Содержание:

Введение…………………………………………………………….…2

1. Финансовые есурсы………………..……………………………….3-4

1.1. Привлеченные источники финансирования некоммерческих

организаций……………………………………………………………5-15

1.2. Государственные источники финансирования некоммерческих

организаций……………………………………………………………16-18

1.3. Собственные источники финансирования некоммерческих

организаций……………………………………………………………..19-21

Список литературы……………………………………………………..22

**Введение:**

Финансовые ресурсы некоммерческой организации - это денежные доходы, поступления и накопления, используемые для осуществления и расширения уставной деятельности организации. Организационно-правовая форма и вид деятельности некоммерческой организации будет оказывать влияние на состав источников финансовых ресурсов, а также на механизм их формирования и использования.

Финансы некоммерческих организаций иных (кроме бюджетных учреждений) организационно-правовых форм имеют ряд особенностей, связанных с правовым статусом организации, имущественными правами, с целью ее деятельности, порядком распределения доходов. Большинство некоммерческих организаций создается для достижения социальных, благотворительных, культурных, образовательных и иных целей. В отличие от них основной целью деятельности потребительских кооперативов является удовлетворение материальных и иных потребностей его участников.

Источники формирования финансовых ресурсов некоммерческих организаций различных организационно-правовых форм, определенные законодательством.

Однако состав источников и их соотношение неодинаково для организаций различных организационно-правовых форм.

**1. Источники финансирования некоммерческих организаций.**

Некоммерческие организации отличаются высокой диверсификацией

источников финансирования. Некоммерческие цели хозяйствования требуют

от них не только разработки собственных доходных направлений

деятельности, но и привлечения внешних источников финансирования со

стороны государства, населения и частного сектора.

Источники финансирования некоммерческих организаций делятся на три

группы:

• привлеченные,

• государственные,

• собственные средства.

К привлеченному финансированию относятся благотворительные,

спонсорские средства, гранты фондов, членские взносы и др. Государственное

финансирование объединяет прямые и косвенные субсидии государства.

Собственные средства включают доходы от основной и коммерческой

деятельности.

ИСТОЧНИКИ ФИНАНСИРОВАНИЯ

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| |  |  |  | | --- | --- | --- | | Привлеченные | Государственные | Собственные | | Благотворительные средства | Прямое финансирование | Доходы от основной  деятельности | | Спонсорские средства | Косвенное финансирование | Доходы от  предпринимательской  деятельности | | Гранты |  | | Членские взносы | | Резервные взносы | | Заемные средства  (кредиты, мунисы) | |

*Табл.1 . Источники финансирования некоммерческих организаций*

Наличие различных источников финансирования в структуре доходов

организаций культуры определяется национальными особенностями

менеджмента в некоммерческой сфере. В России, Франции, Германии

традиционно доминируют государственные источники финансирования, тогда

как в США – привлеченные и собственные источники финансирования.

**1.1. Привлеченные источники финансирования некоммерческих**

**организаций.**

*Благотворительность и спонсорство***.** Если сущность

благотворительности достаточно полно раскрывается в ст. 1 закона РФ «О

благотворительной деятельности и благотворительных организациях», 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», то понятие спонсорства очень узко определено ст. 19 закона РФ

«О рекламе», как «осуществление юридическим или физическим лицом

(спонсором) вклада (в виде предоставления имущества, результатов

интеллектуальной деятельности, оказания услуг, проведения работ) в

деятельность другого юридического или физического лица (спонсируемого) на

условиях распространения спонсируемым рекламы о спонсоре, его товарах».

Однако спонсор может требовать в качестве ответной услуги не только

рекламу, но и другие прямые и косвенные выгоды, например, организацию

выставок, пресс-конференций с его участием, что ведет к продвижению в

обществе имиджа фирмы.

Итак, спонсорство – вид экономической сделки, в процессе которой

происходит обмен денежных средств, товаров, услуг, работ на возможности

размещения рекламы, проведения PR–мероприятий, стимулирования сбыта и

др. В отличие от *благотворительности*, представляющей форму

добровольной бескорыстной поддержки некоммерческой деятельности со

стороны физических и юридических лиц, спонсорство характеризуется

исключительно коммерческими интересами.

