

КОММЕРЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ КАК СПОСОБ ПРИВЛЕЧЕНИЯ ФИНАНСОВЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ НКО

COMMERCE AS A METHOD OF FUNDRAISING FOR NON-GOVERNMENTAL NON-PROFIT ORGANIZATIONS

В. Р. Горячева,
аспирант

В данной статье описывается социальное предпринимательство как способ привлечения финансовых средств для некоммерческих организаций. Представлены законодательные основы ведения предпринимательской деятельности некоммерческими организациями. Описываются преимущества данного способа привлечения финансовых ресурсов.

This article is about social entrepreneurship as a method of fundraising for non-governmental non-profit organizations. Entrepreneurial legislation for non-governmental non-profit organizations and advantages of fundraising are described.

Ключевые слова: некоммерческие организации, социальное предпринимательство, благотворительность, привлечение средств.
Key words: Non-governmental non-profit organizations, social entrepreneurship, charity, fundraising.

Целью создания негосударственной некоммерческой организации (далее – НКО) является достижение общественных благ. К ним относятся социальные, благотворительные, культурные, экологические, научные, образовательные и прочие. Как известно, из ст. 50 Гражданского кодекса Российской Федерации, НКО не должна ставить извлечение прибыли в качестве основной цели своей деятельности и не должна распределять полученную прибыль между участниками этой организации [1].

Имущество НКО может формироваться из дивидендов по акциям, облигациям, другим ценным бумагам и вкладам; доходов, получаемых от собственности некоммерческой организации; доходов от предпринимательской деятельности участников. При этом цель такой деятельности и получаемый доход полностью идет на покрытие расходов уставной деятельности (п. 3 ст. 50 ГК РФ, ст. 26 п. 1 Федерального Закона от 12.01.1996 № 7-ФЗ «О некоммерческих организациях»).

Состав предпринимательской деятельности некоммерческой организации, разрешенный законодательно (Федеральный Закон от 12.01.1996 № 7-ФЗ «О некоммерческих организациях», ст. 24 п. 2, ст. 26 п. 1), следующий:

- НКО может участвовать в приносящем прибыль производстве товаров и услуг, отвечающих целям создания некоммерческой организации.
- НКО может приобретать и отчуждать ценные бумаги, имущественные и неимущественные права. Такого рода деятельность в меньшей степени может привести к отклонению от целей создания организации, чем торговая деятельность. В собственности общественных объединений и неком-

мерческих организаций могут находиться ценные бумаги отечественных и иностранных эмитентов, но доход от них должен использоваться исключительно в уставных целях.

- Участие НКО в хозяйственных обществах и товариществах на вере в качестве вкладчика. Характер деятельности хозяйственных обществ и товариществ в данном случае не регламентирован.

В соответствии с Федеральным Законом от 12.01.1996 № 7-ФЗ «О некоммерческих организациях», коммерческой деятельностью могут заниматься следующие организационно-правовые формы НКО:

- Общественные и религиозные организации (объединения);
- Фонды;
- Государственная корпорация;
- Государственная компания;
- Некоммерческое партнерство;
- Автономная некоммерческая организация.

Ассоциации и союзы такого права не имеют, а зарегистрированные общественные объединения только в случае соответствия такой деятельности уставу (Федеральный закон РФ от 19 мая 1995 г. № 82-ФЗ «Об общественных объединениях»). Также предпринимательская деятельность может быть ограничена для отдельных НКО: фонды и благотворительные организации в соответствии с п. 2 ст. 118 ГК РФ, п. 2 ст. 7 Федерального Закона от 12.01.1996 № 7-ФЗ «О некоммерческих организациях» не участвуют в хозяйственных товариществах, причем благотворительным организациям даже запрещено их учреждать или участвовать в

таких обществах (п. 4 ст. 12 Федерального Закона от 11.08.95 № 135-ФЗ «О благотворительной деятельности и благотворительных организациях»).

Основные источники привлечения финансовых средств в НКО:

1. Российские и иностранные фонды, грантодающие организации и агентства;
2. Частные пожертвования;
3. Коммерческие компании (отчисления, либо программы социальной ответственности бизнеса);
4. Органы государственной власти и местного самоуправления [2].

Среди видов финансовых поступлений могут также быть спонсорские средства; донорские поступления; гранты; членские взносы; резервные взносы; заемные средства, кредиты; косвенное финансирование (льготы).

Сегодня все чаще обсуждаются вопросы устойчивого развития (sustainability) НКО. Устойчивость является широким понятием, которое включает в себя также наличие финансовых ресурсов и воздействие НКО на окружающую среду. Одним из аспектов устойчивого развития является социальное предпринимательство и приносящие прибыль предприятия НКО. Социальное предпринимательство важно для устойчивого развития НКО: оно потенциально доходно для НКО, а во-вторых, его подходы к проектной работе могут оказать положительное влияние на эффективность и результативность предоставления услуг.

Конкретное социальное предпринимательство НКО должно быть напрямую или хотя бы косвенно связано с ее миссией. Еще Питер Дракер в своем руководстве по некоммерческим организациям «Пять самых важных вопросов, которые Вы когда-либо зададите о своей организации» остерегал: «никогда не подчиняйте миссию зарабатыванию денег» [3].

НКО может получать прибыль, но она не должна быть основным мотивом. Если социальное предприятие запускается не с целью лучшего исполнения миссии НКО, а с целью организации доходных потоков, есть риск того, что предприятие потерпит неудачу или уступит принципам и целям организации.

