

## ФАНДРАЙЗИНГ В ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ

Татьяна Юрьевна КИСЕЛЁВА

кандидат экономических наук, доцент департамента корпоративных финансов и корпоративного управления, Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, Москва, Российская Федерация  
proffin2013@mail.ru  
ORCID: отсутствует  
SPIN-код: 7056-4156

### История статьи:

Получена 01.10.2018  
Получена в доработанном виде 24.10.2018  
Одобрена 18.11.2018  
Доступна онлайн 28.02.2019

УДК 336.61

JEL: H41, L21, L26, L31, L33

### Ключевые слова:

цифровая экономика, некоммерческая организация, фандрайзинг, финансовые технологии, финансовые ресурсы

### Аннотация

**Предмет.** Переход к цифровой экономике неизбежно оказывает влияние на экономические процессы, субъектов, институты, рынки. Основными субъектами хозяйствования по-прежнему остаются коммерческие и некоммерческие организации, а главной проблемой – поиск источников финансирования. В качестве объекта исследования выбран один из элементов финансового механизма некоммерческих организаций – формирование финансовых ресурсов на условиях фандрайзинга. В сферу исследования были включены инструменты привлечения «бесплатных» денежных средств.

**Цели.** Определение области влияния цифровой экономики на некоммерческую организацию в области фандрайзинга: увеличение количества инструментов привлечения финансовых ресурсов, возможности использования информационных ресурсов для позиционирования на рынке.

**Методология.** В процессе исследования были использованы методы логического и статического анализа, синтез, сравнение, обобщение.

**Результаты.** Показано, что гранты и пожертвования являются основными формами финансовых ресурсов, получаемых некоммерческими организациями на условиях фандрайзинга. Информация, размещенная на сайтах НКО, в социальных сетях, массмедиа, на технологических платформах представляет финансовые технологии, которые обеспечивают условия для получения денежных поступлений.

**Выводы.** Современная некоммерческая организация получила больше возможностей для информирования бизнеса, частных лиц и общественные правовые образования о своем существовании и своей деятельности, а следовательно, для привлечения большего количества бесплатных и безвозвратных финансовых ресурсов через технологические возможности, предоставляемые цифровой экономикой.

**Область применения.** Финансовые технологии и их эффективность, а также последствия применения могут быть использованы менеджерами некоммерческих организаций или специалистами по фандрайзингу при выборе путей формирования денежных поступлений на условиях фандрайзинга.

© Издательский дом ФИНАНСЫ и КРЕДИТ, 2018

**Для цитирования:** Киселёва Т.Ю. Фандрайзинг в цифровой экономике // *Финансовая аналитика: проблемы и решения*. – 2019. – Т. 12, № 1. – С. 23 – 37.  
<https://doi.org/10.24891/fa.12.1.23>

Цифровая экономика меняет возможности организации деятельности современной компании и ее финансового обеспечения. Она создала определенные инструменты обработки и распространения информации, которые могут использоваться различными компаниями, как коммерческими, так и некоммерческими, для нахождения необходимых или дополнительных

финансовых ресурсов – финансовые технологии. Последние позволяют компании быстро распространить информацию о себе и о своих проектах, а следовательно, сократить время привлечения инвесторов или жертвователей и увеличить их количество.

Цифровая экономика предоставила потенциальным инвесторам огромный выбор

объектов и условий для инвестирования или пожертвований. Частично это произошло за счет используемых инструментов цифровой экономики, которые обеспечили огромную информативность различным инвестиционным процессам, предоставив информацию об инвестиционных проектах местным, региональным, национальным и зарубежным инвесторам, жертвователям. В современных условиях компания потенциально может привлечь финансовые ресурсы различных зарубежных и национальных субъектов: частных лиц, компаний, институциональных инвесторов.

Влияние цифровой экономики на коммерческие организации очевидно. Она предоставляет им широкие возможности для поиска финансовых ресурсов, для нахождения новых рынков, для установления контроля над компанией при минимальном объеме акций. Новые технологии создали возможность максимального распыления акций между держателями, благоприятные условия для диверсификации деятельности. На смену национальным корпорациям приходят наднациональные, или многонациональные компании, которые привлекают финансовые ресурсы из различных сегментов мирового рынка.

В то же время цифровая экономика принесла новые риски, усилив уже имеющиеся. Обострились риски передела собственности, исчезновения коммерческой тайны, неуправляемости разросшейся компании, нарушения баланса между интересами собственников и менеджерами в пользу последних. На смену одним источникам коммерческих или финансовых рисков приходят другие. Цифровая экономика, создав новые преимущества и новые угрозы для корпораций, не затронула содержания финансового механизма коммерческой организации. Цель осталась прежней – получение реальной (не бухгалтерской) прибыли; классический способ ее достижения также не изменился – снижение затрат на единицу продукции. Значимость роста

стоимости бизнеса как отражение конкурентоспособности компании еще более актуализировалась, так как осталась символом инвестиционной привлекательности компании не только для национальных инвесторов, но и также для международных.

Что же происходит с некоммерческими организациями? Как изменился их финансовый механизм в цифровой экономике?

Некоммерческие организации (далее – НКО) в современной экономике остаются хозяйствующими субъектами, на плечи которых возложено решение производства общественных благ. В последние годы исследованиям проблем формирования финансового механизма посвящены работы представителей научной школы Финансового университета: особенности финансового механизма некоммерческой организации исследуются в работах С.В. Фруминой [1], теоретические основы формирования финансов НКО – в исследованиях Т.Ю. Киселевой [2, 3]; методы и инструменты формирования финансовых ресурсов, особенности финансово некоммерческой организации – в статьях Н.А. Гузь [4], М.В. Дубровой [5]. Особенности финансового механизма, его правовая база для НКО бюджетного сектора были проанализированы Е.В. Маркиной [6], О.С. Горловой [7], различные аспекты финансового положения – в работах Ю.И. Грищенко [8]. Специфика налогообложения НКО, объективно возникающая в силу природы компании, была изучена в работах С.С. Дзусовой [9], А.В. Грищенко [10, 11].

