



*Социологические науки*

**УДК 338.467.6**

**В.Е. Беспалова**

**Беспалова Виктория Евгеньевна**, студентка 1 курса факультета гуманитарного образования Краснодарского государственного института культуры (Краснодар, ул. им. 40-летия Победы, 33), e-mail: vika.bespalova.04@mail.ru

Научный руководитель: **Кравченко Татьяна Евгеньевна**, доцент кафедры социально-культурной деятельности Краснодарского государственного института культуры (Краснодар, ул. им. 40-летия Победы, 33), e-mail: kravchenko\_77@mail.ru

## **ФАНДРАЙЗИНГ В СФЕРЕ КУЛЬТУРЫ: ИСТОРИЯ, ВИДЫ, ЭТАПЫ, ОСОБЕННОСТИ**

В последние годы в нашей стране особо актуален вопрос сохранения и развития культурной сферы. В связи с недостатком финансов, выделяемых из государственного бюджета, поднимается вопрос о привлечении дополнительных источников сбора средств. Эту функцию осуществляет фандрайзинг. В данной статье рассмотрены история возникновения фандрайзинга, его основные виды и особенности в сфере культуры.

**Ключевые слова:** культурные учреждения, финансирование, некоммерческие организации, фандрайзинг, инвесторы в культуру, благотворительность.

**V.E. Bespalova**

**Bespalova Victoria Evgenievna**, 1st year student of faculty of humanitarian education of the Krasnodar state institute of culture (33, im. 40-letiya Pobedy st., Krasnodar), e-mail: vika.bespalova.04@mail.ru

Research supervisor: **Kravchenko Tatiana Evgenievna**, associate professor of department of socio-cultural activities of the Krasnodar state institute of culture (33, im. 40-letiya Pobedy st., Krasnodar), e-mail: kravchenko\_77@mail.ru

## **FUNDRAISING IN THE CULTURAL SPHERE: HISTORY, TYPES, STAGES, PECULIARITIES**

In recent years in our country the issue of preservation and development of the cultural sphere is especially topical. Due to the lack of finances allocated from the state budget, the question of attracting additional sources of fundraising is raised. This function is performed by fundraising. This article considers the history of fundraising, its main types and features in the cultural sphere.

**Key words:** cultural institutions, financing, non-profit organizations, fundraising, investors in culture, charity.

Во все времена культура являлась важной составляющей всех государств. Помимо того, что культура хранит память о наших предках, передает через века гениальные открытия, у нее есть и проблемы, с которыми необходимо бороться. Этим вопросам в последние годы уделяется много внимания.

В наше время перед государством стоит множество задач, и одна из них – развитие и поддержание культуры. На культурные учреждения, которые, в свою очередь, являются некоммерческими организациями, сильно влияет рыночная экономика, направленная на вытеснение неконкурентоспособных участников. И так как финансирования в сфере

культуры не всегда хватает на реализацию задуманных целей, организации пытаются найти способы привлечения дополнительных средств. Одним из актуальных способов решения данной проблемы является фандрайзинг – поиск новых способов для привлечения средств из разных источников с целью реализации проекта.

В широком смысле фандрайзинг – это привлечение различных ресурсов для более успешного выполнения деятельности. В этом случае под ресурсами понимаются как денежные средства, так и рабочая сила, время, аппаратура и так далее. В узком смысле слова это способы получения финансовых средств, направленных на создание фондов и проектов [2].

Термин «фандрайзинг» пришел в Россию из США. В Соединенных Штатах существует направление фандрайзинга под названием «третий сектор» – это некоммерческие неправительственные организации, которые, в свою очередь, занимаются делами, исходя из собственных интересов, при этом не обращая внимания на государственный и частный секторы экономики. Они начали расти и развиваться в конце XIX и начале XX века. Во второй половине XX века роль «третьего сектора» значительно возросла, что привело к активному развитию фандрайзинга.

В 1980 годы в Америке произошло сокращение бюджетных средств на социальные цели, в результате чего возник финансовый кризис в третьем секторе. Поэтому фандрайзинг, изначально не ориентированный на получение государственных средств, стал охватывать все больше и больше сфер деятельности, таких как медицина, образование, культура и другие [3, с. 32].