Существуют несколько выгод для НКО заниматься социальным предпринимательством, вот некоторые из них:

1. Финансовая устойчивость и автономия. Так как доход организации идет не от донора, можно распоряжаться им по собственному усмотрению, увеличивая финансовую самостоятельность НКО. К тому же, правильно организован-

ное социальное предприятие может расширить способы получения прибыли и привлечь новых клиентов новыми услугами и другими методами их предоставления.

2. Снижение стоимости уже предоставляемых услуг. Не каждое социальное предприятие должно создавать что-то новое, оно также может преуспеть, если будет совершенствовать качество или снижать стоимость уже существующих услуг. Примером этого может служить микрофинансирование сетевых программ борьбы с малярией в Африке и Индии. Сетевые программы не были изменены, также не были повышены показатели ожидаемых выздоровлений, зато нашелся более эффективный способ предоставления своих услуг в отдаленные уголки тем, кто действительно очень в этом нуждался.
3. Улучшение обслуживания клиентов и предоставление его нуждающимся. В соответствии с упомянутой книгой Питера Дракера, два из пяти наиболее важных вопроса для организации – это «Кто потребитель?» и «Что потребитель ценит?». Благодаря действию рыночных сил в социальном секторе, таких, как спрос, и акцентируя внимание на качестве продукта или услуги, социальное предпринимательство поможет лучше определить, кто заинтересован в услугах НКО. Благодаря усовершенствованным ценовым системам и системам вознаграждения социальное предпринимательство помогает НКО предлагать лучшую цену на услуги своим клиентам [5].
4. Инновации в управлении и организационной структуре. Как и в любом секторе, в некоммерческом секторе существует определенная культура и профессионалы, которые ведут благотворительные организации. Как правило, эта культура противоположна существующей в частном секторе. Социальное предпринимательство показало, что в некоммерческом секторе можно использовать опыт частного сектора, что увеличивает организационные возможности НКО, на что указывает М. Линденберг в своей работе *Going Global: Transforming Relief and Development NGOs* [4].

По всем миру растет количество социальных предпринимателей для воздействия на развитие общества, и каждый из них представляет набор уроков и примеров, которые могут быть адаптированы к другим НКО. Наибольший риск принимают на себя социальные предприятия, которые первые начинают свою деятельность. Но так как социальные предприятия приносят не только прибыль, но и положительные социальные изменения, входные барьеры здесь не такие уж высокие, да и «конкуренты» на самом деле союзники. Для обмена опытом социального пред-

принимательства устраиваются международные конференции и симпозиумы, где НКО разных стран могут перенять наиболее успешные примеры социального предпринимательства или узнать о «подводных камнях» и препятствиях, которые могут ждать их при воплощении тех или иных идей.

Социальное предпринимательство, как правило, рассматривается как новая тенденция мирового развития бизнеса. Однако, многие НКО успешно интегрируют социальные предприятия в свою деятельность и могут доказать бизнес-сообществу, что существуют концепции устойчивого и развития «за пределами финансовых бумажек» [3].

Делая вывод к вышеизложенному, нужно подчеркнуть, что некоммерческие организации, вне зависимости от профиля своей деятельности, создаются исключительно для достижения общественной пользы и всю свою деятельность должны вести именно с этой позиции. Закон не запрещает большинству из них заниматься зарабатыванием дополнительных средств, отличных от донорских поступлений, если такая деятельность не запрещена законом, если доход от нее не распределяется между ее участниками и идет на выполнение уставных целей. Тем не менее, организация коммерческого дела для НКО – задача нетривиальная. Основной смысл предпринимательской деятельности некоммерческих организаций – закрыть те социальные «пустоты» и «прорехи» в обществе, которые нельзя или трудно прикрыть другими методами, в том числе системой государственного обеспечения. Грамотная некоммерческая деятельность предполагает умелое варьирование несколькими инструментами привлечения финансовых средств в зависимости от ситуации и конкрет-

ных социально-экономических обстоятельств. Здесь также имеет значение и объемы пожертвований или собранных другими способами средств, которыми обладает организация, степень ее популярности и узнаваемости. Доверие к конкретной организации, уверенность в целевом и конкретном использовании пожертвованных средств, удобство совершения перечислений в пользу некоммерческой организации – вот те элементы, которые способствуют успешному развитию некоммерческой деятельности и наращиванию аудитории, которая способна и готова делать отчисления, однократно или по несколько раз.

Библиографический список

1. Гражданский кодекс Российской Федерации. Часть 1 (в ред. от 30.11.1994 N 51-ФЗ).
2. Шекова Е. Л. Экономика и менеджмент некоммерческих организаций: учебное пособие. Санкт-Петербург, 2003. – 154 с.
3. Fowler A. The Virtuous Spiral // EarthScan Publications. – London. – 2000. – 240 с.
4. Lindenberg M., Bryant C. Going Global: Transforming Relief and Development NGOs Bloomfield, CT: Kumarian Press, 2001. – 271 с.
5. Mazer R. Incorporating Social Entrepreneurship into Development NGOs: Some Recent Perspectives and Recommendations from the Field. 18.02.2009 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.ngomanager.org/dcd/2_Organisational_Development/Social_Entrepreneurs/NGOs_and_Social_Entrepreneurship.pdf

Горячева В. Р. – ассистент, аспирант, Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова

Goriacheva V. R. – Assistant, Postgraduate

e-mail: zancia@rambler.ru

