

НЕКОТОРЫЕ ВОПРОСЫ ФИНАНСИРОВАНИЯ СОЦИАЛЬНЫХ ПРОЕКТОВ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Аннотация. В статье рассматриваются актуальные вопросы привлечения финансовых средств путем использования новых социальных и информационных технологий для осуществления социальных проектов в современных условиях. Определены преимущества и недостатки, перспективы развития краудфандинга, фандрайзинга, иных форм пожертвований, проанализирован опыт отечественных компаний в данной сфере. В последнее время набирают популярность альтернативные способы привлечения финансирования, такие, как фандрайзинг или краудфандинг. Краудфандинг можно определить как способ финансирования проекта, когда потенциальные пользователи продукта совместно предоставляют деньги заявителю, получая взамен чаще всего вознаграждение, продукт, созданный благодаря краудфандингу. На Западе он уже давно является распространенной схемой финансирования, массовый запуск платформ для реализации проектов начался в конце первого десятилетия XXI в. Российская практика берет начало с 2010 г. и показывает, что наибольшую вероятность получения финансовой поддержки имеют благотворительные и культурные проекты. Таким образом, в РФ краудфандинг — это перспективный способ финансирования социальных проектов. Динамика внедрения новых технологий в современном мире такова, что уже через несколько лет доля социальных проектов, финансируемых посредством краудфандинга в нашей стране, будет на уровне развитых западных государств.

Ключевые слова: социальные проекты, финансовые ресурсы, пожертвования, краудфандинг, финансирование.

MAGOMEDTAGIROV M.M., AIGUBOV S.Z.

SOME ISSUES OF FINANCING OF SOCIAL PROJECTS IN THE MODERN CONDITIONS

Abstract. The manuscript discusses the relevant issues of attracting financial funds through using new social and information technologies to fulfill social projects in the modern conditions. The advantages and disadvantages, prospects of development of crowd-funding, fundraising, other forms of donations have been determined. The experience of domestic companies in this area has been analyzed. In the recent years alternative methods of attracting financing are becoming more popular, including such methods as fundraising and crowdfunding. Crowd-funding can be defined as a way of financing a project when the potential users of the product will join together to provide funds to the applicant, receiving in return, in most cases, the product created on the raised funds as a bonus for providing support for it. This has been a common plan of financing in the West for quite some time, with a mass launch of platforms for project implementation at the end of the first ten years of the 21st century. Russian practice has started in 2010, and shows that charity and cultural projects have the most probability in receiving financial support. Therefore, in Russia crowd-funding is a forward-looking way of financing of social projects. The dynamics of implementing new technologies in the modern world is such that just in several years, the percentage of social projects financed through crowd-funding in our country will be at the level of developed Western countries.

Keywords: social projects, financial resources, donations, crowd-funding, financing.

Одной из главных трудностей, с которыми сталкиваются организаторы социальных проектов, является недостаток средств для их развития. Без существенного капитала крайне трудно продвинуться дальше, даже если иметь превосходный проект и уникальные идеи. В таком случае, как правило, выручают гранты или прямое государственное финансирование. Но в последнее время набирают популярность альтернативные способы привлечения финансирования, такие, как фандрайзинг или краудфандинг. Определения этих терминов наше законодательство не знает, но в нем содержатся схожие, так, в статье 15 Закона о благотворительных организациях имеется деятельность по привлечению ресурсов. В этой статье перечисляются источники формирования имущества некоммерческих организаций. В статье в «деятельность по привлечению ресурсов» вкладываются 4 определения:

- проведение кампаний по сбору благотворительных пожертвований;
- проведение лотерей и аукционов в соответствии с законодательством РФ;
- реализация имущества и пожертвований, поступивших от благотворителей;
- проведение кампаний по привлечению благотворителей, добровольцев в организацию, развлекательных, культурных, спортивных и иных мероприятий.

Таким образом, самого определения по существу нет, но законодатель содержание деятельности по привлечению ресурсов дает.

Необходимо обратить внимание, что в законодательстве есть 2 определения: «благотворительное пожертвование» и «пожертвование». Они не равнозначны. Понятие «благотворительное пожертвование» означает, что жертвователю это делает в рамках своей благотворительной деятельности, его, в отличие от пожертвования, можно делать и на льготных условиях. А «пожертвование» — это дарение вещи или права в указанных целях. Необходимо обратить внимание, что нельзя пожертвовать работу и услугу.

