САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

ФАНДРАЙЗИНГ В СОЦИАЛЬНЫХ ПРОГРАММАХ ПОМОЩИ БЕЗДОМНЫМ

выпускная квалификационная работа
по направлению 040400 «Социальная работа»
уровень - бакалавриат

Работу выполнила студентка
4 курса дневного отделения
Суворова Дарья Андреевна

Научный руководитель:
доктор социол. наук, профессор
Бородкина Ольга Ивановна

Санкт-Петербург
2017

СОДЕРЖАНИЕ

	Введение	3
Глава 1.	Теоретические основы исследования бездомности	6
1.1.	Основные аспекты феномена бездомности	6
1.2.	Основные факторы бездомности в современной России	15
Глава 2.	Теоретические основы технологии фандрайзинга	21
2.1.	Теоретические подходы к пониманию технологии фандрайзинга	21
2.2.	Особенности фандрайзинга в работе СО НКО и государственных учреждений	30
Глава 3.	Опыт работы СПБ БОО «Ночлежка» по реализации социальных программ помощи бездомным	46
3.1.	Деятельность СПБ БОО «Ночлежка» по реализации программ социальной реабилитации и ресоциализации бездомных	46
3.2.	Технология фандрайзинга в социальные проекты помощи бездомным СПБ БОО «Ночлежки» (на базе эмпирического исследования)	52
	Заключение	59
	Список литературы	61

ВВЕДЕНИЕ

На сегодняшний день сильно возросла роль третьего сектора (некоммерческого сектора), благотворительности и спонсорства. С каждым годом появляются все новые представители этих слоев и их количество постоянно увеличивается. Очевидно, что для стабильного и надежного существования и развития любой общественной (некоммерческой) организации необходима постоянная финансовая поддержка. Она нужно для того, чтобы покрывать огромное количество расходов, начиная от покрытия административных нужд, заканчивая реализацией долгосрочных социальных программ и краткосрочных акций. И, несмотря на то, что данный аспект деятельности некоммерческой организации является, пожалуй, основным в ее работе, в большинстве российских некоммерческих организаций он является далеко не продуманным, а скорее носит спонтанный характер.

В связи с этим, для решения данной проблемы используют технологию фандрайзинга (от англ. «fund» и «raise» - искать средства). Сам термин «фандрайзинг» появился еще в США, где он уже на протяжении многих десятилетий применяется как технология по привлечению финансирования в третий сектор на различные социальные нужды, программы, проекты. В России термин «фандрайзинг» стал активно использоваться преимущественно государственными некоммерческими организациями с начала 1990-х годов для покрытия дефицита бюджета, в связи с переходом страны на рыночные условия.

В США же фандрайзинг некоммерческих организаций определяется как процесс привлечение средств со стороны частных и бизнес доноров и на собственные источники финансирования, а не на финансирование со стороны государства. Однако, начиная с 1980-х годов, фандрайзинг стал диверсифицировать источники финансирования как со стороны физических и юридических лиц, так и государственных и местных властей. Также в технологии фандрайзинга стали развиваться новые формы привлечения финансирования, помимо традиционных пожертвований, грантов, спонсорских взносов особое внимание стали уделять разработке полной фандрайзинговой кампании. Это позволяло лучше контролировать процесс привлечения средств.

Если говорить о российской практике, то в России термин «фандрайзинг» стал использоваться государственными некоммерческими организациями, начиная с 1990-х годов, когда экономика страны переходила на рыночные условия. Именно в это время в России появились первые некоммерческие организации и первые доноры, как правило, зарубежные, а не российские. Эти зарубежные фонды сильно повлияли на процесс становления благотворительности и развитие технологии фандрайзинга в новой России,

существующей в рыночных условиях. Именно эти фонды выделяли большое количество грантов, как организациям, так и частным лицам.

Однако спустя двадцать лет ситуация изменилась. Большинство крупных зарубежных фондов остановили свою деятельность на российском поприще, но при этом стали появляться отечественные частные фонды, меценаты и активизировался отечественный бизнес – около 80% компаний занимаются благотворительностью. При этом, из более чем 40 000 зарегистрированных российских фондов, только примерно 40 соответствуют принятому в мире понятию фонда, то есть имеют собственные финансовые ресурсы, выделяют гранты и стипендии, управляются попечительскими советами[1].

В настоящее время широкое распростанение получили государственные грантовые программы, как федеральные, так и региональные. Среди 40 настоящих российских фондов, 20 – местные сообщества. Отдельный вид грантодающих фондов, создаваемых усилиями местого бизнеса, жителями конкретного города или региона финансирующие эти проекты только на территории этого сообщества. Несмотря на то, что многие фонды местного сообщества стали уже надежными и постоянными источниками средств для местных общественнных организаций в своих городах, количество их пока что еще мало и организации из других территорий не могут надеяться на финасирование из фондов местных сообществ.

Все это говорит о том, что в российской практике у большинства представителей НКО до сих пор нет четкого представления о том, как надлежащим образом вести управление организацией и как правильно разрабатывать фандрайзинговые стратегии, которые бы были направлены на поддержание финансового состояния организации и были бы эффективны. Проблема здесь состоит еще и в том, что в России нет как такого целенаправленного профильного обучения основам планирования фандрайзинга и управлению некоммерческими организациями. Как правило, проводятся отдельные специализированные курсы и обучающие программы за счет фондов-посредников или некоторых коммерческих компаний, но их не так много.

Бездомность в России достаточно сложный феномен. В России человек без регистрации фактически лишается многих прав: на труд, на получение медицинской помощи, пенсии, социальных льгот, избирательного права. В нашей стране практически нет государственной системы помощи бездомным: она привязана к месту последней

[1] Фандрайзинг в общественной организации. Комитет по печати и связям с общественностью Лен. обл. 2014. - С. 5

регистрации человека и очень бюрократизированная. По статистике сегодня около 39% граждан становятся бездомными по причине семейных обстоятельств[2].

На сегодняшний день большое количество социально-ориентированных НКО используют технологию фандрайзига в деятельности. В России немало фондов и НКО, которые применяют данную технологию в своей работе. К примеру, такие крупные организации как «Ночлежка» занимаются благотворительностью в отношении бездомных, привлекают средства на нужды и потребности подопечных. На базе данной технологии и проводится вся работа по привлечению финансовых и иных средств. Именно на базе данной технологии и ведется работа по составлению грантов, работе с бизнес органиазциями, привлечению частных средств для подопечных.

В связи с актуальностью данной темы были определенны основные цель, задачи, объект и предмет работы.

Цель данной работы является изучение и анализ технологии фандрайзинга в программы помощи лицам без определенного места жительства.

В соответствие с поставленной целью были выделены следующие **задачи работы**:

- рассмотрение теоретических основ сущности феномена бездомности и основных факторов бездомности в России;
- рассмотрение теоретико-методологических подходов к пониманию технологии фандрайзига;
- изучение особенностей фандрайзинговой деятельности социально-ориентированных некоммерческих организаций;
- изучение специфики деятельности СПБ БОО «Ночлежка» по реализации социальных программ помощи, реабилитации и ресоциализации бездомных, по оказанию социальной помощи бездомным;
- анализ деятельности СПБ БОО «Ночлежка» по привлечению финансовых и материальных средств в социальные проекты помощи бездомным.

Объектом данной работы выступают лица без определенного места жительства.

Предметом данной работы является фандрайзинг в программы помощи бездомным.

В дипломной работе используются различные виды **методов**. В ходе исследования использовались такие теоретические методы исследования, как анализ документов и анализ информационных источников. Также в ходе работы использовался такой методы как экспертное интервью.

[2] Материалы URL. https://homeless.ru/

Эмпирическая база проведения исследования – Санкт-Петербургская благотворительная общественная организация «Ночлежка».

Место прохождения практики – «Комплексный центр социального обслуживания наседения Кировского района»

В ходе работы использовались также материалы официальной статистики.

Структура и объем работы. Работа состоит из введения, трех глав, заключения, списка использованной литературы. Общий объем выпускной квалификационной работы составляет 65 страниц, список использованной литературы включает 45 источников.

Глава 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИССЛЕДОВАНИЯ БЕЗДОМНОСТИ

1.1. Основные аспекты феномена бездомности

Существует немало трактатов и определений бездомности на сегодняшний день словаре Согласно словарю русского языка С.И. Ожегова бездомный трактуется как «человек, не имеющий жилья, приюта». По мнению американских специалистов по социальной работе, бездомный считается «человек, не имеющий постоянного жилища, не ведущи оседлый образ жизни». По факту это определение значительно меняет состав объекта данного изучения, так как в России есть много людей, которые по тем или иным причинам не имеют жилья и приюта, но на них не распространяется конструкт «бездомные». Тем не менее, эти люди активно работают и ведут продуктивный образ жизни. Также многие бездомные проживают в учреждениях социальной защиты или в местах не предназначенных для жилья, что не меняет в целом их статуса.

По определению Европейской федерации организаций, работающей с бездомными, таковыми признаются лица, не имеющие крыши над головой, проживающие на улице, в публичных, небезопасных для жилья и здоровья и жизни местах либо в государственнных/общественнных специальных учреждениях[3].

Органы государственной власти в проекте закона «О социальной реабилитации лиц, занимающихся бродяжничеством» предлагали определение понятия бездомности заменить понятием бродяжничества. Однако как было отмеченно подмена понятия «бездомность» понятием «бродяжничество» смещает от необходимости содействия людям, к которым применяется это понятие (например, в осуществлении их конституционного права на жилище), к созданию повода (формального основания) для преследования людей, не имеющих прав на конкретные жилые помещения и, как следствие, регистрации в них.

В официальной лексике вместо понятия «бездомность» используется понятие «бродяжничество», а вместо понятия «бездомный» - множество понятий. Одни из них говорят о неопределенности места жительства («лицо без определенного места жительства»; «лицо БОМЖ») и рода занятий («лицо без определенного места жительства и занятий»; «лицо БОМЖ и З») и другие, наоборот, определенно указывают на род занятий («лицо, занимающееся бродяжничеством и попрошайничеством»).

В статистике можно также встретить понятия «лица, проживающие без регистрации по месту жительства и месту пребывания», которые в соотвествии с кодексом РФ об административных правонарушениях являются правонарушителями и подлежат

[3] И.А. Григорьева, О.И. Бородкина «Социальная работа с лицами без определенного места жительства».- Изд. С.- Петербурского государственного университета, 2008. – с. 8

привлечению к отвественности. В средствах массовой информации и в современном русском языке существует, так называемая аббревиатурра «БОМЖ», которая давно определяетя как нарицательная, и прочно вошла в современный обиход. Она носит довольно презрительный оттенок и используется в обществе не только для идентификации собственно бездомных, но и для обозначения любых опустившихся маргиналов, чей облик и образ жизни в той или иной степени схож с образом жизни представителей придонного слоя бездомных.

Многочисленность и нечеткость определений, которая используется для наименования бездомных, свидетельствует об отсутствии адекватного восприятия общественным сознанием бездомности и связанных с этим проблем[4]. Прежде всего, это проявляеся в подмене *социальной проблемы* (*бездомность)*, корни которой лежат в области социальной политики, ее внешними признаками – «занятием бродяжничеством», которому предаются отдельные «несознательные лица» (лица, занимающиеся бродяжничесвом по определенным причинам) или отсутвием у граждан регистрации по месту жительства или по месту пребывания.

Помимо общепринятых определений, которые дают различные институты власти, существует также немало определений, которые представлены разными общественными организациями.

Благотворительные организации также дают определение бездомным. Вот некоторые из них, которые предствлены благотворительными организациями, среди которых есть опредение СПБ БОО «Ночлежка». СПБ БОО «Ночлежка» определяет бездомных как социальную группу, сформировавшуюся в результате отсутствия у граждан жилых помещений (прав на конкретные жилые помещения) и регистрации по месту жительства или по месту пребывания[5]. Это определение дает четко понять, какое место занимает бездомный в обществе, и что этот феномен сам по себе определяет.

Наиболее четкими являются определения бездомности и бездомного, предложеннные в проекте Федерального закона РФ «Об основах законодательства Российской Федерации о профилактике бездомности и ресоциализации бездомных» автора И. Карлинским. С этой точки зрения бездомность – это[6]:

---

[4] И.А. Григорьева, О.И. Бородкина «Социальная работа с лицами без определенного места жительства».- Изд. С.- Петербурского государственного университета, 2008. – с. 8

[5] Проект Федерального закона РФ «Об основах законодательства Российской Федерации о профилактике бездомности и ресоциализации бездомных». БОО «Ночлежка». 2001.

[6] Проект Федерального закона РФ «Об основах законодательства Российской Федерации о профилактике бездомности и ресоциализации бездомных». БОО «Ночлежка». 2001.

- состояние (социальное положение) человека, связанное с отсутвием у него прав на конкретное жилое помещение (здание, строение), которое он мог бы использовать для проживания и пребывания и в котором он мог бы зарегистрироваться по месту жительства или месту пребывания;
- социальное явление, связанное с отсутвием у людей прав на конкретные жилые помещения (здания, строения) которе они могли бы использовать для проживания или пребывания, и отсутвием у этих людей регистрации по месту жительства или места пребывания.

Бездомный согласно данному законопроекту – это человек, находящийся в состоянии бездомности, то есть не имеющий права собственности на жилое помещение (здание, строение) или права пользования жилым помещением (зданием, строением), которое он мог бы использовать для проживания или пребывания, а также не имеющий регистрации по месту жительства или по его месту пребывания»[7].

Данные определения представлены для обозначения феномена бездомности исключительно в правовой сфере, поэтому они могут иметь юридическую направленность, а также отражать общественно-групповой признак явления, который является ничуть не менее важным. В конце концов, люди потерявшие жильё используют свой финансовый или социальный или даже административный капитал, чтобы поправить своё положение в результате чего их минует конструкт «бездомного», хотя приведённым выше определениям человек может вполне соответствовать. Когда же у человека нет ни таковых капиталов или приемлемого статуса, то именно тогда человек уходит жить «на улицу», и именно тогда это приводит к необратимым последствиям.

Отсутвие постоянного жилья становится решающим фактором в определении жилья тоглько тогда, когда у него нет социально приемлимой роли ни в системе общественнной занятости, ни в семье, ни в общине. Именно это характеризует бездомность и именно в этом случае отсутсвие жилья, регистрации и, в предельном варианте жизнь на улице приводит к необратимым последствиям.

Таким образом, одним из типичных признаков бездомных является разрыв прежних родственнных и дружественнных отношений. Это означает, что бездомные не просто лишенны жилья, они искючены/отторгнуты от своей некогда ближней среды (семья, дружеские сообщества, професиональные сообщества), выпадают из общепринятых социальных идентификаций и иерархий, теряя присущие им характеристики и роли. Человек, не имеющий жилья и оказывающийся за пределами

[7] Проект Федерального закона РФ «Об основах законодательства Российской Федерации о профилактике бездомности и ресоциализации бездомных». БОО «Ночлежка». 2001.

ближней среды, приобретает специфические черты поведения, характерного для бездомных, воспринимает нормы и ценности, принятые в этой категории людей, которые отличаются от ценностей, которые доминируют в обществе.

Сделав выводы над всем вышеуказаннным в отношении определения бездомности, можно прийти к заключению, что бездомность – это социальное явление, связанное с отсутствием возможности иметь пригодное жильё, в результате которого, под влиянием разнообразных факторов, происходит исключение человека из сети взаимосвязанных социальных связей и структур. Бездомные – это социальная группа, исключённая из общества и образующая маргинальное сообщество, характеризующееся своей собственной идентичностью[8]. (Вот определение бездомности данное Молчановым А.А. в его диссертации «Бездомность в России: комплексный анализ и технология профилактики»).

