборы, которые впоследствии забирают нуждающиеся.²

Наиболее показателен в этом направлении опыт работы Harvest Hope Food Bank, «банк бесплатной еды» - это организация, которая обеспечивает продуктами питания малоимущие семьи в штате Южная Каролина. Похожие «банки» существуют в каждом штате США. «Банк бесплатной еды» - это огромное складское помещение с множеством высоких полок. На этих полках находятся коробки с самой разнообразной едой и

¹ Из опыта организации фандрайзинга в США [Электронный ресурс] // Сайт «НоваяИнфо» URL: <https://novainfo.ru/article/?nid=11963> (дата обращения: 18.03.2018)

² Кудринская, Л. А. «Технари» vs «гуманитарии»: социологическое исследование благотворительности в студенческой среде // Социология образования. 2016. № 5. С. 200.

напитками: от хлеба до конфет, от бутилированной воды до колы. Каждый год организация раздаёт более 7,5 тысяч тонн еды 250 тысячам малоимущих семей по всей Южной Каролине. Harvest Hope Food Bank был открыт в 1981 году. Сегодня каждую неделю они кормят порядка 38 тысяч человек по всему штату. Для того, чтобы питаться, в «Банке бесплатной еды» никаких справок о доходах или других документов в качестве подтверждения приносить не требуется, так как всё строится на доверии. «Банк бесплатной еды» выдаёт еду в зависимости от количества членов семьи, которые испытывают проблему нехватки продуктов питания и ресурсов для их покупки в супермаркетах. Приходить за продуктами следует не чаще, чем раз в неделю. Часть нуждающихся приходит в организацию всего один или два раза за всё время. Некоторые нуждающиеся приходят в банк пару месяцев, пока испытывают финансовые трудности или ищут новую работу. А есть и те, кто ходит за едой и по несколько лет. Еду для семей, живущих за чертой бедности, собирают всем штатом. В банк её свозят крупные торговые сети. Магазины в банк отдают продукты с ещё не закончившимся сроком годности. Регулярно свою продукцию дарят знаменитые компании типа Coca-Cola и фермерские хозяйства, а предприятия, никак не связанные с пищевой промышленностью, помогают деньгами, для них это что-то вроде благотворительности. «Банку бесплатной еды» также помогают церковные и общественные организации. Только за последние несколько месяцев деньгами или продуктами банк поддержали греческая православная церковь в США, фонд имени актрисы Эртры Китт и баптистская церковь. Годовой доход банка еды составил более 47 миллионов долларов. При этом 40 миллионов долларов – это как раз пожертвования со стороны жителей, организаций и компаний, а 7 миллионов – это деньги государства.¹

Кроме банков с бесплатной едой в США достаточно популярен ещё один из методов фандрайзинга, отдалённо напоминающий ящики для пожертвований. Это благотворительные магазины или Charity shop. Благотворительные магазины управляются различными благотворительными организациями или волонтерами для привлечения средств на какую-либо цель. Суть благотворительных магазинов состоит ещё и в том, что они не просто занимаются раздачей пожертвованных населением вещей, а реализуют их, продавая другим людям. Полученные с продажи уже использованных вещей деньги идут на оказание помощи бедным категориям граждан. Данная практика действует на территории США уже более семидесяти лет. Кроме того благотворительные магазины способствуют увеличению срока службы вещей, так как они используются другими

¹ Банк бесплатной еды [Электронный ресурс] // Сайт «Финансы тут». URL: <https://finance.tut.by/news509902.html> (дата обращения: 05.04.2018)

владельцами. Чем больше вещи используются, тем меньше будет отходов и тем меньше будет произведено новых вещей, а, следовательно, тем меньше ресурсов будет потрачено на их производство.

В качестве примера для подтверждения вышесказанного, автор обращает внимание на деятельность одной из сетей магазинов в США. Сеть американских магазинов Goodwill принимает ненужные вещи, продает, но ничего не раздает бесплатно.¹ Их цель – максимально продать имеющийся объём вещей. Идея в том, чтобы дать рабочие места людям из групп социального риска. Это бывшие заключенные, люди с ограниченными возможностями здоровья, матери-одиночки. Деньги не выходят за пределы организации, а все остается внутри на зарплату сотрудников, психологические тренинги, социализацию людей. Частично работу магазина субсидирует государство, так как предприятие решает проблему занятости.²

Таким образом, в США существуют различные вариации знакомого нам метода фандрайзинга – ящиков для пожертвований. Современные практики использования данного вида фандрайзинга говорят о его высокой социальной значимости и материальной эффективности для большого количества людей. Участие сознательных граждан США в мероприятиях с использованием данного метода сбора и привлечения средств и ресурсов говорит о высокой культуре благотворительности в стране. Однако если говорить о российской действительности, то в современных реалиях, по крайней мере на территории города Томска, этот метод не доказал своей эффективности, как следует из первой главы.

2.2. Тематические мероприятия

Флешмоб пришел к нам из английского языка, и состоит из сочетания двух слов: flash – вспышка, мгновение, миг; и mob – толпа. У флешмоба есть определенные принципы, которые нельзя нарушать:

- флешмоб – это акция без руководителя, никакого командного центра нет: никто не может указывать участникам действий, что им делать;
- акция флешмоба должна быть от начала до конца спонтанной;
- флешмоб не может преследовать рекламные или финансовые цели;
- флешмоб – это деперсонификация в самом прямом смысле этого слова (в идеальном варианте, участники акции даже не знакомы друг с другом);
- в средствах массовой информации флешмоб освещать нельзя.

¹ Благотворительная деятельности сети магазинов // Официальный сайт американской сети супермаркетов «Goodwill». URL: <http://www.goodwill.org/> (дата обращения: 10.04.2018)

² Благотворительный магазин «Спасибо!» [Электронный ресурс] // Сайт «Шаг вперед». URL: <https://shag-vpered.org/spasibo-kogda-veshhi-prinosyat-polzu/> (дата обращения: 10.04.2018)

Также флешмоб может использоваться в качестве социального проекта для привлечения внимания к социально значимым проблемам, знание о существовании которых увеличивает шансы для противостояния им.¹

Одним из таких примеров может служить мероприятие, проводимое в целях привлечения внимания общества к болезни, которая постепенно обездвиживает человека. В 2014 году в мире проходила благотворительная кампания ALS Ice Bucket Challenge – флешмоб всемирного масштаба. Его участники обливаются ведром ледяной воды и выкладывают запись в интернет с целью привлечь больше внимания к такой болезни, как боковой амиотрофический склероз, которым болел недавно умерший, один из крупнейших зарубежных учёных, Стивен Хоккинг. В социальной рекламе принимало участие много знаменитых людей – Билл Гейтс, Марк Цукерберг, актер Микки Рурк, певец Джастин Тимберлейк, гендиректор Microsoft Сатья Наделла, футболист Криштиану Роналду, баскетболист Леброн Джеймс и другие знаменитости. Только в первые две недели акции было собрано 4 миллиона долларов, которые были использованы на покупку лекарств, частично блокирующих развитие болезни, хотя и временно.²

Как видно из вышеописанного автором примера, подобная технология сбора и привлечения средств и ресурсов на социально значимые проекты эффективно используется по всему миру. Тематические мероприятия также используются и в России. Если говорить о конкретной технологии, то она может быть эффективна в крупных городах, где большую долю населения составляют молодые люди, например, Томск. Так же как и за рубежом, в России флешмоб может быть использован для привлечения средств или внимания населения и власти к социально значимой проблеме, которая долгое время остаётся скрытой от большинства граждан страны. Кроме того, это может способствовать увеличению социальной активности населения.

2.3. Социальная реклама

Следующим методом привлечения денежных средств на реализацию социальных проектов является социальная реклама. Социальная реклама во многом представляет собой прямой диалог между благотворительными организациями и представителями бизнеса, что показано в нижеописанном автором примере. В США бизнес по собственной инициативе занимается поиском того, кому бы он мог оказать помощь, по той простой причине, что за проведение благотворительной политики организация может получить

¹ Понятие «флешмоб» [Электронный ресурс] // Сайт «Женская школа копирайтинга». URL: <https://staff-online.ru/fleshmob-raznovidnosti-sovety-po-organizacii-preimuschestva-i-riski/> (дата обращения: 13.04.2018)

² Знаменитости обливаются ледяной водой и собирают деньги на лечение болезни Стивена Хокинга // Официальный сайт сетевого издания «Газета.ru». URL: https://www.gazeta.ru/science/2014/08/18_a_6179781.shtml (дата обращения: 14.04.2018)

налоговые послабления со стороны американского государства, а также повысить свой собственный престиж. В США данный термин «социальная реклама» имеет свою аббревиатуру PSA - public service advertising или общественная реклама.

Многие кампании и организации в США ведут работу по организации социальной рекламы, привлекающей внимание к множеству социальных проблем общества. Среди наиболее важных социальных проблем стоит выделить наркоманию, синдром приобретённого иммунодефицита (далее СПИД), рак груди, распространение оружия в стране.

Кроме того, в США ведёт свою деятельность Рекламный совет, ранее известный как Комитет по общественной информации, созданный в момент вступления страны в Первую мировую войну.¹ Совет декларирует свою независимость от государственных дотаций и «поддерживается американскими деловыми кругами, включая индустрии рекламы и коммуникации». Он заявляет, что рекламные кампании, организованные им, служат интересам «публики в целом», а не отдельным группам. Совет занимается планированием, созданием и размещением социальной рекламы. Темы предлагаются федеральными властями и некоммерческими организациями.²

В настоящей работе, автор указал один из многих примеров успешной организации проектов по социальной рекламе для оказания помощи различным категориям населения не только отдельной страны, но и в масштабах всего мира.

Успешным примером может служить рекламная компания известной на весь мир косметической фирмы «AVON» по борьбе с раком молочной железы сначала у американок, а потом и по всему миру. На сегодняшний день в данной социальной рекламе принимает участие более пятидесяти стран мира, в том числе и Россия. Благотворительная программа «Вместе против рака груди» основана в 1992 году, в России она действует с 2002 года. Все программы в разных странах объединены общей целью – помогать каждой женщине в борьбе против рака груди. В ее рамках регулярно проводятся мероприятия, призывающие женщин следить за здоровьем груди и позволяющие получить достоверную информацию о состоянии здоровья молочных желез – от просветительских акций и бесплатных массовых обследований в регионах до адресной помощи женщинам, пережившим операции на груди. Проблема высокой смертности от рака груди очень

1 Суржик Д.В. Пропагандистский фронт Первой мировой войны в США. // Военно-исторический журнал Министерства обороны Российской Федерации. 2012. № 12. С. 50. URL: <http://history.milportal.ru/tag/komitet-obshhestvennoj-informacii/> (дата обращения: 18.04.2018)

2 Хорошие идеи в Америке рекламируют [Электронный ресурс] // Сайт «Социальная реклама». URL: http://www.socreklama.ru/analytics/list.php?ELEMENT_ID=4930&SECTION_ID=107 дата обращения: 18.04.2018)

актуальна для России, поскольку в нашей стране более 40% случаев заболевания выявляются уже на поздних стадиях.¹

С 1992 года порядка 75 000 женщин прошли бесплатное обследование у маммолога, более 15 миллионов женщин получили информацию о раке груди из публикаций «AVON» в прессе и брошюр с информацией о заболевании и методах обследования.²

Таким образом, социальная реклама активно используется как один из наиболее популярных и востребованных в мире видов фандрайзинга по привлечению средств и ресурсов на социально значимые проекты. Как видно из самого примера, социальная реклама применяется и в России. Данный вид сбора и привлечения ресурсов применяется во многих сферах, например: социальная реклама для борьбы с раком, со СПИДом, курением, алкоголизмом, социальная реклама, призывающая водителей транспортных средств быть более внимательными и доброжелательными по отношению к пешеходам и друг другу.

