



Фандрайзинг в образовании

Игорь Писарский,

профессор кафедры политического консалтинга и избирательных технологий государственного университета — Высшей школы экономики

Понятие «фандрайзинг» входит в деловую жизнь работников образования. Но всегда ли точно оно употребляется?

Откуда берёт свои истоки фандрайзинг?

Фандрайзинг — естественное детище благотворительности и спонсорства. Если существуют люди и организации, готовые поддерживать социальные, культурные, научные начинания и проекты, то, видимо, должна существовать деятельность, призванная регулировать и технологизировать отдельные инициативы. В ведущих западных странах объём благотворительной помощи и спонсорских пожертвований исчисляется десятками миллиардов долларов. Но сегодня и в России в деятельность такого рода втянуты сотни профессиональных организаций, специализирующихся на привлечении средств в те или иные проекты.

Фандрайзинг — это искусство или технология?

Принципиальное различие между искусством и технологией заключается в том, что технологический процесс можно разделить на отдельные элементы и воспроизвести другими людьми. Фандрайзинг включает маркетинговые, психологические инструменты, которые вполне технологичны и воспроизводимы. Этому можно обучать. Любая, даже самая рутинная деятельность становится искусством, если ею заниматься творчески. В фандрайзинге искусства не больше, чем в любом другом виде маркетинговой деятельности.

Относится ли фандрайзинг сугубо к управленческой деятельности?

Он не является деятельностью исключительно управленческой. Скорее, это прикладные коммуникационные процессы, направленные на достижение маркетинговых результатов. Причём с обеих сторон: как со стороны, собственно, фандрайзера, осуществляющего поиск ресурсов, так и со стороны реципиента, этот ресурс предоставляющего.

В отечественной практике ещё не сложились санкционированные широким кругом профессионалов определения процесса фандрайзинга.

деятельности, на ведение уставной деятельности». Возникает вопрос: будут ли включены в налогооблагаемую (по налогу на прибыль организаций) базу доходы, безвозмездно полученные школой, скажем, на организацию телефонной связи (внутренние линии)? Ведь соответствующие расходы будут относиться к содержанию, а не уставной деятельности. Один из вариантов решения этой проблемы состоит в апелляции к пункту 2 статьи 321 НК РФ: «В составе доходов и расходов бюджетных учреждений, включаемых в налоговую базу, не учитываются доходы, полученные в виде средств целевого финансирования и целевых поступлений на содержание бюджетных учреждений и ведение уставной деятельности, финансируемой за счёт указанных источников, и расходы, производимые за счёт этих средств». Между тем из практики известно, что налоговые органы предпочитают исходить не из косвенных обстоятельств, а из буквы закона. Конкретное упоминание о школе в этой связи содержится лишь в подп. 22 пункта 1 статьи 251 НК РФ, поэтому налогоплательщикам — школам — необходимо быть готовыми к отстаиванию своих позиций, аргументируя тем, что в соответствии с пунктом 7 статьи 3 НК РФ «неустранимые сомнения, противоречия и неясности актов законодательства о налогах и сборах толкуются в пользу налогоплательщика».

В пункте 1 статьи 321 НК РФ также отмечается, что аналитический учёт доходов и расходов по средствам целевого финансирования и целевых поступлений ведётся по каждому виду поступлений.

В налогообложении добавленной стоимости рассмотренные выше категории (целевые поступления, целевое финансирование) прямо не используются. Глава 21 «Налог на добавленную стоимость» Налогового кодекса РФ применительно к ситуациям, аналогичным (по сути) целевым поступлениям, вводит для бюджетных учреждений категорию «передача на безвозмездной основе объектов основных средств» (подп. 5 пункта 2 статьи 146 НК РФ). Такие операции не признаются реализацией и, следовательно, не входят в объект налогообложения. Отметим, что в налоговом учёте (глава 21 НК РФ понятие «основные средства» специально не используется. В главе 25 «Налог на прибыль организаций» НК РФ под основными средствами понимается часть имущества, используемого в качестве средств труда для производства и реализации товаров (выполнения работ, оказания услуг) или управления организацией.

Таким образом, применительно к рассматриваемой проблеме для определения основных средств могут быть использованы нормы бухгалтерского учёта бюджетных учреждений.

К основным средствам в бюджетных учреждениях согласно Приказу Минфина РФ № 25н от 10 февраля 2006 года. «Об утверждении Инструкции по бюджетному учёту» относятся материальные объекты, используемые в процессе деятельности учреждения при выполнении работ или оказании услуг, либо



для управленческих нужд учреждения, находящиеся в эксплуатации, запасы, на консервации, сданные в аренду, а также имущество казны Российской Федерации, субъектов Федерации, муниципальных образований, независимо от стоимости объектов основных средств со сроком полезного использования более 12 месяцев. А как быть в ситуации, когда безвозмездно передаются объекты со сроком полезного использования менее 12 месяцев или не относящиеся к основным средствам? При ответе на этот вопрос следует обратиться к более общей норме НК РФ — статье 39 «Реализация товаров, работ или услуг».