Термин «бездомность» содержит в своей сущности признак разрыва нормального круга жизнедеятельности, что предопределяет возникновение проблем адаптации; также, если они не будут оперативно разрешены, человек начинает терять привычные социальные связи, постепенно ислючаясь из социального взаимодействия в обществе.

Исключение человека – результат неуспешного процесса адаптации, в ходе которого человек не приобретает или теряет свойства, требуемые социальной средой и взаимодействиями с ней.

Ресоциализация бездомного – результат успешного процесса социализации (адаптации), в ходе которого человек вырабатывает свойства, требуемые социальной средой и взаимодействиями с ней.

Так как существует большое количество самых разных точек зрения на феномен бездомности, которые рассматривают его исключительно в рамках своей сферы (юридический, психологический и т.д.). Наиболее полным представлением о бездомности может послужить комплексный или системный подход к анализу бездомности. Данный подход предполагает изучение всех имеющихся факторов влияющих на феномен бездомности.

Исходное положение теории комплексного подхода является утверждение, что изучение факторов «человек-социальная среда-регуляторы взаимодействия человека и среды», способно дать исчерпывающее представление о любой социальной ситуации в различных её проявлениях[9].

---

[8] Молчанов А.А. Лицо БОМЖ как объект социальной работы. СПбГУ. Ф-т социологии. 2003. –С.6

[9] Григорьева И.А., Келасьев В.Н. Теория и практика социальной работы. – Санкт-Петербург. 2004.

Важно также отметить несколько слов о социально-правовом положении бездомных. Так как это немаловажный аспект, объясняющий феномен бездомности и то, что оно под собой подразумевает.

Немаловажно, что человек, являющийся бездомным и не имеющий постоянной регистрации, подвергается жесткой дискриминации как государственной, так и негосударственной (со стороны различных разлиных лиц, пользующихся тяжелым положением бездомного).

Так примером негосударственной дискриминации является тотальная дискриминация в сфере занятости. Бездомные, за редким исключением, не могут легально устроиться на работу и вынуждены работать на нелегальном рынке труда. Там они подвергаются эксплуатации со стороны работодателей и дискрииминации по сравнению с легальными работниками и в вопросах оплаты труда, и в вопросах режима труда и отдыха, и в вопросах условий труда, также, впрочем, как и прочие нелегальные работники.

Государственную дискриминацию бездомных можно разделить на три осноных типа:

- прямая (сознательная) дискриминация, при которой законодатель или иное лицо, принимающее решение, особым образом выделяет бездомных и предусматривает для них более жесткие санкции, чем для других;

- «слепая», когда нормотворец «не видит» бездомных и специфики их ситуации и не предусматривает для них механизм реализации прав и свобод (это ведет к исключению бездомных из общих правовых механизмов) или когда нормотворец видит бездомных, но не понимает специфики их положения (при этом разработанные мехнаизмы реализации прав и свобод не работают) и не улучшают их социально-праввого положения или не учитывается специфика бездомного существования при разработке мер помощи бездомным, в результате чего, эта помощь становится недоступна большинству из тех, для кого она была предназначена).

Известно, что бездомные обладают определенным количеством порогов доступа, среди которых наиболее явным является законодательная недостаточность, то есть отсутвие в законодательстве адекватной положению бездомных регламентации порядка осуществления человеком своих прав. В результате ни одно из конституционнных прав фактически не является доступным для людей, не имеющих регистрации.

Вот несколько примеров.

1. Право на труд (ст. 37 Конституции РФ). В РФ отсутсвуют условия для реализации бездомными права на труд, так как[10]:

а) бездомные не могут предоставить работодателю документы, предусмотреннные

ст. 65 Трудового кодекса РФ: свидетельство государственного пенсионного страхования, документ воинского учета (для военнообязанных), так как нормативными актами предусмотренно получение этих документов по месту жительства;

б) на практике при трудоустройстве работодатель сверх документов, предусмотреннных ст. 65 ТК РФ, требуется свидетельство о постановке на воинский учет в налоговом органе по месту жительства (ИНН), которое выдается налоговым органом по месту жительства;

в) органы службы занятости в качестве безработных регистриую граждан, проживающих на территории, обслуживаемой соотвествующим подразделением. Бездомных граждан в качестве безработных не регистриуют, направление на трудоустройство им не дают, пособия по безработице не выплачивают, в активные программы содействия занятости (проф. обучение, стажировки) не включают.

2. Право на социальное обеспечение (ст. 39 Конституции РФ). Нормативными актами РФ предусмотренно, что государственные пенсии бездомным назначаются по месту своего фактического проживания. Данное понятие законодательно не закреплено. Отсутствие правого определения этого понятия создает широчайшее поле для нарушения прав бездомных на получение пенсий, установленнных законом, так как позволяет чиновнику либо решать вопрос по своему усмотрению, либо, делая ссылку в законе на отсутствие соответствующего определения, не решать все вовсе.

3. Право на охрану здоровья (ст. 41 Конституции РФ). В России для бездомных существуют условия, обеспечивающие только лишь право на экстреннную медицинскую помощь, когда больной находится в критическом состоянии и его жизни угрожает опасность. Невозможность получения для бездомных полиса ОМС делает недоступными для бездомных виды медицинской помощи как амбулаторно медицинская помощь, неотложная стоматологическая помощь. Кроме этого, у большой части бездомных отсутвует доступ к питьевой воде (водоемы, трубы – примерно 17% опрошенных), к горячей пище, к санитарно-гигиеническим условиям (мытье рук, мытье тела, стирка одежды и питья), что ведет за сосбой ухудшение здоровья.

---

[10] И.А. Григориьева, О.И. Бородкина «Социальная работа с лицами без определенного места жительства».- Изд. С.- Петербурского государственного университета, 2008. – с. 36.

4. Избирательное право (ст. 32 Конституции РФ). Бездомные практически исключены из всех электоральных процессов и не имеют права выборов представителей государсрственных структур. Конституция и законы России не содержат прямого запрета на участие бездомных граждан РФ в выборах, при этом у них имеется регистрация по месту жительства, которая содержится в избирательноси законодательстве. (порядок реализации граждами активного избирательногь права).

Таким образом, отсутвие в законодательстве механизмов реализации бездомными избирательных прав привело к тому, что они никогда не представялями интереса для законодательной власти.

Право на судебную защиту как дополнительный элемент законодательной недостаточности. Прежде всего, говорит о том, что бездомные дискриминированы в вопросах доступа к правосудию и механизмам защиты и реализации своих прав. Данная дискриминация заложена в существующем процессуальном законодательстве. Так согласно ст. 131ГПК РФ в исковом заявлении должно быть указано место жительства исца. А поскольку лицо без определенного места жительства таковым не обладает, ему это право не предоставляется.

Понятие «бездомного» также тесно связано с понятиями *порогов доступа* и ограничением доступа к благам.

Понятие порогов доступа является не новым. Оно обозначает то, что в обществе есть определенные ограничения или недостаточность чего-либо в определенной сфере, отрасти. Они действуют в отношении некоторых людей, в первую очередь и бездомных.

«Бумажный порог», типичный для нашей бюрократической системы, представляет сосбой невозможность получения общедоступных благ без наличия предусмотренных нормативно-правовыми актами документов. Наличие большого количества документов и бумаг, необходимость которых для приобретения того или иного блага предусмотрена нормативными актами, затруднено их получением. Таким образом, трудно получить документы, такие как копии свидетельств о рождении, архивные справки о прописке и т.д.

И вместе с этим для большинства граждан, в том числе бездомным лицам, получить необходимые документы очень проблематично, а в большинстве случаев это становится настоящей пыткой, в том числе и в полученииии российскго паспорта, прежде всего из-за факта отсутвия нормальной системы электронного документооборота.

Другой немаловажный порог доступа – *финансовый порог*. Ярким его примером является взымание государственной пошлины, взымаемой с граждан при обращении в суд, за совершение нотариальных действий, регистрацию актов гражданского состояния и

т.д. Соотвественно различные финансовые операции и вопросы являются проблематичными для бездомных.

По результатам исследований, каждый четвертый из числа опрошенных бездомных указал в качестве причины отказа от попыток изменить свое положение (вернуть жилье) именно отсутствие финансовых средств[11].

Другим примером порога доступа является метрический порог. Метрическиий порог связан с недоступностью для бездомных учреждений и организаций, где бездомные вправе получить необходимые консультации и услуги, из-за удаленности их от места их обитания.

Метрический порог доступа может быть представлен в виде системы амбулаторно-медицинской помощи бездомным в Санкт-Петербурге. Таким образом, амбулаторную помощь бездомным, которые ранее не имели регистрации в Санкт-Петербурге, оказывает один единственный медицинский пункт, расположенный на территории инфекционнной больницы им. Боткина. Также получить качественные медицинские услуги в центре города немного проблематично, так как добраться туда из «спальных» районов в центр не просто что в свою очередь очень затрудненно для представителей лиц бомж, потому что приходится тратить на это полтора-два часа.

Такая система амбулаторно-медицинской помощи бездомным является ярким примером неявной дискриминации, которая возникла в результате того, что был проигнорирован один из базовых принципов социальной помощи – принцип линейной доступности.

Как дополнение можно привести в пример информационный порог доступа. Этот порог обозначает, что доступ к информации сильно ограничен и в первую очередь для бездомных. Вследствии условий их жизни электронные и печатные СМИ практически недоступны для предствителей маргинального класса. В результате у людей нет возможности получать необходимые им блага.

Хотелось бы отметить также некоторые моменты, касающиеся социального положения и жизни бездомных.

Большинство бездомных практически не имеют возможности ночевать в жилых помещениях. Отсутствие у человека жилья и доступа к помещению (как месту жительства), которое влечет за собой недоступность жизненно необходимых благ, безусловно, несет за собой тяжелые последствия.

---

[11] И.А. Григориьева, О.И. Бородкина «Социальная работа с лицами без определенного места жительства».- Изд. С.- Петербурского государственного университета, 2008. – с. 8

Бездомный, утратив право на жилье, практически остается нигде и словно выброшенным во вне, не имеет возможности и практически какие-либо перспективы обрести дом.

Помимо жилищных вопросов, у бездомных встает также вопрос о соблюдении простых гииентических правил. По даннным исследования «Социальные и правовые аспекты проблемы бездомности бездомных», только 22,2% могут помыться и постирать одежду примерно 1 раз в месяц, 13,6% имеют такую возможность реже 1 раза в месяц и не имеют совсем[12]. Также возможно применить и другие данные исследования проблем бездомности. К примеру, данные опроса бездомных выявили, что только 40% респондентов имеют возможность ежедневно употреблять горячую пищу, остальные иаеют возможность употреблять ее только периодами, 4 % определили, что не имеют такой возможности вовсе[13]. Известно только, что для большинства опрошеннных бездомных исследованием полноценное питание и ведение нормализованного образа жизни недоступно.

Известно также, что в современнои российском обществе бездомные подвергаются не только дискриминации, но и большой стигматизации со стороны граждан. Это проявляется в том, что общественное сознание объединяет всех в одну большую группу, присвоив ей набор негативных черт и унижительное наименование «бомж». В представлении большинства людей лицо «бомж» - это грязные, опустившиеся на дно люди, которые не имеют никаких перспектив на нормальное существование и реализацию в обществе. Наиболее нисшие слои бездомных составляют примерно 10-15% от общего числа. Большинство же остальных представителей лиц бомж стараются сохранить привычный образ жизни и ничем особо не отличаются от рядовых граждан.

Существует также немало мифов и неверных представлений об образе бездомного. Эти представления определяют ложные характеристики, связаннные с их поведением и образом жизни.

Первый миф связан с тем, что все «бомжи» - это попрошайки, просители, которые только и могут, что просит у других людей, не имея собственнных средств, а также шатаются по мусорным контейнерам[14].

---

[12] И.А. Григорьева, О.И. Бородкина «Социальная работа с лицами без определенного места жительства».- Изд. С.- Петербурского государственного университета, 2008. – с. 8

[13] И.А. Григорьева, О.И. Бородкина «Социальная работа с лицами без определенного места жительства».- Изд. С.- Петербурского государственного университета, 2008. – с. 8

[14] И.А. Григорьева, О.И. Бородкина «Социальная работа с лицами без определенного места жительства».- Изд. С.- Петербурского государственного университета, 2008. – с. 8

Второе неверное представление связано с тем, что многие считают бездомных представителями с повышенной криминальностью. Что в свою очередь также считается вымыслом.

Третье неверное представление это то, что бездомные нечистоплотны и заразны, а также не приспособлены к семейной жизни. С одной стороны, это соотвествует реальности и заболеваемость бездомных выше средснестатистической, но на самом деле основа кроется в нечеловеских условиях проживания, в которых приходится существовать бездомным.

Таким образом, бездомность в современной России рассматривается как достаточно распространенный феномен, который обладает своими причинами, мифами, истоками. Он обладает своми порогами доступа, которые трудно пересечь. Сам феномен предопределяет возникновение проблем адаптации; если они не будут разрешены, человек начинает терять привычные социальные связи и может быть исключенным из общества.

1.2 Основные факторы бездомности в современной России

Существует несколько основных факторы (причин), обуславливающих возникновение феномена бездомности. Сами причины (факторы) могут рассматриваться на разлиных уровнях: от индивидуального (на уровне отдельного человека) до социально-группового и макроуровня (уровня социальных институтов).

На индивидуальном уровне (микроуровне) исследование причин феномена бездомности предполгает анализ и изучение структуры социальной среды, образа жизни бездомного, а также моделей ролевого поведения, системы норм и ценностей.

На втором социально-групповом уровне (уровне ближайшей среды) исследуются причины бездомности с точки зрения нормативной и статусной струкруры ближайшей группы, с которой связан бездомный, а также с точки зрения социально-групповых связей, которыми обладает человек.

На макроуровне исследуются и анализируются различные институциональные факторы (правовые, культурные, экономические и т.д.) и то, как человек взаимодействует с этими истутами и средой.

Таким образом, исследуя теории комплексного подхода и факторов «человек-социальная среда-регуляторы взаимодействия человека и среды», можно дать исчерпывающее представление о любой социальной ситуации и дать определение основных факторов, обуславливающих феномен бездомности.

Факторы на уровне отдельного человека[15]:

- индивидуально-личностные особенности бездомного (приобретённые до приобретения статуса бездомного и после);
- физическое здоровье, возраст;
- психологическое здоровье;
- экстернальный локус;
- низкая самооценка, пессимизм;
- низкий уровень социальной компетенции.

Факторы среды (ближняя и дальняя):

- социальное окружение бездомного, сообщество бездомных;
- разрыв прежних социальных связей;
- ограничение возможных контактов;
- иждивение;
- отсутствие постоянного дохода и средств к существованию;
- проецирование на бездомного стигмы «бомж», постоянное подтверждение низкого социального статуса;
- негативное отношение к бездомным со стороны государства и большей части граждан.

Факторы взаимодействия человека и среды (макроуровень):

- противоречия, которые препятствуют законному возвращению жилья или получению нового;
- пробелы в правовом регулировании, связанные с регистрацией по месту жительства.