2.4. Мобильная связь

Нельзя обойти стороной ещё один значимый метод привлечения денежных средств – использование мобильной связи. В США одной из крупнейших в секторе мобильных пожертвований является мобильной платформе «mGive»³. В работе с данной платформой постоянно принимают участие множество крупнейших благотворительных организаций, таких как «Американский Красный Крест», «The United Way» и «Amberwatch Foundation». С помощью данной платформы было собрано более 51 миллиона долларов. Данная платформа помогает НКО аккумулировать значительные средства в короткие сроки. Суть её работы состоит в том, что пожертвование осуществляется с помощью короткого текстового сообщения: пользователь отправляет СМС с кодовым словом, выбранным НКО, на номер «mGive Foundation». К примеру, организация «Keep a Child Alive» использовала для сбора пожертвований кодовое слово «Alive», а номер, по которому необходимо было отправлять сообщение, был 90999. После подтверждения перевода денег, их сумма включается в счет оплаты связи. Как только пользователь оплачивает счет, деньги поступают в «The mGive Foundation», а оттуда по назначению в выбранную вами организацию. Размер пожертвований составляет 5, 10 и 25 долларов. СМС-сообщения можно отправлять по несколько раз. Организации информируют

¹ Социальная реклама против рака груди [Электронный ресурс] // Сайт «Первый сайт о социальной рекламе в России». URL: <http://www.1soc.ru/news/view/681> (дата обращения: 25.03.2018)

² «Розовая ленточка» [Электронный ресурс] // Сайт «Avon: миссия против рака груди». URL: <https://www.avon-protivraka.ru> (дата обращения: 25.03.2018)

³ Фандрайзинг и мобильная связь [Электронный ресурс] // Сайт «The mGive Foundation». URL: <https://www.mgive.com> (дата обращения: 25.03.2018)

пользователей о намеченных акциях, потребности во вложениях и волонтерах – все это происходит с помощью СМС-сообщений. Такая технология позволяет пользователям совершать пожертвования в любое удобное для них время, поскольку мобильный телефон у современного человека почти всегда под рукой.¹

Мобильная связь за рубежом зарекомендовала себя как надёжный инструмент привлечения и сбора средств для реализации социальных проектов, даже на примере США. В России тоже используются мобильные технологии в подобных целях. Однако в нашей стране отсутствует подобная платформа, как в США, для помощи НКО в сборе средств. В России НКО напрямую взаимодействуют с жертвователями денежных средств, самостоятельно организуя и проводя мероприятия по привлечению средств с помощью мобильной связи. Если говорить об эффективности мобильной связи, как вида фандрайзинга по привлечению и сбору денежных средств и ресурсов, то в нашей стране она остаётся на низком уровне. Только известные на всю страну НКО могут рассчитывать на большое количество денежных средств, которые будут пожертвованы людьми. На региональном уровне этот метод зачастую оказывается не эффективным из-за невысокой социальной активности населения и его низкой плотности.

2.5. Интернет и социальные сети

Наконец, особого внимания заслуживает один из самых инновационных методов фандрайзинга – сбор средств на реализацию социальных проектов в сети Интернет.

Ярким примером использования сети Интернет в качестве одного из фандрайзинговых методов можно привести следующее.

Как известно, в 2012 году в США состоялись выборы президента. На них победил Барак Обама. Всего на его предвыборную кампанию было потрачено около одного миллиарда долларов. Но в данном случае интересно то, что 504 миллиона долларов было получено благодаря использованию технологий интернет-фандрайзинга. Была реализована программа «Обама везде». Происходила регистрация аккаунтов в популярных сетях, блогах, микроблогах, YouTube, Twitter, Flickr, Facebook, MySpace, Eventfull, Eons, Glee. Особенно популярной во время той избирательной кампании стала реализация программы «Обама в телефоне», что позволило существенно пополнить предвыборный фонд кандидата. Важно то, что больше половины средств было получено за счет небольших сумм от граждан США (что составило 55% всех его избирателей), порог которых не превышал 250 американских долларов, треть избирателей перечисляла до 2500 долларов. Больше этой суммы жертвовало 14% сторонников переизбранного

¹ Мобильный фандрайзинг покоряет США [Электронный ресурс] // Сайт «Теплица социальных технологий». URL: <https://te-st.ru/entries/mgive/> (дата обращения: 25.03.2018)

президента. Позже Барак Обама называл имена 244 наиболее щедрых спонсоров, каждый из которых пожертвовал на его избирательную кампанию свыше 50 тысяч долларов. Среди наиболее щедрых дарителей были адвокаты, генеральные директора крупных предприятий, известные политики, деятели культуры. Больше всего средств в избирательную кампанию прошлого президента США вложили топ-менеджеры Microsoft Corp., Google Inc., чикагская компания Chopper Trading LLC, Oracle Corp., Cisco Systems Inc.¹

Таким образом, на примере деятельности лишь малой части организаций, использующих фандрайзинговые виды сбора ресурсов на проведение социальных проектов, можно увидеть, какое место занимает благотворительность в американском обществе, насколько развито простое взаимодействие обычных американцев, их сплочённость в оказании помощи своим соотечественникам. США имеют не такую долгую историю, как Россия или другие страны Европы или Азии. Однако на протяжении всей её истории шло развитие благотворительности, видов и способов сбора ресурсов, взаимодействия власти и народа. Поэтому именно зарубежный опыт сегодня играет важнейшую роль в развитии фандрайзинга и благотворительности во всём мире, в том числе и в России.

2.6. Социальное предпринимательство за рубежом

В экономически развитых странах социально-ориентированный бизнес давно получил распространение и поддержку в обществе. Одним из наиболее ярких примеров социального предпринимательства в США можно выделить организацию «Hot Bread Kitchen». В переводе на русский наименование её звучит как «Хлеб прямо из печи». «Hot Bread Kitchen» – американская организация, оказывающая поддержку женщинам – иммигранткам из малообеспеченных слоев населения. Данная компания обеспечивает их трудоустройство, а также реализует специальные образовательные программы, включающие курсы английского языка и компьютерной грамотности, профессиональное образование в области хлебопечения и управления организациями общественного питания. Компания также имеет инкубационную программу для тех, кто хочет открыть собственную пекарню. Участникам доступны льготные условия аренды оборудованных и

¹ Яцунская Е.А. Новые технологии фандрайзинга в США: опыт президентских кампаний 2008 и 2012 годов // Сравнительное конституционное обозрение. 2013. № 3. С.60. URL: <http://docplayer.ru/62420953-Novye-tehnologii-fandrayzinga-v-ssha-opyt-prezidentskih-kampaniy-2008-i-2012-godov.html> (дата обращения: 14.04.2018)

сертифицированных помещений, менторская, а также другие виды поддержки со стороны организации.¹

Основной бизнес компании – это производство и продажа хлеба. Пекарни являются как основным источником финансирования социально-значимых программ компании, так и местом трудоустройства их участниц, обеспечивая им определенный уровень дохода и возможность применить на практике полученные в рамках обучения знания о производственных технологиях хлебопечения. Помимо дохода от продажи хлеба финансирование программ поддержки осуществляется за счет привлекаемых организацией средств пожертвований. В настоящий момент «Hot Bread Kitchen» открыла уже около 20 пекарен в различных районах Нью-Йорка. Помимо продажи продукции компании непосредственно в пекарнях сети, распространение хлеба осуществляется через розничные сети, интернет-магазин, рыночные палатки.²

Кроме того, стоит сказать и о том, как ведётся поддержка социального предпринимательства в США. Одним из самых известных примеров следует назвать крупнейший фонд Билла Дрейтона «Ашока: инновации для общества».³

Одной из важнейших и основных идей социальных инвестиционных проектов является то, чтобы не просто пожертвовать благополучателю то, что ему необходимо, а стимулировать его к развитию собственной социальной инициативы, ответственности и способствовать созданию новых социальных механизмов. «Ашока: новаторы общества», основанная в 1981 году ассоциация поддержала более 1800 проектов социальных предпринимателей - «людей, знающих как решить наиболее острые социальные проблемы и способных осуществить задуманное». Билл Дрейтон делал акцент на том, что в основе социального предпринимательства лежит принцип «идея, плюс энергия того, кто способен ее воплотить». Именно поэтому ассоциация поддерживает не столько идею социального проекта, сколько способных воплотить ее людей. На данный момент фонд ведет свою деятельность более чем в 60 странах мира. С 2004 года «Ашока» основала «Конкурс перемен», в котором может участвовать любой предприниматель. Для участия в конкурсе достаточно лишь описать, представить бизнес-план своего социального проекта и опубликовать его онлайн на сайте «Ашоки». В течение года «Ашока» проводит около семи подобных конкурсов, а в конце отчетного периода судебная комиссия заслуженных

¹ Социальное предпринимательство в мировой практике [Электронный ресурс] // Сайт «Фонд социальных инвестиций». URL: https://www.socinvest.ru/resources/_%D0%BF%D1%80%D0%B5/ (дата обращения: 01.11.2018)

² Социальное предпринимательство [Электронный ресурс] // Сайт «Хлеб прямо из печи». URL: <https://hotbreadkitchen.org/> (дата обращения: 01.11.2018)

³ Миссия [Электронный ресурс] // Сайт «Ашока». URL: <https://www.ashoka.org/en/about-ashoka> (дата обращения: 01.11.2018)

членов «Ашоки» объявляют двенадцать финалистов. Со времен основания конкурса было придумано около 5 000 коммерческих решений, направленных на улучшение социальной ситуации в 145 странах. Инвесторы ведущих стран мира вложили около 30 миллионов долларов на развитие этих проектов. И каждый новый пример успешного социального предпринимательства вдохновляет и привлекает больше и больше новых бизнесменов, готовых вкладывать в социальный бизнес. Основная цель социальных предпринимателей – предоставление таких социальных услуг, которые не удовлетворяются государством и коммерческим и некоммерческим секторами. Главной мерой успеха для них служат изменения в обществе, которые произошли благодаря их деятельности.¹

Социальное предпринимательство получило очень широкое применение по всему миру. Однако без развития социальной ответственности и инициативы было бы практически невозможно привлечь на реализацию социальных проектов необходимое количество финансовых средств. Поэтому автором были показаны не только примеры организации социально-ориентированных бизнесов и реализации социальных проектов на привлечённые ими средства, но и то, как и какими усилиями происходит развитие социального предпринимательства.

В подведении итогов данной главы можно сказать следующее.

В США существуют различные вариации знакомого нам вида фандрайзинга – ящиков для пожертвований. Современные практики использования данного метода говорят о его высокой социальной значимости и материальной эффективности для большого количества людей. Участие сознательных граждан США в мероприятиях с использованием данного вида сбора и привлечения средств и ресурсов говорит о высокой культуре благотворительности в стране. Однако если говорить о российской действительности, то в современных реалиях, по крайней мере на территории города Томска, этот метод не доказал своей эффективности, как следует из первой главы.

Тематические мероприятия также используются и в России. Если говорить о конкретной технологии, то она может быть эффективна в крупных городах, где большую долю населения составляют молодые люди, например, Томск. Так же как и за рубежом, в России флешмоб может быть использован для привлечения средств или внимания населения и власти к социально значимой проблеме, которая долгое время остаётся скрытой от большинства граждан страны. Кроме того, это может способствовать увеличению социальной активности населения.

¹ Миссия [Электронный ресурс] // Сайт «Ашока». URL: <https://www.ashoka.org/en/about-ashoka> (дата обращения: 01.11.2018)

Социальная реклама активно используется как один из наиболее популярных и востребованных в мире видов фандрайзинга по привлечению средств и ресурсов на социально значимые проекты. Как видно из самого примера, социальная реклама применяется и в России. Данный вид фандрайзинга по сбору и привлечению ресурсов применяется во многих сферах, например: социальная реклама для борьбы с раком, со СПИДом, курением, алкоголизмом, социальная реклама, призывающая водителей транспортных средств быть более внимательными и доброжелательными по отношению к пешеходам и друг другу.