Согласно подп. 3 пункта 3 этой статьи не признаётся реализацией товаров, работ или услуг «передача основных средств, нематериальных активов и (или) иного имущества некоммерческим организациям на осуществление основной уставной деятельности, не связанной с предпринимательской деятельностью».

Факт целевого использования полученного имущества, выполненных работ, оказанных услуг должен подтверждаться актами или другими документами.

В работе с благотворителями важно не только правильно оформить пожертвования, чтобы впоследствии не подпасть под налогообложение полученного имущества, но и иметь чёткие представления о налоговых последствиях для юридических и физических лиц, оказывающих такую помощь.

Распространено мнение о том, что благотворители имеют налоговые льготы и поэтому такого рода деятельность экономически выгодна. Приходится констатировать, что это не более чем миф. Рассмотрим ситуацию на конкретных примерах по налогу на прибыль организаций, НДС и налогу на доходы физических лиц (для благотворителей — физических лиц).

До введения в действие главы 25 НК РФ была льгота по налогообложению части (до 3%) прибыли, направляемой юридическими лицами, в частности, на нужды образования (школ). Таким образом, если организация имела, например, за налоговый период прибыль (до налогообложения) в размере 100 тыс. рублей, то необлагаемая величина помощи могла составить не более 3 тыс. рублей. Следовательно, если бы организация не оказывала благотворительную помощь, то с этой суммы (3 тыс. рублей) она заплатила бы налог на прибыль организации (на этапе, непосредственно предшествовавшем введению главы 25 НК РФ, ставка налога составляла 35%) в размере 1050 рублей. При этом 1950 рублей (3000—1050 рублей) прибыли, остающейся в распоряжении организации, в общем случае могли бы быть потрачены на цели, например, собственного социального развития. С 1 января 2002 года (введения главы 25 НК РФ) эта льгота снята, и теперь в аналогичной ситуации организация должна сначала заплатить налог на прибыль (24%) с суммы 3947 рублей и уже после этого оказать школе помощь в том же размере (3 тыс. рублей). «Чистые экономические потери» (без учёта налога на прибыль) составляют в первом случае 1950 рублей, во втором — 3 тыс. рублей.

Даже сам термин встречается в литературе в самых разных написаниях: «фондрейзинг», «фандрейзинг» и прочее. Однако сейчас появляются отдельные работы, заполняющие эту лакуну. Первой из них, пожалуй, был изданный более десятилетия назад труд Ю. Любашевского и А. Щербаква. В нём впервые в отечественной практике проводилась граница между благотворительностью и спонсорством, вводилось понятие спонсоринга как комплекса действий, направленных на достижение маркетингового результата путём применения определённых инструментов.

Существуют ли процедуры, характеризующие фандрайзинг?

В фандрайзинге имеют место не процедуры, а скорее этапы процесса. Он начинается с оценки ресурсов, предоставляемых потенциальному спонсору в рамках спонсорского предложения, и завершается отчётом и анализом эффективности вложений по завершению того или иного проекта (мероприятия). Промежуточный этап составляют переговоры и собственно деятельность, под которую выделены деньги.

Что требуется от руководителя, включающего в фандрайзинг? Можно ли говорить о том, что есть люди профессионально непригодные к этому виду деятельности? Какими навыками, умениями, компетенциями должен обладать «профессиональный нищий»?

Я против этого термина. Это не столько обидно, сколько неверно. Фандрайзинг и спонсоринг включают аспекты маркетинговых коммуникаций и выражают взаимовыгодное партнёрство, а не выпрашивание средств к существованию. Относительно компетенций, пожалуй, не открою секрета: коммуникабельность, доскональное знание специфики предмета, навыки ведения переговоров и, что очень важно, оптимизм и умение сохранять «лицо», двигаясь к результату, невзирая на сложности процесса.

Каковы юридические основания для фандрайзинга?

Что это — сделка, соглашение, договор?..

Фандрайзинг — не сделка, а, как уже было сказано, процесс поиска и привлечения ресурсов для реализации определённого проекта. Вот спонсорское соглашение как результат процесса — это, действительно, стандартный договор участников рынка, при котором спонсор приобретает на оговорённых условиях право на использование в собственной маркетинговой деятельности прав и собственности, принадлежащих организаторам мероприятия.



Фандрайзинг в образовании

Под какие цели коммерческие организации охотнее выделяют средства?