*Пожертвование.* Пожертвованием, согласно ст. 582 части второй

Гражданского Кодекса РФ, признается дарение вещи или права в

общеполезных целях (т.е. нельзя пожертвовать работы или услуги).

Пожертвования могут делаться гражданам; лечебным, воспитательным,

благотворительным, научным и учебным учреждениям, учреждениям

социальной защиты, фондам, музеям и другим учреждениям культуры,

общественным и религиозным организациям. Для этих лиц пожертвования не

облагаются налогом на прибыль. Во всех остальных случаях (в частности, для

таких организационно-правовых форм некоммерческих организаций, как

некоммерческие партнерства, автономные некоммерческие организации,

ассоциации и союзы и др.), пожертвования расцениваются как обычное

дарение и облагаются налогом на прибыль в составе внереализационных

доходов.

*Патронаж и меценатство.* Патронаж в российском законодательстве

определен в отношении только дееспособных граждан. Под ним, согласно ст.

41 ГК РФ, понимается регулярное (постоянное) оказание помощи в

осуществлении прав, их защите и исполнении обязанностей

совершеннолетнему дееспособному гражданину, нуждающемуся в такой

помощи по состоянию своего здоровья. Однако патронаж может быть

трактован намного шире, как в отношении физических, так и юридических

лиц. Особую актуальность патронаж приобретает для некоммерческих видов

деятельности.

Патронаж – это оказание долгосрочной материальной и

организационной поддержки некоммерческой деятельности в ответ на

получение определенных прав на участие в управлении. Патрон может быть

наделен правом участия в разработке стратегии развития, текущем

планировании некоммерческой деятельности и т.д.

Патронаж необходимо отличать от меценатства, которое в основном

распространяется на сферу культуры и носит просветительский характер.

Меценатство – организация и поддержка общественно-значимых

мероприятий в просветительских целях (преимущественно в сфере культуры и

искусства).

*Членские взносы.* Членские взносы также не имеют однозначной

трактовки в российском законодательстве. Закон РФ «О некоммерческих

организациях», рассматривая права и обязанности членов некоммерческих

организаций, не дает общего определения отношений членства. Закон РФ «Об

общественных объединениях» в ст. 6 в качестве членов рассматривает

физических и юридических лиц, «чья заинтересованность в совместном

решении задач объединения в соответствии с нормами его устава оформляется

соответствующими индивидуальными заявлениями или документами,

позволяющими учитывать количество членов общественного объединения в

целях обеспечения их равноправия». Однако в законе не указано на

взаимовыгодный и дифференцированный характер членства, связанный с

регулярной уплатой различных членских взносов для получения товаров и

услуг организации.

Членские взносы *–* регулярное отчисление средств в некоммерческую

организацию с целью получения определенного пакета товаров и услуг.

Грант – средства целевого финансирования (денежные средства или

иное имущество), выделяемые на конкурсной основе и предоставляемые

безвозмездно и безвозвратно с последующим отчетом об их целевом

использовании.

**Привлеченные источники финансирования**

**некоммерческих организаций в США и России.**

Привлеченные средства являются основным источником

финансирования некоммерческой сферы США. На протяжении последних

двадцати лет они составляют около 70% всех финансовых поступлений

некоммерческой сферы. В 1999 г. средства от населения и коммерческого

сектора в бюджете некоммерческих организаций достигли 11,1 млрд. долларов,

тогда как государственные субсидии – всего 1,3 млрд. долл.

За 1970-1990-е гг. наблюдаются следующие тенденции развития

привлеченного финансирования в американской некоммерческой сфере.

*Во-первых,* за последние двадцать лет в некоммерческой сфере США

наметилась устойчивая тенденция, с одной стороны, увеличения

благотворительных взносов населения и, с другой стороны, снижения темпов

роста благотворительных вкладов коммерческого сектора. Благотворительные

взносы населения в некоммерческой сфере в процентах к личным доходам

населения возросли с 1,95% в 1970 г. до 2,19% в 1999 г. Благотворительные

вклады корпораций, стабильно увеличивавшиеся за период с 1970 г. по 1980 г.

от 0,8 млрд. долл. до 5,6 млрд. долл., остановились в своем росте с 1980-го г. В

результате, благотворительные взносы компаний в 1980 г. и 1999 г. составили

одну и ту же цифру – 5,6 млрд. долл.