Мобильная связь за рубежом зарекомендовала себя как надёжный инструмент привлечения и сбора средств для реализации социальных проектов, даже на примере США. В России тоже используются мобильные технологии в подобных целях. Однако в нашей стране отсутствует подобная платформа, как в США, для помощи НКО в сборе средств. В России НКО напрямую взаимодействуют с жертвователями денежных средств, самостоятельно организуя и проводя мероприятия по привлечению средств с помощью мобильной связи. Если говорить об эффективности мобильной связи, как вида фандрайзинга по привлечению и сбору денежных средств и ресурсов, то в нашей стране она остаётся на низком уровне. Только известные на всю страну НКО могут рассчитывать на большое количество денежных средств, которые будут пожертвованы людьми. На региональном уровне этот метод зачастую оказывается не эффективным из-за невысокой социальной активности населения и его низкой плотности.

На примере деятельности лишь малой части организаций, использующих фандрайзинговые виды сбора ресурсов на проведение социальных проектов, можно увидеть, какое место занимает благотворительность в американском обществе, насколько развито простое взаимодействие обычных американцев, их сплочённость в оказании помощи своим соотечественникам. США имеют не такую долгую историю, как Россия или другие страны Европы или Азии. Однако на протяжении всей её истории шло развитие благотворительности, видов и способов сбора ресурсов, взаимодействия власти и народа. Поэтому именно зарубежный опыт сегодня играет важнейшую роль в развитии фандрайзинга и благотворительности во всём мире, в том числе и в России.

Социальное предпринимательство получило очень широкое применение по всему миру. Однако без развития социальной ответственности и инициативы было бы практически невозможно привлечь на реализацию социальных проектов необходимое количество финансовых средств. Поэтому автором были показаны не только примеры организации социально-ориентированных бизнесов и реализации социальных проектов на

привлечённые ими средства, но и то, как и какими усилиями происходит развитие социального предпринимательства.

3. Фандрайзинг в деятельности томской региональной общественной благотворительной организации «Добро»

3.1. Привлечение и сбор средств на «Центр адаптации для выпускников центров временного пребывания детей, оставшихся без попечения родителей»

В целях изучения использования видов фандрайзинга для привлечения и сбора средств на реализацию социальных проектов общественными организациями в рамках настоящей работы автором было проведено комплексное практико-ориентированное исследование деятельности благотворительной организации «Добро». При этом было использовано большинство из перечисленных в первой главе методов фандрайзинга по поиску и сбору средств, необходимых на конкретный проект, проводимый организацией.

«Добро» - это томская региональная общественная благотворительная организация помощи детям, находящимся в центрах временного пребывания детей, оставшихся без попечения родителей, приёмным и кризисным семьям (далее ТРОБО «Добро»). Именно «Добро» запустило в конце 2017 года проект «Центр адаптации для выпускников центров временного пребывания детей, оставшихся без попечения родителей» на нескольких фандрайзинговых платформах. Во многом благодаря личному участию руководителей «Добро» и поддержке неравнодушных представителей бизнеса был открыт проект по созданию «Центра адаптации для выпускников центров временного пребывания детей, оставшихся без попечения родителей». Цель проекта заключается в том, чтобы создать центр наставничества и личностного роста для подростков, которые уже выпустились из вышеназванных центров. Практически в любое время в центр могут приходить ребята и получать юридическую, психологическую помощь. Кроме того для подростков проводятся групповые занятия по обучению финансовой грамотности, поддержанию себя в опрятном внешнем виде, кулинарии, основам медицинских знаний – всем тем навыкам, которые обычно формируются у детей и подростков в семье путём перенятия знаний, навыков и умений от старших членов семьи младшими. Они оказываются необходимыми в обыденной жизни людей. Но именно их, как правило, не хватает выпускникам центров временного пребывания детей, оставшихся без попечения родителей.

Проведение данного проекта стало возможным в связи с передачей благотворительной организации со стороны муниципальных органов власти города Томска отдельного небольшого помещения для создания центра адаптации для выпускников центров временного пребывания детей-сирот и детей, оставшихся без попечения родителей до устройства их в семью. Поэтому осталось только переоборудовать это помещение и сделать в нём окончательный ремонт. При решении этого вопроса организации согласилось помочь руководство сети строительных магазинов

«Стройпарк». Сотрудники данного предприятия согласились бесплатно сделать ремонт в помещении фонда. Однако сама организация должна была приобрести строительные материалы, технику и мебель. По оценкам представителей организации и «Стройпарка» на покупку строительных материалов должно было уйти 392 тысячи рублей. После этого решено было заняться сбором средств и материалов.¹

При поиске и сборе средств на данный проект автором планировалось использовать рекламные баннеры на билбордах, на проезжей части. При проезде мимо рекламного щита водители могли бы видеть информацию о деятельности благотворительной организации и сделать пожертвования для неё. Однако было решено не использовать билборды для данного проекта в связи с его непопулярностью и низким уровнем эффективности, так как люди просто не замечают баннеры. Но в то же время вёлся диалог с магазинами–партнёрами для проведения рекламной компании на их территории: размещения рекламных баннеров в магазинах сети «Стройпарк». Однако не удалось договориться с руководством магазинов по этому поводу. Но, несмотря на отказ, оно пошло на некоторые другие уступки: продажа товаров с незначительными дефектами, браком и нетоварным видом организации по сниженной от рыночной цене.

Первой краудфандинговой платформой, на которой началась реализация проекта по сбору средств, была «Planeta.ru».

Planeta.ru – крупнейшая российская краудфандинговая платформа и один из первых интернет-сервисов народного финансирования в стране. Обладатель Премии Рунета 2014 года в номинации «Экономика, бизнес и инвестиции». На Planeta.ru можно привлекать средства на творческие, социальные, технологические проекты, малый бизнес, а также гражданские инициативы и благотворительность. Платформа предоставляет площадки для размещения проектов, а также помогает создавать и продвигать краудфандинговые кампании.²

На данной платформе проект стартовал 27 декабря 2017 года, а закончился 3 февраля 2018 года. За весь период проведения проекта на Planeta.ru было собрано 3850 рублей. Всего было тринадцать человек, которые откликнулись на проект. На этой платформе, как и на всех остальных, исследователем была размещена следующая информация с призывом к оказанию помощи: «Друзья! Помните, мы Вам рассказывали о том, что у нас появилось свое помещение, где мы размещаем консультационный центр для выпускников детских домов? Так вот, мы потихоньку там наводим порядок и вся наша

¹ Центр адаптации для выпускников центров временного пребывания детей, оставшихся без попечения родителей [Электронный ресурс] // Сайт «Планета. ру». URL: <https://planeta.ru/campaigns/73854> (дата обращения: 03.11.2018)

² Там же.

небольшая команда со всеми делами, бумагами и прочим хламом переезжает сюда уже на этой неделе! Нам очень нужна хоть какая-нибудь мебель. Любая — стулья, столы, шкафчики и тумбочки. Желательно конечно, чтобы они хоть отдаленно напоминали офисные. Если кто-то хочет от чего-то такого избавиться — мы с радостью Вам поможем в этом. Приедем, разберем и увезем! С нас благодарности!!!!)»¹

В ходе указанной деятельности был выявлен целый ряд как положительных, так и отрицательных проявлений данного метода.

Наиболее значимое преимущество поиска и сбора средств с помощью сети Интернет является его распространённость. Практически в любой точке России есть доступ во всемирную паутину. Поэтому у желающих не возникает проблем с тем, чтобы зайти на сайт проекта и пожертвовать немного денежных средств тем, кто в них нуждается.

Среди плюсов можно выделить очень удобный способ пожертвования денег — не надо идти в банкомат или в банк и стоять там очередь, чтобы совершить данную операцию. Просто набрать указанные на сайте данные и деньги будут перечислены на счёт фонда «Добро», к тому же современные технологии позволяют сделать это очень быстро.

Вообще, наличие данного вида социально направленных сайтов уже является одним большим плюсом. Люди, которые хотят помочь другим знают, где и как можно это сделать, а те, кому нужна эта помощь, знают, где можно её получить. То есть существуют своего рода базы данных, на которых благополучатели и благотворители могут находиться в постоянной связи, благодаря которой реализуются многие социальные проекты.

Что касается недостатков данного метода фандрайзинга, то автор выделяет следующие:

- не всем пользователям сети Интернет известно о наличии в ней подобных сайтов, так как всемирная паутина содержит в себе очень много как полезного, так и ненужного материала, из которого очень сложно найти что-то на самом деле очень важное;
- отсутствие рекламных кампаний данных Интернет-ресурсов, так как любая рекламная деятельность направлена на получении прибыли, поэтому данные сайты остаются для многих людей до сих пор неизвестными, что опять же

¹ Центр адаптации для выпускников центров временного пребывания детей, оставшихся без попечения родителей [Электронный ресурс] // Сайт «Планета. ру». URL: <https://planeta.ru/campaigns/73854> (дата обращения: 03.11.2018)

негативно сказывается, но уже на финансировании проектов, размещённых на данных источниках;

- сезонность пожертвования денежных средств, то есть люди не круглый год осуществляют пожертвования на социально ориентированные проекты, а в основном перед большими праздниками – новый год, пасха, а также после получения своей заработной платы, в остальное время года, особенно после этих самых праздников, деньги у людей уже потрачены;
- одним из самых важных недостатков данного метода привлечения средств и материальных ресурсов, по мнению автора, состоит в его относительной непопулярности среди граждан, то есть люди привыкли подавать милостыню нуждающимся на улице – в руки, но как таковой культуры поиска информации во всемирной паутине о нуждающихся, о фондах помощи среди граждан нашей страны пока не сложилось.

Среди проблем, из всего вышеперечисленного автором, следует назвать ряд наиболее важных:

- непостоянство в финансировании проектов во времени;
- недостаток финансирования фандрайзинговых проектов;
- недостаток информации об источниках, на которых размещены социально ориентированные проекты;
- текущая финансовая ситуация в стране не позволяет населению жертвовать даже очень небольшие суммы денег.

В процессе проведения данного исследования, при непосредственном участии автора настоящей работы, было проведено несколько мероприятий, проводимых в местах большого скопления людей. На основе результатов, полученных от их проведения, были сделаны некоторые выводы по данной работе.

Одним из первых мероприятий, которое было организовано совместно представителями благотворительной организации «Добро» и автором, была ярмарка по сбору средств на социальный проект, который был описан автором выше. Ярмарка проводилась на территории главного корпуса Томского государственного университета около профсоюзного комитета 21 декабря 2017 года. На ярмарке присутствовали два ведущих и два участника со стороны благотворительной организации, а также все неравнодушные студенты и преподаватели, которые хотели помочь воспитанникам и выпускникам детских домов в последующей реабилитации и устройстве их в жизни. В качестве лотов предлагалось за символическую плату приобрести поделки детей-

воспитанников детских центров. Наблюдая за происходящим, автору удалось сделать ряд важных наблюдений. Во-первых, в результате проведения ярмарки удалось собрать лишь 2200 рублей. Во-вторых, семь человек приобрели поделки за символическую плату, ещё несколько десятков узнали о данной программе, проходя мимо неё или интересуясь происходящим у ведущих. Это вызывало интерес у присутствующих, однако, недостаточный для того, чтобы принять активное участие в торгах и пожертвовать определённую сумму денег. В-третьих, денежные средства, вырученные в результате проведения акции, оказались столь незначительными, что организаторы всерьёз задумались о прекращении подобной практики.

Однако, несмотря на низкую эффективность вышеописанного мероприятия, автор вместе с сотрудниками благотворительной организации «Добро» провели ещё одну благотворительную ярмарку. Данное мероприятие было проведено в ТЦ «Авангард» на территории города Томска во время проведения Кубка Томской области по бодибилдингу в апреле 2018 года. В процессе проведения ярмарки на продажу были выставлены различные поделки, сделанные руками детей, в число которых вошли – натуральное мыло различных сортов, свечи ручной работы, кружки, соляные бомбочки. За всё время проведения ярмарки было собрано 2000 рублей. Шесть человек приобрели за уже установленную сумму товары, предложенные фондом, из числа поделок детей. Остальные же просто проходили мимо и смотрели на происходящее, тем самым получив хотя бы небольшое представление о благотворительности, фонде и целях его работы.