Особый от финансового механизма коммерческой организации финансовый механизм НКО определяется главной особенностью этих компаний – целью их не является получение прибыли<sup>1</sup>. Все услуги, которые они изначально предоставляют, осуществляя уставную деятельность,

<sup>1</sup> Коммерческие и некоммерческие организации.  
Ст. 50 ГК РФ. URL:  
[http://consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_5142/3a585d0351c74adc4c9878b6019d704cdd9d3699](http://consultant.ru/document/cons_doc_LAW_5142/3a585d0351c74adc4c9878b6019d704cdd9d3699)

предлагаются потребителям на безвозмездной основе. НКО могут работать на благо общества, части общества (как частных лиц, так и компаний), бюджета публичных правовых образований.

Такие компании не только сохранились при развитии рыночной экономики. В современной рыночной экономике численность НКО значительна, так как становится разнообразным целевое назначение производства общественных благ. Меняется структура финансового механизма НКО, что связано с предоставлением им права заниматься деятельностью, приносящей доход. Часть НКО действительно занимается только предоставлением общественных благ и требует постоянной внешней финансовой поддержки, однако другая часть успешно сочетает производство общественных благ и предоставление платных услуг. (Мы не имеем в виду организации, которые пользуются статусом НКО, чтобы прикрывать свою явную коммерческую и достаточно рискованную деятельность).

Для таких компаний – в большей степени, чем для коммерческих организаций – актуальна проблема поиска финансовых ресурсов, которые постоянно бы поддерживали их деятельность в условиях конкуренции с коммерческими организациями, возникающими рыночными рисками. Становятся все более разнообразными организационно-правовые формы НКО. Но какую бы бизнес-модель хозяйственной деятельности не выбирала компания, для каждой из них остается актуальной проблема поиска источников финансирования.

Казалось бы, по своей природе НКО в наибольшей степени близки общественной природе государства и местного самоуправления, которое и могло бы взять на себя решение проблем их финансирования. Однако государство, а тем более органы местного самоуправления настолько обременены взятыми на себя обязательствами, что не в состоянии финансово помочь каждой

НКО, хотя и стараются оказывать поддержку НКО, не входящим в бюджетный сектор.

Например, в Российской Федерации части таких организаций был присвоен статус «социально ориентированное НКО», под который попадают организации, связанные с производством общественных благ [12]. Данный статус позволил бы им получать бюджетные средства на обеспечение порядка 20% своих расходов<sup>2</sup>. В целом выделение части НКО в качестве социально ориентированных позволило многим организациям сохранить свои позиции на рынке, о чем неоднократно упоминалось в различных исследованиях – в частности, в работе И.В. Мерсияновой [13]. В 2014 г. в 45 субъектах РФ была реализована 71 региональная программа поддержки социально ориентированных НКО. Для этих целей из федерального бюджета было выделено в виде субсидий 660 млн руб. (в расчете на два года)<sup>3</sup>. В 2017 г. на субсидии уже было выделено 1 389 184,2 тыс. руб. Достаточное щедрое финансирование за счет федерального бюджета не раз вызывало необходимость оценки эффективности использования бюджетных средств [14], а также предложений о секвестровании финансовой помощи<sup>4</sup>.

Однако все же основные обязанности по поиску финансовых ресурсов перекадываются на сами компании, причем часть из них – на физических или юридических лиц. При этом последние могут на добровольной основе выступать в качестве учредителей, спонсоров, инвесторов, благотворителей (доноров).

<sup>2</sup> О проведении конкурсного отбора социально ориентированных некоммерческих организаций для предоставления субсидий из федерального бюджета. URL: <http://economy.gov.ru/minec/activity/sections/SocOrientNoncomOrg/201404155>

<sup>3</sup> Некоммерческие организации в России. URL: <http://tass.ru/info/671635>

<sup>4</sup> Муравьёва В. Эксперты КГИ и ОГФ проанализировали социально-экономическую и бюджетную эффективность финансирования НКО из средств бюджетов. URL: <https://civilforum.ru/forums/2015/news/eksperty-kgi-i-ogf-proanalizirovali-sotsialno-ekonomicheskuyu-i-byudzhethnuyu-effektivnost-finansirov.html>

Система финансирования НКО традиционно складывается из двух направлений, как было показано в исследованиях [2, 3]: это финансовые ресурсы, полученные на безвозмездной основе, а также финансовые ресурсы, полученные на основе возмездных отношений, или деятельности, приносящей доходы.

На основе возмездных отношений формируется деятельность, приносящая доходы. Как правило, она разрешена для НКО почти во всех странах. Вообще, современная НКО имеет довольно много возможностей для организации подобной деятельности. Это и сдача в аренду имеющегося движимого или недвижимого имущества, предоставление платных услуг, вклады в уставные капиталы других компаний, учреждение коммерческих организаций, возможность получать доходы от операций на финансовом рынке и пр. [2].

Однако на практике лишь незначительная часть НКО эффективно и в полном объеме использует эти возможности. Причин здесь несколько, и основная – неумение работать в условиях рынка, жесткой конкуренции. Тем не менее такая возможность извлекать прибыль за счет деятельности, приносящей доходы, совместно с хозяйственной деятельностью физических лиц – индивидуальных предпринимателей – сформировали целое направление, которое получило название «социальное предпринимательство». Отдельные проблемы теории и практики этого направления деятельности были проанализированы в работах [15, 16].