Фандрайзинг в России – достаточно неосвоенное и новое явление. Фандрайзинг часто приравнивается к благотворительной деятельности. Во времена СССР «благотворительность» рассматривалась как чуждое явление, поскольку правительство считало, что в сложившемся обществе не существует нищеты, а люди и организации не нуждаются в благотворительности.

Но ситуация начала меняться примерно в 1980-е годы, когда начинается процесс распада Советского Союза. Этот фактор становится причиной установления и развития международных отношений СССР с другими странами. Так в нашу культуру стали проникать новые идеи, в том числе и фандрайзинг для некоммерческих организаций.

Развитие фандрайзинга началось с появлением первых некоммерческих организаций и первых доноров. Отечественных доноров в государстве не было, однако было много иностранных фондов, которые выделяли большие средства для развития некоммерческих организаций. Впоследствии многие иностранные фонды покинули Россию, благодаря чему начали активную работу частные российские фонды и благотворители.

В настоящее время существует проблема развития фандрайзинга в России, так как в большинстве случаев организация внешней поддержки является больше социокультурным явлением и обычно не направлена на извлечение финансовых средств.

В настоящий момент учреждения культуры и их спонсоры выступают деловыми партнерами, поскольку в обмен на денежную или иную материальную помощь спонсор получает возможность сделать известным свой продукт и себя как личность.

Рассматривая фандрайзинг в России, важно отметить роль Института культурной политики. Этот институт был открыт в 2002 году. Сейчас это учреждение занимается различными вопросами, связанными с культурной политикой нашей страны. Данная фандрайзинговая компания обеспечивает связь между государством и обществом и организует культурные мероприятия и конференции. Кроме этого, Институт решает ряд важных проблем и обсуждает вопросы, связанные с культурой России.

Также необходимо отметить, что в последние несколько лет в России фандрайзинг развивается активнее по сравнению с предыдущими годами. Так, на сегодняшний день в стране зарегистрировано более 10000 благотворительных фондов, которые направляют собранные средства в

различные сферы общества, включая медицину, образование, досуг, благоустройство территорий и экологические проблемы. Однако стоит обратить внимание на то, что у любой фандрайзинговой компании есть свои задачи, которые определяют тот или иной вид фандрайзинга.

Первый вид фандрайзинга – проектный. Он подразумевает получение конкретных средств для реализации намеченного проекта. Этот вид эксперты находят наиболее выгодным и удобным. Объяснить это можно наличием четко обозначенных целей, сметы и возможностью привлечения больших финансовых средств для проекта [4]. Зачастую интерес большинства инвесторов направлен именно на этот вид фандрайзинга, так как они могут проследить, куда и на какие цели были израсходованы их деньги. Достоинством проектного фандрайзинга является также извлечение прибыли в случае успешной реализации проекта. Хотя этот факт не является основополагающим, на него часто обращают внимание и некоммерческие организации и инвесторы.

Вторым видом фандрайзинга является оперативный. Этот вид пользуется меньшей популярностью, так как выделяемые финансовые средства направлены на закрытие текущих расходов некоммерческой организации. Для каждого инвестора важно знать, на что были израсходованы его деньги и какой вклад носит его пожертвование, в то время как оплата электричества в доме культуры или выплата заработной платы техническому персоналу, в свою очередь, могут не удовлетворить донора. Но с другой стороны, данный вид фандрайзинга привлекателен тем, что в этом случае проекты оказываются долгосрочными [3, с. 34].

Оперативным видом фандрайзинга чаще всего пользуются культурные учреждения, находящиеся в критическом и неблагоприятном состоянии. В этой ситуации они часто прибегают к помощи государства или частных лиц с целью уплаты имеющейся у них задолженности.

Говоря о видах фандрайзинга, важно также разделить их в зависимости от особенностей поиска потенциальных инвесторов.

Внешний фандрайзинг – это ситуация, в которой нахождением спонсоров занимаются профессиональные консультанты, которые не являются сотрудниками некоммерческой организации.

Второй тип – внутренний фандрайзинг – это ситуация, когда поиском потенциальных инвесторов занимаются непосредственно сотрудники той некоммерческой организации, которой необходимы финансы для определенного проекта.