Таким образом, автор в который раз, вместе со своими коллегами из благотворительной организации «Добро», убедился в низкой эффективности проведения благотворительных мероприятий подобных тому, что проводились в Томском государственном университете или в ТЦ «Авангард». Поэтому после проведения нескольких малоэффективных мероприятий по привлечению и сбору средств руководством благотворительной организации «Добро» было решено всё же прекратить использование подобных видов фандрайзинга по поиску и сбору средств.

3.2. Проект «Адаптационный лагерь «Пристань»

Среди наиболее крупнейших и значимых мероприятий, проведённых ТРОБО «Добро», следует выделить организацию адаптационного детского палаточного летнего лагеря «Пристань» в 2018 году на территории республики Хакасия. Автор проходил практику в этом лагере в качестве одного из сотрудников благотворительной организации «Добро».

За период проведения летнего адаптационного детского лагеря «Пристань» было проведено несколько смен, по результатам проведения которых автором и другими

сотрудниками подготовлен общий финансовый отчёт за всё время проведения лагеря. В рамках данного лагеря использовалось социальное предпринимательство как один из методов привлечения и сбора средств на реализацию данного социального проекта, а также был получен президентский грант. Несмотря на то, что лагерь в первую очередь был организован для адаптации выпускников центров временного пребывания детей, оставшихся без попечения родителей, на его основе руководство благотворительной организации «Добро» решило провести лагерь и для обычных детей из благополучных семей. Однако, для них лагерь «Пристань» уже не был полностью бесплатным, хотя были определённые скидки. При помощи социального предпринимательства было собрано небольшое количество денежных средств, которые направлены на развитие детского лагеря.¹

Главным источником финансирования стали деньги, полученные путём победы в результате участия в конкурсе Фонда президентских грантов. Подготовка на принятие участия в конкурсе на президентский грант осуществлялась в приготовлении необходимой документации, в том числе заявки на грант. Всего по данному гранту благотворительной организацией «Добро» на проведение адаптационного лагеря «Пристань» было выиграно 1014889 рублей. Деньги с гранта и средства, заработанные за время проведения лагеря, были полностью потрачены на сам лагерь, а также на мероприятия, которые в нём проводились.

Перед непосредственным написанием заявки для участия в конкурсе Фонда президентских грантов автором были получены материалы от исполнительного директора ТРОБО «Добро». После этого автор начал написание и подготовку заявки на конкурс президентских грантов.

Подготовка осуществлялась в несколько этапах.

Во-первых, нужно было не просто подготовить заявку на грант с нуля, нужно было посмотреть, почему была неудача с заявкой на грант от нефтехимического предприятия «СИБУР». После долгого анализа автор пришёл к мнению, что данную заявку можно использовать в качестве основы для написания новой заявки. Во-вторых, автору необходимо было заново проверить смету, в которой содержались необходимые для благотворительной организации расходы на приобретение оборудования, которое понадобится при организации и проведении детского летнего лагеря «Пристань».

¹ Лагерь «Пристань» // Официальный сайт благотворительной организации «Добро». URL: <http://proektdobro.ru/lager-pristan-2> (дата обращения: 05.11.2018)

Далее автор подготовил заявку на основе вышеприведённых материалов и передал её исполнительному директору ТРОБО «Добро» для редактирования и дальнейшей отправки на конкурс.

В результате через некоторое время заявка благотворительной организации «Добро» была размещена на ресурсе Фонда президентских грантов.

Несмотря на победу в президентском гранте до этого были и другие попытки с помощью участия в грантовой деятельности для получения средств на развитие и организацию проекта «Адаптационного лагеря «Пристань». Среди них можно отметить участие в конкурсе за получение гранта нефтехимической компании «СИБУР». Заявка на грант была подана ещё в начале весны этого года. Однако благотворительной организации «Добро» в этот раз не удалось получить грант на реализацию проекта лагеря «Пристань».¹

Среди прочего стоит сказать несколько слов о мероприятиях, проведённых за период работы лагеря «Пристань».

Первый тренинг, который был проведён в лагере, назывался «Основы медицинских знаний». Главной целью, которую организаторы планировали достичь после его проведения, было проведение занятий для воспитанников центров временного пребывания детей, оставшихся без попечения родителей, участников проекта «Пристань», направленные на формирование у подростков представления о здоровом образе жизни, обучение навыкам оказания самостоятельной доврачебной помощи и обращения в медицинские учреждения.²

В тренинге «Основы документоведения, важные личные документы» речь шла о необходимости и видах личных документов, которые должны быть у каждого человека. В современном мире человек перестаёт быть собой, не имея никаких документов: нельзя доказать, кто ты, ничего не известно о прошлом, настоящем и будущем. Поэтому документы являются неотъемлемой и важной частью каждого из нас. Но одного только наличия документов в современное время уже недостаточно, необходимо уметь их составлять самому человеку. Лицо, достигшее совершеннолетия, получает статус полной дееспособности и правоспособности, а значит, что при получении всех гарантированных прав и обязанностей государство рассчитывает на то, что молодой человек ознакомлен с тем, как вести работу с документами.

¹ Грантовый конкурс [Электронный ресурс] // Сайт «СИБУР». URL: <http://formula-hd.ru/> (дата обращения: 06.11.2018)

² Материалы по проведению палаточного лагеря «Пристань» [Электронный ресурс] // Сайт благотворительной организации «Добро». URL: <http://proektdobro.ru/lager-pristan-2> (дата обращения: 06.11.2018)

В современное технологичное и быстроразвивающееся время сеть Интернет стала одним из главных источников поиска информации на абсолютно любые темы, которые только интересуют людей. Для организации поиска в Интернете существуют специализированные службы, называемые поисковыми системами.

Поисковая система – это аппаратно-программный комплекс, который предназначен для осуществления функции поиска в интернете, и реагирующий на пользовательский запрос который обычно задают в виде какой-либо текстовой фразы, выдачей ссылочного списка на информационные источники, осуществляющейся по релевантности. Самые распространенные и крупные системы поиска: Google, Bing, Yahoo, Baidu. В Рунете – Яндекс, Mail.Ru, Рамблер.¹

Цель поисковой системы заключается в том, чтобы находить документы, содержащие либо ключевые слова, либо слова как-либо связанные с ключевыми словами. Поисковая система тем лучше, чем больше документов, релевантных запросу пользователя, она будет возвращать.²

Умение коммуницировать и налаживать отношения с другими людьми представляет собой важную составляющую в жизни каждого человека. Человек не может долго находиться в полном одиночестве, так или иначе, но ему всё равно приходится с кем-то знакомиться, общаться, находить общие интересы. Полноценное общение в современное время стало серьёзной проблемой почти для каждого, так как на смену реальным встречам и разговорам пришли виртуальные переписки. Живое общение из-за этого стало ненужным, люди разучились вести беседу напрямую, настраиваясь лишь на короткие сообщения в чатах или по смс. Ещё сложнее в этой ситуации подросткам, так как они предполагают такую ситуацию как должное, не зная о том, что есть альтернативы. Поэтому им очень сложно налаживать связи любого характера – личного, рабочего, неформального и общественного.³

Что касается проведения тренинга «Конфликтология», то он имеет непосредственную связь с установлением коммуникации с окружающим миром. Поэтому конфликты являются частью повседневной жизни. Каждый день средства массовой информации сообщают о различных конфликтах. Многие люди практически каждый день оказываются втянутыми в тот или иной конфликт. Конфликт в социальной сфере как спор

¹ Поисковые системы [Электронный ресурс] // Сайт «Uniweb». URL: http://uniofweb.ru/wiki/poiskovye_sistemy (дата обращения: 06.11.2018)

² Материалы по проведению палаточного лагеря «Пристань» [Электронный ресурс] // Сайт благотворительной организации «Добро». URL: <http://proektdobro.ru/lager-pristan-2> (дата обращения: 06.11.2018)

³ Коммуникация [Электронный ресурс] // Сайт «Академик». URL: https://dic.academic.ru/dic.nsf/econ_dict/7602 (дата обращения: 06.11.2018)

сторон, как противоречие в их интересах и целях естественен и поэтому неизбежен. Поэтому необходимо было подробно остановиться на различных видах конфликтных ситуаций, способах их разрешения. Участники познакомились с различными упражнениями, благодаря которым можно снизить уровень напряжённости сторон в конфликте.¹

Следующий тренинг, который был проведён в рамках проекта лагеря «Пристань», был посвящён трудоустройству выпускников центров временного пребывания детей, оставшихся без попечения родителей. Как известно, именно эта социальная группа людей подвергается различного рода дискриминации, в связи с тем, что не имеют достаточного опыта овладения социально-бытовыми навыками, в том числе знанием собственных законных прав и обязанностей. Из этого работодатель может сделать вывод о том, что таким человеком легко манипулировать, легко ему отказать при приёме на работу. Поэтому большое количество выпускников тратят большое время на поиск работы, но в итоге не находят того, что подошло бы им самим. Во избежание подобных ситуаций и был проведён данный тренинг.

На тренинге обсуждались наиболее важные аспекты действующего в России трудового законодательства, правила заполнения резюме, без которого в наше время никуда не устроиться на работу.²

Однако, наиболее важным, по мнению автора, было проведение занятий по юридической грамотности. Необходимость знания своих прав и обязанностей касается не только выпускников центров временного пребывания детей, оставшихся без попечения родителей, а всех граждан страны. Но именно эта группа молодых людей после выпуска из государственных учреждений сталкиваются с тем, что не знают, как им поступить в той или иной ситуации, не только из-за отсутствия опыта выполнения семейных обязанностей, а в большей мере из-за незнания нормативной составляющей их жизни.

Организаторы рассказывали участникам тренинга об особенностях правового положения детей-сирот и детей, оставшихся без попечения родителей, и способах защиты их прав в отношениях с органами государственной власти, а также муниципальными органами. Особое внимание было уделено льготам, которые предусмотрены законодательством Российской Федерации в отношении данной категории граждан. Также были освещены вопросы порядка предоставления жилых помещений для детей-сирот и детей, оставшихся без попечения родителей, лиц из числа детей-сирот и детей,

¹ Материалы по проведению палаточного лагеря «Пристань» [Электронный ресурс] // Сайт благотворительной организации «Добро». URL: <http://proektdobro.ru/lager-pristan-2> (дата обращения: 06.11.2018)

² Там же.

оставшихся без попечения родителей, а именно порядок предоставления жилых помещений специализированного жилищного фонда.¹

Далее стоит поговорить о тренинге про трудоустройство, которому было уделено отдельное внимание организаторами детского лагеря. В наше время рыночных и капиталистических отношений человек стремиться, не просто, найти работу, по возможности в полной мере реализовать свой потенциал. Это достижимо при устройстве только на желанную и интересную работу. Но, несмотря на то, что возможность найти желанную работу или работу по призванию имеется, ею могут воспользоваться не все люди. Часть школьников, при выборе специальности, может просто не знать обо всех доступных и возможных вариантах поступления в учебные заведения. Поэтому выбирают те, о которых что-то стало известно, не понимая, что это может и не быть той самой специальностью, о которой ребёнок всегда мечтал. Чтобы этого не происходило, и был организован тренинг, направленный на повышение шансов успешного самоопределения подростков в будущем. Помогая разумному планированию карьеры, данный тренинг является средством коррекции профессиональных намерений и установок школьников на последующее самоопределение.²

¹ Правовая грамотность – путь к лучшей жизни // Официальный сайт управления по опеке и попечительству Администрации городского округа города Уфа Республики Башкортостан. URL: <http://opekaufa.ru/novosti/1372-pravovaya-gramotnost-put-k-luchshej-zhizni.html> (дата обращения: 07.11.2018)

² Материалы по проведению палаточного лагеря «Пристань» [Электронный ресурс] // Сайт благотворительной организации «Добро». URL: <http://proektdobro.ru/lager-pristan-2> (дата обращения: 06.11.2018)

Заключение

На основании проведенного исследования автором была достигнута цель, поставленная во введении – было проведено комплексное исследование современного отечественного опыта использования видов фандрайзинга для привлечения и сбора средств на реализацию социальных проектов в деятельности общественных организаций, выявление его сильных и слабых сторон, определение проблемного поля и формирование предложений, направленных на совершенствование.