Касательно последней группы факторов можно отметить, что они уникальны для России. Это, прежде всего, утрата жилья вышедшим на свободу заключённым, вследствии чего он пополняет ряды бездомных. В России существует несколько статей о положении такого рода осужденных лиц маргиналов. Глава 22 УИК РФ содержит положения об осуждённых, освобождаемых от наказани, и не предусматривает предоставления жилья освобождённым от наказания. Статья 182 УИК РФ предусматривает, что «осуждённые, освобождаемые от ограничения свободы, ареста или лишения свободы имеют право на трудовое и бытовое устройство и получение других видов социальной помощи в соответствии с законодательством Российской Федерации и нормативными правовыми актами». При этом термин «бытовое устройство» - не определён, чем часто пользуется

[15] Григорьева И.А., Келасьев В.Н. Теория и практика социальной работы. – Санкт-Петербург. 2004.

администрация. Также зачастую у заключённого нет средств или даже возможности пережить время ожидания жилой площади, которая предоставляется в порядке очерёдности[16].

Необходимо подметить, что причинность бездомности, особенно в России, носит достаточно сложный характер. Очень многому в этом способствует личный выбор каждого бездомного, что и является следствием или причиной их тяжелого положения.

Существует два возможных аспекта «личного выбора»: первичные и вторичные причины бездомности[17].

К первичным причинам бездомности можно отнести такие показатели как «отъезд по своей воле», «снятие с прописки по своей воле», «жилищный вопрос».

К вторичным же причинам бездомности относятся же такие категории факторов как социальная автономия, социальная и личностная деградация, затяжной характер бездомности и длительное прерывание социальных связей, которые являются причинами бездомности.

Существующее профессиональное мнение сотрудников правоохранительных органов и работников социальных служб, являющееся наиболее компетентными, фиксируют значимость причины бездомности на соотвественном уровне 1,4 и 2,7%.

Согласно даннным исследования о причинах бездомности, проведенном в 2005 году по проекту «ТАСИС», %. Причины бездомности обстоят в следующем[18]:

Семейные обстоятельства – 38

Мошенничесиво – 19

Отбывание наказания в МЛС – 11

Выселение – 11

Продажа квартиры – 10

Личный выбор – 3

Неполучение жилья после детского дома – 2

Все эти и другие причины показывают многообразие факторов бездомности.

Также важно добавить, что бездомные, не имеющие регистрацию (а таких подавляющее большинство), не имеют право на медицинскую помощь (так как она предоставляется по полису обязательного страхования), пособия и на работу. В Петербурге частично решили данную проблему, учредив «Центр регистрации

[16] Жилищный Кодекс Российской Федерации. Москва. 2004.
[17] И.А. Григорьева, О.И. Бородкина «Социальная работа с лицами без определенного места жительства».- Изд. С.- Петербурского государственного университета, 2008. – с.64.
[18] А.А. Молчанов, О.И. Бородкина «Социальная работа с лицами без определенного места жительства».- Изд. С.- Петербурского государственного университета, 2008. – с.64

бездомных», в котором бездомные могут регистрироваться, после чего получают доступ к медицинским услугам, пособию и легальной работе.

Помимо этого нужно отметить несколько слов о статистике и общественном мнении в отношении бездомных.

Существует общественное мнение о вопросах и проблемах бездомности. Оно выражается в определенном отношении общества к проблеме бездомности. Бездомность сама по себе является одной из наиболее важных социальных проблем для населения и общества в целом. Согласно исследованию общественной группы «ЭКРО-RG» в Санкт-Петербурге, отношение в обществе к бездомным можно представить в виде трех основных факторов.

Вот эти три группы факторов:

1. Сочувствующее отношение (31 %)
2. Безразлично-обвинительное отношение (35%).
3. Агрессивно-враждебное отношение (34%)[19].

Согласно исследованию только треть опрошенных респондентов испытывает настоящее сочувствие по отношению к бездомным, готова и настроена им помогать, не испытывает какой-либо неприязни.

Большинство стереотипов и мифов по отношению к бездомным связаны с социальными страхами граждан и общества. Население страны можно делиться на две части в зависимости от того, испытывают ли они страх перед бездомными или нет. Таким образом, согласно данным порядка 45% населения страны в той или иной степени испытвают страхи перед бездомными. 27% воспринмают бездомных как потенциальных преступников, 18 % воспринимают как потенциальных разносчиков инфекций. Еще 30 % населения страха перед бездомными не испытывают, однако и относятся к ним с некой неприязнью.

Существуют также некоторые социально-экономические последствия бездомности в современной России, которые имеют, безусловно, влияние на состояние экономики в целом и на людей. Социально-экономические последствия в России многоплановы, и являются предметом отдельного изучения.

Одно из основополагающих последствий массовой бездомности в России это потеря профессиально-квалифицированного потенциала большой массы людей

[19] И.А. Григорьева, О.И. Бородкина «Социальная работа с лицами без определенного места жительства».- Изд. С.- Петербурского государственного университета, 2008. – с. 68

трудоспособного возраста. В большинстве случаев потеря сродне потери квалификационного потенциала от массовой и застойной безработицы[20].

Согласно исследованию о социально-правовых аспектах проблем бездомных, можно утверждать, что около трети граждан, попадающих в положение бездомности, действительно относится к слоям бездомным. Согласно данным, не имеют полного среднего образования примерно 10% бездомных, общее среднее количество при отсутвии профессиоеальных навыков имеют приблтзительно 24% бездомных, с учетом того, что далеко не все бездомные были опрешены. Около двух третий, согласно данным, имеют средную и высокую квалификацию, более половины среднюю профессиональную и высшую профессиональную.

В условиях застойной экономики и социально-экономических последстий бездомности, идет утрата квалификационного потенциала, являющихся на самом деле не только индивидуальным достижением людей, но и достоянием общества в целом.

Неофициальный труд, согласно сегодняшним данным исследования, охватывает примерно 60% бездомных, в том числе в постоянных формах 16 % и в эпизодических - 43%[21]. Это означает, что примерно половина бездомных систематичеси включены в трудовые отношения, не регулируемые государством.

На сегодняшний день большинство людей испытывают страх перед бездомными. Этот страх проявляется в уверенности в том, что большинство бездомных в той или иной степени занимаются преступной деятельностью вне всяких обстоятельств. И люди, которые разделяют такое мнение, уверенны, что бездомные сами виноваты в таком положении.

Таким образом, бездомность имеет свои причины и факторы возникновения. Большую роль и значение имеют социально-экономические последствия бездомности в России, они сильно влияют на экономику в целом. На бездомность оказывают влияние такие факторы как семейные обстоятельства, мошеничество, отбывание наказания, продажа квартиры.

Подведя итог данной главе, можно сказать следующее, что бездомность достаточно сложный феномен. Были рассмотрены основные положения, определения, подходы к пониманию того, что есть бездомность. Также рассмотрели основные пороги доступа бездомности, к которым бездомным был ограничен доступ. Пороги ограничивают доступ

[20] И.А. Григорьева, О.И. Бородкина «Социальная работа с лицами без определенного места жительства».- Изд. С.- Петербурского государственного университета, 2008. – с.31

[21] И.А. Григорьева, О.И. Бородкина «Социальная работа с лицами без определенного места жительства».- Изд. С.- Петербурского государственного университета, 2008. – с.32

бездомным к правам и возможностям как жить. Рассмотрели основные причины бездомности, данные причины имеют много факторов. Таким образом, причинность же феномена бездомности, особенно в России, носит достаточно сложный характер. Очень многому в этом способствует личный выбор каждого бездомного.

Глава 2. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ТЕХНОЛОГИИ ФАНДРАЙЗИНГА

2.1. Теоретические подходы к пониманию технологии фандрайзинга

Фандрайзинг как технологию по привлечению ресурсов, в том числе и финансовых, широко используют на сегодняшний день в своей деятельности различные НКО. Термин фандрайзинг происходит от английского слова «fundraising» или «to raise fund» что в буквальном смысле означает «искать средства»[22]. В России можно встретить различные варианты его написания – это и фандрайзенг, фанрайзинг и просто FR. Фандрайзинг понимается здесь под определенным способом достижения общественных целей, сущность которого состоит в операционном осуществлении деятельности; операции разрабатываются предварительно, сознательно и планомерно, эта разработка проводится на основе и с использованием научных знаний, при разработке учитывается специфика области, в которой осуществляется деятельность. Технология фандрайзинга выступает в двух формах: как проект, содержащий процедуры и операции, и как сама деятельность, построенная в соответствии с этим проектом[23].

Технология фандрайзинга имеет свою специфику планирования, реализации, контроля и анализа полученных результатов. Фандрайзинг как технология имеет свою специфическую цель. Основной целью этой технологии является поиск источников финансирования. В связи с этим можно сказать, что фандрайзинг – это технология поиска источников финансирования, необходимых для осуществления деятельности НКО, включая реализацию неприбыльных программ и проектов.

Множественность и разнообразие привлеченнных источников финансирования НКО привели к необходимости планирования и контроля над процессом привлечения средств. Это способствовало созданию такого понятия как фандрайзинговая компания (или FR компания), которая широко применяется в работе некоммерческих организаций.

Фандрайзинговая компания – это комплекс управленческих мероприятий по планированию, организации и контролю процесса привлечению средств в некоммерческую организацию. В связи с проведением долгосрочных и крупномасштабных фандрайзинговых кампаний создался спрос на новых специалистов – фандрайзеров, предоставляющих услуги в области предоставления средств.

Основными задачами фандрайзера являются анализ рынка доноров, определение совместных интересов доноров и некоммерческой организации, разработка системы

---

[22] Фандрайзинг в общественной организации. Методическон пособие. Комитет по печати и связям с общественностью. 2014 г.

[23] Фандрайзинг как социальная технология. URL. http://all-sci.net/sotsiologiya-organizatsiy/fandrayzing-kak-sotsialnaya-25738.html (дата обращения 5.05.15)

привелегии для доноров, методов привлечения средств, непосредственная организация совместной фандрайзинговой кампании. В связи с таким большим количеством информации, которой приходится использовать в работе и обрабатывать, фандрайзер приходится хорошо разбираться в вопросах налогооблажения, социальной сферы, законодательства, быть в курсе событий коммерческого сектора, обладать такими качествами как: умение расположить к себе собеседника в короткое время, убедить в необхомости участия в проекте, наладить неформальные отношения с потенциальными спонсорами[24].

Технологию фандрайзинга следует отличать от схожего процесса по привлечению инвестирования. В данном случае стоит отметить, что в основе деятельности по привлечению инвестирования лежат мероприятия, направленные на разработку проектов и программам со стороны государственных органов, бизнес структур, физических или иных лиц, для привлечения инвесторов, целью которых является извлечение экономической выгоды и получение в результате прибыли на основании вложенных средств в проекты[25]. Фандрайзинг же связан, в свою очередь, с поиском средств под некоммерческие проекты и также направлен на привлечение средств с целью привнесения социально-значимого эффекта, реализации социально значимого проекта, который не имеет чисто коммерческой основы.

Стоит также помнить, что фандрайзинг как разноплановый вид деятельности может использоваться не только как метод привлечения финансирования, но и многих других ресурсов, необходимых для решения социально-значимых задач: человеческих, технических, временных, информационных, организационных, материальных.

Человеческие ресурсы (обладающие опытом, умениями, навыками)[26]:

- привлечение добровольцев;
- привлечение парнеров;
- бесплатное и на льготных условиях обучение персонала;
- беспатное консультирование.
- бесплатное и на льготных условиях привлечение экспертов для оценки деятельности организации.

Помещение:

[24] Фандрайзинг в общественной организации. Методическон пособие. Комитет по печати и связям с общественностью. 2014 г.
[25] Лозован В., Манола О. Фандрайзинг**:** Руководство для неправительственных организаций /Asoc. Promo-LEX. - Изд. при фин. поддержке Посольства Королевства Нидерландов. – С.5-6
[26] Фандрайзинг в общественной организации. Методическон пособие. Комитет по печати и связям с общественностью. 2014 г.

- Предоставление другими организациями оборудования на условиях льготной аренды;
- Совместная с другими организациями размещение и долевая оплата аренды помещения.

Материалы и оборудование (в том числе вещи для нуждающихся):

- Предоставление другими организациями оборудования на условиях льготной аренды или безвоздмездного пользования;
- Отношения с другими организациями на бартерной основе;
- Разработка и реализация парнерских проектов (долевое вложение ресурсов)
- Безвозмездное получение от других организаций оргтехники и материально-технических средств;
- Сбор вещей.

Информационные ресурсы:

Договоренность о бесплатном предоставлении информации с:

- региональными органами власти;
- органами местного самоуправления;
- коммерческими организациями;
- некоммерческими органиациями;

Подписка на бесплатное издания НКО

Договоренность о беслатном предоставлении периодических печатных изданий;

Беслатное или на льготных условиях получение к ресурсам интернет;

Денежные средства:

Участие в грантовых программах (программах, где нко или частному лицу предоставляется сумма денежных средств на безвоздмездной, бесприбыльной основе на конкурсной основе) от следующих структур:

- от органов федеральной власти;
- органов региональной власти и местного самоуправления;
- российских благотворительных фондов;
- зарубежных организаций.

Сбор частных пожертвований:

- сбор средств в общественных местах;
- сбор средств в торговых центрах;
- сбор средств на мероприятиях;
- установка ящиков для сбора средств;

- сбор пожертвований в организациях;

- сбор средств через социальные сети, другие ресурсы Интернета.

Следует подчеркнуть, что суть работы фандрайзинга как технологии заключается в деятельности некоммерческой организации, базирующейся на ее уникальной миссии и стратегии, использующей эффективные и продуктивные способы получения ресурсов, необходимых для реализации программ и достижения целей, обеспечивающая желаемую удовлетворенность дарителю (источнику ресурсов) и имеющая конечным результатом укрепление благополучия общества в целом[27].

Фандрайзинг возможно рассматривать как элемент развития *спонсорства*.

Спонсорство определяется как финансирование какого-либо мероприятия учреждения на основе взаимовыгодного сотрудничества, накладывающее определенные обязательства на участвующие стороны[28]. Спонсорство может определяться в различных формах, от непосредственного финансирования до предоставления транспорта или другого оборудования. Однако при этом важно помнить, что главное здесь – это оформление взаимных условий сторон, которые участники заложили в основу своего сотрудничества. На основании этих условий предоставляется спонсорская поддержка на основании специально разработанного договора.

Тульчинский Г.Л. в своих работах на тему взаимодействия бизнеса и благотворительности отмечает, что современное спонсорство рассматривается как особый вид коммерческих инвестиций в социальные проекты, предназначенные для повышения ценности компании. Или другими словами — «имиджевое спонсорство»[29].

Технология фандрайзинга может служить инструментом не только для развития спонсорства со стороны коммерческих компаний, но и просто благотворительной деятельности. Особого внимания заслуживает такой вид деятельности бизнеса, как благотворительность, которую можно рассматривать как один из наиболее эффективных инструментов укрепления репутации компании[30].

Под благотворительностью понимают оказание материальной и иной поддержки нуждающемуся в ней лицу или организации, не предполагающее со стороны адресата

---

[27] Лозован В., Манола О. Фандрайзинг**:** Руководство для неправительственных организаций /Asoc. Promo-LEX. - Изд. при фин. поддержке Посольства Королевства Нидерландов. – С.5-6

[28] Фандрайзинг в общественной организации. Комитет по печати и связям с общественностью Лен. обл. 2014.- С. 9

[29] Тульчинский Г. Л., Векслер А.Ф. Зачем бизнесу спонсорство и благотворительность. – М.: Вершина, 2006. С. 88

[30] Корпоративная социальная ответственность бизнеса http://studme.org/1924070111341/menedzhment/korporativnaya_sotsialnaya_otvetstvennost_blagotvoritelnost#652

никаких обязательств по отношению к дарителю[31]. В Федеральном законе от 11 августа 1995 года № 135-ФЗ «О благотворительной деятельности и благотворительных организациях» благотворительность определяется как «добровольная деятельность граждан и юридических лиц по бескорыстной (безвозмездной или на льготных условиях) передаче гражданам или юридическим лицам имущества, в том числе денежных средств, бескорыстному выполнению работ, предоставлению услуг, оказанию иной поддержки»[32].