Согласно Налогового кодекса, пожертвования не будут считаться доходом организации и не будут учитываться при определении налогооблагаемой базы, если оно будет направлено на содержание и ведение уставной деятельности организации. Учреждение обязано вести отдельный учет доходов и расходов, которые оно производит на средства полученного пожертвования, и если данное требование не выполняется, то в этом случае происходит нецелевое расходование средств пожертвования. Это признается доходом, и с суммы пожертвования, во-первых, начисляется штраф и наложение пени с момента, когда открылось это обстоятельство.

Новым методом привлечения пожертвований является такой эффективный способ финансирования, как краудфандинг.

Краудфандинг (дословно с англ. «народное финансирование») — коллективное сотрудничество лиц, объединяющих свои финансовые ресурсы для поддержки проектов других лиц через Интернет. Направления поддержки могут быть различными — политика, наука, искусство, IT, помощь пострадавшим от стихийных бедствий и так далее. Конечно, краудфандинг — явление не новое, «кладчина» существовала испокон веков. Но с появлением Интернета это явление обрело новую силу, так как сильно расширилась сеть возможных членов краудфандинговых проектов.

С точки зрения социологии, это явление представляется интересным объектом для изучения, особенно если речь идет о российской действительности. На Западе краудфандинг уже давно является распространенной схемой финансирования, массовый запуск платформ для реализации проектов начался в 2008–2009 гг., первый же случай сбора пожертвований был зарегистрирован еще в 1997 г., когда фанаты английской рок-группы Marillion в поддержку американского тура собрали для своих кумиров 60 000 долларов.

В 2009 г. открылась самая известная западная краудфандинговая платформа (так принято называть специализированный сайт, который предоставляет услуги по размещению авторских проектов и регулированию процесса сбора средств) на сегодняшний день — американский Kickstarter. На сегодняшний день на ней опубликовано порядка 100 000 проектов, из них собрали средства 41 тысячу на общую сумму 500 миллионов долларов. В Россию краудфандинг пришел позднее, в 2010 г. Явление финансирования проектов посредством Интернета только набирает обороты и фактически не изучено, поэтому поле для исследования здесь большое [3].

Таким образом, с момента появления этого способа сбора пожертвований в 1997 г. в Англии краудфандинг используется во многих странах для самых различных целей. Само понятие «Crowdfunding» состоит из двух английских слов. Это crowd — «толпа» и funding — «финансирование» [4].

Под краудфандингом понимается сотрудничество людей, добровольно оказывающих финансовую поддержку различного рода проектам и организациям [4]. Сбор средств может служить различным целям — помощи пострадавшим от стихийных бедствий и больным людям, поддержке политических кампаний, изданию различных книг, съемкам фильмов, финансированию стартап-компаний и малого предпринимательства и многому другому.

Существует ряд важных особенностей краудфандинга: во-первых, просители никогда не несут ответственности за качество или вообще существование обещанного продукта или сер-

виса. Во-вторых, соответствующие сервисы забирают себе определённый процент от пожертвований. Кроме того, краудфандинг слабо регулируется банковским законодательством. Перед сбором средств должна быть заявлена цель, указана необходимая сумма, а информация о собранных средствах должна быть общедоступной для всех.

Таким образом, можно определить краудфандинг как способ финансирования проекта, когда потенциальные пользователи продукта или услуги (бекеры) совместно предоставляют деньги заявителю. Взамен бекер получает некое вознаграждение, чаще всего продукт, созданный благодаря краудфандингу (так называемый rewards crowdfunding). Можно попытаться собрать деньги для бизнес-проекта на безвозмездной основе. Но, как правило, на это претендуют благотворительные или творческие проекты (donation crowdfunding). Сегодня краудфандинг — это один из наиболее эффективных, популярных и быстрых способов сбора денежных средств. «Народное финансирование» практически не имеет недостатков. Главное, заинтересовать своей идеей как можно больше людей.

Имеется одно большое заблуждение, которое распространено в массах: многие путают краудфандинг с инвестициями. Лица, использующие краудфандинг, собирают средства на дело, на конкретный продукт, на конкретный проект. Это не инвестиции в бизнес, когда инвестору полагается доля прибыли за приобретенную долю в предприятии или организации.