Чтобы учреждению культуры осуществить фандрайзинг, необходимо соблюдать определенные этапы: планирование, реализацию, контроль и анализ [1].

Планирование является наиболее важным шагом в реализации мероприятий по сбору средств. Находясь на стадии планирования, учреждению культуры необходимо разработать программу сбора средств с максимально конкретным содержанием и определить расходы организации на планируемый период (направления расходования и ориентировочную стоимость).

Этап реализации включает в себя выбор метода фандрайзинга. Среди методов наиболее популярными являются личное обращение, обращение к потенциальным группам, телефонные звонки, обращение к посетителям сайта, телевизионные обращения. Также устанавливается ответственность за сбор средств и выделение финансов для реализации цели.

Этап контроля в любой деятельности предполагает сравнение плановых показателей с фактическими. В случае фандрайзинговой деятельности осуществляется контроль за осуществлением фандрайзинга и корректировка планов с учетом изменившейся ситуации.

Последний этап фандрайзинговой кампании включает в себя анализ эффективности разработанного плана, который рассматривается по результатам фандрайзинга, при этом осуществляется анализ сбора средств и результатов.

На каждом этапе необходимо учитывать все возможности и риски, для того чтобы информация была максимально объективной и могла служить шаблоном в дальнейшем.

В связи с тем, что фандрайзинг используется в различных видах деятельности, существуют определенные особенности, связанные с фандрайзингом в социокультурной сфере.

Первая особенность заключается в том, что в такой организации предоставляемыми средствами могут быть как финансы, так и другие средства (оборудование, рабочие кадры и т.д.).

Второй особенностью является то, что привлеченные средства от пожертвований и спонсорства являются основным источником финансирования культурных организаций.

Еще одной значительной особенностью является то, что в учреждениях культуры цели и задачи, ради которых начинается фандрайзинговая кампания, имеют главенствующее над финансовыми средствами и прибылью значение. Кроме того, фандрайзинг чаще является обоюдовыгодной деятельностью, как для спонсора, так и для самой культурной организации.

На сегодняшний день в учреждениях культуры происходит активная разработка программ и проектов по привлечению средств из внебюджетных фондов. Такие известные учреждения, как Большой драматический театр, Эрмитаж, Третьяковская галерея служат показательными примерами, так как в их деятельности наблюдается тенденция увеличения источников финансирования, привлекаемых за счет фандрайзинга.

Кроме того, в нашем государстве много благотворительных фондов, оказывающих большую помощь в сфере культуры творческим людям и коллективам. Таков, например, благотворительный фонд «Новые люди». Его основной целью является поиск и поддержка молодых талантов в России, а также методы формирования одаренности граждан в сфере культуры и искусства.

Подводя итоги, отметим, что культурная сфера претерпевает недостаток средств для развития, поэтому такой способ привлечения дополнительных финансовых ресурсов, как фандрайзинг, является эффективным выходом из этой ситуации. Кроме этого, фандрайзинг в сфере культуры не только дает толчок для развития, но и устраняет важные проблемы и обеспечивает нормальное функционирование культурных учреждений. Именно поэтому в нашей стране существует большое количество компаний и инвесторов, готовых вкладывать свои средства на развитие культурной сферы, что благоприятно не только для самих организаций и инвесторов, но и для населения и государства в целом.

#### **Список используемой литературы:**

1. *Вицелярова, К.Н.* Фандрайзинг в социально-культурной сфере / К.Н. Вицелярова, Ю.Н. Захарова, М.Н. Попов. – Краснодар: Издательство Магарин О.Г., 2019. – 138 с.
2. *Коленько, С.Г.* Менеджмент в сфере культуры и искусства: учебник и практикум для вузов / С.Г. Коленько. – М.: Юрайт, 2021. – 370 с.
3. *Куликова Ю.П.* Фандрайзинг в сфере культуры / Ю.П. Куликова // Вестник Томского государственного университета. Культурология и искусствоведение. – 2012. – №4 (8). – С. 32-39.
4. *Тульчинский, Г.Л.* Менеджмент в сфере культуры: учебное пособие / Г.Л. Тульчинский, Е.Л. Шекова. – 2-е изд., испр. и доп. – СПб: Лань, 2003. – 528 с.