Формально у НКО имеются разные варианты для получения безвозмездных и безвозвратных денежных поступлений. На безвозмездной и безвозвратной основе действуют различные формы государственной (муниципальной) поддержки, например гранты из бюджетов ППО, бюджетные субсидии, средства членов НКО, благотворителей и спонсоров. Часть финансовых ресурсов будет получена не только на основе безвозмездности, но и безвозвратности, а также безусловности.

Понятие «безусловность» требует уточнения. Чаще всего имеется в виду, что контрагент НКО при предоставлении денежных средств взамен от компании ничего не требует и не получает ни экономической, ни иной выгоды. С точки зрения владельца финансовых ресурсов, их передача сопровождается соответствием определенным требованиям, предъявляемым к НКО. Прежде всего это целевой характер деятельности организации. Кроме того, требованиями к НКО будет определяться статус владельца денежных средств, его представления о целесообразности передавать свои деньги на принципах безвозвратности и безвозмездности. Например, условия получения президентских грантов в 2018 г. (было выделено 4 млрд руб.) были следующие: регистрация организации не позднее чем за год до окончания приема заявок, а при заявке на грант до 500 тыс. руб. – не позднее чем за полгода; отсутствие просроченной задолженности по налогам и иным платежам в бюджет; отсутствие среди учредителей органов государственной власти и органов местного самоуправления, а также юридических лиц, находящихся в процессе ликвидации или под решением суда о приостановке деятельности или в процедуре банкротства<sup>5</sup>.

Все эти условия получения финансовых ресурсов НКО и будет формировать фандрайзинг. Фандрайзинг, как элемент системы управления финансами НКО и относительно новое явление в финансировании, исследуется в России достаточно активно с начала 2000-х гг. Изучена как теоретическая база этого инструмента, так и практические приемы его организации. Классические методы и приемы фандрайзинга были проанализированы Ю.И. Грищенко [16], эволюция этих технологий под влиянием развития рыночной экономики – Г.С. Цветковой и И.А. Беляевым [17], опыт использования фандрайзинга за последние 5 лет был обобщен в работе

<sup>5</sup> Фонд Президентских грантов.  
URL: <https://президентские.гранты.рф>

И.Е. Корнеевой [18]. Представлены также различные доклады и эмпирические исследования<sup>6</sup>, начало которым положил онлайн опрос Центра исследования некоммерческих организаций [19].

Фандрайзинг в России получил уже достаточно широкое распространение, но его национальная особенность заключается в практическом отсутствии нормативно-правовой базы. Нет такого понятия в нормативных документах, нет общих правил, которые его регламентируют (например, обязанность НКО, получивших пожертвования, размещать в свободном доступе отчет об использовании полученных денежных средств). Правовые отношения в случае фандрайзинга заменили пунктами соглашения договора о пожертвовании, который определяет условия получения НКО финансовых ресурсов и условия их передачи от жертвователей.

Как уже говорилось, имеется несколько типов поступлений в НКО, внешне похожих на ресурсы, которые организация получает в результате проведения фандрайзинга. Это бюджетные субсидии, гранты (государственные, муниципальные, частные), членские взносы и пожертвования. Все ли они относятся к фандрайзингу? С нашей точки зрения, к нему можно отнести только пожертвования юридических и физических лиц и гранты, выделяемые юридическими лицами, органами государственной власти и органами местного самоуправления.

Субсидии представителями публично правовых образований выдаются при определенных условиях: либо НКО должна обладать определенным статусом (например, быть социально ориентированной), либо существовать в определенной организационно-правовой форме, например быть бюджетным учреждением или принимать участие в различных бюджетных программах, финансируемых за счет бюджетов ОГВ и

ОМСУ. К тому же бюджетная субсидия всегда выдается на условиях долевого финансирования и, значит, часть целевых расходов НКО финансирует за счет других денежных поступлений.

Членские взносы очень близки к пожертвованиям, но все же член корпоративной НКО взамен рассчитывает на получение какой-либо нематериальной услуги, например защиты (профсоюзы) или поддержки собственных интересов и их лоббирование в ОГВ и ОМСУ (ассоциации коммерческих организаций), реализации своих идеологических воззрений (общественные организации, политические партии) и пр.

Денежные средства, полученные от спонсоров для НКО, являются безвозвратными и безвозмездными, но их получение сопровождается дополнительными условиями для получателя, например согласием компании на размещение рекламы спонсора или организации пиар-акций. Подобным образом спонсоры реализуют свои экономические интересы, хотя формально они выделяют денежные средства для НКО вполне бескорыстно.

И только пожертвования и гранты (хотя бы внешне) осуществляются абсолютно бескорыстно, без жестких условий, и являются идеальным объектом фандрайзинга (*табл. 1*).

Использование фандрайзинга может быть осуществлено по отношению к отдельному проекту, программе или к деятельности НКО в целом.

Фандрайзинг сложился в конце XIX начале XX вв., он был распространен и в царской России, но окончательно пришел в нашу страну в конце XX в. из государств с развитой рыночной экономикой. Последние весь XX в. наработывали опыт привлечения финансовых ресурсов для НКО за счет частных или корпоративных пожертвований. Для современных российских НКО поиск пожертвований – это довольно новое дело.

<sup>6</sup> См., например, DocPlayer.ru.  
URL: <http://docplayer.ru/56071584-Pyat-let-fandrayzinga-v-rossii.html>

Многие исследования, проводимые для НКО, показывают, что основными источниками финансирования подобных организаций в России остаются частные пожертвования. Это находит свое подтверждение в эмпирических исследованиях, которые проводились в течение пяти лет, хотя традиционно считается, что россияне жертвуют в НКО довольно неохотно – доля частных граждан не превышает 5–7% [20].