Благотворителльная политика – показатель надежности и благополучия организации.

Ведение открытой, продуманной благотворительной деятельности способно улучшить имидж бизнесмена. Благотвориельной деятельностью занимаются как коммерческие, так и некоммерческие организации, но их цели и методы заметно отличаются. Для НКО благотворительность может стать основным видом деятельности: таким образом, строится программа, которая направлена либо активизацию сбора средств либо на благотворительные цели, либо на повышение известности организации[33].

Для НКО проект открывает новые возможности взаимодействия с бизнес-партнерами по программам сопровождения и социального трудоустройства. Стоит учесть тот момент, что благотворительность для компании – это продвижение их деятельности, благотворительность для НКО – это основная цель и вид деятельности, это то, чем организации живет и ради чего она существует. Соответственно, задачи фандрайзинга здесь заключаются в том, чтобы найти своего благотворителя, убедить его в значимости своего социального проекта и договориться о том, как будет предоставлена помощь некоммерческой организации. Коммерческие компании могут также самостоятельно реализовывать благотворительные программы, сотрудничать с государственными структурами, некоммерческими организациями. Однако некоммерческие организации, в которых работают профессиональные фандрайзеры, гораздо лучше организуют благотворительные мероприятия и разворачивают благотворительные программы и акции.

Многие эксперты определяют фандрайзинг как способ «экономического выживания некоммерческих организаций», так как для эффективного функционирования

---

[31] Фандрайзинг в общественной организации. Комитет по печати и связям с общественностью Лен. обл. 2014. - с. 9

[32] ФЗ от 11 августа 1995 года № 135-ФЗ «О благотворительной деятельности и благотворительных организациях»

[33] Фандрайзинг в общественной организации. Комитет по печати и связям с общественностью Лен. обл. 2014.- С.10

они должны привлекать дополнительные ресурсы из других фондов или организаций на реализацию социально значимых проектов[34].

Так, например, Жуков Г. В. в своей научно-исследовательской работе на предмет изучения благотворительности в социо-культурном пространстве, рассматривает внедрение технологии фандрайзинга в качестве перспективной технологии поиска денег на развитие культуры в работе благотворительных фондов. Он отмечает, что фандрайзинг имеет большой и практический потенциал, но сложность его изучения состоит в отсутствии общего интегрирующего контекста, в рамках которого он занял бы достойное место. Также нет устоявшихся видов деятельности, которые бы достойно унаследовали особенности данной технологии и интерпретировали бы их в российских условиях[35].

Чеснова О. А. в своей диссертационной работе рассматривала теоретические и методические проблемы управления эффективностью деятельности некоммерческих организаций[36]. Она отмечает в своей работе, что учитывая уровень социально-экономического развития российского общества, специфику законодательства, в исследовании автором сформулированы методические положения по оптимизации процесса привлечения ресурсов для реализации некоммерческих проектов.

Также фандрайзинг по своей структуре можно сравнить с таким механизмом как КСО.

Технологию фандрайзинга в деятельности социально-ориентированнных некоммерческих организаций можно также рассматривать как механизм реализации *корпоративной социальной ответственности* (далее КСО) в деятельности коммерческих структур.

Фандрайзнг – инструмент КСО и механизм реализации данной политики. Корпоративная социальная ответственность реализуется в деятельности социально-ориентированных НКО благодаря реализации фандрайзинга в работе некоммерческих организаций. Фандрайзинг необходим при реализации политики КСО, он помогает реализовывать политику корпоративной социальной ответственности в компании и ставить основные направления развития компании в данной области.

---

[34] Лозован В., Манола О. Фандрайзинг**:** Руководство для неправительственных организаций /Asoc. Promo-LEX. - Изд. при фин. поддержке Посольства Королевства Нидерландов. – С.5-6

[35] Жуков, Г. В. Благотворительность как инструмент фандрейзинга в социокультурном пространстве современного общества. Автореф. дис. на соиск. учен. степ. к.культуролог.н. Спец. 24.00.01. Краснодар, 2002. С. 10

[36] Чеснова, О. А. Оценка и факторы повышения эффективности деятельности некоммерческих организаций. Автореф. дис. на соиск. учен. степ. к.э.н. Спец. 08.00.05СПб., 2002 . – С.6

Согласно данным объединений корпораций США, занимающимся развитием и продвижением концепции КСО, Business for Social Responsibility (Бизнес за социальную ответственность) определяет корпоративную социальную ответственность как "достижение коммерческого успеха путями, которые основаны на этических нормах и уважении к людям, сообществам, окружающей среде"[37].

Согласно Business for Social Responsibility политика корпоративной социальной ответственности представляет собой взаимосвязанный набор политик, практики и программ, которые интегрированы в процесс бизнеса, цепочки поставок, процедуры принятия решений на всех уровнях компании и включают ответственность за текущую и прошлую деятельность и будущее влияние деятельности компании на внешнюю среду[38].

На Всемирном бизнес-конгрессе "За устойчивое развитие" Лорд Холм Ричард Уатте в своем докладе "Making Good Business Sense"так определяет политику корпоративной социальной ответственности компании: "Корпоративная социальная ответственность - это постоянная приверженность бизнеса вести дела на основах этики и вносить свой вклад в экономическое развитие, в то же время, улучшая качество жизни своих работников и их семей, как и общества в целом". В сущности, корпоративная социальная ответственность представляет собой обязательства организации, учитывающие принятую ей ответственность за решение социальных проблем своего персонала, местного населения и общества в целом.

Стоит отметить, что концепция КСО в компаниях разного уровня и ранга, различных сфер и направлений бизнеса может отличаться, однако, она включает в себя общие ключевые компоненты. К таким компонентам относят:

- корпоративную этику;
- корпоративную социальную политику в отношении общества;
- политику в сфере охраны окружающей среды;
- принципы и подходы к корпоративному управлению;
- вопросы соблюдения прав человека в отношениях с поставщиками;
- отношения с потребителями;
- политику в отношении персонала[39].

---

[37]Корпоративная социальная отвественность бизнеса. http://studme.org/1924070111341/menedzhment/korporativnaya_sotsialnaya_otvetstvennost_blagotvoritelnost#652

[38] Корпоративная социальная отвественность бизнеса. http://studme.org/1924070111341/menedzhment/korporativnaya_sotsialnaya_otvetstvennost_blagotvoritelnost#652

[39] Корпоративная социальная отвественность бизнеса. http://studme.org/1924070111341/menedzhment/korporativnaya_sotsialnaya_otvetstvennost_blagotvoriteln

Корпоративная этика как ключевой компонент КСО не случайно является одной из основных черт социально ответственного бизнеса, поскольку этические вопросы ведения бизнеса обретают всю большую актуальность в современном глобальном мире. Наиболее наглядно эту тенденцию подтверждает появление такого понятия, как социально-этичный маркетинг. Маркетинг представляет собой целостную концепцию управленческой деятельности фирмы, которая характеризуется единой сущностью, общими принципами и функциями и направлена на ориентацию производства и сбыта.

Многие авторитетные компании демонстрируют, что социальная ответственность для них не опция, а элемент стратегического управления рисками. Все большее число инвесторов предпочитают делать инвестиции в организации, демонстрирующие высокий уровень социальной ответственности, при этом они ориентируются на всевозможные индексы и целевые ориентиры.

Вопросы участия бизнеса в решении социальных и экологических вопросов привлекают все больше внимания, чем когда-либо прежде. Традиционно интересы компаний и общества определялись в оппозиции друг к другу. Основная функция бизнеса в направлении решения социально-экономических проблем рассматривается как социально-нейтральная в лучшем случае как социально нейтральная – создание богатства, которое может быть использовано для оплаты социального благополучия.

Компании поощряли либо оставаться в стороне от социальных проблем и сосредоточиваться на получении более высокой прибыли для своих акционеров (теория корпоративного эгоизма), либо делать максимально доступный вклад в решение общественных проблем, повышение качества жизни граждан и сообщества, а также в сохранении окружающей среды (теория корпоративного альтруизма).

Пытающихся «сгладить» эти противоречия и задать общий ориентир действий для бизнеса и общества, существуют такие направления, например как: корпоративная социальная ответственность (КСО), устойчивое развитие, теория заинтересованных сторон и др[40].

В то же время как корпоративная социальная ответственность является достаточно новым для российского общества, так и благотворительность имеет у нас свою историю и традиции.

Помимо этого фандрайзинг можно рассматривать как элемент *PR-деятельности,* ориентированный на привлечение ресурсов, способствует решению таких стратегических

[40] Создание общей ценности в контексте стратегии корпоративной социальной ответственности. Борзаков Д. В., 201. № 1

задач для НКО как: сбор материальных и нематериальных средств, приобретение новых партнеров, возможность открыто заявить о своей деятельности и социальной проблеме[41].

Вступая в сотрудничество с бизнесом, НКО имеют возможности приобрести:

- Деньги и другие материальные ресурсы. Фандрайзинг здесь может работать не только на привлечение самих денег, но и сделать акцент на выгоде компании предоставлять свои услуги в рамках какого-то некоммерческого проекта, тем самым и самой раскручиваться.
- Влияние. Расширение сети контактов для НКО с целью приобретения новых партнеров и новых спонсоров.
- Совет. Компании могут быть лучше осведомлены в области составления бюджета, спонсорского пакета, поэтому фандрайзерам здесь можно и нужно спрашивать совета у более опытных партнеров.
- Поддержание финансовой состоятельности НКО. На это обращают внимание очень многие банки и другие компании, когда наличие надежных партнеров может стать значительной выгодой для НКО.
- Паблисити как публичность, известность, прозрачность и в то же время рекламирование деятельности организации. Сотрудничество с известными компаниями может повысить известность самого НКО.
- Общественные связи. Реализация проектов, поддерживаемых компаниями – это хороший PR для НКО, воспринимаемая как надежная, действующая и энергичная организация.

Несмотря на возможность получить от бизнеса нематериальные блага, общественные организации ориентированы привлекать, прежде всего, денежные, то есть финансовые средства, которые могут в дальнейшем направить на следующие цели:

- на программу;
- на административно-хозяйственные нужды;
- на капитальные нужды (приоберетение, строительство, ремонт помещений, оборудования);
- для свободного использования (по усмотрению организации получателя);
- на формирование целевых благотворительных вкладов (доходы идут на благотворительные мероприятия).

Также можно отметить большой вклад фандрайзинга в развитие спонсорства.

Спонсорство может помочь бизнесу получить:

[41] Фандрайзинг в общественной организации. Комитет по печати и связям с общественностью. С –13.

- Известность.
- Улучшение имиджа компании на местноми национальном уровне .
- Реклама товара, услуг.
- Освещение деятельности компании с помощью СМИ.
- Развлечение для сотрудников компании, ее клиентов, партнеров.
- Доступ к определенному рынку.
- Привлечение новых работников.
- Демонстрацию социальной ответственности фирмы.

Учитывая необходимость эффективных и продуктивных методов привлечения финансирования, фандрайзинг предполагает определенную стратегию, тактику, методологию привлечения средств. По сути, технология фандрайзинга представляет собой продолжение стратегии и тактики общественной организации по планированию и управлению общественной организации.

Таким образом, фандрайзинг – это целенаправленный систематический поиск спонсорских (или иных) средств для осуществления социально значимых проектов (программ, акций) и поддержки социально значимых институтов. Другими словами, фандрайзинг – это исскусство сделать так, чтобы задуманная идея воплотилась в жизнь, умение заинтересовать своим проектом, заразить своей идеей, привлечь максимальное количество сторонников, участников. Фандрайзинг может рассматриваться и как творчество, потому что проектов много и денег всегда ограниченное количество. Соотвественно, чем обдуманее будет обращение за помощью, тем выше шансы эту поддержку получить.

2.2.Особенности фандрайзинговой деятельности в работе СО НКО и государственных учреждений

Есть мнение, что успеный фандрайзинг на 90% состоит из успешной подготовки и только на 10% из самих просьб о пожертвованиии. Это мнение распространенно среди многих организаций, также и в их работе. Необходимо составление фандрайзинговой компании, чтобы успешно и продуктивно можно было вести фандрайзинг в организации.

Стратегическое планирование же необходимо для того, чтобы[42]:

- сконцентрировать усилия;

- контролировать время проведения фандрайзинговой компании с целью дальнейшей экономии средств;

- понимать роль каждого, кто принимает участие в фандрайзинговой компании;

- убедиться в верном выборе намеченнных действий;

- контролировать ход процесса и оценивать успехи.

Планирование фандрайзинговой компании начинается за несколько месяцев до начала сбора средств. Как правило, оптимальный срок для начала проведения фандрайзинговой компании – это 6-9 месяцев до главного итогового мероприятия проекта, под который ищутся необходимые средства. Начинать их искать за месяц до срока и несерьезно, и нереально. Стоит подметить, что поиски средств необходимо собирать как минимум за годполтора под масшабные проекты, а иногда еще и раньше.

Стратегическое планирование фандрайзинговой кампании по привлечению ресурсов отвечает на 4 основных вопроса: для чего привлекать? Что привлекать? Где искать? И как привлекать?

Прежде всего, организации необходимо четко определить, для чего, для достижения какой цели или решения какой проблемы необходимы эти средства. В дальнейшем, обозначить, что конкретно необходимо (деньги, помещения, имущество, услуги или иные средства). Где средства находятся или у кого их можно попросить и каким образом сделать так, чтобы добиться успеха.

Существует определенная эволюция сбора денежных средств.

Фандрайзинговая компания по сбору средств разделяется на следующие этапы сбора денежных средств:

Этапы	Составляющие этапа
1. Планирование	А) разработка содержательной программы по сбору средств; Б) определение расходов общественной организации на предстоящий период; - определение видов фандрайзинга
2. Реализация	А) выбор методов проведения фандрайзинга; Б) установление ответственности за проведение фандрайзинговой компании;

[42] Фандрайзинг в общественной организации. Комитет по печати и связям с общественностью. С- 12

	В) осуществление контроля за ходом реализации фандрайзинговой компании; Г) Корректирование планов с учетом произошедших изменений
3. Анализ	А) определение эффективности этапа планирования; Б) анализ эффективности этапа реализации; - оценка эффективности конечных результатов.

Таблица. 1 Эволюция сбра денежных средств[43].

Более конкретно рассмотреть основные этапы проведения фандрайзинговой компании можно будет на примере работы с негосударствнными истониками финансирования (формы работы с ними) далее.

Первый шаг (определение потребностей, нужд) – определение потребностей, формулирование ее актуальности, безотлагательности ее решения, выявление возможных методов решения задач, составление бюджета (баланса расходов и доходов) и рабочего плана. На данном этапе необходимо вести подготовку, как проектной документации, так и сопутствующих информационнных материалов (описаний проекта, обращений, предложений, статей в прессе), которые в дальнейшем могут понадобиться для обращения с потенциальными донорами. Также необходимо вести подготовку спонсорского пакета.

Второй шаг (поиск источников финансирования) – определение круга возможных доноров, их потенциала и желания сотрудничать с организацией, выявление мотивации донора. Потенциально существует четыре круга доноров, с которыми нужно вести сотрудничество. Это:

- государственные и межгосударственные оганизации;
- коммерческая сфера, такая как банковская, промымленная, торговая;
- некоммерческая сфера, благотворительные фонды (российские, зарубежные);
- частные лица.