Выявленную тенденцию можно объяснить изменениями в политике

коммерческих структур, а именно сменой форм филантропии. Как точно

замечает сотрудник Коммерческого Комитета Поддержки Искусств под эгидой

Национального Индустриального Совета США Д. Йедлик, налицо «отход от

понятия чистой филантропии к той позиции, когда образуется союз бизнеса с

некоммерческой сферой с целью достижения взаимных деловых целей».

Если в 1970-е годы в благотворительной политике предпринимательских

структур имела место *чистая филантропия,* т.е. свободное жертвование

средств некоммерческим организациям без преследования каких-либо

коммерческих целей, то с 1980-х годов наметилась тенденция к анализу и

планированию всех направлений расходов компаний, в том числе и

благотворительных.

В регулярное обращение вошел термин *корпоративные социальные*

*инвестиции,* обозначающий отчисление средств коммерческими

организациями на общественно-полезные цели. Каждая статья социальных

расходов корпорации должна быть запланирована заранее и сопровождаться

определенной отдачей. С позиций некоммерческих организаций

корпоративные социальные инвестиции принимают форму *спонсорских*

*средств*.

В ходе спонсирования некоммерческие организации приобретают

необходимые для выполнения уставной деятельности материальные и

денежные ресурсы, возможности использования современных видов связи,

оборудования, а также повышения квалификации сотрудников.

Спонсоры, согласно материалам Американского Коммерческого

Комитета Поддержки Искусств, рассматривают корпоративные социальные

инвестиции как «составляющие программы связей с общественностью,

направленной на расширение внешних контактов и создание благоприятного

имиджа фирмы». Кроме того, спонсорство выступает как «недорогое средство

рекламы и доступа к престижным развлекательным программам».

Действительно, некоммерческие организации в ответ на спонсорский взнос

включают название компании в свои печатные издания; помещают логотип

фирмы на входных билетах, информационных проспектах; берут на

реализацию продукцию компании; предоставляют фирме право использования

своей марки, площадей, а также возможности участия в различных

мероприятиях и т.д. Например, одной из популярных форм работы со

спонсорами является продажа некоммерческими организациями так

называемых *именных мест*, где за определенную сумму можно получить

право разместить свое имя. Это может быть надпись на стене («донорские

стены»), колонне, постаменте и т.д. Так, Метрополитен музей в Нью-Йорке,

крупнейший художественный музей США, продал 5000 кровельных черепиц

по 500 долларов за каждую, на которых могли быть выгравированы имена

спонсоров.

Таким образом, выгоды спонсоров можно разделить на прямые и

косвенные. К *прямым выгодам* относятся получение рекламы, доступ к

современным источникам информации и т.д. *Косвенные выгоды* спонсорства

заключаются в завоевании лояльного отношения властей и известных

политических деятелей, улучшении имиджа фирмы в обществе, что в целом

способствует созданию благоприятной среды для бизнеса.

В результате, корпоративные социальные инвестиции компаний

формируют новую форму филантропии, которую можно назвать

*стратегической.*

*Во-вторых,* большое влияние на развитие некоммерческой сферы

оказывают *благотворительные фонды*. США отличаются постоянным ростом

числа благотворительных фондов и их активов. Так, если в 1980 г. в стране

насчитывалось 22,5 тыс. благотворительных фондов, то к 1999 г. их число

удвоилось и составило 45,8 тыс. Еще более значительным является рост

активов фондов за данный период – более чем в шесть раз – с 41,6 млрд. долл.

до 256,7 млрд. долл. Показательным являются и темпы увеличения числа

предоставленных некоммерческой сфере грантов. В 1999 г. гранты

благотворительных фондов достигли 10652 ед. на сумму 789 млн. долларов,

что в 4,3 раза выше уровня 1980 г.

Благотворительные фонды в большинстве случаев предпочитают

заниматься долгосрочными программами развития некоммерческой сферы,

например, образовательными проектами, развитием новых направлений

искусства, созданием информационной сети и т.д. Однако это не означает, что

фонды полностью финансируют выбранные программы. Их субсидии в ряде

случаев носят частичный, разовый или непродолжительный характер и ставят

целью помочь развитию проекта на начальной стадии.