Пожертвования настолько противоречат природе рыночной экономики, что найти их для НКО – большая проблема. Для того чтобы решить проблему такого финансирования, НКО сама может заниматься поиском лиц, предоставляющих ей финансовые ресурсы на условиях безвозвратности и бесплатности, а может обращаться за помощью к специализированной (фандрайзинговой) компании – профессиональному консультанту по привлечению финансовых ресурсов. В последнем случае предусматривается перечисление части полученных ресурсов в пользу посредников. Посреднический характер деятельности фандрайзинговой компании часто обезличивает жертвователей, делает не совсем прозрачным использование финансовых ресурсов конечным получателем, а также – неопределенным целевой характер использования полученных денежных средств. По этой причине основные принципы финансовых ресурсов, полученных на условиях фандрайзинга, – прозрачность, адресность и целевое использование – могут деформироваться при передаче их через фандрайзинговую компанию. Именно поэтому жертвователи предпочитают предоставлять финансовые ресурсы НКО напрямую. Размеры таких пожертвований не ограничены, но иногда Правительство РФ или иной исполнительный орган может ввести пределы таких пожертвований. Например, на данный момент обсуждается ограничение пожертвований политическим партиям до 3 млн руб.

Использование фандрайзинга не так просто, как это кажется на первый взгляд. НКО

должна четко определить свои цели и задачи, составить обоснованную смету затрат, провести анализ имеющихся финансовых ресурсов, проанализировать состав потенциальных доноров и, если это необходимо, составить регламент требуемого мероприятия или алгоритм реализации финансируемого проекта. Главной задачей такой программы поиска финансовых ресурсов является выбор инструментов их привлечения и оценка всех эффектов (последствий) этих действий.

Как ни парадоксально, но именно фандрайзинг заставил НКО заниматься такими видами рыночной деятельности, как реклама и маркетинг. Заставить жертвователей добровольно расставаться со своими деньгами можно только в том случае, если НКО убедят их в общественной целесообразности такого поступка. Представители НКО должны знать, кто может дать деньги, какова должна быть его мотивация и пр. Они должны постоянно находиться в поиске, а для этого – формировать свой позитивный образ. Многие НКО делают это скорее интуитивно, нежели профессионально, и результат привлечения финансовых ресурсов оказывается или незначительным, или требует существенных материальных, трудовых и информационных затрат. Именно поэтому современный фандрайзинг – это не только поиск денежных средств, но еще и привлечение профессионалов (бухгалтеров, финансистов, юристов) на условиях добровольного, безвозмездного труда, поиск информационных каналов для рекламы деятельности или программ НКО. Последнее радикально меняет технику организации фандрайзинга.

Благодаря изменяющемуся облику экономики уходят в прошлое традиционные приемы фандрайзинга: массовые рассылки, ящики для пожертвований, вложения в наиболее читаемые журналы и пр. Часть из них приобретает новый облик. Современные технологии позволяют НКО более активно заявлять о себе, не прибегая к помощи профессиональных посредников, снижая

затраты на привлечение доноров и инвесторов. Так как специализированные организации ищут финансовые ресурсы для НКО на условиях комиссионного вознаграждения, а затраты компании на почтовые расходы, бумагу, наем волонтеров могут быть значительными, то отказавшись от посредников и от традиционных способов привлечения финансовых ресурсов, корпоративная НКО увеличивает финансовые ресурсы, отводимые на уставную деятельность, уменьшает транзакционные расходы.

Цифровая экономика формирует технологические инструменты поиска финансовых ресурсов для НКО. Современный фандрайзинг базируется на возможностях Интернета и мобильной связи.

Создание роликов о деятельности или конкретных проектах и размещение их на видеохостингах, например на Ютубе, позволяют при минимуме затраченных ресурсов подробно и наглядно рассказать о проектах НКО. Несколько лет назад невозможно было и представить, что НКО смогут иметь свои сайты. В современных условиях таких сайтов становится все больше и больше. Крупные бюджетные, автономные учреждения, благотворительные фонды, эндаумент-фонды и др. давно используют свои интернет-ресурсы. Их создание позволяет НКО более полно представить информацию о своей деятельности, отдельных проектах и проблемах.

Тем не менее не все НКО имеют финансовую возможность создать собственный сайт, кроме того, расходы на поддержку сайтов оказываются не менее значительными, чем на их создание. В то же время сетевые ресурсы полностью или частично компенсируют затраты, поскольку показывают серьезность целей НКО и в какой-то степени – ее финансовую устойчивость. Они являются некой «заявкой» НКО для дальнейшего существования в рыночной экономике. Можно с уверенностью сказать, что повсеместное формирование сайтов для любой НКО – это

вопрос ближайшего времени, поскольку для многих НКО в современных условиях легче заявить о себе через технологическую платформу или какой-то совместный интернет-ресурс.

Не секрет, что современное общество позиционирует себя как социально ориентированное. Оно старается наиболее активно принимать участие в различных проектах НКО, имеющих как коммерческую, так и некоммерческую направленность. Создаются интернет-ресурсы, которые позволяют собрать финансовые средства на поддержку различных проектов НКО. Одни из них формируются именно под поиски финансовых ресурсов, другие – под различные направления деятельности.

Переход к цифровой экономике дал возможность фандрайзинговым компаниям сохранить свою деятельность, но направить ее несколько в другое русло. Появляются фандрайзинговые платформы, которые дают возможность небольшим НКО заявить о себе, изменились акценты взаимоотношений между фандрайзинговыми компаниями и НКО. Ранее НКО отводилась пассивная роль стороны, принимающей финансовые ресурсы, а фандрайзинговая компания активно взаимодействовала с бизнесом, государственными и муниципальными структурами, добывая для НКО денежные средства. Теперь такие компании создают компьютерную платформу, давая НКО возможность самостоятельно заявить о себе, заинтересовать потенциальных жертвователей в передаче ей денежных средств. Фандрайзинговые платформы могут создаваться под проект или под конкретное общественное благо.