Третий шаг (реализация и обращение) – соверешение действия: контакт с донором и получение средств, а также других ресурсов.

Четвертый шаг (результат) – по окончании фандрайзинговой компании необходимо оценить результаты. В процессе оценки результатов возможно использовать следующие критерии проведения фандрайзинговой компании[44]:

[43] Фандрайзинг в общественной организации. Комитет по печати и связям с общественностью. С – 23.

- Вложеннные время и ресурсы окупаются.
- Метод повторяем без лишних затрат и приносим дополнительные доходы.
- Не требует больших временных затрат и затрат ресурсов.
- Привлекает большое количество будущих доноров.
- Увеличивает привязанность и размеры вкладов существующих доноров.
- Привлекает новых сторонников, добровольцев, увеличивает привязанность.
- Развивает умения и способности руководства, персонала.

Проведение успешной фандрайзинговой кампании должно отвечать следующим требованиям[45]:

1. Цели фандрайзинговой кампании должны быть убедительными, четкими и воодушевляющими. Доноры должны верить в причины кампании и позитивно реагировать на них.
2. Образцы роста и развития проекта должны быть легко воспринимемы. В первом обращении жертвователям необходимо представить свидетельства опыта и квалификации лидеров компании в сыере, в котрой собираются средства.
3. Организация и ее ключевые лидеры должны быть хорошо видимы для людей, чья поддержка ожидается. Лидеры проекта и организации должны быть хорошо известны волонтерам и донорам.
4. Главный управляющий и лидерство волонтеров должны быть высоко компетентными, плностью приверженными цели. Лидеры должны быть проверенными работниками.
5. Цели фандрайзинговой кампании должны быть конкретными, привлекательными, ориентированными на людей и иметь значение неотложности, срочности. Необходимо уметь четко объяснить: почему проект должен быть поддержан, кто выиграет в результате.
6. Результаты кампании должны быть измеримы. Потенциальному донору нужно говорить конкретно и честно о том, что будет сделано с его вкладом и в какие сроки это будет реализовано.

Стоит отметить, что существуют определенные причины провала фандрайзинговых кампаний, которые считаются:

- Движение несоотвествовало требованиям успешного фандрайзинга;
- Цель нереалистична;
- Недостаточное количество крупных потенцтальных доноров;

[44] Фандрайзинг в общественной организации. Комитет по печати и связям с общественностью. С – 38
[45] Фандрайзинг в общественной организации. Комитет по печати и связям с общественностью. С. – 39.

- Участники кампании топ-уровня, руководители, учредители, другие лидеры ошибочно оценены, как способные оказать значительную поддержку;
- Недостаточное количество сотрудников, исполнителей кампании;
- Сумма денег, который потенциальный донор может осилить, не оценена.

Эти и многие другие провалы свидетельствуют о том, что далеко не каждая фандрайзинговая кампания может обернуться успешной и проработать долго. Для ее реализации потребуется много дополнительной работы и тчательного анализа деятельности. Таким образом, кампания может оказаться реализованной и практичной.

Наиболее традиционными источниками финансирования фандрайзинга как технологии являются:

- органы государственной власти и местного самоуправления;
- российские и иностранные благотворительные фонды
- российские и иностраннные коммерческие организации;
- частные жертвователи;
- членские взносыдругие НКО;
- реализация товаров и услуг.

Согласно даннным социологического исследования «Правовые инициативы НКО России» средний бюджет НКО России состоит из среддующих источников финансирования[46]:

- членские взносы – 18%
- индивидуальные пожертвования – 12%
- спонсорсие взносы – 12,6 %
- средства иностранных фондов – 22,7%
- государственные источники финансирования 8,9%
- средства политических организаций – 5,1%
- собственные доходы от услуг 0,6%
- д.р источники 9,3 %.

Традиционный фандрайзинг основывается на работе четырех источников финансирования. Они включают в себя государственные, негосударственные, бизнес и частные источники.

Стоит отметить следующее при работе с ними.

Для работы с *государственными* источниками финансирования необходимо составление социального проекта.

---

[46] [46] Фандрайзинг в общественной организации. Методическон пособие. Комитет по печати и связям с общественностью. 2014 г. – с. 8

В широком понимании социальный проект можно рассматривать как деятельность по преобразованию социальной действительности, результатами которой является создание специфических социальных или культурных продуктов или услуг, приносящих пользу обществу или отдельным социальным группам[47].

В более узком понимании социальный проект представляет собой комплекс взаимосвязных работ, для выполнения которых выделяются соответствующие ресурсы и устанавливаются определенные сроки. Социальный проект направлен на решение конкретных социальных проблем. Как правило, это локальные проблемы, связанные с деятельностью и интересами конкретных социальных групп[48].

Работая с *бизнес структурами*, необходимо учитывать, прежде всего, те экономические выгоды, которые может дать компании поддержка социальных проектов: например, известность, улучшение имиджа, проявление социальной ответственности, реклама определенного товара, причастность к решению проблемы или участие в престижном мероприятии, привлечение новых работников, улучшение взаимоотношений с инвесторами. Все эти и другие аспекты были затронуты нами в первом разделе.

При работе с частными донорами стоит учитывать некоторые моменты.

Привлекая средства через *частные пожертвования*, нет смысла писать полномасштабный социальный проект, так как нет особой необходимости вести отчетность по проделанной работе. Здесь имеются свои формы работы. Наиболее актуальные из них:

- реализация благотворительной деятельности (открытки, брошюры, сувениры);
- организация благотворительных мероприятий и акций (праздников, выставок, аукционов, концертов, лотерей);
- сбор через банки (целевые благотворительные счета);
- адресная почтовая рассылка;

Фандрайзинг является своего рода базой, предпосылкой формирования и развития взаимовыгодных отношений между общественностью и бизнесом в первую очередь, и косвенно влияет на результативность деятельности государственных институтов.

Каждый источник предполагает свои методы работы, имеет свою специфику, а также как плюсы, так и минусы. При этом очевидным является то, что для полноты работы и для большей эффективности реализуемых задач в фандрайзинге используются

[47] Артемьева Т. В., Тульчинский Г. Л. Фандрейзинг: привлечение средств на проекты и программы в сфере культуры и образования. — СПб.: Издательство «Лань»; «Издательство ПЛАНЕТА МУЗЫКИ», 2010. — С. 58

[48] Артемьева Т. В., Тульчинский Г. Л. Фандрейзинг: привлечение средств на проекты и программы в сфере культуры и образования. — СПб.: Издательство «Лань»; «Издательство ПЛАНЕТА МУЗЫКИ», 2010. — С.57.

смешенные виды источников, в деятельности многих некоммерческих организаций задействуются сразу несколько видов.

Несмотря на то, что с каждым из источников работа по привлечению ресурсов строится в разном стиле, с использованием разных процедур и механизмов, общая логика фандрайзинга остается неизменной. Ее представляет следующий цикл: Очень важно, чтобы на всех четырех этапах организация действовала осмысленно и последовательно. Это важный шаг к тому, чтобы привлекать больше средств, чем вкладывается в сам процесс фандрайзинга, а также к тому, чтобы обеспечить непрерывную работу по циклу, перейти от отдельных попыток к системе поиска средств.

Чеснокова О.А. в своей диссертационной работе выделяет следующие факторы, необходимые для успешного проведения эффективной фандрайзинговой кампании: это, прежде всего определение качественного и количественного состава необходимых ресурсов, выделение целевых групп потенциальных спонсоров, также разработка алгоритма деятельности по установлению контактов с меценатами, установление долгосрочных контактов с дарителями, отработка системы обратной связи и жесткой отчетности о целевом расходовании средств[49].

Далее более подробно рассмотрим основные источники финансирования, применяемые в фандрайзинге, а именно государственные, негосударственные, бизнес и частные источники.

Формы работы с негосударственными и государственными источниками.

Для работы с данной категорией доноров необходимым условием является составление социального проекта.

В широком понимании социальный проект можно рассматривать как деятельность по преобразованию социальной действительности, результатами которой является создание специфических социальных или культурных продуктов или услуг, приносящих пользу обществу или отдельным социальным группам[50].

В более узком понимании социальный проект представляет собой комплекс взаимосвязных работ, для выполнения которых выделяются соответствующие ресурсы и устанавливаются определенные сроки. Социальный проект направлен на решение

[49] Чеснова, О. А. Оценка и факторы повышения эффективности деятельности некоммерческих организаций. Автореф. дис. на соиск. учен. степ. к.э.н. Спец. 08.00.05СПб., 2002 .- С.7

[50] Артемьева Т. В., Тульчинский Г. Л. Фандрейзинг: привлечение средств на проекты и программы в сфере культуры и образования. — СПб.: Издательство «Лань»; «Издательство ПЛАНЕТА МУЗЫКИ», 2010. — С. 58

конкретных социальных проблем. Как правило, это локальные проблемы, связанные с деятельностью и интересами конкретных социальных групп[51].

Изменения, на достижение которых направлен социальный проект, принято называть *целью проекта.* Цель — это конкретно измеряемые изменения в состоянии объекта (социальной группы или слоя населения, коллектива конкретной организации). Цель достигается путем решения задач, представляющих определенные услуги или продукты, обеспечивающих достижение цели. Способы решения каждой задачи описываются в плане реализации проекта. Также необходимо определить те расходы, которые были потрачены на реализацию проекта и которые находят отражение в его бюджете и в составлении сметы.

В хорошо составленном социальном проекте всегда есть[52]:

- краткая история организации — исполнителя проекта;
- информация о миссии организации и о том, как эта миссия соотносится с проектом;
- описание проблемы, на решение которой направлен проект, и ее общественной важности;
- описание целевой группы или групп, и пользы, которую они получат в результате реализации проекта;
- четкая формулировка цели проекта;
- точные измеряемые задачи (количество оказываемых услуг, для кого, в какой период времени, где) и каждая задача конкретно сформулирована;
- план действий для каждой задачи: что, как, когда и кто выполняет, а также описание методов;
- подробное изложение всех действий по реализации проекта в хронологическом порядке;
- описание объема работы каждого исполнителя проекта, описание каждой позиции и квалификации человека, выполняющего этот вид деятельности;
- детальный бюджет, показывающий статьи расходов, имеющиеся ресурсы, запрашиваемую сумму и отражающий деятельность по проекту;
- детальное объяснение расходов по бюджету;
- приложения в виде прайс-листов и документов, подтверждающих расходы;

[51] Артемьева Т. В., Тульчинский Г. Л. Фандрейзинг: привлечение средств на проекты и программы в сфере культуры и образования. — СПб.: Издательство «Лань»; «Издательство ПЛАНЕТА МУЗЫКИ», 2010. — С.57.

[52] Артемьева Т. В., Тульчинский Г. Л. Фандрейзинг: привлечение средств на проекты и программы в сфере культуры и образования. — СПб.: Издательство «Лань»; «Издательство ПЛАНЕТА МУЗЫКИ», 2010. — С.60

- письма поддержки, свидетельствующие об опыте организации в данном виде деятельности или об актуальности проблемы для местного сообщества;
- документы, подтверждающие способность организации реализовать проект[53].

Необходимо помнить, что социальный проект — это одновременно и основной организующий документ, определяющий основные моменты деятельности по достижению цели проекта, и PR-продукт, направленный на привлечение внимания к проекту со стороны потенциальных спонсоров. Поэтому внешняя сторона — оформление социального проекта (наглядность, понятность, красочность) — имеет не меньшее значение, чем глубокая содержательная проработка каждого его пункта.

Данная форма планирования фандрайзинговой кампании хорошо действует при работе *фондами* (негосударственными структурами) и при получении *государственной субсидии*. Стоит также учитывать некоторые моменты, которые актуальны при работе с фондами. Если подавать заявку на грант в фонды, то нужно иметь в виду следующие ограничения[54]:

- миссия фонда – фонды зачастую предоставляют средства исходя из своей собственной направленности;
- целевая группа – фонды придерживаются финансирования определенных социальных групп (наркоманы, женщины, бездомные, молодежь);
- тип получателя (НКО, частные лица);
- статьи поддержки (приобретение оборудования, вложения в развитие организации, исследования);
- продолжительность и срок реализации проекта (необходимо помнить про конечный срок подачи заявок).

При работе с органами государственной власти стоит также учитывать интересы государства. Государство, как правило, финансирует организации имиджевые, у которых есть большое количество благополучателей, а также проекты больших или надежных организаций (с которыми уже работали и у которых хорошая репутация), результативные проекты, которые дают быстрый результат.

Прежде чем работать с государственными органами, необходимо определить основные шаги работы в *государственном секторе*:

- разработка и оформление проекта;
- знакомство с законодательной базой своего региона;
- создание контактов, узнать, куда идти с проектом;

---

[54] Основы фандрайзинга и написание проектных заявок. Материалы Центра РНО, 2014. – с. 30

- понимание, когда необходимо подавать проект, сроки[55].

Государственные органы очень внимательны к формам заявок от общественных организаций. Заявки должны пройти жесткую систему отбора и соответствовать всем критериям конкурсного отбора. Существенные черты успешных заявок на гранты следующие:

- контакт с грантодателем до отправки заявки;
- аккуратное и точное следование правилам и условиям грантодателя;
- свидетельство компетентности заявителя в сфере направлений программы или проекта;
- логичный и понятный план действий по решению поставленных в проекте задач и достижению сформулированной цели;
- хорошая структурированность и оформление;
- документированные запросы на бюджет;
- свидетельство заинтересованности местного сообщества в реализации проекта[56].

Важно также учитывать, что государственные структуры выделяют субсидии определенным категориям некоммерческих организаций, которые, по их мнению, реализуют социально значимые проекты и направлены на устойчивое развитие общества, то есть являются чисто социально-ориентированными. Основными направлениями реализуемых проектов СО НКО являются**:**

- социальная поддержка и защита граждан;
- профилактика социально опасных форм поведения граждан;
- благотворительная деятельность;
- правовое просвещение населения, деятельность по защите прав и свобод человека и гражданина;
- развитие детского и молодежного общественного движения;
- деятельность в области образования, просвещения, науки, культуры, искусства, здравоохранения, профилактики и охраны здоровья граждан, пропаганды здорового образа жизни;
- развитие межнационального сотрудничества;
- деятельность в сфере патриотического воспитания граждан и др[57].

Формы работы с бизнесом как спонсором.

---

[55] Основы фандрайзинга и написание проектных заявок. Материалы Центра РНО, 2014.
[56] Фандрайзинг в общественной организации. Комитет по печати и связям с общественностью Лен. Обл. 2014. - с.51
[57] Материалы семинара комитета по печати и связям с общественностью от 5.03.15

Работая с *бизнес структурами*, необходимо учитывать, прежде всего, те экономические выгоды, которые может дать компании поддержка социальных проектов: например, известность, улучшение имиджа, проявление социальной ответственности, реклама определенного товара, причастность к решению проблемы или участие в престижном мероприятии, привлечение новых работников, улучшение взаимоотношений с инвесторами. Все эти и другие аспекты были затронуты нами в первом разделе.

При работе с данным типом донора нужно учитывать, что написание большого социального проекта просто не имеет смысла, так как это займет дополнительное время и много усилий будет потрачено.

