

УДК 334.021

ББК 6/8

**ФИНАНСОВО-ЭКОНОМИЧЕСКОЕ СОПРОВОЖДЕНИЕ
БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ В КУЛЬТУРЕ И ОБРАЗОВАНИИ**

Голошумова Г. С.

*доктор педагогических наук,
профессор кафедры методологии
и технологий музыкального образования
ФГБОУ ВО «Московский педагогический
государственный университет»,
г. Москва, Россия
g-gs@mail.ru*

Якушевский М.В.,

*аспирант кафедры управления и гуманитарных дисциплин ОЧУВО
«Международный инновационный университет»,
г. Сочи, Россия*

Якушевская К.Н.,

*аспирант кафедры управления и гуманитарных дисциплин ОЧУВО
«Международный инновационный университет»,
г. Сочи, Россия*

**FINANCIAL AND ECONOMIC SUPPORT
BUSINESS PROCESSES IN CULTURE AND EDUCATIO**

Goloshumova G

*Doctor of Education, Professor,
Department of methodology
and technologies of musical education
Moscow State Pedagogical University,
Moscow, Russia
g-gs@mail.ru*

Yakushevskiy M

*postgraduate student of the Department of management Sciences and Humanities
International innovative University,
Sochi, Russia*

Аннотация

В статье рассматриваются возможности финансово-экономического сопровождения инновационных бизнес-проектов в сфере культуры и образования с использованием фандрайзинга. Особое внимание уделено современным методам фандрайзинга таким, как «телефандрайзинг», индивидуальный фандрайзинг, событийный фандрайзинг, «Интернет фандрайзинг», «почтовый фандрайзинг» и т.д. Проанализирована структура и сущность основных видов фандрайзинга, которые можно рекомендовать к использованию в социокультурных и образовательных проектах.

Annotation.

The article discusses the possibilities of financial and economic support of innovative business projects in the field of culture and education with the use of fundraising. Special attention is paid to modern methods of fundraising such as «telefundraising», personal fundraising, event fundraising, «Internet fundraising», «fundraising mail», etc. Analyzes the structure and essence the basic types of fundraising that can be recommended to use in socio-cultural and educational projects.

Ключевые слова. Фандрайзинг, бизнес-процессы, бизнес-проекты, сфера культуры и образования, методы фандрайзинга.

Keyword. Fundraising, business processes, business projects, the sphere of culture and education, methods of fundraising.

В современных условиях развития бизнес-процессов в сфере культуры и образования инновационная деятельность закономерна и необходима.

Модернизация и инновационное развитие – единственный путь, который позволит России стать конкурентным обществом в мире XXI века [1, с.68].

В процессе реализации инновационных бизнес-проектов в культуре и образовании особое значение имеет его финансово-экономическое сопровождение. Решение этого вопроса принято именовать фандрайзингом. Фандрайзинг – это целый спектр работ, который направлен на привлечение финансовых средств для реализации бизнес-проектов, проведения различных мероприятий. Сегодня фандрайзинг активно используется в сфере культуры и образования как процесс поиска и привлечения средств. Фандрайзинг становится особенно популярным, когда государство не всегда может поддержать социокультурные проекты.

Таким образом, фандрайзинг является одной из комплексных технологий современного менеджмента управленческой деятельности в условиях рыночной экономики.

Формирование фандрайзинга в России начинается непосредственно с благотворительной деятельности. В Российской Федерации переход к рыночной экономике позволил фандрайзингу стать одним из самых важных процессов по сбору внебюджетных средств, направленных на повышение эффективности деятельности организаций культуры и образования [3]. Знание этой специфики и конкретных закономерностей последних лет необходимо как практикам-фандрайзерам для успешной работы и развития профессии, так и исследователям для понимания и прогнозирования развития гражданского общества, развития инновационных бизнес-процессов.

Применение современных методов фандрайзинга увеличивает шансы успешного привлечения целевой аудитории, привлечения партнеров в систему культуры и образования. Среди наиболее эффективных методов можно выделить следующие: «телефандрайзинг» («telefundraising»), индивидуальный фандрайзинг («individual fundraising»), событийный фандрайзинг («events fundraising»), «Интернет фандрайзинг» («crowdfunding» и «crowdsourcing»), «почтовый фандрайзинг» («mail fundraisin») [2].

Главным условием, обеспечивающим успех фандрайзинга, является привлекательность бизнес-проекта. Но за счет чего проект имеет все шансы быть привлекательными? Скорее всего, только в присутствии двух обстоятельств: коммерческая или имиджевая привлекательность для источников финансирования, которые готовы пожертвовать своим временем и (или) денежными средствами для предоставления необходимых ресурсов. Под ресурсами в фандрайзинге понимаются материальные или нематериальные ресурсы – такие, например, как человеческие, информационные, финансовые, юридические, маркетинговые и т. п.