Вместе с тем, поддержка некоммерческой сферы благотворительными

фондами не ограничивается только предоставлением грантов. В последние

годы большую популярность получил такой вид поддержки

благотворительных фондов как *консалтинг*. Как справедливо отмечает

И. М. Шейман, «крупные благотворительные фонды все чаще выполняют

функции научно-консультационных центров по широкому кругу проблем»38.

Действительно, сотрудники фондов занимаются в некоммерческой сфере

экспертными оценками программ, участвуют в отборе и ранжировке проектов,

разрабатывают рекомендации по эффективной реализации работ в

некоммерческих организациях и т.д. Таким образом, благотворительные

фонды оказывают поддержку некоммерческим организациям не только в

форме финансовой, но и научно-консультационной помощи.

*В-третьих*, важную роль в финансировании некоммерческой сферы

играют членские взносы.

В зависимости от типов участников выделяются два вида членства *–*

*индивидуальное* (для физических лиц) и *корпоративное* (для юридических

лиц). С точки зрения сроков членства отмечаются три вида – *годовое, срочное*

(5, 10, 15, 20, 25 лет) и *бессрочное членство*. В зависимости от суммы

денежного вклада выделяются категории *простых* и *привилегированных*

*членов, доноров, покровителей* некоммерческой организации и др.

Различные категории членства дают разные преимущества вкладчикам.

Прежде всего, члены имеют право на бесплатное или льготное приобретение

услуг некоммерческих организаций. Вместе с тем, члены общества постоянно

получают новости из жизни некоммерческой организации через присылаемые

журналы, информационные бюллетени, приглашения, а также имеют скидки

на ее печатную и сувенирную продукцию.

Кроме того, привилегированные члены, доноры и покровители могут

принимать непосредственное участие в управлении некоммерческой

организацией. Они могут получать право голоса на заседаниях высшего органа

управления некоммерческой организации. В частности, они могут участвовать

в рассмотрении задач и направлений деятельности некоммерческой

организации, утверждении бюджета расходов и доходов, а также в анализе

результатов работы организации.

Таким образом, популярность системы членства можно объяснить тем,

что она является своеобразной формой участия в деятельности

некоммерческих организаций и предусматривает большое число привилегий

для вкладчиков.

*В-четвертых,* среди привлеченных источников финансирования

некоммерческих организаций особое место занимают заемные средства. В

качестве заемных источников финансирования выступают кредиты банков,

финансовых институтов, международных организаций и др.

Отдельное место в системе заемного финансирования некоммерческих

организаций занимают *не облагаемые налогом муниципальные облигации,*

обычно называемые *мунисами* (munis).

Муниципальными облигациями называют облигации, выпускаемые для

финансирования деятельности некоммерческих предприятий муниципальными

органами власти и собственно некоммерческими организациями (больницами,

медицинскими центрами и т. п.).

За рубежом существует несколько типов мунисов. В зависимости от

сроков выделяют краткосрочные и долгосрочные мунисы. *Краткосрочные*

*муниципальные векселя* используются в основном для преодоления временных

денежных затруднений некоммерческих организаций, тогда как *долгосрочные*

*муниципальные облигации* — для финансирования инвестиционных проектов

некоммерческих предприятий.

Кроме того, в зависимости от видов обеспечения существует три типа

мунисов. *Муниципальные облигации,* обеспеченные безусловной гарантией

республиканских или местных органов власти, т. е. всеми налоговыми

поступлениями данного уровня. *Специальные налоговые облигации*, выплаты

по которым гарантируются с помощью отдельных налогов, и *муниципальные*

*доходные облигации,* для которых обеспечением выступают активы самих

некоммерческих организаций. Последний тип мунисов получил большое

распространение среди некоммерческих организаций за рубежом, так как

основная сумма и проценты по таким облигациям выплачиваются из доходов

от финансируемых с их помощью проектов (строительство дорог, мостов,

аэропортов, систем коммунальных услуг и т.д.)

В России использование муниципальных облигаций как источника

заемного финансирования некоммерческих организаций еще не получило

распространения, как за рубежом. Однако в перспективе данный источник

финансирования, несомненно, получит не меньшую популярность в России,

чем в западных странах.