Спонсору всегда важно понимать, какую финансовую выгоду он получит, прямо или косвенно это отразится на развитии его бизнеса. Согласно многим исследованиям наибольшей привлекательностью для спонсорства обладают следующие сферы:

- *Спорт.* Создает исключительные возможности для рекламы, поскольку соревнования освещаются в СМИ, а спортивные знаменитости очень популярны.
- *СМИ.* Прямые возможности рекламы и перспективы PR-сотрудничества.
- *Культура.* Средство прорыва на международные, зарубежные рынки в образе не просто конкурента, а сторонника сотрудничества, поддерживающего духовные ценности.
- *Образование*. Забота о подрастающем поколении, ранняя профориентация, установление связей с выпускниками соответствующих учебных заведений.
- *Наука.* Шанс обойти конкурентов за счет разработки новых технологий, материалов и т.п.
- *Здравоохранение, медицина, экология*. Эта сфера обеспечена политической, общественной и государственной поддержкой[58].

Эти сферы являются очень привлекательными для спонсоров, так как они явно затрагивают особо важные и значимые аспекты жизни в обществе и, соответственно, будут оценены положительно для бизнеса. Преимущества спонсорства как вида социальной активности для бизнес-структур заключаются также в следующем:

1. возможность публично заявить о социально ориентированной политике компании;
2. возможность размещения спонсорской рекламы;
3. равная выгода, как для объекта спонсирования, так и для спонсора[59].

---

[58] Тульчинский Г. Л. Корпоративные социальные инвестиции и социальное партнерство: технологии и оценка эффективности. – СПб., 2012. - С. 35

[59] Связи с общественностью для бизнеса: практические приемы и технологии / под ред. П.А. Кузнецов. – М.: корпорация «Двшков», 2012. – с. 48

Бизнес также при принятии решения быть спонсором какой-либо некоммерческой организации принимает во внимание следующее:

1. НКО (проект), с именем которой спонсирующая фирма будет ассоциироваться. Важно здесь, чтобы она была оригинальной, впечатляющей, а также желательно известной.
2. Аудитория на спонсируемом мероприятии или круг лиц, охватываемых проектом, должны быть такими, которые интересуют фирму как клиента (имеют соответствующий возраст, доход, происхождение, род занятий, социальная группа).
3. Тип проекта, который предлагается фирме как спонсору, должен интересовать фирму в деловом плане, то есть соотноситься с ее продуктом, имиджем, привлекаемой аудиторией.
4. Должны учитываться выгоды, которые фирма получит в результате участия в проекте (паблисити, публикации в СМИ, расширение целевой аудитории, рост экономической прибыли, сохранение репутации и т.д.)
5. Размер запрашиваемых денег. Сумма должна соотноситься с бюджетом фирмы и должна быть разумна с точки зрения возможной выгоды для спонсора[60].

К основным мотивам предоставления спонсорами финансовой организации помощи можно отнести:

- личное отношение к проблеме;
- религиозные мотивы;
- морально-нравственные мотивы;
- политические цели лидера компании;
- поддержка «своих» (учреждения, где учатся / работают родственники или друзья);
- симпатия или жалость к просителю;
- чувство вины (ответственность перед обществом за свою деятельность, желание «замолить грехи»);
- мода и другие[61].

При работе со спонсорами необходимо учитывать также некоторые моменты, которые требуют ведения определенных фандрайзинговых процедур.

---

[60] Фандрайзинг в общественной организации. Комитет по печати и связям с общественностью Лен. Обл. 2014. - С.16

[61] Основы фандрайзинга и написание проектных заявок. Материалы Центра РНО, 2014.

Необходимое условие – наличие спонсорского пакета как набора базовых документов, необходимых потенциальному спонсору для оценки целесообразности социального инвестирования на предлагаемый проект.

Элементы спонсорского пакета:

1. Описание самого спонсорского пакета – информационный релиз, нацеленный на описание именно интересов спонсора. В описании будет не лишним указать тех лиц, которые уже оказывали поддержку проекту.
2. Описание бюджета (сметы) – с указанием общей стоимости проекта в целом и расходов, которые спонсируемый объект может понести самостоятельно, а также расходы, которые будут покрыты за счет средств спонсора.
3. Описание спонсорских градаций. Выделяют два типа градаций:

   1 тип – по величине вклада в спонсорское мероприятие. Например, это может быть генеральный спонсор (50 % и более), официальный (до 50%), спонсор-участник (до 25%).

   2 тип – по специфике спонсорской помощи – информационный спонсор, спортивный спонсор и т.д.
4. Описание рекламно-информационных возможностей. Это похоже немного на медиаплан. Он представляет собой матрицу данных, в которой расписаны механизмы, посредством которых будет происходить упоминания о спонсоре (СМИ, использование логотипов на сайте, на сувенирах и т.д.)[62]

Важным элементом является дизайн спонсорского пакета, а также презентация самих материалов. Также важной особенностью является вхождение спонсора в оргкомитет для контроля за расходованием выделяемым им средств. Третий аспект – это публичное выражение благодарности спонсору, что способствует улучшению взаимоотношений между спонсором и организацией, а также является очень приятным для спонсора[63].

Также при работе со спонсорами используются такие формы взаимодействия как *письма к спонсорам*. В зависимости от ситуации используются различные варианты писем (например, обращения, безличное или личное обращение с просьбой о предоставлении помощи, письмо-предложение с вариантами совместного участия в проект и др.). Главная

[62]Связи с общественностью для бизнеса: практические приемы и технологии / под ред. П.А. Кузнецов. – М.: корпорация «Двшков», 2012 - С. 61

[63]Связи с общественностью для бизнеса: практические приемы и технологии / под ред. П.А. Кузнецов. – М.: корпорация «Двшков», 2012. - С. 65

цель письма – вызвать интерес к проблеме и к организации и подготовить условия для личного общения со спонсором[64].

Помимо письма существуют еще другие формы предоставления ресурсов со стороны корпоративного сектора. Например, форма *предоставление товаров*, которыми располагает фирма или форма *отчисления с продаж*. Это одна из наиболее эффективных технологий на сегодняшний день. Компания может отдавать небольшую часть прибыли с каждого товара, задействованного в акции, или определенный процент от прибыли, полученной в конкретный день[65].

Как небольшой итог работы со спонсорами, можно выделить два этапа поиска и переговоров с партнерами.

До переговоров**:**

- выбор целевой группы компаний;
- письмо и звонок;
- планирование встречи и подготовка.

Встреча**:**

- установление контакта;
- представление организации и проекта/ программы;
- «продажа» выгод;
- преодоление возражений.

Завершение встречи. После того, как встреча состоялась, нужно установить хороший контакт с собеседником, рассказать ему о деятельности организации и планах, вовлекая его в диалог, обсудить выгоды, наметить дальнейшие шаги. На завершающем этапе, как правило, происходит заключение договора, предоставление благодарности, оценка результатов и создание долгосрочных взаимоотношений[66].

Формы работы с частными донорами.

Привлекая средства через *частные пожертвования*, нет смысла писать полномасштабный социальный проект, так как нет особой необходимости вести отчетность по проделанной работе. Здесь имеются свои формы работы. Наиболее актуальные из них:

---

[64] «Новости Фандрайзинга». — М.: Фонд социального развития и охраны здоровья «ФОКУС-МЕДИА», 2004, — С. 100-106.

[65] «Новости Фандрайзинга». — М.: Фонд социального развития и охраны здоровья «ФОКУС-МЕДИА», 2004, — С. 103.

[66] «Бизнес и НКО: от настороженности к сотрудничеству» / СПбБОО «Центр развития некоммерческих организаций» и Международный форум лидеров бизнеса под эгидой Принца Уэльского. – СПб: СПбБОО «Центр РНО», 2001.

- реализация благотворительной деятельности (открытки, брошюры, сувениры);
- организация благотворительных мероприятий и акций (праздников, выставок, аукционов, концертов, лотерей);
- сбор через банки (целевые благотворительные счета);
- адресная почтовая рассылка;
- пожертвования от сотрудников фирм и различных организаций;
- сбор «один на один», непосредственное личное прошение у проходящих людей о пожертвовании на улице или на мероприятии;
- сбор средств через специальные ящики для пожертвований, на которых указывается логотип НКО и описание того, на что собирают средства;
- адресная рассылка, почтовая - один из самых дорогостоящих методов, но именно он дает наиболее лояльных доноров. Ведь тот, кто получил письмо, принимает вполне осознанное решение о поддержке – после прочтения письма и других материалов он тратит время, чтобы пойти в банк или в офис и сделать пожертвование;
- пожертвования членов Попечительских советов и людей, постоянно поддерживающих организацию (добровольцев, друзей, родственников);
- сбор средств через Интернет и СМС-сервис;
- акции по сбору вещей продуктов и других не денежных средств;
- сбор средств при помощи кредитных карточек, терминалов оплаты[67].

Работа с данным типом донора является одной из наиболее трудных и долгих. Трудным он является, в первую очередь, потому что суммы жертвователей небольшие, по сравнению с государственными субсидиями или договорами с корпорациями. Также приходится затрачивать дополнительные усилия на создание базы волонтеров, которые бы помогали осуществлять сбор средств на акциях при непосредственном прошении от жертвователей этих средств.

Таким образом, подводя итог данного раздела, можно сделать вывод о том, что существует огромное количество возможностей, способов привлечения и сбора средств под различные социальные проекты, акции, мероприятии. Каждый тип донора требует своей тактики привлечения ресурсов и требует от специалиста определенных навыков и знаний в этой области.

[67] Основы фандрайзинга и написание проектных заявок. Материалы Центра РНО, 2014.

Все эти источники различаются по формам, продолжительности рассмотрения заявки и предоставления ресурсов, по направленности и характеру выделения средств. При работе с каждым отдельным видом специалисту по фандрайзингу следует учитывать специфику каждого. Как правило, в процессе поиска средств одновременно могут быть задействованы несколько источников.

Государственные социальные учреждения также ведут работу в направлении работы со средствами, однако в данных учреждениях это направление не слишком развито. Они его практически не используют.

Некоторые из них занимаются благотворительностью, а также сбором средств и вещей (одежды) для своих подопечных, клиентов[68]. Некоторые из них периодически проводят акции по сбору вещей и нужных медикаментов, так напрмер Кировский центр социального обслуживания населения. Однако это направление еще нужно развивать.

Таким образом, в первой главе были рассмотрены основные теоретико-методологические подходы к пониманию того, что называется технологией фандрайзинга, и были также изучены смежные и близкие по содержанию и наполнению понятия, такие как спонсорство, благотворительность, корпоративная социальная ответственность, социальное партнерство и социальные инвестиции. Нам удалось проследить, что технология привлечения финансирования в работе некоммерческих организаций напрямую связана с этими категориями. Фандрайзинг является своего рода базой, предпосылкой формирования и развития взаимовыгодных отношений между общественностью и бизнесом в первую очередь, и косвенно влияет на результативность деятельности государственных институтов.

Также здесь были вновь рассмотрены основные источники финансирования в технологии фандрайзинга, и была раскрыта суть работы с ними. Каждый источник предполагает свои методы работы, имеет свою специфику, а также как плюсы, так и минусы. При этом очевидным является то, что для полноты работы и для большей эффективности реализуемых задач в фандрайзинге используются смешенные виды источников, в деятельности многих некоммерческих организаций задействуются сразу несколько видов. Этим мы завершили изучение теоретической части технологии по привлечению финансирования в деятельности некоммерческих организаций.

[68] Кироский центра социального обслуживания населения (на базе экспертного интервью)

Глава 3. ОПЫТ РАБОТЫ СПБ БОО «НОЧЛЕЖКА» ПО РЕАЛИЗАЦИИ СОЦИАЛЬННЫХ ПРОГРАММ ПОМОЩИ БЕЗДОМНЫМ

3.1. Деятельность СПБ БОО «Ночлежка» по реализации программ социальной реабилитации и ресоциализации бездомных

«Ночлежка» представляет сосбой модель достаточно успешной и разносторонней организации помощи лицам без определенного места жительства. Она была создана в 1997 году в результате реорганизации Целевого благотворительного фонда «Ночлежка», тогда же организацией была создана и реализована система «альтернативной регистрации» бездомным.

В настоящее время «Ночлежка» предоставляет комплекс услуг, среди которых следующие:

Дневная консультационнная служба (ДКС). Данная служба работает каждый день с 10.00 до 17.00 и оказывает услуги всем нуждающимся в ней. При желании бездомного ДКС можно поставить на учет, если это граждан РФ, предоставивший удостоверении личности и документ, подтвердившмий отсутствие регистрации по месту жительства или пребывания.

При постановке на учет необходимым является заполнение заявления. Человек получает специальное свидетельство о постановке на учет, которое содержит фотографию и основные личные данные. Данный документ дает официальный статус бездомнго в Санкт-Петербурге и зачастую является единственным документом, удостоверяющим личность бездомного. Свидетельство о постановке на учет заменяет страховой медицинский полис и дает право пользоваться бесплатной медицинской помощью, помогает восстановить утерянные паспорта, оформить, получать инвалидность. Также данная справка помогает получать помощь в других аналогичных по профилю деятельности организациях.

В настоящий момент на учете в организции состоит более 17 тыс. бездомных, и каждый нуждающийся может получить и взять там при небходимости продуктовый паек и чистую одежду.

Также любой бездомный может заключить контракт и стать распространителем уличного журнала «Путь домой». От продажи бездомной получает примерно 50% вырученных денег. Основная задача данного журнала заключается в том, чтобы помочь бездомным и вернуться обратно в нормальное общество. В «Ночлежке» также существует часть мер, стимулирующих продавцов к активной трудовой деятельности.

Услуги, оказывемые ДКС, имеют несколько уровней, соотвествующих потребностям клиентов.

- Основные цели и задачи:
- Оказание услуг, уменьшающих страдания целевой группы;
- Разработка индивидуальных целевых программ;
- Сопутствующая реабилитации поддержка.

Основная деятельность службы организована по нескольким направлениям[69]:

- выдача одежды и питания;
- регистрационная служба;
- социальная служба;
- юридическая служба;
- медицинская служба;
- консультационная служба.

Ежедневно к социальным работникам Консультационной службы «Ночлежки» приходят за консультацией примерно 50-70 человек.

За время работы консультационной службы сотрудники организации помогли тысячам бездомных с улицы.

В организации как уже было отмечено, выдают справки, удостоверяющие, что организация считает определенного человека бездомным. Такие справки с фотографией человека, печатью и подписью руководителя нашей организации признаются многими государственными учреждениями как документы, заменяющие удостоверение личности[70].

За годы работы службы было выдано больше 60 000 таких справок.

Результаты работы Консультационной службы за 2016 год следующие[71].

- Социальное и юридическое сопровождение (количество разовых услуг за 2016г.) 150
- Восстановление, получение паспорта 33
- Оформление пенсии 17
- Получение полиса ОМС 10
- Восстановление, получение ИНН 13
- Получение документов, подтверждающих трудовой стаж 9
- Оформление инвалидности 101

[69] А.А. Молчанов, О.И. Бородкина «Социальная работа с лицами без определенного места жительства».- Изд. С.- Петербурского государственного университета, 2008. – с. 76

[70] Финансовый отчет о работе организации за 2016 г. URL. https://homeless.ru/projects/697/(дата обращения 15.05.17)

[71] Отчет о работе организации за 2016 г. URL. https://homeless.ru/projects/697/(дата обращения 15.05.17)

(в том числе совместно с «Мальтийской службой помощи»)

- Устройство в интернат 129
  (в том числе совместно с «Мальтийской службой помощи»)
- Оформление временной регистрации по адресу Ночлежки 74
- Помощь в оформлении регистрации по другому адресу 11
- Помощь в трудоустройстве 49
- Помощь в трудоустройстве с проживанием 7
- Устройство в городской Дом ночного пребывания 27
- Устройство в реабилитационные центры 13
  для алко - и наркозависимых
- Устройство в больницу 1
- Поиск родственников 3
- Возвращение домой в СПб или другой город 35
  (в том числе совместно с «Мальтийской службой помощи»)
- Восстановление или установление гражданства 17
- Юридическое сопровождение в суде 4
- Получение жилья 7
- Отмена мошеннической сделки и возврат жилья 5
- Получение/восстановление военного билета 5
- Получение загранпаспорта 6
- Получение технических средств реабилитации 4
  (протезно-ортопедических изделий)
- Получение СНИЛС 1

Социальный приют. После прохождения медицинского осмотра и заключения договора с социальным консультантом бездомному выдают пропуск, специальное место для ночлегав комнате на 8-10 человек и индивидуальный шкаф. Необходимым условием контракта является решние социальных проблем: восстановление документов, поиск работы оформление пенсии, пособия, инвалидности. Приют расчитан на проживание 10 женщин и 30 мужчин. Каждый год сотни людей проходят здесь реабилитацию и возвращаются к обычной жизни с помощью психологов, юристов и специалистов по социальной работе.

