

Аспекты развития фандрайзинга в благотворительных организациях России

Коробова Татьяна Станиславовна

Аспирантка

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, экономический факультет, Москва, Россия

E-mail: tatianaskorobova@gmail.com

Социально-экономическое партнерство представляет собой механизм, в котором каждый сектор выполняет свою ключевую роль. На сегодняшний день третий сектор приобретает всю большую значимость в развитии современной экономики российского государства. В лице социально ориентированных некоммерческих организаций, большая часть из которых является благотворительными, он концентрирует гражданскую инициативу, способствующую развитию патриотических основ и целостности общества. Деятельность таких организаций направлена исключительно на достижение социально значимых целей и восполнение «провалов» государственного и коммерческого секторов [1, 2].

Как специфический вид экономической деятельности, благотворительность ориентирована на добровольное вовлечение общества в совместный созидательный труд в целях предоставления блага социально уязвленным категориям населения. Также, участники благотворительности в качестве результата получают особое нематериальное благо: реализацию чувства долга, самовыражение, укрепление межличностного доверия, осознание причастности к жизни общества и, как следствие, общественное признание [3].

Особая природа благотворительной услуги, основанная на добровольном принципе участия, выводит благотворительность за рамки экономико-правовой сферы функционирования деятельности.

Фандрайзинг, процесс поиска и привлечения ресурсов, в узком смысле является основной детерминантой устойчивости благотворительной организации. В широком смысле развитие фандрайзинга является признаком усиления социальной ответственности, в частности, корпоративной социальной ответственности.

Сосредоточенное внимание, проявляемое коммерческими организациями по отношению к своим нематериальным активам и деловой репутации, нарастающие проблемы в сфере интеллектуальной собственности подчеркивают тот факт, что на современном этапе развития экономики стратегия ведения бизнеса с узкой ориентацией на прибыль демонстрирует свою несостоятельность.

Коммерческий сектор встал перед необходимостью сделать шаг навстречу обществу и принять на себя социальную ответственность не только внутри компании, но и перед обществом в целом: общественная роль бизнеса становится одним из решающих факторов его устойчивости.

В странах с развитой инфраструктурой благотворительности важнейшим источником ресурсов являются индивидуальные пожертвования, или частная благотворительность. В России одна из основных проблем развития системы частных пожертвований заключается в низкой информированности населения о благотворительности как таковой, количество упоминаний о которой в средствах массовой информации, однако, за последнее время значительно возросло [10, 11].

Проведенное исследование позволяет заключить, что, несмотря на наличие позитивных тенденций, культура современной российской благотворительности находится на этапе формирования. Эффективность фандрайзинга как основного инструмента благотворительности зависит от выполнения ряда этических, экономических и правовых принципов. В настоящий момент необходимо углубленное изучение фандрайзинга как явления, способствующего повышению уровня общественного благосостояния и направленного на развитие кооперации в обществе.

Литература

1. Гаврилова, Н.М., Пономаренко, Е.В. Третий сектор: механизм некоммерческого хозяйствования. – М.: Н.изд-во, 1999.
2. Жильцов, Е.Н. Экономика общественного сектора и некоммерческих организаций. – М.: Изд-во МГУ, 1995.
3. Иванов, О.И. Организационно-экономические основы формирования фондов целевого капитала при высших учебных заведениях России. – М.: МАКС Пресс, 2008.
4. Инновационное развитие сферы услуг: Учебн.пособие/ Под ред. Е.В. Егорова, Т.Б. Беляевой – М.: Экономический факультет МГУ имени М.В.Ломоносова, 2010.
5. Мерсиянова, И.В., Якобсон, Л.И. Практики филантропии в России. – М.: ИД ГУ ВШЭ, 2009.
6. Фандрайзинг и мобилизация ресурсов. Учебн.пособие. – М.: Фонд «Школа НКО», 2009.
7. Борис, О.А. Развитие благотворительной деятельности компании как фактор улучшения финансирования НКО/ О.А. Борис, В.Н. Парахина//Некоммерческие организации в России. -2010. - №6. – с.28-35.
8. Шекова, Е.Л. Некоммерческий сектор и некоммерческие организации в России/ Е.Л. Шекова// //Некоммерческие организации в России. -2009. - №6.
9. Child, C. Whither the Turn? The Ambiguous Nature of Nonprofits' Commercial Revenue. Child, C.//Social Forces, Sep.2010. Vol. 89. Issue 1. p.145-162.
10. Форум Доноров, некоммерческое партнерство грантодающих организаций [Электронный ресурс] Режим доступа: www.donorsforum.ru, свободный.
11. Школа НКО [Электронный ресурс]: фонд развития некоммерческих организаций. Режим доступа www.ngoschool.ru, свободный.