Наиболее известны фандрайзинговые платформы, которые создаются под различные некоммерческие проекты. Это, в частности, «Добрая покупка.рф», которая создана в целях привлечения дополнительных внебюджетных средств в сферу образования, культуры и благотворительности. С помощью этой платформы находят финансовые средства

благотворительные фонды и фонды целевого капитала: часть финансовых средств, которые отдает покупатель, купив товар в определенной торговой сети, направляется по его выбору в конкретные благотворительные фонды, определенную программу фонда или эндаумент-фонды университетов, например в Фонд развития МГИМО или Фонд целевого капитала НИТУ «МИСиС».

С 2016 г. в Москве работает платформа для массового фандрайзинга «Сделай!», с помощью которой за полтора года собрали 8 млн руб. на проекты конкретных фондов<sup>7</sup>. Технологические платформы для НКО пока требуют значительных ресурсов, определенных затрат и расходов на постоянное обслуживание, поэтому они еще не так распространены. Более распространен самый первый вариант – создание интернет-ресурсов, которые формируются для определенного направления деятельности НКО, в том числе и для сбора пожертвований. Так, например, ресурс «ЭкоДело» создан для всех участников экологического движения и в том числе – для проектов НКО в области защиты природы<sup>8</sup>. Интернет-ресурс «Благо.Ру» создан для поддержки благотворительных организаций России. Пожертвования принимаются в режиме онлайн, ежемесячный объем собранных средств достигает 1 млн руб.<sup>9</sup>.

Активно в поиске финансовых ресурсов задействованы телевидение и радио. Информация о нуждающихся в финансовых средствах людях, объяснение причин такой необходимости, появление информации в прайм-тайм или в наиболее топовых передачах также расширяет круг потенциальных пожертвований. Эффективность этого инструмента для НКО выше, чем использование технологических платформ, так как телезрителей объективно больше, чем пользователей Интернета, которым приходится

искать такие ресурсы целенаправленно. Эффективность этих инструментов фандрайзинга дифференцируется по шкале: телевидение – Интернет – радио – газеты.

Другой достаточно новый способ привлечения пожертвований – это социальные сети. Они дают возможность расширить количество привлеченных частных лиц к реализации определенного проекта. По данным Фонда поддержки и развития филантропии (КАФ), около 63% НКО используют социальные сети, самой распространенной из которой является ВКонтакте, на втором месте находится Facebook<sup>10</sup>. Наиболее часто этот механизм используют НКО, занимающиеся проблемами здоровья, воспитания и защиты детей, подростков и пр. Помимо фандрайзинга НКО более эффективно используют социальные сети для популяризации своей деятельности, привлечения волонтеров.

В известной степени эффективен сбор денег через СМС, он приносит 40% от суммы всех пожертвований частных лиц. Этот способ также постепенно популяризируется – в поисках финансовых ресурсов объединяются технологические и информационные возможности СМИ и сотовых операторов. Если учесть еще и традиционные способы, которые сохранились и до сих пор (включая благотворительные ящики и покупку товаров через аукцион), то в целом население России ежегодно жертвует НКО около 143 млрд руб.

Цифровая экономика формирует новые технологические возможности для перевода денежных средств на счета НКО. Помимо СМС используются электронные кошельки, например Apple Pay или PayPal, банковские карты.

Организация видео-конференций НКО позволяет потенциальным жертвователям или донорам определять потенциал компании и целесообразность предоставления ей финансовых ресурсов.

<sup>7</sup> НКО Лаб. Массовый благотворительный фандрайзинг. URL: <http://xn--80adfe5b7a9ayd.xn--80adxhks/ru-RU/news/on-portal/card/1575.html>

<sup>8</sup> ЭкоДело. Для НКО. URL: [https://ecodelo.org/77-dlya\\_nko](https://ecodelo.org/77-dlya_nko)

<sup>9</sup> Интернет-ресурс Благо.Ру. URL: [http://cafrussia.ru/page/blago\\_ru](http://cafrussia.ru/page/blago_ru)

<sup>10</sup> Роль социальной сети ВКонтакте в развитии и продвижении НКО. URL: [http://cafrussia.ru/page/rol\\_socialnoi\\_seti\\_vkontakte\\_v\\_razviti\\_i\\_prodvizhenii\\_nko](http://cafrussia.ru/page/rol_socialnoi_seti_vkontakte_v_razviti_i_prodvizhenii_nko)



Постепенно меняется механизм участия НКО в тендерах на получение государственных или муниципальных грантов. Размещение информации о предоставляемых грантах органами государственной и муниципальной власти, коммерческими и НКО, частными лицами на интернет-порталах позволяет сделать этот процесс более прозрачным, а следовательно, максимально эффективным с точки зрения справедливого распределения финансовых ресурсов. За инструментами современного фандрайзинга стоит доступность информации о деятельности компании, о ее финансовых потребностях.

В то же время развитие фандрайзинга тормозится существенным недостатком деятельности НКО – относительной непрозрачностью расходов организации. Вообще, проблема контроля за расходами НКО весьма актуальна. Это касается направления использования денежных средств и его масштабов. Если коммерческие организации ощущают довольно жесткий контроль со стороны ФНС, то НКО, которые не занимаются деятельностью, приносящей доходы, почти неподконтрольны фискальным органам. Как правило, ведя только уставную деятельность, они зачастую освобождены от уплаты основных налогов (например, налога на имущество, НДС, транспортного налога, налога на землю), поэтому ФНС почти не имеет прав контролировать финансовую составляющую НКО. В известной степени в качестве контролеров выступают учредители и крупные доноры, но рядовые члены корпоративных НКО имеют только формальные права контроля за использованием полученных денежных средств. С развитием деятельности НКО и распространением интернет-ресурсов отчеты компаний об использовании полученных денежных средств на принципах фандрайзинга станут иметь не формальный, а реальный характер.