В приюте реализуется две основных технологии: ночлег и реабилитационный центр. Ночлежка действует для здоровых, трудоспособных людей. Краткосрочное проживание до 3 месяцев. За период проживания человек может рещить свои насущные

проблемы и реабилитироваться – найти работу, найти родственников, скопить денег за проезд. За этот период жильцы могут воспользоваться услугаит кухни и прачечной.

Реабилитационный центр «Дом на полдороге» для бездомных алкоголиков.

Бездомные, прошедшие курс интенсивной терапии в клиниках города, продолжают программу социально-психологической адаптации в приюте. Сама терапевтическая программа включает в себя групповые занятия и индивидуальную психотерапию.

Центр существует в помещении приюта для бездомных и занимает отдельную квартиру. Работа центра ориентирована на мужчин трудоспособного возраста. Клиентами данного центра являются люди, вышедшие из мест лишения свободы и бездомные жители Санкт-Петербурга. Само пребывание в реабилитационном центре длится примерно до 6 месяцев, строится в соотвествии с программой и регламентируется контрактом, договором об оказании услуг.

Необходимо отметить, что при обращении клиент знакомится с документами центра, подписывает контракт и после подписания контракта на него составляется индивилуальная программа реабилитации. Данная программа идет на основании интервью.

Основная цель интервью это[72]:

1. История употребления химических веществ и первый опыт реабилитации.
2. Психологическая диагностика – выяснение состояния физического, возможностей и потребностей клиента на данный момент.
3. Профессионально-трудовая диагностика – выяснение трудовой возможности, потребности и желания клиента.
4. Семейная диагностика – состояние, возможности и желание восстановления родственных связей клиента.
5. Социальная диагностика – необходимость восстановления клиентов, жилья.

Также в центре существует так называемая услуга ночного консультанта, в обязаности которого входит консультирование клиента по всем вопросам, связанным с химической зависимостью. Консультанты – это бывшие зависимые люди, имеющие больший срок личной трезвости, работающие по программе «12 шагов».

Помимо этого в рамках одной из реабилитационных программ считается обязательным посещение четырех групповых секций Ассоциации анонимных алкоголиков.

Результаты работы Консультационной службы за 2016 год следующие[73].

---

[72] А.А. Молчанов, О.И. Бородкина «Социальная работа с лицами без определенного места жительства».- Изд. С.- Петербурского государственного университета, 2008. – с. 78

- Социальное и юридическое сопровождение (количество разовых услуг за 2016г.) 150
- Восстановление, получение паспорта 33
- Оформление пенсии 17
- Получение полиса ОМС 10
- Восстановление, получение ИНН 13
- Получение документов, подтверждающих трудовой стаж 9
- Оформление инвалидности 101
  (в том числе совместно с «Мальтийской службой помощи»)
- Устройство в интернат 129
  (в том числе совместно с «Мальтийской службой помощи»)
- Оформление временной регистрации по адресу Ночлежки 74
- Помощь в оформлении регистрации по другому адресу 11
- Помощь в трудоустройстве 49
- Помощь в трудоустройстве с проживанием 7
- Устройство в городской Дом ночного пребывания 27
- Устройство в реабилитационные центры для алко - и наркозависимых 13
- Устройство в больницу 1
- Поиск родственников 3
- Возвращение домой в СПб или другой город 35
  (в том числе совместно с «Мальтийской службой помощи»)
- Восстановление или установление гражданства 17
- Юридическое сопровождение в суде 4
- Получение жилья 7
- Отмена мошеннической сделки и возврат жилья 5
- Получение/восстановление военного билета 5
- Получение загранпаспорта 6
- Получение технических средств реабилитации (протезно-ортопедических изделий) 4
- Получение СНИЛС 1

Реабилитационный центр для бездомных инвалидов.

[73] Отчет о работе организации за 2016 г. URL. https://homeless.ru/projects/697/(дата обращения 15.05.17)

Большинство бездомных вынуждены жить на улице в результате травмы, обморожения или других инцидентов. В приюте инвалидам предоставляется трехразовое питание, медицинский уход, сопровождение социального работника, задачей которого является подготовка всех документов необходимых и оформление человека в дом интернат.

Проект «Ночной автобус». Данный проект реализует технологию срочной социальной помощи на колесах (мобильной уличной работы). С 2002 года «Ночлежка» реализует проект «Ночной автобус» по оказанию срочной социальной помощи бездомным, живущим на окраинах города. Суть заключается в том, что добровольцы организации на специальном микроавтобусе, раздают горячую пищу бездомным, уличным детям. Социальный работник, находящийся в ночном автобусе, работает с людьми, отвечает на вопросы, выдает направления, помогает советом. С автобусом выезжает медсестра, которая оказывет первую медпомощь, делает различные перевязки. Автобус курсирует каждый вечер с 19.00 до 24.00, выезжает от станции метро «Лесная», «Проспект Просвещения», «Черная речка» и работет бесплатно. Ежедневно к автобусу подходит около 100-150 человек. В состав ночного автобуса входит водитель, социальный работник, медсестра, два волонтера. Стоит заметить, что данный проект опирается на поддержку предпринимателей и администрации города.

Защита прав бездомных. При приеме юрист организации помогает решить спорные вопросы в судебном порядке. Организация выступает в качестве защитников этих людей перед органами исполнительной власти. Также ведется работа по анализу существующего законодательства, лоббированию местных законов, решающих проблемы бездомных.

Работа пункта обогрева. Пункт обогрева представляет собой большую отапливаемую палатку, в которой одновременно могут переночевать до 50 человек. В 2015-м году было установлено 3 пункта обогрева. Зимой 2015-го года в трех пунктах переночевали 456 человек.

Таким образом, из приведенных примеров видно, что «Ночлежка» ведет работу по различным направлениям деятельности, от защиты прав бездомных до предоставления ночлега и оборгева. Все направления, безусловно, важны и пользуются спросом. За время работы многих проектов их прошли тысячи подопечных, и они продолжают оставаться успешными.

3.2. Технология фандрайзинга в социальные проекты помощи бездомным СПБ БОО «Ночлежки» (на базе эмпирического исследования)

Актуальность.

На сегодняшний день проблемы бездомности являются весьма распространенными. Феномен бездомности является бичем современости и широко распространен в современном мире, в том числе и в России. Причины бездомности складывались на протяжении многих лет. Причины и механизмы бездомности трудно регулируемы в современном обществе и разрешение этих проблем также затрудненно. Бездомность проблема, которую необходимо решать в обществе.

Для решения существующих проблем ведется работа по урегулированию и разрешению проблем бездомности. Работают в этой сфере как социальные государственнные оранизации, так и некоммерческие структуры.

В связи с изменяющимися условиями и проблемой бездомности существует необходимость использования технологии по привлечению средств на разрешение данной проблемы. А также применения технологий в работе некоммерческих организаций на решение данной проблемы.

В связи с выявленной проблематикой были поставлены цель, задачи, предмет и объект исследования.

Основной **целью данного исследования** является изучение технологии привлечения средств в социальные проекты помощи на базе СПБ БОО «Ночлежка».

В соответствии с поставленной целью можно выделить следующие **задачи исследования**:

- рассмотрение особенностей процесса привлечения средств на базе бизнес организаций;
- изучение технологии привлечения средств в проекты помощи бездомным;
- анализ отчетной деятельности по основным источникам финансирования, доходам, расходам благотворительной организации.

Объектом исследования выступают программы помощи лицам без определенного места жительства.

Предметом исследования является деятельность по привлечению средств в социальные проекты помощи бездомным на базе СПБ БОО «Ночлежка».

В исследовании были использованы следующие **методы:** анализ документов, анализ информационных источников, анализ сайта благотворительного фонда, анализ материалов благотворительной организации.

Эмпирическая база для проведения исследования: Санкт-Петербургская благотворительная организация «Ночлежка».

Результаты.

Согласно изученным данным отчетов о работе благотворительной организации, результаты работы следующие.

За апрель-2017 было сделано следующее.

Работу пункта обогрева можно охарактеризовать следующим образом. Впервые пункт обогрева Ночлежки продолжил работу после 31 марта. За последние числа апреля в палатке обогрева приходили ночевать 62 человека (количество уникальных посетителей), в среднем за одну ночь в пункте обогрева находили кров 31 человек.

Работа ночного автобуса.

В апреле в ночной автобус с разной регулярностью за помощью приходили 383 человека, к которым волонтёры выдали 2275 порций горячего ужина. В апреле того же года за время работы бесплатной культурной прачечной для бездомных выстирали и высушили свои вещи 782 человека. Этот проект Ночлежки работает при поддержке сети прачечных самообслуживания Prachka.com.

Деятельность консультационной службы можно определить следующим образом.

За апрель месяц этого года специалисты консультационной службы по социальной работе Ночлежки дали бездомным людям 690 консультаций, юристы – 64. Также помимо этого, одежду выдали 610 людям, средства гигиены – 551 человеку. Обеспечили жетонами и проездными для устройства на работу, посещения государственных социальных и медицинских учреждений – 46 человек. Согласно данным, получили по адресу Ночлежки корреспонденцию для 87 человек, свои письма и уведомления забрали порядка 25 человек.

Также изготовили фотографии (для восстановления документов бездомных) 31 человеку. Написали необходимые запросы в государственные учреждения для 29 человека.

Помимо всего прочего в работе «Ночлежки» было проведено несколько следующих формальных операций.

Помогли восстановить паспорт гражданина РФ (в том числе через суд) 14 людям.

Устроено на работу (в том числе с проживанием) 12 человек[74].

[74] Сайт благотвориельной организации СПБ БОО «Ночлежка». URL.https://homeless.ru/upload/main/ (дата обращения 17.05.17)

Помогли оформить пенсию 1 человеку.

Помогли получить СНИЛС 5 людям.

Помогли получить полис ОМС 4 людям.

Помогли получить повторное свидетельство о рождении 1 человеку.

Помогли получить медицинскую помощь 5 людям.

Устроили в больницу 2 человек.

Помогли оформить инвалидность (совместно с Мальтийской службой помощи) 1 человеку.

Помогли получить документы, подтверждающие трудовой стаж, 2 людям.

Помогли восстановить военный билет 1 человеку.

Оформили временную регистрацию по адресу Ночлежки 11 людям.

Помогли вернуться домой в другой город 1 человеку.

Психологи-волонтёры «Ночлежки» провели консультации с 6 людьми.

Получили юридическое сопровождение в суде 3 человека.

Работа Реабилитационного приюта.

В апреле месяце 2017 года в приюте проживал 61 человек. Каждому в его конкретных вопросах помогали специалисты по социальной работе, юристы и психологи благотворительной организации, а также консультанты.

Источник	**Млн.руб**
Зарубежные фонды	12,57
Частные пожертвования	10.61
Российские фонды	0,49
Региональный и федеральный бюджет	2,17
Российские коммерческие компании	4,78
Закупка услуг проекта «Ночной автобус» районными администрациями	0, 63
Продажа сувенирной продукции	0,17

Итого	31,42

Таблица 2. Доходы благотворительной организации СПБ БОО «Ночлежка» за 2016 год[75].

Таким образом, если говорить об основных доходах благотворительной организации за 2016 год, то основным источником притока денежных средств в организации являются зарубежные грантодающие фонды. Их часть примерно 12, 57 млн. рублей за прошедший год. Вторым по доле являются частные пожертвования, они составляют примерно 10,6 млн. рублей от общего количества доходов организации. Это достаточно большой приток для благотворительной организации, и по величине немного опережает остальные. Для «Ночлежки» это один из основных источников доходов, как известно он пользуется бльшой популярностью. Не менее важным также является такой источник дохода как продажа сувернирной продукции, в организации он пользуется споросом.

В «Ночлежке» существует специализированная система помощи бездомным.

Существует система расходов на одного человека.

Таким образом, расходы «Ночлежки» на организацию проживания одного человека в приюте: один день — 393 рубля., один месяц — 11 953 рубля. Одна консультация в консультационной службе — 413 рублей.

Накормить одного человека в «Ночном автобусе» — 72 рубля. Это единая система расходов в организации на одного человека.

Проект	**Млн. руб**
Приют	5,99
Консультационная служба	4,17
«Ночной автобус»	1,96
Пункты обогрева	2,54
«Дом на полдороги»	0,36

[75]Финасовый отчет за 2016 год. Информация с https://homeless.ru/upload/main/report_2016.pdf (дата обращения 17.05.17)

Распространение опыта	1,34
Административные расходы	4,74
Итого	26,00

Таблица 3. Расходы в 2016 году СПБ БОО «Ночлежки»[76].

Согласно таблице расходов благотворительной организации больше всего расходуются средств на приют, порядка 6 млн. рублей. На содержание этого отделения приходится тратить достаточно большое количество средств с учетом проживания и дополнительных расходов к нему. Также достаточно большой процент идет на административные расходы организации (содержание организации, зарплаты сотрудников, содержание помещения), что много говорит о структуре работы оргниазации.

Среди основных источников финансирования, а именно организаций, которые являются основными жертвователями для благотворительной организации, есть много бизнес сообществ и бизнес организаций, которые являются донорами.

Среди таких организаций, есть такие крупные как ЗАО «ЛАТ», «Эрнст энд Янг» (СНГ), ЗАО «Нео Сервис», ООО «Тидекс» и многие другие. Процент финансирования от них достаточно большой от 120 000 и больше. Так в этом году компания «Эрнст энд Янг» (СНГ) пожертвовала «Ночлежке» на основании специально составленного спонсорского пакета примерно 230 000 рублей на содержание и расходы проектов. Это значительно большой приток денежных средств.

Также среди известных компани-жертвователей, такие компании как ООО «Море», ООО «ОО» БЭСТ», Intrepid Travel Australia, Jet Brains, Media I Group, Neste, Nochlezhka Suisse, Solidaire, Okko TV, P&G, Pontis Foundation, Poster, Prachka.com, Splat, Unisender, «Автолот технолоджи», «Адамант».

Также организация проводит предпринимательскую деятельность на базе продажи сувенирной продукции организации, выпущенной под брендом «Ночлежки».

«Ночлежка» ведет *предпринимальскую деятельность*, занимаясь продажей сувенирной продукции (чашки, буклеты, брошюры о работе организации и

[76] Финансовый отчет за СПБ БОО «Ночлежка» за 2016 год. URL. https://homeless.ru/upload/main/report_2016.pdf (дата обращения 17.05.17)

распространении опыта, сумки, магниты) через официальный сайт благотворительной организации и социальные сети.

Прибыль, полученная от продажи и распространения сувенирных товаров, идет на работу организации.

