

- Заболееваемость детей в возрасте 0–14 лет по основным классам болезней в 2000, 2005–2010 годах [Электронный ресурс] // Официальный сайт территориального органа Федеральной службы государственной статистики. – URL: [www.permstat.gks.ru](http://www.permstat.gks.ru).
- Московское Качество: аналит. записка по вопросу необходимости введения дополнительных мер, направленных на выполнение требований закона Российской Федерации «О качестве и безопасности пищевых продуктов» [Электронный ресурс]. – URL: <http://mosquality.ru/activity.php?id=91>.
- О защите прав потребителей: фед. закон / Принят Государственной Думой 7 февраля 1992. – № 2300-1.
- Продовольственная упаковка и питание [Электронный ресурс] // Официальный сайт Nielsen-Россия. – URL: [http://www.acnielsen.ru/news.php?news\\_id=46](http://www.acnielsen.ru/news.php?news_id=46).
- Стейм Б. Чем нас травят?: полный словарь-справочник вредных, нейтральных веществ, которые содержатся в пище, косметике, лекарствах. – СПб.: ПРАЙМ-ЕВРО-ЗНАК, 2008. – 319 с.
- Учимся читать этикетки продуктов питания [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.hv-life.ru/post/25987>.

## **Фандрайзинг как современная форма финансирования некоммерческих организаций**

**Т.А. Лузина**

4 курс факультета менеджмента

*Научный руководитель:*

к.э.н., доцент Е.Л. Зуева

### *Аннотация*

В современных условиях усиливаются тенденции преобразования и видоизменения институциональных форм организации общественного сектора. Все больше места в его структуре занимают некоммерческие организации, как государственные, так и негосударственные, т.е. созданные на добровольной основе. Данная работа посвящена рассмотрению теоретических основ современной методики поиска источников финансирования, необходимых для осуществления деятельности НКО, включая реализацию неприбыльных программ и проектов, получившей название фандрайзинга.

*Ключевые слова: фандрайзинг, НКО, цикл фандрайзинга, оценка рисков.*

В современных условиях усиливаются тенденции преобразования и видоизменения институциональных форм организации общественного сектора. Все больше места в его структуре занимают некоммерческие организации (далее НКО), как государственные, так и негосударственные, т.е. созданные на добровольной основе. Для осуществления уставной деятельности неприбыльным организациям нужны определенные доходы. Большая часть средств НКО поступает из внешних источников: от частных корпораций, государства, благотворителей; помимо этого существуют и внутренние источники – взносы учредителей и членов НКО.

В свете изложенного проведение исследования, связанного с выявлением особенностей и направлений применения различных технологий финансирования НКО, представляется актуальным и имеющим важное значение как для организаций государственного сектора, так и для коммерческих организаций.

Объектом данного исследования является фандрайзинг как инновационная форма финансирования деятельности НКО. Предметом исследования – особенности применения данного инструмента финансирования деятельности НКО на территории Пермского края.

Цель исследования – рассчитать эффективность внедрения инструмента фандрайзинга на территории Пермского края.

Для достижения поставленной цели необходимо выполнить ряд задач, а именно:

- рассмотреть теоретические основы фандрайзинга;
- проанализировать внешнюю среду;
- проанализировать внутреннюю среду;
- оценить риски проекта «фандрайзинг».

Фандрайзинг – это методика поисков источников финансирования, необходимых для осуществления деятельности НКО, включая реализацию неприбыльных программ и проектов. Исторически эта технология использовалась для сбора средств при проведении политических кампаний, однако в современном обществе наблюдается тенденция использования инструментов фандрайзинга и в других сферах, например в культурной.

Фандрайзинг может быть «внутренним» и «внешним». В первом случае речь идет о внутреннем менеджменте НКО, когда разработкой и реализацией стратегии поиска финансирования сотрудники НКО занимаются самостоятельно. Во втором – об одном из направлений консалтинговой деятельности, когда поиск финансирования осуществляется посредством привлечения профессиональных консультантов по фандрайзингу, в роли которых могут выступать как независимые эксперты, так и специализированные фандрайзинговые фирмы.

Деятельность каждого отдельного учреждения по привлечению денежных средств имеет определенную последовательность (так называемый цикл фандрайзинга), которой оно должно придерживаться для осуществления успешной политики фандрайзинга.