Современная экономика меняет мотивацию участия бизнеса или частных лиц в процессе передаче денежных средств в НКО. Каждый

период развития общества создает свои стимулы для пожертвований. Так, начало прошлого века было связано с возможностью обезличить контроль в компании через благотворительные фонды. Фонд Рокфеллера был задуман как благое дело, но одновременно с этим акции семьи Рокфеллера были переданы ему. Формально бизнес принадлежал благотворительному фонду, а реально за ним стояла все та же семья миллиардеров. Затем наступил период получения налоговых льгот в случае организации благотворительной деятельности компании, а на современном этапе приоритет принадлежит созданию имиджа социально ориентированного бизнеса, капиталиста с «человеческим лицом».

Бизнес рассматривает свое участие в финансировании проектов или деятельности НКО, с одной стороны, как проявление социальной ответственности, с другой стороны – как возможность рекламы своей деятельности, создания положительного имиджа. Только затем идут налоговые привилегии, а уже под конец – возможность контроля над бизнесом.

Интернет-технологии стали важнейшим помощником в этом процессе, так как создают устойчивый положительный имидж компании, но и таят угрозы этому имиджу, так как необдуманные слова или действия в глобальной сети могут надолго испортить имидж компании-донора или частного спонсора. То же самое относится и к НКО.

Современные финансовые технологии позволяют расширить круг лиц, предоставляющих ресурсы для финансирования НКО, делают эти процессы более разумными и прозрачными, но и повышают ответственность НКО за использование предоставленных финансовых средств. Общие интернет-ресурсы помогают хотя бы частично решать проблему финансирования различных проектов НКО. Использование технологических платформ дает возможность привлекать денежные

средства как юридических, так и физических лиц, увеличивая количество доноров. С помощью технологических платформ миссия НКО, их деятельность и потребности в финансовых ресурсах становятся известными большому кругу юридических и физических лиц.

Для доноров и спонсоров современные технологии помогают улучшить свой имидж предприятий социально ответственного бизнеса, найти возможность эффективно рекламировать деятельность своей компании, но в то же время повышают ответственность за выделение денежных средств на всевозможные благие цели.

**Таблица 1**

**Сравнительный анализ основных форм денежных поступлений в НКО**

**Table 1**

**A comparative analysis of the main forms of cash receipts in non-profit organizations**

Тип поступлений	Периодичность	Условия получения
Гранты	Разовый характер	Участие в конкурсах на предоставление грантов
Субсидии	Периодический характер	Участие в бюджетных программах, необходимый статус, долевое финансирование
Членские взносы	Постоянный характер	Согласие с идеологией НКО
Пожертвования	Разовый или непостоянный характер	Поддержка деятельности НКО
Спонсорские взносы	Разовый характер	Размещение рекламы спонсора или организация его пиар-кампании

Источник: авторская разработка

Source: Authoring

## Список литературы

1. Фрумина С.В. Вид организации финансовых отношений как базовый элемент финансового механизма некоммерческой организации // Научное обозрение. 2014. № 10-1. С. 127–130.
2. Киселёва Т.Ю. Анализ формирования и использования финансовых ресурсов некоммерческих организаций в современных условиях // Финансовая аналитика: проблемы и решения. 2016. Т. 9. № 2. С. 43–55. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/analiz-formirovaniya-i-ispolzovaniya-finansovyh-resurov-nekommercheskih-organizatsiy-v-sovremennyh-usloviyah>
3. Фрумина С.В., Киселёва Т.Ю., Дзусова С.С. Некоторые противоречия между теорией и практикой формирования финансовых ресурсов некоммерческих организаций в российской экономике // Известия высших учебных заведений. Сер. Экономика, финансы и управление производством. 2014. № 4. С. 19–24.
4. Гузь Н.А. Государственное финансирование некоммерческих организаций: зарубежный опыт. В кн.: Теория и практика финансов некоммерческих организаций: колл. монография. М.: ИД «Экономическая газета», 2015. С. 59–77.
5. Дуброва М.В. Обеспечение открытости и прозрачности в управлении финансами некоммерческих неправительственных организаций // Финансовая жизнь. 2016. № 1. С. 65–69.