Кроме того, поставленные перед началом работы задачи также были успешно выполнены.

В соответствии с первой задачей, которая была поставлена автором данной работы, было определено и проанализировано понятие «фандрайзинг». Наиболее точным и полным, по мнению автора, является следующее определение.

Фандрайзинг — это деятельность по привлечению ресурсов на некоммерческие проекты, сбор пожертвований для некоммерческих и благотворительных организаций или для обеспечения социально значимых мероприятий, методика поиска источников финансирования, поиск и привлечение финансовых ресурсов «под проект», а также привлечение материальных, человеческих, технических и временных ресурсов.¹

Именно в этом определении поясняется максимально возможное количество составляющих понятия «фандрайзинг». Поэтому без этого определения автору не видится возможным описать виды использования фандрайзинга в данной работе.

Согласно второй задаче, поставленной автором во введении – изучить активно используемые виды фандрайзинга на примере деятельности российских общественных организаций, можно сказать следующее.

Ящики для пожертвований активно применялись до недавнего времени многими благотворительными организациями. Однако в связи со случившимися событиями в настоящее время его использования официальными благотворительными организациями на улицах города Томск прекращено полностью. Поэтому данный метод не является эффективным, так как сбора средств на реализацию социальных проектов с его помощью не ведётся.

Благодаря осуществлению прямого целенаправленного взаимодействия благотворительными с населением появляется возможность не только побороть отдельно взятую проблему, но и с проблемы общества в целом. Если люди будут знать о наличии

¹ Фандрайзинг [Электронный ресурс] // Сайт «Финансовый гид». URL: <http://www.financialguide.ru/encyclopedia/fundraising> (дата обращения: 15.10.2017)

трудностей или проблем в обществе, то они сообща смогут приложить усилия и положить конец их существованию или способствовать их быстрому решению.

Тематические мероприятия, проводимые в городе Томск, представляют собой сочетание различных методов для привлечения и сбора средств на социальные проекты. Несмотря на то, что в нашей стране имеются определённые проблемы экономического характера у большинства населения, люди всё равно приходят на подобные мероприятия и делают, хоть и не очень большие, пожертвования.

Эффективность использования социальной рекламы для привлечения и сбора средств на социальные проекты довольно высока по сравнению с предыдущими методами. Так только за август 2018 года фондом «Подари жизнь» было собрано 149 093 029 рублей. Однако, если говорить об эффективности социальной рекламы, то необходимо учесть тот факт, что «Подари жизнь» - это прежде всего фонд, занимающийся сбором средств на уровне федерации, то есть пожертвования приходят со всей страны. Поэтому и такая высокая эффективность.

Мобильная связь, как метод фандрайзинга для привлечения и сбора необходимых средств и ресурсов, на сегодняшний день не является эффективной, так как люди стали реже и меньше жертвовать денежных средств на благотворительность.

Несмотря на то, что наша страна на себе испытывает серьёзные социально-экономические затруднения во многих отраслях народного хозяйства, отдельные гражданские инициативы на своём примере показывают, что даже в такой ситуации можно развивать социальное предпринимательство и менять жизнь людей к лучшему, развивая при этом частную инициативу и индивидуальную социальную ответственность.

После ознакомления с зарубежным опытом использования некоммерческими организациями фандрайзинга как метода привлечения и сбора средств на реализацию социальных проектов, автором были сделаны следующие выводы по активности использования и эффективности приведённых в данной работе видов фандрайзинга за рубежом.

В США существуют различные вариации знакомого нам метода фандрайзинга – ящиков для пожертвований. Современные практики использования данного метода говорят о его высокой социальной значимости и материальной эффективности для большого количества людей. Участие сознательных граждан США в мероприятиях с использованием данного метода сбора и привлечения средств и ресурсов говорит о высокой культуре благотворительности в стране. Однако если говорить о российской действительности, то в современных реалиях, по крайней мере, на территории города Томска, этот метод не доказал своей эффективности.

Тематические мероприятия, как вид фандрайзинга для сбора и привлечения средств и ресурсов на социально значимые проекты эффективно используется по всему миру, в том числе и в России. Если говорить о конкретной технологии, то она может быть эффективна в крупных городах, где большую долю населения составляют молодые люди, например, Томск. Так же как и за рубежом, в России флешмоб может быть использован для привлечения средств или внимания населения и власти к социально значимой проблеме, которая долгое время остаётся скрытой от большинства граждан страны. Кроме того, это может способствовать увеличению социальной активности населения.

Социальная реклама активно используется как один из наиболее популярных и востребованных в мире видов фандрайзинга по привлечению средств и ресурсов на социально значимые проекты. Социальная реклама применяется в России. Данный вид сбора и привлечения ресурсов применяется во многих сферах, например: социальная реклама для борьбы с раком, со СПИДом, курением, алкоголизмом, социальная реклама, призывающая водителей транспортных средств быть более внимательными и доброжелательными по отношению к пешеходам и друг другу.

Мобильная связь за рубежом зарекомендовала себя как надёжный инструмент привлечения и сбора средств для реализации социальных проектов, особенно на примере США. В России тоже используются мобильные технологии в подобных целях. Однако в нашей стране отсутствует подобная платформа, как в США, для помощи НКО в сборе средств. В России НКО напрямую взаимодействуют с жертвователями денежных средств, самостоятельно организуя и проводя мероприятия по привлечению средств с помощью мобильной связи. Если говорить об эффективности мобильной связи, как вида фандрайзинга по привлечению и сбору денежных средств и ресурсов, то в нашей стране она остаётся на низком уровне, отсюда и низкая её популярность. Только известные на всю страну НКО могут рассчитывать на большое количество денежных средств, которые будут пожертвованы людьми. На региональном уровне этот метод зачастую оказывается не эффективным из-за невысокой социальной активности населения и его низкой плотности.

На примере деятельности лишь малой части организаций, использующих фандрайзинговые виды сбора ресурсов на проведение социальных проектов, можно увидеть, какое место занимает благотворительность в американском обществе, насколько развито простое взаимодействие обычных американцев, их сплочённость в оказании помощи своим соотечественникам. США имеют не такую долгую историю, как Россия или другие страны Европы или Азии. Однако на протяжении всей её истории шло развитие благотворительности, видов и способов сбора ресурсов, взаимодействия власти и

народа. Поэтому именно зарубежный опыт сегодня играет важнейшую роль в развитии фандрайзинга и благотворительности во всём мире, в том числе и в России.

Социальное предпринимательство получило очень широкое применение по всему миру. Однако без развития социальной ответственности и инициативы было бы практически невозможно привлечь на реализацию социальных проектов необходимое количество финансовых средств. Поэтому автором были показаны не только примеры организации социально-ориентированных бизнесов и реализации социальных проектов на привлечённые ими средства, но и то, как и какими усилиями происходит развитие социального предпринимательства.

После проведения исследования использования фандрайзинга в деятельности ТРОБО «Добро» была выявлена активность использования некоторых видов фандрайзинга по привлечению и сбору средств и ресурсов на реализацию социального проекта «Центр адаптации для выпускников центров временного пребывания детей, оставшихся без попечения родителей», а также их эффективность.

При поиске и сборе средств на данный проект автором планировалось использовать рекламные баннеры на билбордах, на проезжей части. При проезде мимо рекламного щита водители могли бы видеть информацию о деятельности благотворительной организации и сделать пожертвования для неё. Однако было решено не использовать билборды для данного проекта в связи с его непопулярностью и низким уровнем эффективности, так как люди просто не замечают баннеры. Но в то же время вёлся диалог с магазинами—партнёрами для проведения рекламной компании на их территории: размещения рекламных баннеров в магазинах сети «Стройпарк». Однако не удалось договориться с руководством магазинов по этому поводу. Но, несмотря на отказ, оно пошло на некоторые другие уступки: продажа товаров с незначительными дефектами, браком и нетоварным видом организации по сниженной от рыночной цене.

Первой краудфандинговой платформой, на которой началась реализация проекта по сбору средств, была «Planeta.ru». На данной платформе проект стартовал 27 декабря 2017 года, а закончился 3 февраля 2018 года. За весь период проведения проекта на Planeta.ru было собрано 3850 рублей. Всего было тринадцать человек, которые откликнулись на проект.¹

В ходе указанной деятельности был выявлен целый ряд как положительных, так и отрицательных проявлений данного метода.

¹ Центр адаптации для выпускников центров временного пребывания детей, оставшихся без попечения родителей [Электронный ресурс] // Сайт «Планета. ру». URL: <https://planeta.ru/campaigns/73854> (дата обращения: 03.11.2018)

Наиболее значимое преимущество поиска и сбора средств с помощью сети Интернет является его распространённость. Практически в любой точке России есть доступ во всемирную паутину. Поэтому у желающих не возникает проблем с тем, чтобы зайти на сайт проекта и пожертвовать немного денежных средств тем, кто в них нуждается.

Среди плюсов можно выделить очень удобный способ пожертвования денег – не надо идти в банкомат или в банк и стоять там очередь, чтобы совершить данную операцию. Просто набрать указанные на сайте данные и деньги будут перечислены на счёт фонда «Добро», к тому же современные технологии позволяют сделать это очень быстро.

Что касается недостатков данного метода фандрайзинга, то автор выделяет следующие:

- не всем пользователям сети Интернет известно о наличии в ней подобных сайтов, так как всемирная паутина содержит в себе очень много как полезного, так и ненужного материала, из которого очень сложно найти что-то на самом деле очень важное;
- отсутствие рекламных кампаний данных Интернет-ресурсов, так как любая рекламная деятельность направлена на получении прибыли, поэтому данные сайты остаются для многих людей до сих пор неизвестными, что опять же негативно сказывается, но уже на финансировании проектов, размещённых на данных источниках;
- сезонность пожертвования денежных средств, то есть люди не круглый год осуществляют пожертвования на социально ориентированные проекты, а в основном перед большими праздниками – новый год, пасха, а также после получения своей заработной платы, в остальное время года, особенно после этих самых праздников, деньги у людей уже потрачены;
- одним из самых важных недостатков данного метода привлечения средств и материальных ресурсов, по мнению автора, состоит в его относительной непопулярности среди граждан, то есть люди привыкли подавать милостыню нуждающимся на улице – в руки, но как таковой культуры поиска информации во всемирной паутине о нуждающихся, о фондах помощи среди граждан нашей страны пока не сложилось.

В процессе проведения исследования, автор учувствовал в проведении нескольких мероприятий. В частности были проведены две ярмарки, одна из которых проводилась на территории главного корпуса Томского государственного университета около профсоюзного комитета 21 декабря 2017 года – на ней было собрано 2200 рублей. Другая

в ТЦ «Авангард» на территории города Томска во время проведения Кубка Томской области по бодибилдингу в апреле 2018 года. В процессе проведения ярмарки на продажу были выставлены различные поделки, сделанные руками детей, в число которых вошли – натуральное мыло различных сортов, свечи ручной работы, кружки, соляные бомбочки. За всё время проведения ярмарки было собрано 2000 рублей.

Таким образом, данные мероприятия принесли незначительную сумму по той причине, что среди присутствующих была низкая активность. Поэтому после проведения нескольких малоэффективных мероприятий по привлечению и сбору средств руководством благотворительной организации «Добро» было решено всё же прекратить использование подобных видов фандрайзинга по поиску и сбору средств.