*В-пятых,* в 90-е гг. в некоммерческой сфере получило развитие новое

направление привлеченного финансирования – *резервные взносы (reserve*

*епdоwтепt)*.

Резервные взносы представляют особую форму привлечения средств

физических и юридических лиц в некоммерческую организацию. В отличие от

других типов взносов, резервные взносы размещаются некоммерческой

организацией на счетах банков и инвестиционных институтов с целью

получения стабильных процентов. Главной особенностью резервных взносов

является запрет на использование самой суммы взноса на финансирование

расходов некоммерческой организации. Некоммерческая организация вправе

распоряжаться только накопленными процентами с этой суммы, причем сам

взнос никогда не возвращается вкладчику.

Контроль за использованием резервных взносов и доходов от них

осуществляет совет попечителей некоммерческой организации. Он ежегодно

определяет лимит расходов созданного фонда исходя из средней ставки

процентов по вкладам и в соответствии с планом работы некоммерческой

организации. При этом использование накопленных процентов от резервных

взносов может идти на покрытие как капитальных, так и текущих расходов.

Резервные взносы могут привлекаться в различных формах. Одной из

таких форм является *мемориальный взнос*, посвященный какой-либо дате или

событию. Популярность данной формы резервного взноса объясняется тем,

что частное событие отмечается в рамках некоммерческой организации.

Например, некоммерческая организация может публиковать информацию о

наступившем событии в своих печатных изданиях, высылать поздравления и

подарки от своего имени, предоставлять площади под проведение банкетов и

др.

Большое значение в условиях российской экономики приобретает

использование некоммерческими организациями такого источника

финансирования как резервные взносы. Правовые особенности резервных

взносов предоставляют возможность создать своеобразный фонд в

некоммерческих организациях, который выступит определенным гарантом их

деятельности и позволит повысить их финансовую устойчивость.

В России наблюдается иная ситуация в структуре финансирования

некоммерческих организаций, по сравнению с США. Государственные

субсидии остаются значительным ресурсом, составляя от 20% до 70% доходов

некоммерческих организаций. Вместе с тем, в структуре финансирования

российских некоммерческих организаций появляются и новые тенденции.

*Во-первых*, большое внимание уделяется привлечению новых

источников финансирования в форме благотворительных, спонсорских

взносов и др. Однако если в США привлеченные средства предполагают

финансирование, со стороны как физических, так и юридических лиц, то в

России речь идет в основном только о корпоративном финансировании. Доля

благотворительных средств населения в бюджете некоммерческих

организаций составляет крайне малую часть. Это связано с низким уровнем

доходов населения, не позволяющим ему заниматься благотворительной

деятельностью; неразвитостью традиций меценатства, а также с отсутствием

эффективных мер стимулирования благотворительной деятельности со

стороны государства.

*Во-вторых*, кроме благотворительных и спонсорских взносов

юридических лиц, значительный удельный вес в структуре привлеченных

источников финансирования российских некоммерческих организаций

составляют *гранты благотворительных фондов и организаций*.

Некоммерческие организации в основном получают гранты от американских

фондов и организаций, таких как Фонды «Евразия», «Форда», «Сороса»,

«Мючуал Андестендинг», Мировой Банк Реконструкции и Развития и др.

*В-третьих*, в российской некоммерческой сфере большое

распространение получила *система членства*. Однако если в американских

некоммерческих организациях членство ориентировано на средние слои

населения, то в России – на очень обеспеченных граждан. К примеру, средние

ежегодные взносы в американские музеи составляют 25–50 долларов, тогда

как в России 75–100 долларов. Так, минимальный членский взнос в Общество

Друзей Метрополитен для нельготных категорий граждан составляет 45 долл.,

а в Клуб Друзей Эрмитажа, Русского Музея – 100 долл. Учитывая различия в

платежеспособности граждан двух государств, разница в размерах членских

взносов в действительности оказывается намного больше.