«Цикл фандрайзинга» состоит из следующих этапов.

1. Оценка состояния бюджета, составление бизнес-плана. При выполнении данной задачи необходимо максимально четко представлять все затраты. Важно представить проект максимально эффективным и прибыльным с точки зрения извлечения прибыли, однако иметь в виду «слабые стороны» и возможность их нивелировать. Сложностью на данном этапе является также анализ устойчивости учреждения.

2. Выбор потенциальных инвесторов. В качестве основных инвесторов выступают коммерческие организации, сфера деятельности которых зачастую является смежной сфере финансирования. Однако это необязательное условие. В современной ситуации вопрос корпоративной социальной ответственности становится все более актуальным для крупных компаний по ряду причин. Во-первых, участие в такого рода мероприятиях – показатель стабильности организации как для ее потребителей, так и для инвесторов. Во-вторых, деятельность по спонсированию учитывается при оценке goodwill организации, что впоследствии составляет стоимость ее бренда. Помимо этого корпоративная социальная ответственность формирует образ компании как перспективного работодателя, что в свою очередь привлекает наиболее квалифицированный и компетентный персонал.

3. Проведение конкретных мероприятий по привлечению ресурсов. Традиционно выделяют следующие инструменты (мероприятия) фандрайзинга:

- почтовая рассылка или письма спонсорам;
- специальные места для сбора пожертвований;
- гранты, распределяемые на конкурсной основе различными фондами;
- использование советов учредителей и попечителей;
- предпринимательская деятельность.

Вновь обращаясь к опыту западных стран, хотелось бы отметить, что благотворительные организации часто используют лотереи для сбора средств. Экономической целесообразности данного мероприятия посвящена работа Б. Дункана «Тыквенные пирожки и общественные блага: лотереи как стратегия фандрайзинга» [Duncan, 2002], в которой он утверждает, что лотереи позволяют фандрайзерам «безболезненно просить» о финансовой помощи. Б. Дункан указывает на то, что при проведении лотереи (а не просто при сборе пожертвований) происходит перераспределение ожидаемого потребления, снижающее предельную цену потребляемого общественного блага, а значит, увеличивается спрос на него. Однако при проведении лотереи фандрайзеру необходимо учитывать ценность приза для участников лотереи, а также оценивать уровень неопределенности, возникающей при розыгрышах.

4. Оценка результатов. Повторная оценка потребностей, которая замыкает цикл, благодаря чему процедура фандрайзинга становится цикличной. Способов контроля несколько. Можно поручить его кому-то из сотрудников, отвечающих за связи с общественностью, или независимой организации. В качестве методов контроля можно воспользоваться одним или несколькими подходами из представленных ниже:

- требование полного отчета о расходовании выделенных финансов с приложением отчетных документов;
- ежегодные отчеты (особенно при постоянной поддержке организации).

Критерием оценки результатов может стать также рейтинг учреждений культуры, составленный контролирующим органом.

Рейтинги могут быть разными, поскольку зависят от цели составления. Они могут быть использованы как индикаторы для инвесторов, показатели эффективности работы для администрации, а для самих объектов культуры – как стимулы, способствующие повышению

качества услуг, что, в свою очередь, усиливает конкуренцию среди бюджетных организаций. Такие рейтинги можно публиковать в СМИ для создания у жителей города более полной картины о качестве услуг, предоставляемых в сфере культурной и досуговой политики Перми.

Привлечение внебюджетного финансирования является в настоящее время достаточно новой задачей для учреждений культуры. В России в последние десятилетия неоднократно предпринимались и предпринимаются попытки создать систему внебюджетного финансирования в сфере образования или социальной политики, но не культуры. Такие попытки позволили выявить, что в нашей стране отсутствует системный подход к действиям по сбору финансовых средств. Таким образом, для успешного развития технологии фандрайзинга в России необходимо не только принятие нормативно-правовых актов, регулирующих данный вид деятельности, но и непосредственное участие государственных органов в финансировании социальных программ и проектов, реализуемых НКО.

Далее автором проведен анализ внешней среды, а также возможных рисков внедрения технологии фандрайзинга в деятельность НКО в рамках Пермского края.