«Ночлежка» проводит работы *по сбору частных пожертвований* через системы электронных платежей (банковские карты, электронные кошельки, отправка СМС), сбор средств через ящики – копилки, а также сбор средств через платежные терминалы; размещение реквизитов на сайте фонда для самостоятельного оформления пожертвования через банк.

Также помимо финансовых средств «Ночлежка» проводит работу по привлечению материальных ресурсов: сбору одежды для подопечных фонда. Сбор необходимых средств проводится через сайт благотворительной организации, страницы в социальных сетях и объявления. Инфомация о них распространяется через официальные источники.

«Ночлежка» на сегодня занимается проведением благотворительных акций как технологии сбора денежных средств. Наиболее популярная из них это благотворительная акция «Экспресс помощь», проведенная при подержки городских кафе-ресторанов. Совместно с кафе в городе «Ночлежка» провели три акции «Эспресс-помощь», в рамках которых посетители кафе смогли купить кофе или еду в пользу бездомных. В последней акции приняли участие 47 кафе[77].

Процесс организации акции строится примерно следующим образом:

- ведется работа по сбору информации о местах, потребностях подопечных, о том, кому это интересно и выгодно сотрудничать, об акции;
- проведение работы по подготовке материалов для акции;
- размещение информации на информационных источниках, сайтах, через социальные сети;
- проведение акции.

Также за время работы организации было проведено несколько музыкальных благотворительных фестивалей: концерт классической музыке на крыше PianoFest, концерт классической музыки в Петрикирхе, в Анненкирхе, также Ночлежка fest.

В октябре 2015-го года была проведена акция «Дома бездомных». Во время акции волонтеры организации повесили на жилые дома города 100 табличек, рассказывающих о бездомных людях, которые в разные годы жили на улицах Петербурга. Например: «В подвале этого дома в 2009-2010 гг. жил Петров Иван Витальевич, бывший учитель

[77] Отчет о работе благотворительной организации «Ночлежка». URL.https://homeless.ru/(дата обращения 20.05.2017)

русского языка», «На чердаке этого дома в 2005-2007 гг. жила Севастьянова Маргарита Васильевна, в прошлом детский врач» и т.д[78].

Технология проведения мероприятия такая: таблички сделаны из картона и приклеены безопасным двусторонним скотчем, который не повредит поверхности зданий. «Ночлежка» собрала информацию о реальных историях людей, которые в разные годы обращались за помощью в «Ночлежку», они и легли в основу работы.

На основании проведенного анализа были сделаны следующие выводы по исследованию.

- В существующей организации достаточно большой приток денежных средств идет от частных компаниий, частных жертвователей и зарубежных фондов, причем количество этих организаций не ограничевается.

  В меньшей степени средства поступают от зарубежных фондов.

  Процент финасирования от этих организаций достаточно объемный.
- В «Ночлежке» есть целевые пожертвования, которые идут на работу организации в целом, так в 2016-2017 г.г. году их процент был достаточно не малый. Количество нецелевых пожертвовний в организации сильно ограничено.
- Большим спросом в организации как метод привлечения финансирования пользуются благотворительные акции, такие как фестиваль «ВКонтакте», Ночлежка fest, «Нетолерантное кафе», «Экспресс-помощь» и многие другие. За два дня проведения акции «Нетолерантное кафе» ее посетило примерно больше 2500 человек. А это значительный показатель того, что об организации узнало достаточно большое количество человек.
- Согласно данным/отчетам наиболее эффективные из методов сбора это сбор частных пожертвований через электронные системы оплаты и пожертвования со стороны коммерческих фирм.
- «Ночлежка» активно занимается и развивает предпринимательскую деятельность. В последнее время это направление пользуется достаточно большим спросом, а прибыль, полученная от реализаци товаров, покрывает расходы организации.

[78] Отчет о работе благотворительной организации «Ночлежка». URL.https://homeless.ru/(дата обращения 20.05.2017)

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Проанализировав работу, технологию фандрайзинга, основные подходы к пониманию этой деятельности, основную сущность феномена бездомности и работу благотворительной организации по организации помощи данной категории подопечных, можно сделать следующие выводы.

1. Бездомность как феномен широко распространен на сегодняшний день в России. Феномен обладает рядом характерных признаков, отличающих его от других. Одним из таких типичных признаков является разрыв прежних родственнных и дружественнных отношений. Бездомные – социальная группа, лишенная жилья, отторгнутая от своей некогда ближней среды (семья, дружеские сообщества, професиональные группы), выпадает из общепринятых социальных иерархий. Бездомные – группа, социально исключенная из общества, не имеющая ближних связей.

   Бездомные – группа, трудно поддающаяся изучению. На состояние бездомности влияет ряд основных факторов. Эти факторы объясняют причины феномена бездомности.
2. Фандрайзинг с точки зрения теоретико-методологических подходов рассматривается как технология привлечения ресурсов, в первую очередь финансовых, в деятельности СО НКО и представляет собой определенный процесс планирования, реализации, контроля и анализа полученных результатов деятельности по изысканию средств. Фандрайзинг тесно связывают с понятиями благотворительности и спонсорства, корпоративной социальной ответственности и социального партнерства, так как во многом фандрайзинг является предпосылкой развития данных процессов.
3. Фандрайзинг как технология базируется на четырех основных источниках финансирования, таких как государственные, негосударственные, частные и бизнес пожертоввания. С каждым из этих направлений необходимо проводить отдельную работу по привлечению и разработке специальной фандрайзинговой стратегии. В работе с каждой из этих форм стоит учитывать свои нюансы работы. Каждая из этих форм таже требует отдельной корректировки в работе.
4. В ходе работы также были проанализированы работы благотворительной организации «Ночлежка» по предоставлению помощи бездомным. «Ночлежка» обладает достаточно большим опытом по реализации программ социальной реабилитации, помощи лицам без определенного места жительства.

В своей работе они используют достаточно большой спектр услуг для оказания помощи.

«Ночлежка» применяет технологию фандрайзинга для реализации социальных программ помощи бездомным. Для этого она использует различные методы и технологии фандрайзинга, чтобы эти программы реализовались и работали в организации. Наиболее попуряные из этих них это провеление благотвориельных мероприятий и сбор частных средств через электронные платежи. За последние годы организация сильно продвинулась в этом направлении.

Большой популярностью пользуются такие благотворительные мероприятия как Ночлежка Fest, «Экспресс помощь» и многие другие. Благодаря работе этих мероприятий удалось собрать большой приток денежных средств и реализовать много проектов.

За время изучения специфики деятельности благотворительной организации было рассмотрено много проектов по оказанию помощи. Результаты работы проектов впечатляют, была проделана большая работа по оказанию услуг и предоставлению помощи. За последние годы «Ночлежка» помогла тысячам людям и продолжает успешно вести проекты.

На основании проведенного анализа деятельности некоммерческой организации «Ночлежки» можно сделать вывод о том, что организации проводят работу по поддержке социально маргинальных слоев населения на базе источников финансирования и технологий привлечения. Фандрайзинг в социальные проекты помощи бездомным представляет собой многоплановую комплексную программу, которая помогает разрешить проблемы подопечных бездомных. Она включает в себя разработку специальной компании привлечения средств и работу методов финансирования, на основании которых удается привлекать и находить необходимые средства.

На сегодняшний день фандрайзинг становиться все более популярным и прагматичным методом в работе организаций и методом, направленным на решение социальных проблем подопечных (клиентской группы) и решением их различными методами итехнологиями.

Многие организации и фонды используют в своей работе различные источники финансирования, наиболее популярными из которых являются частные пожертвования и бизнес пожертвования.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

Книги, монографии, учебники

1. Албегова И.Ф.. Фандрайзинг для некоммерческих организаций как технология успеха. Учебно-методическое пособие. Ярославль: ЯРОО «ЦПНО»,2009. - 106 с., 2009.
2. Алексеева Е.Г., Горшкова И. Д. Фандрайзинг: мотивации потенциальных жертвователей // Благотворительность в России. Социальные и исторические исследования / под ред. О.Л. Лейкинда. — СПб.: Лики России, 2001. — С. 185–219.
3. Алексеева Х. Бродяжничестао в современной России// Социологические исследования. 2003. №9
4. Апфельбаум С.М.«Косвенные связи с общественностью» как инструмент привлечения ресурсов для некоммерческих организаций культуры // Ориентиры культурной политики. — М., 2003. — No 10. — С. 27–38. 4.
5. Артемьева Т. В., Тульчинский Г. Л. Фандрейзинг: привлечение средств на проекты и программы в сфере культуры и образования. — СПб.: Издательство «Лань»; «Издательство ПЛАНЕТА МУЗЫКИ», 2010. — 284 с.
6. Баханькова Е. Р., Гусева Е. Г., Клецина А. А., Орлова А. В. Финансовая грамотность НКО. – СПб, 2012. – 155 с.
7. Баханькова Е. Р., Даушев Д. А., Клецина А. А., Кудаков Е. С., Смирнова (Шматко) А. В., Суходольская Н. А. Привлечение частных пожертвований в НКО. — СПб, 2013. – 233 с.
8. «Бизнес и НКО: от настороженности к сотрудничеству» / СПбБОО «Центр развития некоммерческих организаций» и Международный форум лидеров бизнеса под эгидой Принца Уэльского. – СПб: СПбБОО «Центр РНО», 2001.
9. Блинников М.С., Даушев Д.А., Симонов Е.А. Как просить деньги. — М: Изд-во ЦОДП, 2003. — 139 с.
10. Бодунген А. Основы деятельности и успеха некоммерческих организаций CAF (Charities Aid Foundation). Проект «Charities United». — Москва, 1995. С. 31–43.
11. Государственная поддержка НКО в Санкт-Петербурге: содержательные результаты и социально-экономические эффекты. Аналитический отчет. - СПб.: ЦРНО , 2014.
12. Григорьева И.А., О.И. Бородкина «Социальная работа с лицами без определенного места жительства».- Изд. С.- Петербурского государственного университета, 2008.

13. Дьячек Т.П. Фандрайзинг: учебно-методическое пособие для волонтеров общественных организаций социального профиля. – Тамбов: изд. ИП Чеснокова А.В., 2008. – 76 с.
14. Жуков, Г. В. Благотворительность как инструмент фандрейзинга в социокультурном пространстве современного общества. Автореф. дис. на соиск. учен. степ. к.культуролог.н. Спец. 24.00.01. Краснодар, 2002. 18,[1] с.
15. Игнатьева Е.Л. Фандрайзинг в России — состояние и перспективы: интервью М.Л. Чередниченко // Art-менеджер. — М., 2002. — No 2.11.
16. Карлинский И. Анализ социального и правого положения бездомных в современной России. СПб.,2004 г.
17. Кучерносов В. Фандрайзинг: мифы и реальность // Журнал «Вестник благотворительности». — 2001. — No 4 (46),. — С. 27
18. Лозован В., Манола О. Фандрайзинг**:** Руководство для неправительственных организаций /Asoc. Promo-LEX. - Изд. при фин. поддержке Посольства Королевства Нидерландов. – 55 с.
19. Методические (информационные) материалы для СО НКО по взаимодействию со СМИ и органами власти. – М., 2011. – 37 с.
20. Методические (информационные) материалы для органов власти (федеральных и региональных) и местного самоуправления по предоставлению информационной поддержки СО НКО, содействию продвижению благотворительности и добровольчества. – М., 2011.- 40 с.
21. Михеева, Н. Н.. Благотворительность в трансформации российского общества: динамика взаимодействия социальных агентов. автореферат диссертации на соискание ученой степени к. социол. н. специальность 22.00.04 Соц. структура, соц. ин-ты и процессы Екатеринбург, 2009. – 22 с.
22. Молчанов А.А. Бездомность в России: комплексный анализ и профилактика в России. Автореф. дис… канд. соц.наук. СПб., 2005.
23. Негосударственные некоммерческие организации в Санкт-Петербурге 2013: информационно-аналитические материалы о деятельности негосударственных некоммерческих организаций. – СПб.: ЦРНО, 2013.
24. «Новости Фандрайзинга». — М.: Фонд социального развития и охраны здоровья «ФОКУС-МЕДИА», 2004, — 160 с.
25. Основы фандрайзинга и написание проектных заявок. Материалы Центра РНО, 2014.

26. Путеводитель по фандрайзингу. Рабочая модель по привлечению спонсоров / Терри и Даг Шафф. – М.: Вершина, 2006. – 256 с.
27. Связи с общественностью для бизнеса: практические приемы и технологии / под ред. П.А. Кузнецов. – М.: корпорация «Двшков», 2012. – 296 с.
28. Социальная работа и гражданское общество: коллективная монография/под редакцией И.А. Григорьевой, А.А. Козлова, В.А.Самойловой. – Спб. 2006. –311 с.
29. Соловьева Л.И. Реабилитация бездомных: по работе «Ночлежки»// Журнал социологии и социальной антропологии. 2001. Т.4 №3
30. Социальные и правовые аспекты проблемы бездомности в современной России. По материалам межрегионального исследования, СПб, 2007.
31. Тишина, Ж.С. Формирование и развитие фандрайзингового инструментария на российском рынке образовательных услуг. автореф. дис. на соиск. учен. степ. к. э. н. специальность 08.00.05 <Экономика и управление народным хозяйством по отраслям и сферам деятельности> Шахты (Рост. обл.), 2012 . 26 с.
32. Тульчинский Г. Л. Корпоративные социальные инвестиции и социальное партнерство: технологии и оценка эффективности. – СПб., 2012. – 236 с.
33. Тульчинский Г. Л., Векслер А.Ф. Зачем бизнесу спонсорство и благотворительность. – М.: Вершина, 2006. – 336 с.
34. Фандрайзинг в общественной организации. Комитет по печати и связям с общественностью Лен. Обл. 2014.
35. Фандрайзинг и мобилизация ресурсов. Учебное пособие. – М.: Фонд «Школа НКО», 2009. – 140 с.
36. Фредрике Л. Искусство просить деньги. Как просить кого угодно о какой угодно сумме для какой угодно цели / [Пер. с англ. Р. Кассабова]. — М.: ЗАО «Олимп—Бизнес», 2010. — 336 с.
37. Чеснова, О. А. Оценка и факторы повышения эффективности деятельности некоммерческих организаций. Автореф. дис. на соиск. учен. степ. к.э.н. Спец. 08.00.05СПб., 2002 . 19 с.
38. 100 вопросов про НКО: Что нужно знать, чтобы ваша деятельность была успешной?/Мини-справочник для руководителя некоммерческой организации. – М.: Агентство социальной информации, 2012. – 116 с.

Интернет-ресурсы и статьи

39. НКО. Правовые положения. URL. http://www.sndmp.ru/?article_id=1582 (дата обращения 20.05.17)

40. Отчет о работе благотворительной организации «Ночлежка» за 2016 год. URL.https://homeless.ru/(дата обращения 20.05.2017)
41. Отчет о работе благотворительной организации «Ночлежка» за 2015 год. URL.https://homeless.ru/(дата обращения 20.05.2017)
42. Сайт благотворительной организации «Ночлежка» URL.https://homeless.ru/(дата обращения 18.05.2017)
43. Спонсорство и фандрайзинг-технологии URL. http://5fan.ru/wievjob.php?id=7553 (дата обращения 5.05. 17)
44. Фандрайзинг как социальная коммуникация. URL. http://studme.org/10431016/marketing/fandrayzing_sotsialnaya_kommunikatsiya_sfery_autsorsinga (дата обращения 5.05. 17)
45. Фандрайзинг в социальной сфере URL. http://www.webkursovik.ru/kartgotrab.asp?id=-50732 (дата обращения 5.05. 157)