Кроме того, американские некоммерческие организации

предусматривают льготные тарифы для малообеспеченных категорий граждан,

таких как, студенты, пенсионеры и т.д. К примеру, членские взносы для

студентов и пенсионеров в Метрополитен установлены в размере 25 долл. В

России подобной практики не существует. В результате, в России общества

друзей учреждений культуры приобретают элитарный характер и

ограничиваются небольшим числом как российских, так и иностранных

членов. Как правило, число индивидуальных членов в российских клубах

друзей не превышает ста человек, а корпоративных – двухсот фирм. В США

подобные общества друзей носят массовый характер и могут насчитывать

десятки тысяч членов. Так, Общество Друзей Бостонского Музея

Изобразительных Искусств объединяло в 1999 г. 14 тыс. индивидуальных и 4,5

тыс. корпоративных членов, а Клуб Друзей Русского Музея – 25

индивидуальных и 45 корпоративных членов, из которых 15 и 30 членов были

российскими резидентами39. Выделенные отличия системы членства в России

находят свое отражение в структуре финансирования отечественных

учреждений культуры.

В целом, согласно структуре доходов российских некоммерческих

организаций, доля членских взносов в их бюджетах остается достаточно

низкой по сравнению с американскими организациями.

**1.2. Государственные источники финансирования некоммерческих**

**организаций.**

*Вторая группа* доходов некоммерческих организаций, объединяющая

различные виды *государственного финансирования,* является традиционным

источником поступлений некоммерческой сферы США. К государственным

источникам финансирования относятся регулярные субсидии государства на

содержание и развитие некоммерческих организаций, а также разовое

финансирование, связанное с реализацией отдельных проектов, программ и др.

Государственное финансирование имеет намного меньшие объемы по

сравнению с привлеченными средствами, что связано с длительностью и

сложностью процессов получения бюджетных средств, а также с большой

работой по сбору информации для обоснования необходимости финансовой

поддержки. В 1999 г. государственные средства в некоммерческой сфере

оценивались в 1,3 млрд. долларов, что составляет 8,1% от общих финансовых

поступлений некоммерческих организаций40. Однако приведенные результаты

не учитывают *непрямое государственное финансирование*.

*Во-первых*, отчисления федерального правительства США на развитие

некоммерческой сферы через правительства отдельных штатов и местные

органы власти, которые вправе сами определять направления расходов и круг

некоммерческих организаций, а также через специальные внебюджетные

фонды.

*Во-вторых*, государственные дотации частным лицам на культурно-

просветительские цели или предоставление гражданам права бесплатного

посещения подобных организаций. В США в 1999 г. на возмещение расходов

потребителей приходилось до 70% средств, предоставляемых федеральным

правительством на развитие некоммерческих организаций41.

*В-третьих*, наделение некоммерческих организаций льготами по уплате

налоговых, таможенных и иных сборов. К последним может относиться

полное или частичное освобождение некоммерческих организаций от платы за

пользование государственным или муниципальным имуществом. Налоговые

льготы в некоммерческой сфере определяются Службой Внутренних Доходов

США (The Internal Revenue Service), которая разрабатывает так называемый

Шифр Доходов (The Internal Revenue Code). Доходы некоммерческих

организаций освобождаются от налогообложения, если они получены от

некоммерческой деятельности и не подлежат распределению между ее

участниками.

В некоторых штатах доходы от предпринимательской деятельности

некоммерческих организаций также не подлежат налогообложению. Это

мотивируется большими административными затратами на разделение

коммерческой и некоммерческой деятельности. Так, за 1996 г. правительство

США получило от сбора налогов на доходы некоммерческих организаций 24,6

млн. долларов, что составило менее 0,02% от общих поступлений

Федерального бюджета в 600 млрд. долларов. Кроме того, 1% работников

службы налогового управления был занят определением размеров доходов от

предпринимательской деятельности некоммерческих организаций .

С 1980-х гг. в государственной политике США четко прослеживается

тенденция перехода от прямого к совместному финансированию программ и

проектов в некоммерческой сфере.

Выделяются два вида *совместного финансирования* некоммерческой

сферы.

*Первый вид* – это *долевые субсидии*. Государственные средства в данном

случае предоставляются только при условии дополнительного

финансирования проекта за счет собственных или привлеченных средств

некоммерческой организации. К примеру, большую популярность в США

получили так называемые субсидии «1:3», в которых на одну долю

государственных инвестиций приходится три доли частных вложений.