Начнем с анализа внешней среды. Среди основных элементов макроокружения принято выделять политические, социокультурные, экономические, научно-технические и экологические факторы. Рассмотрим каждый из них более подробно.

#### 1. Государство и политика.

- Закон Пермского края № 352-ПК от 10.12.2008 «Об утверждении Краевой целевой программы развития малого и среднего предпринимательства в Пермском крае на 2008–2011 годы» устанавливает направления, виды и способы оказания поддержки субъектам малого и среднего предпринимательства.
- ФЗ № 7-ФЗ от 12.01.1996 «О некоммерческих организациях» законодательством РФ устанавливает ограничения на предпринимательскую деятельность НКО отдельных видов.
- В соответствии с ГК РФ некоммерческие организации не могут выступать финансовыми агентами, а также коммерческими представителями, доверительными управляющими, не могут быть стороной по договору коммерческой концессии.

2. Социокультурные факторы. Проект «Пермь – культурная столица Европы». В рамках данной программы большое внимание уделяется объектам культуры, привлекаются инвесторы. Цель проекта – повышение инвестиционной привлекательности Перми и Пермского края через развитие взаимодействия с европейскими партнерами, комплексное позиционирование и качественное улучшение имиджа региона в международном социокультурном пространстве.

3. Экономические факторы.

- Рост темпов инфляции. Действие данного фактора отрицательно сказывается на работе организации, так как приводит к увеличению издержек.
- Темп экономического роста. Общая динамика экономического развития Пермского края, сложившаяся в январе–октябре 2010 г., характеризуется ростом прибыли крупных и средних предприятий и организаций Пермского края на 18,4% за девять месяцев 2010 г. к аналогичному периоду 2009 г., снижением доли прибыльных предприятий в их общем числе до 68,5% (70,3% в январе–сентябре 2009 г.) и ростом объема убытков на 5,8%.
- Платежеспособность организаций. По данным Росстата, наблюдается положительная динамика финансового результата организаций. Сокращается число убыточных предприятий, в то время как удельный вес прибыли растет.

4. Научно-технические факторы. Например, изменение рекламных технологий. Использование новых видов рекламы, применение новых рекламных технологий, с одной стороны, позволит привлечь дополнительных клиентов, однако, с другой стороны, увеличит расходы компании, приведет к усилению конкуренции в данной сфере.

5. Экологические факторы. Действие экологических факторов не оказывает влияния на развитие технологии фандрайзинга.

Перейдем к анализу микроокружения, рассматривая, в частности, деятельность поставщиков, реакцию покупателей и действия конкурентов.

1. Поставщики. В силу того что проект представляет собой процессную инновацию, рассматривая поставщиков, необходимо обращать внимание на компании и предприятия, которые предоставляют мебель, компьютеры, технологии; на арендаторов помещений; на

рекламные агентства, выступающие в качестве поставщиков интеллектуального капитала – опытных и профессиональных маркетологов, которые смогут реализовать правильную маркетинговую стратегию; на вузы, занимающиеся подготовкой студентов, которые впоследствии смогут работать в компании, получать опыт работы, рекомендации.

2. Покупатели. Ими могут быть любые коммерческие и некоммерческие организации, а также частные лица.

3. Конкуренты.

- Массовое финансирование (crowd-funding). Основная суть данного подхода – деньги и информация собираются и распространяются через Интернет. Английское слово «crowd» переводится как толпа, таким образом, посредством Интернета деньги собираются «всей толпой», на представленных все в том же Интернете сайтах.
- Бизнес-ангелы. В качестве бизнес-ангелов могут выступать финансово благополучные физические лица, которые предоставляют капитал для начала какого-либо проекта обычно в обмен на конвертируемые ценные бумаги или долю собственности.
- Сходные технологии по привлечению средств.

Исходя из анализа теоретической базы и анализа внешней среды предлагаем следующую программу запуска:

- оценка состояния бюджета, составление бизнес-плана;
- выбор потенциальных инвесторов;
- проведение конкретных мероприятий по привлечению ресурсов;
- оценка результатов.

Далее перейдем к оценке рисков проекта «Фандрайзинг». Принимая во внимание особенности предлагаемой инновации, выделим следующие риски.