Фандрайзинг имеет особый терминологический аппарат [4]. Источниками привлекаемых ресурсов могут выступать: благотворительность, меценатство, спонсорство, донорство, грантодающие организации и фонды. Среди деятельности фондов можно выделить: Государственные фонды - госучреждения, финансируемые из бюджета своего государства; Посреднические фонды - общественные организации, финансируемые государственными или частными фондами и распределяющие финансы по заявителям, удовлетворяющим требованиям фонда или программы. Альтернативой государственным или посредническим фондам являются фонды частные, которые, в свою очередь, бывают независимыми и ассоциированными. Частные фонды - негосударственные (частные) некоммерческие организации, получающие средства от граждан (в виде пожертвований) или коммерческих организаций, а также частные лица. Ассоциированные фонды – фонды, которые финансируются из средств компании (коммерческих организаций, банков), с которой они ассоциированы. Обычно ассоциированные фонды предоставляют гранты в областях деятельности близких или совпадающих со сферой деятельности компании [6]. Кроме того, для привлечения ресурсов в фандрайзинге могут привлекаться волонтеры – группы населения, участвующие на безвозмездной основе в различных социально-значимых кампаниях.

В зависимости от цели поиска ресурсов различают два вида фандрайзинга: «проектный» и «оперативный».

Оперативный фандрайзинг подразумевает привлечение средств на покрытие текущих расходов. Это менее эффективная форма привлечения средств, так как они не имеют целенаправленного назначения и аккумулируются в текущем бюджете организации (проекте). Деньги могут пойти на выплату заработной платы, покрытие коммунальных расходов. В результате заинтересованность вкладчиков в подобном финансировании снижается.

В сфере культуры и образования особую значимость имеет проектный фандрайзинг, в котором решаются задачи по реализации фандрайзинговой стратегии для привлечения средств на реализацию конкретного музыкального проекта. Такой вид привлечения финансов является наиболее удобным для некоммерческого сектора, организаций культуры и искусства, финансирующей стороны.

В процессе становления и развития фандрайзинга в сфере культуры и образования возникает много проблем, которые необходимо сегодня решать на разных уровнях [5]. Так, одной из проблем в развитии фандрайзинговой деятельности на современном этапе является отсутствие в законодательной базе закона о меценатстве, который принес бы налоговые послабления предпринимателям, жертвующим деньги на культурные и иные благотворительные проекты. Кроме того, отсутствуют систематизированные каталоги и базы данных о донорах, которые необходимы для решения фандрайзинговых стратегий при реализации проектов в сфере культуры и образования.

Во всем мире эти и множество других задач решаются Ассоциациями фандрайзеров. В ноябре 2013 г. была создана Ассоциация фандрайзеров России. Цель этого объединения заключается в содействии развитию благотворительности на основе фандрайзинга, при условии осведомленности и поддержки жителей страны.

Актуальность фандрайзинга в нашей стране очевидна. Все больше исследователей стараются проанализировать возможности дальнейшего развития фандрайзинга в России, так как практически в разнообразных сферах деятельности постоянно встает вопрос о финансовых и экономических затратах и необходимости сопровождения бизнес-проектов. Все эти и другие вопросы активно обсуждаются на ежегодно проводимой в нашей стране фандрайзинг-конференции «Белые ночи фандрайзинга», которая в течение вот уже десяти лет связывает многоопытных и молодых фандрайзеров в России.

Список литературы

1. Голошумова Г. С. Теоретические основы развития инновационного потенциала педагога [Текст] / Г. С. Голошумова // Вестник Университета Российской академии образования. – 2011.– № 5. – С.68 –70.
2. Голошумова Г.С. Специфика организации современных музыкальных конкурсов [Текст] / Г. С. Голошумова // Традиции и инновации в современном культурно-образовательном пространстве: материалы VIII Международной научно-практической конференции (г. Москва, 19 апреля 2017 г) / Под ред. Л.А. Рапацкой. – М.: МПГУ, 2017. – С. 33-36.
3. Голошумова Г. С. Пути модернизации современного художественно-эстетического образования [Текст] /Г. С. Голошумова // Вестник Университета Российской академии образования. – 2012. – № 2. – С. 37-40.
4. Голошумова Г.С. Актуальные понятия современной педагогики : Круглый стол // Педагогика . – 2003 . – № 7 . – С. 44-60.
5. Голошумова Г. С. Налоговые льготы и инвестиции в образование □Текст□ /Г. С. Голошумова, А.В. Козырев, С. И. Голицын // Известия Уральского государственного экономического университета . - 2010.- № 5.- С. 73-78.
- 6.. Рутковская М. И. PR-технологии в привлечении инвестиций. Спонсоринг и фандрайзинг [Текст] / М.И. Рутковская. – М.: ИНФРА-М, 2013. – 520 с.