Согласно предпоследней задаче необходимо было выявить активность и проблемы применения фандрайзинга ТРОБО «Добро» для реализации проекта «Адаптационный лагерь «Пристань». За время подготовки и проведения проекта «Адаптационный лагерь «Пристань» ТРОБО «Добро» использовала несколько видов фандрайзинга, описанных автором в данной работе: социальное предпринимательство и грантовая деятельность. Дети из обычных полных семей приезжали в Хакасию по путёвке, которую им приобрели их родители. Полученные с этого деньги шли на дальнейшую организацию лагеря. Специфика лагерь состоит в том, что он был специально открыт и организован для детей, оставшихся без попечения родителей, и детей-сирот, поэтому средства, полученные с помощью социального предпринимательства, в первую очередь шли на содержание и работу именно с этим контингентом детей.

Что касается грантовой деятельности, то у благотворительной организации «Добро» не возникало особых трудностей в том, чтобы выиграть грант, несмотря на то, что весной 2018 года не удалось выиграть для проекта «Адаптационного лагеря «пристань» грант от нефтехимической компании «СИБУР». Но в то же время удалось принять участие в конкурсе Фонда президентских грантов. В результате на вышеописанный проект был выигран президентский грант.

Далее автором были сформулированы предположения, направленные на совершенствование использования общественными организациями видов фандрайзинга для привлечения и сбора средств на реализацию социальных проектов.

Во-первых, для усиления использования фандрайзинга как метода привлечения и сбора средств и ресурсов на реализацию социальных проектов общественными организациями в России необходимо, прежде всего, обратить внимание на роль государственных структур в разрешении социальных проблем населения. Государству, по

мнению автора, считается необходимым передать некоторые полномочия в социальной сфере общественным организациям не только на бумаге, но и в реальной жизни.

Во-вторых, именно государственные структуры должны широко освещать деятельность социально ориентированных общественных организаций, использующих фандрайзинг как метод для привлечения средств и ресурсов для реализации социальных проектов.

В-третьих, необходимо проводить постоянно и эффективное обучение сотрудников общественных организаций привлекать средства и ресурсы на реализацию собственных социальных проектов с использованием различных видов фандрайзинга.

В-четвёртых, ещё одним шагом для развития сектора социально ориентированных общественных организаций будет введение налоговых льгот и послаблений для подобных организаций со стороны федеральных властей.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ И ЛИТЕРАТУРЫ

1. Даушев Д.А. Фандрайзинг: истории из российской практики. Сборник кейсов. / Д.А. Даушев. – СПб.: ЦРНО., 2012. – 238 с.
2. Даушев Д.А. Как продать моральное удовлетворение? / Д.А. Даушев. – Архангельск.: Архангельский центр социальных технологий «Гарант»., 2013. – 34 с.
3. Баханькова Е. Р. Привлечение частных пожертвований в НКО. / Е.Р. Баханькова, Д.А. Даушев, А.А. Клецина, Е.С. Кудakov, А. В. Смирнова (Шматко), Н.А. Суходольская. – СПб.: Центр развития некоммерческих организаций., 2013. – 233 с.
4. Ходорова Ю. Исследование частных пожертвований в России 2014–2015 год / Ю. Ходорова, М. Черток. – М.: САФ Россия, 2015. – 8 с.
5. Кумаритова А.А. Фандрайзинг в Соединенных Штатах Америки: юридические рекомендации для российских некоммерческих организаций / А.А. Кумаритова. — М.: Проспект, 2015. — 40 с.
6. Жуков Ю.М. Диагностика и развитие компетентности в общении: практическое пособие / Ю.М. Жуков, Л.А. Петровская, П.В. Растянников. – Киров: Эниом; М.: Издательство Московского университета, 1991. – 96 с.
7. Лебедева М.М. Политическое урегулирование конфликтов: учебное пособие / М. М. Лебедева. — М.: Аспект Пресс, 1999. — 271 с.
8. Кичанова И.М. Конфликт: за и против / И. М. Кичанова. – М.: Молодая гвардия, 1978. — 224 с.
9. Захаров В.П. Социально-психологический тренинг: учебное пособие / В.П. Захаров, Н.Ю. Хрящева. – Л.: ЛГУ, 1989. – 56 с.
10. Прутченков А.С. Тренинг личностного роста / А.С. Прутченков. – М.: Творческая педагогика, 1993. – 47 с.
11. Козленко О.Б. Эффективность стратегического управления благотворительной организацией в регионе: опыт социологического анализа / О. Б. Козленко // Известия высших учебных заведений. Поволжский регион. Общественные науки. – 2009. № 4. С. 88–97.
12. Громова М.Н. Государственная поддержка НКО и проблема оценки её эффективности / М.Н. Громова, И.В. Мерсиянова // Гражданское общество в России и за рубежом. 2016. № 1. С. 39-44.
13. Кудринская Л. А. «Технари» vs «гуманитарии»: социологическое исследование благотворительности в студенческой среде / Л. А. Кудринская, А. В. Карпунина // Социология образования. 2016. № 5. С. 69-84.

14. Яцунская Е.А. Новые технологии фандрайзинга в США: опыт президентских кампаний 2008 и 2012 годов / Е.А. Яцунская // Сравнительное конституционное обозрение. 2013. № 3. С.60-73.
15. Самарина Т.Н. Социальное предпринимательство в России и за рубежом / Т.Н. Самарина // Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова. 2016. № 3. С. 176-179.
16. Корнеева И.Е. Фандрайзинг в российских некоммерческих организациях: результаты эмпирического исследования / И.Е. Корнеева // Мониторинг общественного мнения: Экономические и социальные перемены. 2016. № 4. С. 48—66.
17. Полтавская М.Б. Социальное предпринимательство как идея и как процесс: взгляд некоммерческих организаций / М.Б. Полтавская // Социология и социальные технологии. 2017. № 3. С. 247-263. - Электрон. данные. - URL: <https://volsu.ru/> (дата обращения: 03.11.2018)
18. Ярмоленко А.В. Примеры социального предпринимательства в России и за рубежом / А.В. Ярмоленко // Вестник университета. 2012. №4. С.188. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/primery-sotsialnogo-predprinimatelstva-v-rossii-i-za-rubezhom> (дата обращения: 03.11.2018)
19. Суржик Д.В. Пропагандистский фронт Первой мировой войны в США. / Д.В. Суржик // Военно-исторический журнал Министерства обороны Российской Федерации. 2012. № 12. С. 38-43. URL: <http://history.milportal.ru/tag/komitet-obshhestvennoj-informacii/> (дата обращения: 18.04.2018)
20. О фонде // Официальный сайт благотворительного фонда «Подари жизнь». – Электрон. данные. – URL: <https://www.podari-zhizn.ru/main/node/2> (дата обращения: 11.10.2018)
21. Правовая грамотность – путь к лучшей жизни // Официальный сайт управления по опеке и попечительству Администрации городского округа города Уфа Республики Башкортостан. – Электрон. данные. – URL: <http://opekaufa.ru/novosti/1372-pravovaya-gramotnost-put-k-luchshej-zhizni.html> (дата обращения: 07.11.2018)
22. Статистика пожертвований // Официальный сайт благотворительного фонда «Подари жизнь». – Электрон. данные. – URL: <https://podari-zhizn.ru/main/node/31095> (дата обращения: 11.10.2018)
23. Ашока: инновации для общества [Электронный ресурс] // Официальный сайт некоммерческого фонда «Ашока». – Электрон. данные. – URL: <https://www.ashoka.org>. (дата обращения: 03.11.2018)

24. Региональные социальные программы [Электронный ресурс] // Официальный сайт фонда региональных социальных программ «Наше будущее». – Электрон. данные. – URL: <http://nb-fund.ru> (дата обращения: 05.11.2018).
25. Деятельность фонда // Официальный сайт фонда региональных социальных программ «Наше будущее». – Электрон. данные. – URL: <http://www.nb-fund.ru/about-the-fund> (дата обращения: 06.11.2018)
26. Благотворительная деятельности сети магазинов // Официальный сайт американской сети супермаркетов «Goodwill». – Электрон. данные. – URL: <http://www.goodwill.org/> (дата обращения: 10.04.2018)
27. Проект «Проводники добра» // Официальный сайт детского благотворительного фонда имени Алёны Петровой. - Электрон. данные. - URL: <http://fond-alena.ru/fond/project/16> (дата обращения: 10.10.2018)
28. Проекты фонда // Официальный сайт детского благотворительного фонда имени Алёны Петровой. - Электрон. данные. - URL: <http://fond-alena.ru/fond/projects> (дата обращения: 11.10.2018)
29. Проекты благотворительной организации // Официальный сайт благотворительной организации «Добро». - Электрон. данные. - URL: <http://proektdobro.ru/> (дата обращения: 15.03.2018)
30. Деятельность // Официальный сайт благотворительного фонда «Рука помощи». – Электрон. данные. - URL: <http://www.ruka-pomoshi.ru/> (дата обращения: 15.03.2018)
31. Проекты и деятельность // Официальный сайт благотворительного фонда Хабенского. – Электрон. данные. - URL: <http://bfkh.ru> (дата обращения: 16.03.2018)
32. Проекты // Официальный сайт детского благотворительного фонда имени Алёны Петровой. – Электрон. данные. - URL: <http://www.fond-alena.ru> (дата обращения: 16.03.2018)
33. Помощь детям // Официальный сайт благотворительного фонда «Обыкновенное чудо». – Электрон. данные. - URL: <https://chudo.tomsk.ru/> (дата обращения: 22.03.2018)
34. Деятельность фонда // Официальный сайт фонда поддержки и развития филантропии. – Электрон. данные. - URL: <http://cafrussia.ru/page/about> (дата обращения: 22.03.2018)
35. Лагерь «Пристань» // Официальный сайт благотворительной организации «Добро». – Электрон. данные. – URL: <http://proektdobro.ru/lager-pristan-2> (дата обращения: 05.11.2018)

36. Привлечение средств на социальные проекты // Официальный сайт фонда поддержки и развития филантропии. – Электрон. данные. - URL: http://cafrussia.ru/page/blago_ru (дата обращения: 22.03.2018)
37. Доноры [Электронный ресурс] // Сайт «Портал НКО». – Электрон. данные. - URL: <http://portal-nko.ru/finance/donors> (дата обращения: 21.03.2018)
38. Краудфандинг [Электронный ресурс] // Сайт «Планета. ру». – Электрон. данные. - URL: <https://planeta.ru/faq/article/2!paragraph9> (дата обращения: 01.11.2017)
39. Фандрайзинг [Электронный ресурс] // Сайт «Словарь экономиста». – Электрон. данные. – URL: http://www.marketch.ru/marketing_dictionary/marketing_terms_f/fundraising (дата обращения: 10.10.2017)
40. Фандрайзинг [Электронный ресурс] // Сайт «Академик». – Электрон. данные. – URL: <https://dic.academic.ru/dic.nsf/ruwiki/399143> (дата обращения: 15.10.2017)
41. Фандрайзинг [Электронный ресурс] // Сайт «Финансовый гид». – Электрон. данные. – URL: <http://www.financialguide.ru/encyclopedia/fundraising> (дата обращения: 15.10.2017)
42. Пожертвования [Электронный ресурс] // Сайт «Благо. ру». – Электрон. данные. - URL: <https://www.blago.ru/> (дата обращения: 24.03.2018)
43. Социальное предпринимательство [Электронный ресурс] // Сайт «Обучение». – Электрон. данные. – URL: https://studme.org/39690/menedzhment/sotsialnoe_predprinimatelstvo_kak_forma_sistemnoy_blagotvoritelnosti (дата обращения: 25.03.2018)
44. «Школа фермеров» [Электронный ресурс] // Сайт «Новый бизнес». – Электрон. данные. - URL: <http://www.nb-forum.ru/social/symply-said/makarenko-s-kalkulatorom.html> (дата обращения: 10.10.2018)
45. Деятельность [Электронный ресурс] // Сайт «Школа фермеров». – Электрон. данные. - URL: <http://www.shkolafermerov.ru/news.html?id=143> (дата обращения: 10.10.2018)
46. Томская региональная общественная благотворительная организация помощи детям-сиротам, приёмным и кризисным семьям «Добро» [Электронный ресурс] // Сайт «ТРОБО «Добро». – Электрон. данные. – URL: <http://proektdobro.ru/ustav> (дата обращения: 10.11.2018)
47. Социальное предпринимательство [Электронный ресурс] // Сайт «Новый бизнес». – Электрон. данные. - URL: www.nb-forum.ru. (дата обращения: 03.11.2018)