Со стороны заказчика:

- неисполнение обязательств некоммерческой организацией по отношению к коммерческой, или финансирующей, организации. Например, нецелевое использование полученных средств;
- некомпетентность персонала предполагает неспособность сотрудников некоммерческой организации оправдать ожидания организации-донора, в частности, эффективно использовать полученные средства или внедрить на практике все положения бизнес-плана, разработанного коммерческой организацией или посредником.

2. Со стороны инвестора:

- отказ/задержка финансирования подразумевает несвоевременное зачисление финансовых средств на счет некоммерческой организации, подвергая таким образом угрозе процесс фандрайзинга в целом.

3. Внешние факторы:

- изменение законодательства связано главным образом с изменением деятельности некоммерческих организаций и автономных некоммерческих организаций в области ведения предпринимательской деятельности.

4. Нехватка личного опыта ведения бизнеса проявляется в данном случае в отсутствии необходимого уровня практики у группы, разрабатывающей конкретный проект в качестве посредников при реализации фандрайзинга на практике.

Риски, выделенные при разработке данного проекта, относятся к спекулятивным. Необходимо отметить, что не существует рисков, последствием которых является получение выгоды, но такие риски носят дуальный характер, т.е. представляют собой и риск, и шанс одновременно.

Таким образом, риски, сопутствующие реализации процесса фандрайзинга, рассматриваются исключительно как дополнительные возможности, результатом которых может выступать пересмотр идеи проекта, некоторая его модификация. Данная предпосылка подтверждается также проведенным анализом рисков при помощи инструмента матрицы рисков.

Для построения данной матрицы были оценены следующие показатели: вероятность возникновения риска и потери, связанные с его возникновением. Оценки определялись экспертным путем в рамках группы, работающей над проектом.

Таким образом, вероятность возникновения риска оценивалась по шкале от 1 до 5 баллов (табл. 1), где 1 – слабо вероятный риск, 2 – маловероятный, 3 – вероятный, 4 – весьма вероятный, 5 – почти возможный. Потери, возникающие в связи с существующим риском, оценивались также по шкале от 1 до 5 баллов, где 1 – минимальные потери, 2 – низкие, 3 – средние, 4 – высокие, 5 – максимальные.



Таблица 1

**Классификация и оценка рисков проекта «Фандрайзинг»**

| Наименование риска                                     | Вероятность возникновения | Классификация по вероятности | Потери | Классификация по потерям | Индекс риска | Классификация по уровню | Классификация по степени |
|--------------------------------------------------------|---------------------------|------------------------------|--------|--------------------------|--------------|-------------------------|--------------------------|
| Неисполнение обязательств со стороны заказчика (1)     | 2                         | Мало-вероятные               | 3      | Средние                  | 6            | Оправданный             | Незначительный           |
| Некомпетентность персонала заказчика (2)               | 3                         | Вероятные                    | 2      | Низкие                   | 6            | Оправданный             | Незначительный           |
| Отказ/задержка финансирования компанией-инвестором (3) | 3                         | Вероятные                    | 3      | Средние                  | 9            | Оправданный             | Умеренный                |
| Изменение законодательства (4)                         | 3                         | Вероятные                    | 3      | Средние                  | 9            | Оправданный             | Умеренный                |
| Нехватка личного опыта ведения бизнеса (5)             | 3                         | Вероятные                    | 2      | Низкие                   | 6            | Оправданный             | Незначительный           |

На основании полученных оценок двух основных характеристик рисков был рассчитан индекс риска для каждого из них путем перемножения оценок. Индекс риска позволил классифицировать риски по уровню и степени воздействия. Классификация рисков по уровню включает в себя 3 вида рисков: недопустимые (индекс риска находится в пределе от 12 до 25), оправданные (5–10), приемлемые (1–4). Классификация рисков по степени воздействия предполагает пять видов: игнорируемые (индекс риска находится в пределе от 1 до 4), незначительные (5–8), умеренные (9–10), существенные (12–16), критические (20–25).