Охотнее всего средства выделяются в том случае, если фандрайзер представляет внятную логику спонсорского предложения и определённый ожидаемый результат. Как правило, если ожидаемый результат совпадает с личными симпатиями руководителя, который принимает решение, результат — положительный.

Каковы основные ошибки руководителей, которые включаются в работу по фандрайзингу? От чего зависит успех? Для тех, кто выделяет ресурсы, основная ошибка — принятие тех или иных решений на основе личных субъективных симпатий и антипатий, а не на основе анализа задач, стоящих перед компанией. Для тех, кто осуществляет поиск ресурсов, основная ошибка — неумение или нежелание встать на место потенциального спонсора, понять его бизнес и предложить решение, «заточенное» именно под его конкретные потребности.

Правильно просить деньги — это предлагать обоснованную взаимовыгодную сделку, демонстрируя потенциальному партнёру эффект от сотрудничества. А вот знание рынка, его верный анализ, последовательное ведение переговоров и строгое соблюдение взятых на себя обязательств — лучшая стратегия поведения.

Если деньги однажды получены, то как лучше поступить — найти нового донора или поддерживать связь с прежним?

Наличие долговременных постоянных партнёров упрощает жизнь устроителям тех или иных мероприятий. Чтобы партнёр перешёл в категорию постоянных, необходимо сделать, по крайней мере, две вещи, зависящих от фандрайзера. Чётко и пунктуально выполнить взятые обязательства и доказательно продемонстрировать спонсору эффект от его участия в вашем мероприятии.

Меценатство, спонсорство, фандрайзинг — в чём между ними различия?

Между благотворительностью, меценатством и спонсорством существует грань. Фандрайзинг, как упоминалось, процесс привлечения ресурсов. Благотворительность — деятельность бескорыстная, не связанная с маркетинговыми задачами. Спонсорство — часть маркетинговой стратегии, взаимовыгодная деятельность, направленная на достижение исчисляемых преимуществ. Это то, чем можно и нужно торговать, что можно и нужно просчитывать, анализировать, в чём можно конкурировать. ■

По НДС законодатель, наоборот, предоставил налоговые льготы. С 1 января 2001 года благотворители получили новую льготу — освобождение от НДС, если они передают товары (выполняют работы, оказывают услуги) безвозмездно в рамках благотворительной деятельности (подп. 12 пункта 3 статьи 149 НК РФ). Если получателем благотворительной помощи является физическое лицо, в налоговый орган представляется документ, подтверждающий фактическое получение этим лицом товаров (работ, услуг). Однако «чистые экономические потери» будут равны стоимости переданных товаров (услуг), т.е. те же 3 тыс. рублей (из предыдущего примера).

Наконец, по налогу на доходы физических лиц (НДФЛ) физическим лицам предоставляются социальные налоговые вычеты «в сумме доходов, перечисляемых налогоплательщиком на благотворительные цели в виде денежной помощи организациям науки, культуры, образования, здравоохранения и социального обеспечения, частично или полностью финансируемых из средств соответствующих бюджетов, а также физкультурно-спортивным организациям, образовательным и дошкольным учреждениям на нужды физического воспитания граждан и содержание спортивных команд, — в размере фактически произведённых расходов, но не более 25% суммы дохода, полученного в налоговом периоде» (подп. 1 пункта 1 статьи 219 НК РФ).

Если денежные средства перечисляются не непосредственно школе, а общественной организации (в частности, фонду), задача которой — содействовать привлечению внебюджетных средств для развития конкретной школы, социальный налоговый вычет налогоплательщику не предоставляется. Эта позиция изложена в письме Минфина РФ № 63-05-01-05/101 от 14.06.2006 года.

Рассмотрим налоговые последствия на примере. Предположим, годовой доход физического лица составил 100 тыс. рублей. Благотворительная помощь школе — 3 тыс. рублей. Критерий в 25% от суммы дохода (25 тыс. рублей) не превышен. Благотворителю по окончании налогового периода (по НДФЛ — календарный год) на основании письменного заявления при подаче им в налоговый орган налоговой декларации и документов, подтверждающих факт пожертвования, будет возвращена (перечислена на счёт) сумма в размере 390 рублей (13% от 3000 рублей). «Экономические потери» составят 2610 рублей. Впрочем, механизм социального вычета может быть использован при решении ряда финансово-хозяйственных проблем.

Отметим, что существующие в школах «модели» получения наличных денежных средств от благотворителей не имеют под собой правовой основы и являются грубым нарушением правил работы с наличностью независимо от того, регистрируются ли полученные суммы в самодельных книгах учёта, ведомостях, регистрационных журналах или не регистрируются.

В общем случае все пожертвования, полученные в виде денежных средств, должны зачисляться на лицевые счета школ (или на счёт централизованной бухгалтерии при