48. Социальное предпринимательство [Электронный ресурс] // Сайт «Портал НКО». – Электрон. данные. - URL: <http://portal-nko.ru/dialog/16503/16613> (дата обращения: 21.03.2018)
49. Фонд «Наше будущее» [Электронный ресурс] // Сайт «Российская ассоциация франчайзинга». – Электрон. данные. – URL: http://www.rusfranch.ru/partners/fond_quotnashe_budushcheequot (дата обращения: 06.11.2018)
50. Из опыта организации фандрайзинга в США [Электронный ресурс] // Сайт «НоваяИнфо». – Электрон. данные. – URL: <https://novainfo.ru/article/?nid=11963> (дата обращения: 18.03.2018)
51. Банк бесплатной еды [Электронный ресурс] // Сайт «Финансы тут». – Электрон. данные. – URL: <https://finance.tut.by/news509902.html> (дата обращения: 05.04.2018)
52. Благотворительный магазин «Спасибо!» [Электронный ресурс] // Сайт «Шаг вперёд». – Электрон. данные. – URL: <https://shag-vpered.org/spasibo-kogda-veshhi-prinosyat-polzu/> (дата обращения: 10.04.2018)
53. Понятие «флешмоб» [Электронный ресурс] // Сайт «Женская школа копирайтинга». – Электрон. данные. – URL: <https://staff-online.ru/fleshmob-raznovidnosti-sovety-po-organizacii-preimuschstva-i-riski/> (дата обращения: 13.04.2018)
54. Знаменитости обливаются ледяной водой и собирают деньги на лечение болезни Стивена Хокинга // Официальный сайт сетевого издания «Газета.ру». – Электрон. данные. – URL: https://www.gazeta.ru/science/2014/08/18_a_6179781.shtml (дата обращения: 14.04.2018)
55. Хорошие идеи в Америке рекламируют [Электронный ресурс] // Сайт «Социальная реклама». – Электрон. данные. – URL: http://www.socreklama.ru/analytics/list.php?ELEMENT_ID=4930&SECTION_ID=107 (дата обращения: 18.04.2018)
56. Социальная реклама против рака груди [Электронный ресурс] // Сайт «Первый сайт о социальной рекламе в России». – Электрон. данные. – URL: <http://www.1soc.ru/news/view/681> (дата обращения: 25.03.2018)
57. «Розовая ленточка» [Электронный ресурс] // Сайт «Avon: миссия против рака груди». – Электрон. данные. – URL: <https://www.avon-protivraka.ru> (дата обращения: 25.03.2018)

58. Фандрайзинг и мобильная связь [Электронный ресурс] // Сайт «The mGive Foundation». – Электрон. данные. – URL: <https://www.mgive.com> (дата обращения: 25.03.2018)
59. Мобильный фандрайзинг покоряет США [Электронный ресурс] // Сайт «Теплица социальных технологий». – Электрон. данные. – URL: <https://test.ru/entries/mgive/> (дата обращения: 25.03.2018)
60. Социальное предпринимательство в мировой практике [Электронный ресурс] // Сайт «Фонд социальных инвестиций». URL:<https://www.socinvest.ru/resources/%D0%BF%D1%80%D0%B5/> (дата обращения: 01.11.2018)
61. Социальное предпринимательство [Электронный ресурс] // Сайт «Хлеб прямо из печи». – Электрон. данные. – URL: <https://hotbreadkitchen.org/> (дата обращения: 01.11.2018)
62. Миссия [Электронный ресурс] // Сайт «Ашока». – Электрон. данные. – URL: <https://www.ashoka.org/en/about-ashoka> (дата обращения: 01.11.2018)
63. Центр адаптации для выпускников детских домов [Электронный ресурс] // Сайт «Планета. ру». – Электрон. данные. – URL: <https://planeta.ru/campaigns/73854> (дата обращения: 03.11.2018)
64. Грантовый конкурс [Электронный ресурс] // Сайт «СИБУР». – Электрон. данные. – URL: <http://formula-hd.ru/> (дата обращения: 06.11.2018)
65. Материалы по проведению палаточного лагеря «Пристань» [Электронный ресурс] // Сайт благотворительной организации «Добро». – Электрон. данные. – URL: <http://proektdobro.ru/lager-pristan-2> (дата обращения: 06.11.2018)
66. Поисковые системы [Электронный ресурс] // Сайт «Uniweb». – Электрон. данные. – URL: http://uniofweb.ru/wiki/poiskovye_sistemy (дата обращения: 06.11.2018)
67. Коммуникация [Электронный ресурс] // Сайт «Академик». – Электрон. данные. – URL: https://dic.academic.ru/dic.nsf/econ_dict/7602 (дата обращения: 06.11.2018)

ПРИЛОЖЕНИЕ А Смета расходов на грант

1.2 Выплаты физическим лицам (за исключением индивидуальных предпринимателей) за оказание ими услуг (выполнение работ) по гражданско-правовым договорам

Психолог	20 000,00	1	20 000,00	0,00	20 000,00
Комментарий: Перед началом смены лагеря психолог проводит семинар для педагогического состава по специфике работы с детьми-сиротами, приемными детьми и детьми из кризисных семей (стоимость подобного семинара = 3000 руб.). Во время смены лагеря: Психолог проводит групповое консультирование детей, оказавшихся в трудной жизненной ситуации. Минимальная стоимость 1 групповой консультации - 250 рублей. Ежедневно 4 групповых консультации с подростками и детьми младшего школьного возраста. Психолог проводит индивидуальные консультации с детьми, состоящими на учете в КДН, минимальная стоимость подобной консультации = 600 руб. Также ежедневно психолог проводит занятия по арт-терапии с 2 отрядами по 45 минут. После смены психолог готов включиться в мониторинговое исследование результатов проекта, а также участвовать во встречах участников лагеря. Таким образом, средняя заработная плата психолога - 1000 руб. в день.					
Сотрудник пресс-центра	50 000,00	1	50 000,00	50 000,00	0,00
Комментарий: Сотрудник пресс-центра отвечает за подготовку всех информационных мероприятий проекта (пресс-релизы, новостные заметки, коммуникация со СМИ) и своевременное наполнение официального сайта. Оплата труда рассчитана с учетом полной занятости в проекте в течение 10 месяцев					
Фотограф	70 000,00	1	70 000,00	70 000,00	0,00
Комментарий: Фотограф проекта осуществляет съемку всех мероприятий и готовит фотографии для пресс-центра. Оплата труда рассчитана с учетом занятости в течение 10 месяцев					
Спортивный инструктор	18 000,00	1	18 000,00	0,00	18 000,00
Комментарий: Спортивный инструктор ежедневно проводит утреннюю пробежку, утреннюю зарядку, физкультминутки между тренингами. Ежедневно проводит 2-х часовые спортивные занятия для всех участников лагеря - турниры, игры, квесты. Дополнительно спортивный инструктор ведет кружок по хороводам и русским народным играм.					
Повар	20 000,00	1	20 000,00	0,00	20 000,00
Комментарий: Во время реализации образовательной части проекта (июль) работает поваром в лагере. Отвечает за составление меню, утверждение его в органах Роспотребнадзора. Отвечает за составление технологических карт на каждое блюдо, закупку продуктов и приготовление пищи.					
Вожатый	18 000,00	6	108 000,00	0,00	108 000,00
Комментарий: Воспитатель-вожатый отвечает за отряд из 20 детей, всего 6 отрядов и 6 воспитателей. Воспитатель-вожатый отвечает за побудку детей, сопровождает их на каждом мероприятии, ежедневно участвует в педагогической планерке, проводит отрядный час с детьми. Следит за состоянием каждого ребенка. Выстраивает взаимоотношения внутри детского коллектива, следит за комфортной психологической средой. Вечером проводит рефлексивную свечку прожитого дня. Фиксирует образовательные и социальные приросты каждого ребенка из своего отряда. Отвечает за своевременный отбой детей. Средняя заработная плата в день 600 рублей.					

Помощник повара	10 000,00	3	30 000,00	0,00	30 000,00
Комментарий: Помощники повара ежедневно помогают повару в готовке (мытьё, нарезка, жарка, варка продуктов питания), осуществляют мытьё посуды после каждого организованного приема пищи в лагере, помогают вожатым в сервировке в столовой. Отвечают за чистоту всей столовой. После каждого приема пищи дезинфицируют столы, наводят во всей кухне порядок. Необходимо 3 работника, так как варить нужно на большой объем участников (примерно 75 человек).					
Разнорабочие	10 000,00	3	30 000,00	0,00	30 000,00
Комментарий: Разнорабочие в лагере отвечают за своевременную заготовку дров (дров нужно много для полевой кухни и бани) и воды для кухни, осуществляют разгрузку продуктов питания, сбор и вывоз мусора, оперативный ремонт инфраструктуры, уборку туалетов, территории. Отвечают за подготовку бани к помывке детей и сотрудников - топят печь, носят воду, наводят порядок в бане. Необходимо 3 сотрудника, так как большой объем работы.					
Водитель	30 000,00	1	30 000,00	0,00	30 000,00
Комментарий: Водитель проекта ежедневно осуществляет доставку продуктов питания, питьевой воды, хозяйственных товаров и другого необходимого инвентаря. Является оперативным дежурным для транспортировки людей из лагеря в случае необходимости. Осуществляет доставку в лагерь приглашенных специалистов для проведения тренингов. Отвечает за проведение тренинга по трудоустройству, а также по работе с важными документами.					
Арт-терапевт	20 000,00	1	20 000,00	0,00	20 000,00
Комментарий: Организует и проводит ежедневные занятия с участниками проекта по арт-терапии					
Инструктор по туризму	18 000,00	1	18 000,00	0,00	18 000,00
Комментарий: Инструктор по туризму отвечает за организацию тренинга по выживанию в экстремальных условиях и за организацию тренинга по бытовым навыкам. Отвечает за вечерние развлекательные и образовательные мероприятия.					
Врач	18 000,00	1	18 000,00	0,00	18 000,00
Комментарий: Квалифицированный специалист с медицинским образованием. Врач лагеря будет работать в проекте 40 дней. 7 дней до начала смены лагеря: организация мед.осмотра сотрудников лагеря, проверка всех прививочных карт. Организация и проведение мед.осмотра детей, изучение анамнеза каждого ребенка. 30 дней во время смен: проведение ежедневного осмотра детей и сотрудников утром и вечером, круглосуточное дежурство, ведение журнала бракеража на кухне, ответственность за санитарное состояние всего лагеря. Дополнительно: проведение трех 2-хчасовых тренингов по формированию домашней аптечки, оказанию первой медицинской помощи и порядке обращения в медицинские учреждения. Проведение медицинского осмотра по допуску в лагерь 60 детей - 3500 руб. (средняя стоимость по городу). Работа в лагере во время смены: проведение осмотра физического состояния детей - 200 рублей, всего 36 осмотров (2 раза в день по требованию Роспотребнадзора) = 7200 руб. Оплата за проведение 3х тренингов - 1300 руб.					
Итого по статье:			572 000,00	120 000,00	452 000,00