Полученная матрица рисков выглядит следующим образом (рис. 1).

|                                 |                    |               |      |                |  |  |
|---------------------------------|--------------------|---------------|------|----------------|--|--|
| <b>Вероятность</b><br>1 2 3 4 5 |                    | «желтая» зона |      |                |  |  |
|                                 | «столубчатая» зона |               |      | «красная» зона |  |  |
|                                 |                    | 5, 2          | 3, 4 |                |  |  |
|                                 |                    |               | 1    |                |  |  |
|                                 |                    |               |      |                |  |  |
|                                 | 1 2 3 4 5          | <b>Потери</b> |      |                |  |  |

**Рис. 1.** Матрица рисков проекта «Фандрайзинг»

Принимая во внимание окончательные результаты классификации рисков, можно сказать, что ни один из рисков не находится в «красной зоне» (ситуация, когда индекс риска равен 12–25).

Риски со стороны заказчика: неисполнение обязательств и некомпетентность персонала, а также риск нехватки личного опыта ведения бизнеса – относятся к категории оправданных и незначительных рисков.

Первая характеристика данной группы рисков – оправданность – предполагает проведение систематической и регулярной работы в отношении данных рисков по их устранению. Постоянный контроль и переоценка должны сопровождать деятельность по работе с такими видами рисков. Кроме того, работа с оправданными рисками должна иметь стратегию обработки, в которой будут зафиксированы пути и методы по сокращению вероятности возникновения риска и перемещение риска на уровень приемлемых, когда уровень риска принимается предпринимателями при реализации какого-либо проекта.

Вторая характеристика данной группы рисков – незначительность – предполагает незначительное увеличение сроков реализации проекта в связи с дополнительными временными затратами на составление/изменение бюджета, но дефекты, возникающие в результате риска, легко устранимы.

Отказ в финансировании или его задержка в качестве риска со стороны инвестора и изменение законодательства в качестве риска со стороны внешней среды относятся к категории оправданных и умеренных рисков.

Что касается первой характеристики – оправданность риска, то она идентична описанию, представленному ранее. Умеренность включает в себя усложнение реализации проекта с точки зрения длительности устранения возникших дефектов. Кроме того, стоит отметить, что в данном случае дефекты являются более серьезными и требуют большего времени по сравнению с рисками, относящимися к классу незначительных.

Одним общим последствием всех перечисленных рисков является нарушение процесса фандрайзинга, отсутствие желаемого эффекта создания социально-положительного образа коммерческой организации или неполучение средств некоммерческой организацией. Каждый из данных рисков в большей или меньшей степени будет оказывать влияние на процесс протекания фандрайзинга в зависимости от индивидуальных особенностей сделки и компаний, участвующих в организации фандрайзинга.

Кроме того, стоит сказать о мероприятиях, способствующих сокращению рисков. Неисполнение обязательств компанией-заказчиком может быть нивелировано при помощи высокой проработанности бизнес-плана и договора, регламентирующего взаимоотношения сторон: донора, некоммерческой организации и посредника. Некомпетентность персонала компании-заказчика может быть одной из возможных причин для предыдущего риска – неисполнения обязательств.

Таким образом, предотвратить данный риск можно за счет постоянного контроля и мониторинга процесса фандрайзинга, а также за счет корректировки действий сотрудников компании-заказчика при отклонении от принятого плана.

Альтернативным вариантом устранения риска некомпетентности персонала заказчика может выступать обучение сотрудников основам ведения предпринимательской деятельности, что позволит организациям – участникам фандрайзинга – «говорить на одном языке» и увеличить шансы на достижение желаемых результатов. Отказ или задержка финансирования компанией-донором могут быть также отрегулированы в рамках заключенного контракта путем выплаты штрафов и неустоек.

Изменение законодательства как существующий риск может быть устранен только при помощи косвенных методов, в частности,

постоянного мониторинга вводимых и планируемых изменений, касающихся непосредственно деятельности организаций – участников процесса фандрайзинга. Такой риск, как нехватка личного опыта, может быть нивелирован двумя способами: 1) получением опыта путем участия в дополнительных проектах и приобретением навыков применения своих знаний на практике; 2) привлечением специалистов, работающих в данной сфере, для контроля процесса и предоставления обратной связи в ходе реализации проекта по поводу существующих проблем, методов их решения и оценки компетенций участников группы.

Если суммировать все сказанное, то при реализации процесса фандрайзинга на практике возникает ряд рисков; при этом вероятность возникновения данных рисков достаточно низкая и потери, их сопровождающие, тоже невелики. Кроме того, мы предложили ряд мер, способствующих снижению данных рисков.