6. *Маркина Е.В.* Развитие финансового механизма функционирования бюджетных учреждений // Вестник финансового университета. 2014. № 4. С. 23–32.  
URL: [http://mirkin.ru/\\_docs/vest\\_fa/VU\\_4-2014.pdf](http://mirkin.ru/_docs/vest_fa/VU_4-2014.pdf)
7. *Горлова О.С.* Анализ механизма финансового обеспечения предоставления государственных и муниципальных услуг бюджетными и автономными учреждениями // Экономика и управление: проблемы, решения. 2013. № 9. С. 16–22.
8. *Грищенко Ю.И.* Финансовое состояние некоммерческой организации: оценка и анализ // Некоммерческие организации в России. 2013. № 2. С. 43–48.  
URL: <https://dis.ru/library/665/31077/>
9. *Фрумина С.В., Киселёва Т.Ю., Дзусова С.С.* Особенности налогообложения некоммерческих организаций в Российской Федерации // Налоги и налогообложение. 2014. № 9. С. 837–845.  
URL: [http://nbpublish.com/library\\_get\\_pdf.php?id=31112](http://nbpublish.com/library_get_pdf.php?id=31112)
10. *Грищенко А.В.* Теоретические аспекты налогообложения некоммерческих организаций // Некоммерческие организации в России. 2013. № 2. С. 13–19.  
URL: <http://nkor.ru/articles/2013/2/6208.html>
11. *Грищенко А.В.* Налоговое регулирование деятельности некоммерческих организаций: монография / под ред. проф. Л.И. Гончаренко. М.: Финпресс, 2016. 272 с.
12. *Грищенко Ю.И.* Социально ориентированная некоммерческая организация как исполнитель общественно полезных услуг // Некоммерческие организации в России. 2017. № 5. С. 46–56.
13. *Мерсиянова И.В.* Влияние финансирования российских НКО на оценку их работы и экономического положения // Гражданское общество в России и за рубежом. 2013. № 3. С. 25–31. URL: <https://wiselawyer.ru/poleznoe/66044-vliyanie-finansirovaniya-rossijskikh-ocenku-raboty-ehkonomicheskogo-polozheniya>
14. *Громова М.Н., Мерсиянова И.В.* Государственная поддержка НКО и проблема оценки ее эффективности // Гражданское общество в России и за рубежом. 2016. № 1. С. 39–44.
15. *Александров Д.Г., Королёва Т.И.* Социальное предпринимательство в современном мире // Экономика. Налоги. Право. 2014. № 4. С. 45–50.  
URL: <http://fa.ru/org/div/edition/enp/journals/2014%20N4.pdf>
16. *Грищенко Ю.И.* Методы фандрайзинга: теория и практика // Некоммерческие организации в России. 2018. № 1. С. 46–56.
17. *Цветкова Г.С., Беляев И.А.* Эволюция технологий фандрайзинга // Экономика и бизнес: теория и практика. 2016. № 2. С. 135–138.
18. *Корнеева И.Е.* Фандрайзинг в российских некоммерческих организациях: результаты эмпирического исследования // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2016. № 4. С. 48–66.  
URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/fandrayzing-v-rossijskih-nekommercheskih-organizatsiyah-rezultaty-empiricheskogo-issledovaniya>
19. *Клецина А.А. и др.* Тенденции в современном российском фандрайзинге. СПб: Изд-во ЦРНО, 2014. 46 с.

20. Ходорова Ю., Черток М. Исследование частных пожертвований в России 2014–2015 гг. М.: САФ Россия, 2016. 10 с. URL: <https://givingtuesday.ru/uploads/files/issledovanie.pdf>

### **Информация о конфликте интересов**

Я, автор данной статьи, со всей ответственностью заявляю о частичном и полном отсутствии фактического или потенциального конфликта интересов с какой бы то ни было третьей стороной, который может возникнуть вследствие публикации данной статьи. Настоящее заявление относится к проведению научной работы, сбору и обработке данных, написанию и подготовке статьи, принятию решения о публикации рукописи.

## FUNDRAISING IN THE DIGITAL ECONOMY

Tat'yana Yu. KISELEVA

Financial University under Government of Russian Federation, Moscow, Russian Federation  
proffin2013@mail.ru  
ORCID: not available

### Article history:

Received 1 October 2018  
Received in revised form  
24 October 2018  
Accepted 18 November 2018  
Available online  
28 February 2019

**JEL classification:** H41, L21,  
L26, L31, L33

**Keywords:** digital economy,  
non-profit organization,  
fundraising, financial  
technology, financial resources

### Abstract

**Subject** This article discusses the impact of digital economy on economic processes, institutions and markets. It also studies the formation of financial resources on the basis of fundraising.

**Objectives** The article aims to define the impact of digital economy on non-profit organizations in the sphere of fundraising. As well, it analyzes the modern tools of attracting financial resources.

**Methods** The article uses the methods of logical and statistical analyses, synthesis, comparison, and generalization.

**Results** The article shows that grants and donations are the main forms of financial resources that non-profit organization receive on terms of fundraising. The new tools of obtaining financial resources are social networks, media, technology platforms, and the websites of non-profit organizations.

**Conclusions and Relevance** Modern non-profit organizations have got more opportunities to receive free and gratuitous financial resources using technology opportunities provided by the digital economy. Non-profit company managers and fundraising experts can use financial technologies when choosing a way of formation money receipts on terms of fundraising.

© Publishing house FINANCE and CREDIT, 2018

**Please cite this article as:** Kiseleva T.Yu. Fundraising in the Digital Economy. *Financial Analytics: Science and Experience*, 2019, vol. 12, iss. 1, pp. 23–37.  
<https://doi.org/10.24891/fa.12.1.23>

## References

1. Frumina S.V. [Type of financial relations organization as the basic element of the financial mechanism of a nonprofit organization]. *Nauchnoe obozrenie*, 2014, no. 10-1, pp. 127–130. (In Russ.)
2. Kiseleva T.Yu. [Analyzing the formation and use of financial resources of non-profit organizations in the current circumstances]. *Finansovaya analitika: problemy i resheniya = Financial Analytics: Science and Experience*, 2016, vol. 9, iss. 2, pp. 43–55.  
URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/analiz-formirovaniya-i-ispolzovaniya-finansovyh-resursov-nekommercheskih-organizatsiy-v-sovremennyh-usloviyah> (In Russ.)
3. Frumina S.V., Kiseleva T.Yu., Dzusova S.S. [Some contradictions between the theory and practice of formation of financial resources of the non-profit organizations in the Russian economy]. *Izvestiya vysshikh uchebnykh zavedenii. Seriya Ekonomika, finansy i upravlenie proizvodstvom = News of Higher Educational Institutions. Series: Economy, Finance and Production Management*, 2014, no. 4, pp. 19–24. (In Russ.)