1.3 Страховые взносы

	Общая сумма (в рублях)	Софинансирование (за весь период, в рублях)	Запрашиваемая сумма
Страховые взносы с выплат штатным работникам	0,00	0,00	0,00
Комментарий:			
Страховые взносы с выплат физическим лицам по гражданско-правовым договорам	114 400,00	24 000,00	90 400,00
Комментарий: Ставка 20%. Пониженные тарифы по страховым взносам для благотворительных организаций, находящихся на упрощенной системе налогообложения, применяются согласно пункта 12 части 1 и части 3.4 статьи 58 Закона N 212-ФЗ "О страховых взносах в Пенсионный фонд Российской Федерации, Фонд социального страхования Российской Федерации, Федеральный фонд обязательного медицинского страхования"			
Итого по статье:	114 400,00	24 000,00	90 400,00

2. Командировочные расходы

Цель поездки и место назначения (если оно определено)	Расходы на одного работника (в рублях)	Количество работников	Общая стоимость	Софинансирование (по всем командированным, в рублях)	Запрашиваемая сумма
Итого по статье:			0,00	0,00	0,00

3. Офисные расходы (аренда нежилого помещения, коммунальные услуги, услуги связи, услуги банков, электронный документооборот, почтовые услуги, компьютерное оборудование и программное обеспечение (включая справочные информационные системы, бухгалтерское программное обеспечение), канцтовары и расходные материалы)

Наименование расходов	Стоимость единицы (в рублях)	Кол-во единиц	Общая стоимость	Софинансирование (за весь период, в рублях)	Запрашиваемая сумма
Канцтовары	16 000,00	1	16 000,00	2 000,00	14 000,00
Комментарий: Приобретение бумаги, ручек, маркеров, карандашей, кисточек, красок для проведения занятий					
Ноутбук	20 000,00	1	20 000,00	20 000,00	0,00
Комментарий: Ноутбук для административной работы на территории лагеря					
Итого по статье:			36 000,00	22 000,00	14 000,00

4. Приобретение, аренда специализированного оборудования, инвентаря и сопутствующие расходы

Наименование расходов	Стоимость единицы (в рублях)	Кол-во единиц	Общая стоимость	Софинансирование (за весь период, в рублях)	Запрашиваемая сумма
Фотоаппарат	31 000,00	1	31 000,00	31 000,00	0,00
Комментарий: Фотоаппарат для работы пресс-центра					
Оборудование для скалолазания	92 000,00	1	92 000,00	56 000,00	36 000,00
Комментарий: Инвентарь для скалолазания (веревки, страховочные тросы, беседки, карабины, скальники)					
Видеопроектор мультимедийный	28 490,00	1	28 490,00	0,00	28 490,00
Комментарий: Необходим для проведения групповых мероприятий					
Экран для проектора	3 199,00	1	3 199,00	0,00	3 199,00
Комментарий: Необходим для проведения мероприятий					
Настольные игры	8 000,00	1	8 000,00	8 000,00	0,00
Комментарий: Настольные игры необходимы для обеспечения досуга участников проекта					
Спальники	2 000,00	70	140 000,00	140 000,00	0,00
Комментарий: Спальные мешки будут использоваться для проживания в лагере участников проекта. Все закупленные спальные мешки будут поставлены на баланс организации. Спальные мешки будут использоваться в последующих сменах лагеря, а также при организации походов, экспедиций и экологических акций.					
Палатки 3-х местные	4 000,00	12	48 000,00	48 000,00	0,00
Комментарий: Палатка будет использоваться для проживания в лагере участников проекта. Все закупленные палатки будут поставлены на баланс организации. Палатки будут использоваться для проживания детей в последующих сменах лагеря, а также при организации походов, экспедиций и экологических акций.					
Коврик туристский	300,00	70	21 000,00	21 000,00	0,00
Комментарий: Коврики будут использоваться для проживания в лагере участников проекта. Все закупленные коврики будут поставлены на баланс организации. Коврики будут использоваться в последующих сменах лагеря, а также при организации походов, экспедиций и экологических акций.					
Бензогенератор	18 000,00	1	18 000,00	18 000,00	0,00
Комментарий: Генератор позволит организовать кино клуб в лагере, обеспечить звуковое сопровождение при проведении мероприятий, обеспечить освещение в темное время суток, а также позволит оперативно работать пресс-службе проекта. Генератор будет поставлен на баланс организации. Генератор будет использоваться в последующих сменах лагеря, а также при организации походов, экспедиций и экологических акций.					
Бензопила	16 000,00	1	16 000,00	0,00	16 000,00
Комментарий: Пила будет использоваться хозяйственной бригадой при заготовке дров для кухни лагеря. Бензопила будет поставлена на баланс организации. Бензопила будет использоваться в последующих сменах лагеря, а также при организации походов, экспедиций и экологических акций.					
Мотопомпа в комплекте с пожарным	48 000,00	1	48 000,00	48 000,00	0,00

оборудованием					
Комментарий: Мотопомпа будет использоваться во время проведения смены лагеря. Комплект пожарного оборудования включает в себя пожарные планги, переходники, разбрызгиватели. Мотопомпа будет использоваться в последующих сменах лагеря, а также при организации походов, экспедиций и экологических акций.					
Индивидуальный набор металлической посуды	300,00	70	21 000,00	10 000,00	11 000,00
Комментарий: Будет использоваться в течение образовательной смены лагеря. Вся закупленная посуда будет поставлена на баланс организации. Посуда будет использоваться в последующих сменах лагеря, а также при организации походов, экспедиций и экологических акций.					
Спутниковый телефон	40 000,00	1	40 000,00	0,00	40 000,00
Комментарий: Поскольку лагерь находится на труднодоступной территории, где отсутствует стандартная сотовая связь, необходим спутниковый телефон для экстренной связи.					
Звуковое оборудование	60 000,00	1	60 000,00	0,00	60 000,00
Комментарий: Комплект звукового оборудования для проведения массовых мероприятий, включающий колонки, микрофоны, усилитель, пульт, провода и стойки.					
Набор крупной посуды	40 000,00	1	40 000,00	10 000,00	30 000,00
Комментарий: Набор включает котлы (50 литров), сковороды, кастрюли, ножи, доски, которые используются в организации питания большого количества детей в соответствии с Санитарными правилами и нормами					
Огнетушитель	1 200,00	6	7 200,00	0,00	7 200,00
Комментарий: Огнетушитель необходим для размещения у каждой группы палаток и в других административно-хозяйственных местах					
Катамаран с комплектом снаряжения	1,00	40000	40 000,00	0,00	40 000,00
Комментарий: Катамаран для организации водной школы с комплектом снаряжения (каска, жилеты, весла)					
Итого по статье:			661 889,00	390 000,00	271 889,00

5. Разработка и поддержка сайтов, информационных систем и иные аналогичные расходы

Наименование расходов	Стоимость единицы (в рублях)	Кол-во единиц	Общая стоимость	Софинансирование (за весь период, в рублях)	Запрашиваемая сумма
Итого по статье:			0,00	0,00	0,00

6. Оплата юридических, информационных, консультационных услуг и иные аналогичные расходы

Наименование расходов	Стоимость единицы (в рублях)	Кол-во единиц	Общая стоимость	Софинансирование (за весь период, в рублях)	Запрашиваемая сумма
Бухгалтерские услуги	20 000,00	1	20 000,00	0,00	20 000,00
Комментарий: Услуги бухгалтера по проекту в рамках договора оказания бухгалтерских услуг					
Итого по статье:			20 000,00	0,00	20 000,00

7. Расходы на проведение мероприятий

Наименование расходов	Стоимость единицы (в рублях)	Кол-во единиц	Общая стоимость	Софинансирование (за весь период, в рублях)	Запрашиваемая сумма
Транспортные расходы	100 000,00	1	100 000,00	50 000,00	50 000,00
Комментарий: Услуги по доставке групп автобусами к местам проведения спортивных мероприятий					

Итого по статье:	100 000,00	50 000,00	50 000,00
-------------------------	------------	-----------	-----------

8. Издательские, полиграфические и сопутствующие расходы

Наименование расходов	Стоимость единицы (в рублях)	Кол-во единиц	Общая стоимость	Софинансирование (за весь период, в рублях)	Запрашиваемая сумма
Полиграфическая продукция	10 000,00	1	10 000,00	0,00	10 000,00
Комментарий: Печать бланков, благодарственных писем для всех мероприятий, блокнотов, раздаточного материала.					
Итого по статье:			10 000,00	0,00	10 000,00

9. Прочие прямые расходы

Наименование расходов	Стоимость единицы (в рублях)	Кол-во единиц	Общая стоимость	Софинансирование (за весь период, в рублях)	Запрашиваемая сумма
Продукты питания	13 200,00	28	369 600,00	289 000,00	80 600,00
Комментарий: Продукты питания рассчитаны по формуле 220р. на 1 человека в день * 60 человек * 28 дней.					
Изготовление кемпингового шатра для кострового места	26 000,00	1	26 000,00	0,00	26 000,00
Комментарий: Услуги по изготовлению большого кемпингового шатра для кострового места диаметром 10 метров					
Итого по статье:			395 600,00	289 000,00	106 600,00

Итого:	Общая сумма расходов на реализацию проекта	Софинансирование	Запрашиваемая сумма гранта
	1 909 889,00	895 000,00	1 014 889,00

Отчет о проверке на заимствования №1



Автор: Averina Ekaterina ea-averina@mail.ru / ID: 4673468

Проверяющий: Averina Ekaterina (ea-averina@mail.ru) / ID: 4673468)

Отчет предоставлен сервисом «Антиплагиат»- <http://users.antiplagiat.ru>

ИНФОРМАЦИЯ О ДОКУМЕНТЕ

№ документа: 9
Начало загрузки: 21.12.2018 09:19:40
Длительность загрузки: 00:00:01
Имя исходного файла: Диплом.1246 Аникин Н
Размер текста: 1919 кБ
Символов в тексте: 127544
Слов в тексте: 15694
Число предложений: 1093

ИНФОРМАЦИЯ ОБ ОТЧЕТЕ

Последний готовый отчет (ред.)
Начало проверки: 21.12.2018 09:19:42
Длительность проверки: 00:00:03
Комментарии: не указано
Модули поиска:

ЗАИМСТВОВАНИЯ	ЦИТИРОВАНИЯ	ОРИГИНАЛЬНОСТЬ
10,24% 	0% 	89,76% 



Заимствования — доля всех найденных текстовых пересечений, за исключением тех, которые система отнесла к цитированиям, по отношению к общему объему документа.
Цитирования — доля текстовых пересечений, которые не являются авторскими, но система посчитала их использование корректным, по отношению к общему объему документа. Сюда относятся оформленные по ГОСТу цитаты; общеупотребительные выражения; фрагменты текста, найденные в источниках из коллекций нормативно-правовой документации.

Текстовое пересечение — фрагмент текста проверяемого документа, совпадающий или почти совпадающий с фрагментом текста источника.

Источник — документ, проиндексированный в системе и содержащийся в модуле поиска, по которому проводится проверка.

Оригинальность — доля фрагментов текста проверяемого документа, не обнаруженных ни в одном источнике, по которым шла проверка, по отношению к общему объему документа.

Заимствования, цитирования и оригинальность являются отдельными показателями и в сумме дают 100%, что соответствует всему тексту проверяемого документа.

Обращаем Ваше внимание, что система находит текстовые пересечения проверяемого документа с проиндексированными в системе текстовыми источниками. При этом система является вспомогательным инструментом, определение корректности и правомерности заимствований или цитирований, а также авторства текстовых фрагментов проверяемого документа остается в компетенции проверяющего.

№	Доля в отчете	Доля в тексте	Источник	Ссылка	Актуален на	Модуль поиска	Блоков в отчете	Блоков в тексте
[01]	2,17%	2,57%	Скачать	http://chuprina.kz	22 Июл 2018	Модуль поиска Интернет	28	33
[02]	0,42%	2,52%	Введение в фандрайзинг Во...	http://tfolio.ru	16 Янв 2017	Модуль поиска Интернет	4	31
[03]	1,03%	1,03%	Банк бесплатной еды. Как в ...	https://finance.tut.by	21 Авг 2018	Модуль поиска Интернет	24	24

Еще источников: 17

Еще заимствований: 6,61%