Перейдем непосредственно к расчету показателей эффективности проекта «Фандрайзинг». Следует отметить относительную сложность в расчете показателей для данного проекта, заключающуюся в том, что на начальном этапе достаточно трудно определить издержки и возможную прибыль, так как отсутствует заказчик процесса и инвестор. Другими словами, на начальном этапе проект четко не определен, не определены ни его цель, ни возможные финансовые потоки, сопровождающие процесс. Таким образом, расчет показателей будет производиться из нескольких предпосылок, установленных на основе планируемых проектов.

В течение первого полугодия планируется реализация трех проектов фандрайзинга: кратко-, средне- и долгосрочного. Краткосрочный проект фандрайзинга представляет собой проект длительностью от трех до четырех недель, прибыль составит 2% от суммы финансирования:  $0,02 * 1\ 000\ 000 = 20\ 000$  руб. В рамках проекта в качестве маркетинговых действий будут размещены две печатные статьи в журнале и проведена одна презентация.

Среднесрочный проект рассчитан на два–три месяца, прибыль составит 40 000 руб. (расчет аналогичен ранее представленному:  $0,02 * 2\ 000\ 000 = 40\ 000$  руб.). Что касается маркетинга, то будут напечатаны три статьи в журнале и проведены две презентации.

Долгосрочный проект предполагает реализацию в течение пяти–шести месяцев, планируемая прибыль составит 100 000 руб. ( $0,02 * 5\,000\,000 = 100\,000$  руб.). Маркетинг будет включать в себя публикацию четырех статей и проведение четырех презентаций, посвященных данному событию. Рассмотрим денежные потоки, возникающие в связи с реализацией планируемых проектов (табл. 2).

Таблица 2

**Денежные потоки, возникающие при реализации  
планируемых проектов**

| 0        | 1       | 2      | 3       | 4       | 5      |
|----------|---------|--------|---------|---------|--------|
| (22000)* | 20000   | (6000) | 40000   | (9500)  | 100000 |
| (9500)   | (9500)  | (9500) | (9500)  | (13000) | (9500) |
| (10000)  | (10500) |        | (13000) |         |        |

\* Цифры, представленные в скобках, имеют отрицательный знак, так как являются затратами.

Таким образом, 22 000 руб. – часть первоначальных инвестиций, направленная на покупку оборудования (в частности, сейфов), 9 500 руб. – платежи, которые совершаются ежемесячно, являются общими производственными и общими административными затратами. 10 000 руб., также являющиеся частью первоначальных инвестиций, составляют бюджет маркетинговой кампании для реализации первого проекта; 10 500 и 6 000 руб. во втором и третьем месяце соответственно составляют средства, направленные на маркетинг второго проекта; издержки на маркетинг третьего проекта составят по 13 000 руб. в четвертом и пятом месяцах.

На основании построенных денежных потоков рассчитываем чистую приведенную стоимость (*NPV*) за полгода. При расчете данного показателя необходимо определить уровень ставки дисконтирования: в данном случае будет использована ставка дисконтирования 20%, определяющая уровень доходности, который оправдывает принимаемый инвесторами риск.

$$NPV = -41500 + \frac{20000}{\left(1 + \frac{0,2}{12}\right)^{\frac{1}{12}}} - \frac{20000}{\left(1 + \frac{0,2}{12}\right)^{\frac{1}{12}}} - \frac{15500}{\left(1 + \frac{0,2}{12}\right)^{\frac{2}{12}}} + \frac{40000}{\left(1 + \frac{0,2}{12}\right)^{\frac{3}{12}}} -$$

$$-\frac{22500}{\left(1 + \frac{0,2}{12}\right)^{\frac{3}{12}}} - \frac{22500}{\left(1 + \frac{0,2}{12}\right)^{\frac{4}{12}}} + \frac{100000}{\left(1 + \frac{0,2}{12}\right)^{\frac{5}{12}}} - \frac{9500}{\left(1 + \frac{0,2}{12}\right)^{\frac{5}{12}}} = 27972,953$$

Таким образом,  $NPV = 27\,972,953$  руб.