В наши дни используется несколько видов краудфандинга:

- reward crowdfunding;
- equity crowdfunding;
- debt crowdfunding.

Первый способ наиболее популярен и эффективен. Помогая тем, кому это нужно, люди взамен получают различные подарки и вознаграждение. Таким образом, это хороший стимул собрать нужную сумму в кратчайшие сроки. Второй вид краудфандинга интересен потенциальным инвесторам: им предлагают долю в будущем бизнесе или продажу небольшого процента бизнеса. Debtcrowdfunding — это относительно новый способ краудфандинга. Человек, собирающий средства для своего проекта, обещает вернуть всем пожертвованные деньги или дает долю в бизнесе [1]. Если мы говорим непосредственно о социальных проектах, то краудфандинг — это не только сбор денежных средств для их внедрения, но и возможность узнать, насколько ваши идеи являются интересными и зрелыми. Воспользоваться краудфандингом может любой человек. Достаточно создать на сайте аккаунт, указать название и описание проекта. Также нужно указать необходимую сумму и сроки окончания сбора [7].

По контракту он должен выполнить свои обязательства или вернуть деньги кредиторам. Платформы берут комиссию в размере 5–7% от собранной суммы [9]. Если удалось собрать необходимую сумму, то такому человеку выплачиваются все деньги. Если полностью не удалось собрать деньги, то соискатель ничего не получает. На разных платформах условия могут отличаться, но одно общее есть у всех: это очень интересный способ привлечь деньги для своего проекта. В нынешней экономической обстановке иногда это единственный способ найти источники финансирования для социального проекта. Прежде чем запустить проект, необходимо все хорошо продумать. Необходимо понять, как авторы проектов используют совокупность связей и «включенность» в определенные социальные структуры, а также доверие со стороны потенциальных спонсоров, чтобы конвертировать эти ресурсы в капитал экономический (материальную поддержку своего проекта).

Краудфандинговая модель хороша своей абсолютной прозрачностью и тем, что на каждом этапе проекта его сторонники могут повлиять на результат. Участники могут вести эффективный диалог без посредников и реализовывать свои идеи.

Практика показывает, что спонсоров в основном интересуют благотворительные социальные проекты. Средний размер пожертвования составляет 100–300 рублей. Основную информацию спонсор получает из новостей и в социальных сетях, использует безналичные расчеты, не ищет вознаграждения (в отличие от ситуации в других странах) и интересуется судьбой проекта, в финансировании которого он участвовал. Таким образом, приоритетным направлением краудфандинга в нашей стране является финансирование именно социальных проектов. Социальные сети помогают распространять информацию, повышают уровень доверия к автору и вводят систему неформальных обязательств автора перед своими спонсорами

(необходимость поощрения крупных спонсоров и использование собранных средств по назначению).

Во-первых, важно как для себя, так и для потенциальных спонсоров четко определить цель. Без внятной и конкретной цели никто не захочет оказывать финансовую помощь неизвестному человеку.

Во-вторых, необходимо проанализировать, востребована ли идея и кто является реальной и потенциальной аудиторией. Это поможет выбрать правильную позицию по представлению проекта. Реклама — двигатель прогресса. Эта фраза известна с давних пор. Актуальна она и применима к краудфандингу. Медиапланирование имеет большое значение перед запуском проекта.

В-третьих, целесообразно составить список СМИ, блогов, публичных страниц, в которых продвижение компании будет успешным [8]. Безусловно, огромную роль играет и текст в описании проекта. Он должен быть простым, понятным, грамотно построенным и способным заинтересовать людей.

В-четвертых, необходима предварительная работа с сообществом. Чтобы люди захотели платить, они должны довериться организаторам. Для этого нужно потратить время на работу с сообществом, проявлять больше активности на своих сайтах и в группах, привлекая внимание к платформе.

В-пятых, желательно продумать лозунг. С аудиторией нужно общаться конкретно и прямо. Он обязательно должен указывать, на что именно собираются деньги и каким способом, чтобы люди хорошо понимали, что они делают и зачем.