4. Guz' N.A. *Gosudarstvennoe finansirovanie nekommercheskikh organizatsii: zarubezhnyi opyt. V kn.: Teoriya i praktika finansov nekommercheskikh organizatsii: kollektivnaya monografiya* [State funding of non-profit organizations: foreign experience. In: Theory and practice of non-profit organizations' finance: a collective monograph]. Moscow, Ekonomicheskaya Gazeta Publ., 2015, pp. 59–77.
5. Dubrova M.V. [Ensuring openness and transparency in the financial management of non-profit nongovernmental organizations]. *Finansovaya zhizn' = Financial Life*, 2016, no. 1, pp. 65–69. (In Russ.)
6. Markina E.V. [The development of the financial mechanism for budgetary institution operation]. *Vestnik Finansovogo universiteta = Bulletin of the Financial University*, 2014, no. 4, pp. 23–32. URL: [http://mirkin.ru/\\_docs/vest\\_fa/VU\\_4-2014.pdf](http://mirkin.ru/_docs/vest_fa/VU_4-2014.pdf) (In Russ.)
7. Gorlova O.S. [The analysis of the financial security mechanism of rendering state and municipal services by budgetary and autonomous institutions]. *Ekonomika i upravlenie: problemy, resheniya*, 2013, no. 9, pp. 16–22. (In Russ.)
8. Grishchenko Yu.I. [Financial state of a non-profit organization: assessment and analysis]. *Nekommercheskie organizatsii v Rossii = Non-profit Making Organizations in Russia*, 2013, no. 2, pp. 43–48. URL: <https://dis.ru/library/665/31077/> (In Russ.)
9. Frumina S.V., Kiseleva T.Yu., Dzusova S.S. [Peculiarities of taxation of non-profit organizations in the Russian Federation]. *Nalogi i nalogooblozhenie = Taxes and Taxation*, 2014, no. 9, pp. 837–845. URL: [http://nbpublish.com/library\\_get\\_pdf.php?id=31112](http://nbpublish.com/library_get_pdf.php?id=31112) (In Russ.)
10. Grishchenko A.V. [Theoretical aspects of non-profit organizations taxation]. *Nekommercheskie organizatsii v Rossii = Non-profit Making Organizations in Russia*, 2013, no. 2, pp. 13–19. URL: <http://nkor.ru/articles/2013/2/6208.html> (In Russ.)
11. Grishchenko A.V. *Nalogovoe regulirovanie deyatel'nosti nekommercheskikh organizatsii: monografiya* [Tax regulation of non-profit organizations' activities: a monograph]. Moscow, Finpress Publ., 2016, 272 p.
12. Grishchenko Yu.I. [Socially oriented non-profit organization as a contractor of public utility services]. *Nekommercheskie organizatsii v Rossii = Non-profit Making Organizations in Russia*, 2017, no. 5, pp. 46–56. (In Russ.)
13. Mersiyanova I.V. [The impact of the financing of Russian NCOs on the assessment of their work and economic position]. *Grazhdanskoe obshchestvo v Rossii i za rubezhom = Civil Society in Russia and Abroad*, 2013, no. 3, pp. 25–31. URL: <https://wiselawyer.ru/poleznoe/66044-vliyanie-finansirovaniya-rossijskikh-ocenku-raboty-ehkonomicheskogo-polozheniya> (In Russ.)
14. Gromova M.N., Mersiyanova I.V. [State support of NCOs and the problem of their efficiency assessment]. *Grazhdanskoe obshchestvo v Rossii i za rubezhom = Civil Society in Russia and Abroad*, 2016, no. 1, pp. 39–44. (In Russ.)
15. Aleksandrov D.G., Koroleva T.I. [Social entrepreneurship in the current world]. *Ekonomika. Nalogi. Pravo = Economics, Taxes & Law*, 2014, no. 4, pp. 45–50. URL: <http://fa.ru/org/div/edition/enp/journals/2014%20N%204.pdf> (In Russ.)
16. Grishchenko Yu.I. [Methods of fundraising: theory and practice]. *Nekommercheskie organizatsii v Rossii = Non-profit Making Organizations in Russia*, 2018, no. 1, pp. 46–56. (In Russ.)

17. Tsvetkova G.S., Belyaev I.A. [The evolution of technology fundraising]. *Ekonomika i biznes: teoriya i praktika = Economy and Business: Theory and Practice*, 2016, no. 2, pp. 135–138.  
URL: <http://economyandbusiness.ru/evolyutsiya-tehnologij-fandrajzinga> (In Russ.)
18. Korneeva I.E. [Fundraising in Russian non-profit organizations: results of an empirical study]. *Monitoring obshchestvennogo mneniya: ekonomicheskie i sotsial'nye peremeny = The Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes*, 2016, no. 4, pp. 48–66.  
URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/fandrajzing-v-rossiyskih-nekommercheskih-organizatsiyah-rezultaty-empiricheskogo-issledovaniya> (In Russ.)
19. Kletsina A.A. et al. *Tendentsii v sovremennom rossiiskom fandraizinge* [Tendencies in the current Russian fundraising]. St. Petersburg, TsRNO Publ., 2014, 46 p.
20. Khodorova Yu., Chertok M. *Issledovanie chastnykh pozhertvovanii v Rossii 2014–2015 gg* [Research of private donations in Russia in 2014–2015]. Moscow, CAF Russia Publ., 2016, 10 p.  
URL: <https://givingtuesday.ru/uploads/files/issledovanie.pdf> (In Russ.)

### **Conflict-of-interest notification**

I, the author of this article, bindingly and explicitly declare of the partial and total lack of actual or potential conflict of interest with any other third party whatsoever, which may arise as a result of the publication of this article. This statement relates to the study, data collection and interpretation, writing and preparation of the article, and the decision to submit the manuscript for publication.