Для расчета внутренней нормы доходности был использован показатель  $MIRR$  (модифицированная формула).

$$MIRR = \sqrt[5]{\frac{20000 \cdot \left(1 + \frac{0,2}{12}\right)^{\frac{4}{12}} + 40000 \cdot \left(1 + \frac{0,2}{12}\right)^{\frac{2}{12}} + 100000}{41500 + \frac{20000}{\left(1 + \frac{0,2}{12}\right)^{\frac{1}{12}}} + \frac{15500}{\left(1 + \frac{0,2}{12}\right)^{\frac{2}{12}}} + \frac{22500}{\left(1 + \frac{0,2}{12}\right)^{\frac{3}{12}}} + \frac{22500}{\left(1 + \frac{0,2}{12}\right)^{\frac{4}{12}}} + \frac{9500}{\left(1 + \frac{0,2}{12}\right)^{\frac{5}{12}}}} - 1 = 0,0405$$

Таким образом,  $MIRR = 48,6\%$  ( $4,05\% * 12$  мес.). Разница между полученной нормой внутренней доходности и ставкой дисконтирования составляет  $28,6\%$  и определяет резерв финансовой устойчивости проекта.

$$PI = \frac{\frac{20000}{\left(1 + \frac{0,2}{12}\right)^{\frac{1}{12}}} + \frac{40000}{\left(1 + \frac{0,2}{12}\right)^{\frac{3}{12}}} + \frac{100000}{\left(1 + \frac{0,2}{12}\right)^{\frac{5}{12}}}}{41500 + \frac{20000}{\left(1 + \frac{0,2}{12}\right)^{\frac{1}{12}}} + \frac{15500}{\left(1 + \frac{0,2}{12}\right)^{\frac{2}{12}}} + \frac{22500}{\left(1 + \frac{0,2}{12}\right)^{\frac{3}{12}}} + \frac{22500}{\left(1 + \frac{0,2}{12}\right)^{\frac{4}{12}}} + \frac{9500}{\left(1 + \frac{0,2}{12}\right)^{\frac{5}{12}}}} = 1,2128$$

Индекс рентабельности ( $PI$ ) =  $1,21$ , по результатам которого также может быть определен уровень финансовой устойчивости.

Принимая во внимание полученные значения основных финансовых показателей, можно сказать, что проект имеет достаточно высокую вероятность того, чтобы быть успешным, так как  $NPV > 0$ ,  $MIRR > r$ ,  $PI > 1$ .

Период окупаемости представленных выше инвестиций в рамках данного проекта составляет полгода, после чего осуществление процесса фандрайзинга будет приносить положительную прибыль.

Рынок фандрайзинга в России – лишь перспектива. Прецедентов, которые смогли бы отразить специфику российской действительности и моменты, на которые необходимо обратить внимание, еще нет. Все это позволяет сказать о том, что подобные рекомендации лишь база, их разработкой можно заниматься постоянно. Важно то, что они отражают возможность развития новой сферы деятельности в нашей стране.

### **Библиографический список**

- О некоммерческих организациях: фед. закон. – 12.01.1996. – № 7-ФЗ.  
Об утверждении Краевой целевой программы развития малого и среднего предпринимательства в Пермском крае на 2008–2011 годы: закон Пермского края. – 10.12.2008. – № 352-ПК.  
Мироненко Е.В. Современные формы финансирования некоммерческих организаций: фандрайзинг и эндаумент // Студенческий научный форум 2012: IV междунар. студ. электр. науч. конф.  
Шереги Ф.Э., Абросимова Е.А. Правовые инициативы некоммерческих организаций России: по матер. социол. исслед. / Рос. фонд правовых реформ; Центр социального прогнозирования. – М., 2002.  
Arthur C. Brooks What Do Non-profit Organizations Seek? // Journal of Policy Analysis and Management. – 2005. – Vol. 24, № 3. – P. 543–558.  
Duncan B. Pumpkin Pies and Public Goods: The Raffle Fundraising Strategy // Public Choice. – 2002. – Vol. 111, № 1/2. – P. 49–71.  
Kniffel L. Corporate Sponsorship: The New Direction in Fundraising // American Libraries. – 1995. – Vol. 26, № 10. – P. 1023–1026.  
Simon M. Fundraising as a Small Business Enterprise // The Bottom Line: Managing Library Finances. – 1997. – Vol. 10, № 2. – P. 107–111.