В-шестых, не нужно делать много щедрых вознаграждений. На краудфандинговых платформах принято благодарить людей за внесенную сумму, и чем она больше, тем ценнее подарок. В основном люди готовы платить 300, 500, 1000 рублей, не больше — даже за подарок. Такие суммы, может, и невелики, но если люди их отдают, то уже значит, проект для них важен и они очень хотят его поддержать. Именно с такими людьми нужно работать больше всего.

В-седьмых, нельзя запускать проект в выходные. Размещать сообщения об акциях в пятницу — большая ошибка. В понедельник, когда люди будут просматривать рассылку, новости о краудфандинге окажутся далеко внизу, их будет очень трудно найти.

В-восьмых, информацию об акциях целесообразно размещать в день зарплаты. Как бы люди ни были социально ответственны, они не готовы поддерживать проект постоянно. Лучшее время для акций — дни, когда выплачивается зарплата. Обычно это 1–5 числа (дни зарплаты) и 15–17 (авансы).

В-девятых, неэффективно выкладывать весь материал сразу. Активность должна происходить на всех этапах проекта. Реализовав все идеи сразу, проект лишается развития. Все обновления и презентации нужно распределить во времени. Деньги хорошо собираются в начале и в конце акции, поэтому, чтобы в середине акции интерес к мероприятию не угас, желательно увеличивать количество контента.

В-десятых, желательно назначать небольшие суммы и короткие сроки. Это связано с тем, что нужно постоянно придумывать новые идеи для привлечения аудитории. Для проведения акции в среднем достаточно 30 дней, а сумма — зависит от типа проекта и от того, сколько организаторы готовы вкладывать в продвижение.

И, конечно, не стоит забывать, что свой проект нужно продвигать, а не воспринимать краудфандинг как панацею.

Основными недостатками краудфандинга как стратегии финансирования в России являются:

– слабая развитость электронных платежных систем и культуры электронных платежей, влекущая низкое число потенциальных спонсоров;

– подозрительность населения, рассматривание подобной модели как формы мошенничества, низкий уровень финансовой культуры. Общий недостаток институционального и межличностного доверия в России;

– непроработанность законодательной базы, отсутствие в ней даже такого определения.

Основные достоинства краудфандинговой модели в России:

– работа по принципу альтернативной схемы финансирования, позволяющей привлечь деньги даже на самые смелые проекты без зависимости от государственного финансирования или кредитов;

– наличие положительных отечественных примеров успешных сборов и ряда работающих краудфандинговых платформ («Boomstarter», «Planeta.ru», «С миру по нитке» и т. д.);

– распространенность социальных сетей, позволяющих моментально привлечь внимание широкой аудитории к проекту;

– привлечение внимания общественности к самому явлению краудфандинга, как через электронные, так и классические средства массовой информации. В целом впечатляющие успехи не только крупных проектов, как то: поддержка альбомов группы «Би-2» или «РосПил» Алексея Навального, но и частных, малоизвестных авторов позволяет сделать вывод о применимости данной модели к российским условиям [3].

На наш взгляд, наибольшую вероятность получения финансовой поддержки имеют благотворительные и культурные проекты. Люди, жертвующие деньги на благотворительность, видят в этом некий моральный смысл. Кроме того, необходимо рассмотреть вопрос об общем отношении к таким процессам в России. Если говорить о Западе, в частности о США, то там финансирование социальных проектов через краудфандинг — обыденная вещь. В России есть некоторое недоверие к незнакомым людям, встреча с которыми в рамках привлечения средств через краудфандинг даже не предполагается. Всегда есть сомнение в том, пойдут ли эти деньги в указанном направлении. Таков наш менталитет. Но все же исследование показывает, что краудфандинг — это перспективный способ финансирования социальных проектов. Динамика внедрения новых технологий в современном мире такова, что уже через несколько лет доля социальных проектов, финансируемых посредством краудфандинга, в нашей стране будет на уровне развитых западных государств.

Литература

1. Деньги есть! [Электронный ресурс] / Краудфандинг — альтернатива банковским кредитам. — URL : <https://www.dengi.ru/2015/10/30/crowdfunding/>.
2. Карелов, С. Перспективы краудфандинга : в США — закон, в России — мошенничество / С. Карелов [Электронный ресурс]. — URL : http://slon.ru/future/perspektivy_kraudfandinga_v_ssha_zakon_v_rossii_moshennichestvo-875352.shtml.
3. Кузьминых, К. А. Краудфандинг как новая стратегия финансирования частных проектных инициатив в России // VIII Ковалевские чтения 15-16 ноября 2013 г. Санкт-Петербург : материалы научно-практической конференции.
4. Редактор проекта Rusbase. Краудфандинг в России / [Электронный ресурс]. — URL : <http://rusbase.com/news/kraudfand-ing-v-rossii/>.
5. Сайбель, Н. Ю., Ратиев, В. В. Основы предпринимательства : учеб. пособие. — М. : НОУ ВПО «Московский университет им. С. Ю. Витте», 2012.
6. Сайбель, Н. Ю., Сайбель, Я. В. Антикризисная стратегия как фактор устойчивого развития предприятия // Актуальные проблемы экономической теории и практики : сб. научных трудов ; под ред. В. А. Сидорова. Вып. 17. — Красно, Н. Ю. Стратегические ориентиры развития малого и среднего предпринимательства в России // Модернизация как альтернатива глобализации : потенциал экономической интеграции стран СНГ : сб. материалов Международной научно-практической конференции. Том 2. — Краснодар : ЦНТИ, 2012. С. 173–183.
8. Сайбель, Н. Ю., Ескевич, О. В. Формирование эффективной системы поддержки малого предпринимательства в России // Экономический вестник ЮФО. 2007. № 5. С. 92–97.
9. Черкасов, Д. О., Сайбель, Н. Ю. Стартап : характеристика понятия и этапы развития // Современное состояние и перспективы развития научной мысли : сб. статей VI Международной научно-практической конференции. — Уфа : Аэтерна, 2015. С. 141–143.
10. Цапиева, О. К., Абдуллаева, З. З., Казобекова, Н. А. Приоритеты социальной государственной политики региона в условиях перехода к устойчивому развитию // Вопросы структуризации экономики. 2008. № 2. С. 188–194.

References:

1. The money is there! [Electronic resource] / Crowdfunding — alternative to Bank loans. — URL : <https://www.dengi.ru/2015/10/30/crowdfunding/>.
2. Karelia, S. The Prospects of crowdfunding in the United States — a law in Russia — a fraud / C. Karels [Electronic resource]. — URL : http://slon.ru/future/perspektivy_kraudfandinga_v_ssha_zakon_v_rossii_moshennichestvo-875352.shtml.
3. Kuzmin, K. A. Crowdfunding is a new strategy for financing private project initiatives in Russia // Kovalevskie reading on November 15-16, 2013 Saint Petersburg : materials of scientific-practical conference VIII.
4. Editor of the Rusbase project. Crowdfunding in Russia [Electronic resource]. — URL : <http://rusbase.com/>

news/kraudfanding-v-rossii/.

5. Saibel, N. Yu., Radiev, V. V. *Fundamentals of entrepreneurship: textbook.* — M. : NOU VPO «Moscow University. S. Yu Vitte», 2012.

6. Saibel, N. Yu., Saibel Y. *Anti-Crisis strategy as a factor of sustainable development of enterprises // Actual problems of economic theory and practice : collection of scientific articles ; ed. V. A. Sidorova. Issue 17.* — Krasnodar : Kuban state university, 2014. P. 102-112.

7. Saibel, N. Y. *Strategic guidelines for development of small and medium entrepreneurship in Russia // Modernization as an alternative to globalization : the potential of economic integration of CIS countries : collection of materials of International scientific-practical conference. Vol. 2.* — Krasnodar : CSTI, 2012. P. 173-183.

8. Saibel, N. Y., Eskevich, O. V. *Formation of an effective system of support of small entrepreneurship in Russia // Economic Bulletin of southern Federal district. 2007. No. 5. P. 92-97.*

9. Cherkasov, D. A., Saibel, N. Y. *Startup : characteristics of the concept and stages of development // The Modern state and prospects of development of scientific thought : collection of articles VI International scientific-practical conference.* — Ufa : Aeterna, 2015. P. 141-143.

10. Tsapieva, O. K., Abdullaeva, Z. Z., Kazibekova, N. A. *Priorities of social state policy in the region in the transition to sustainable development // Questions structuring of the economy. 2008. No. 2. P. 188-194.*