*Второй вид – возвратные субсидии*. Государство в этом варианте

выделяет средства некоммерческим организациям только в том случае, если

они обязуются компенсировать частично или полностью предоставленное

финансирование. Возвратные субсидии в большинстве случаев используются

для реализации высокорентабельных долгосрочных проектов, доходы от

которых значительно превышают объем субсидий. Таким образом, возвратные

субсидии можно рассматривать в качестве беспроцентного государственного

кредита. С помощью такого механизма финансирования государство

позволяет некоммерческим организациям реализовывать проекты с высокой

финансовой отдачей в будущем.

Итак, совместное государственное финансирование некоммерческой

сферы призвано не только покрывать расходы некоммерческих организаций,

но и повышать их экономическую самостоятельность и устойчивость на

рынке.

**1.3. Собственные источники финансирования некоммерческих**

**организаций**

*Третья группа* источников финансирования некоммерческих

организаций объединяет *доходы от собственной деятельности*. К таковой

могут относиться как основные (выставочная, образовательная, концертная

деятельность и т.д.), так и дополнительные (коммерческая деятельность и др.)

направления работы.

При анализе данной группы доходов важно четко проводить различие

между поступлениями от некоммерческой и предпринимательской

деятельности. Доходы от некоммерческой деятельности могут складываться из

выручки от реализации билетов, проведения экскурсий и лекций, работы

студий и кружков, предоставления фото- и видео услуг, выездных выставок и

гастролей и т.д. В целом, они играют важную роль в бюджете некоммерческих

организаций. Так, в 1999 г. доходы от основной деятельности американских

некоммерческих организаций составили 2 млрд. долларов, или 12,5% от общих

финансовых поступлений44. На уровне отдельной некоммерческой

организации подобные доходы не превышают 30%.

Наряду с основной деятельностью некоммерческие организации много

внимания уделяют развитию предпринимательских направлений работы.

Коммерческая деятельность организаций сводится к реализации сувенирной

продукции, предоставлению платных услуг мастерских, ателье, а также к

работе кафе, ресторанов, видеоцентров, автомобильных стоянок и т.д. В

развитии коммерческой деятельности некоммерческих организаций США

можно выделить следующие тенденции.

*Во-первых*, с 1980-х гг. большую популярность в некоммерческой сфере

США получили такие виды предпринимательской деятельности, как *лотереи,*

*конкурсы и аукционы*. Возможности получения доходов от таких мероприятий

очень высоки и зависят от масштабов их проведения. Призами в лотереях и

конкурсах, а также предметами аукционов могут выступать не только

материальные блага, но и услуги, права. В этом случае на конкурс или аукцион

выставляется, например, право посещения какого-либо мероприятия, встреча с

культурным деятелем и т.д. Несмотря на привлекательность подобной

деятельности она требует серьезных затрат, прежде всего, на рекламу,

развитие связей с общественностью и т.д. В силу этого некоммерческие

организации в большинстве случаев стремятся заручиться поддержкой

муниципальных органов власти или коммерческих структур, а также привлечь

для участия влиятельных и известных лиц.

*Во-вторых*, некоммерческие организации в США предпочитают

юридически разграничивать некоммерческую и предпринимательскую

деятельность. Это можно объяснить тем, что объемы предпринимательских

поступлений некоммерческих организаций, ограничиваются со стороны

муниципальных органов власти. Подобное разделение деятельности

достигается двумя способами.

*Первый*, для ведения предпринимательской деятельности при

некоммерческой организации создается отдельное предприятие, контрольный

пакет акций которого принадлежит некоммерческой организации.

*Второй*, некоммерческая организация предоставляет свои площади,

торговые марки и другие права компаниям, занимающимся коммерческой

деятельностью, а те, в свою очередь, отчисляют от полученной прибыли

определенный процент.

В России также наблюдается подобное юридическое разделение

уставной и предпринимательской деятельности некоммерческих организаций.

В качестве примера разделения можно привести опыт Государственного

Эрмитажа. В 1990-е гг. на территории музея было создано коммерческое

предприятие «ЭСП», объединяющее сувенирные и книжные магазины, кафе и

буфет для сотрудников. По договору с Эрмитажем стал работать банк

“Петровский”, наделенный правом проводить валютно-обменные операции на

территории музея и обязанный перечислять на счет Эрмитажа 50% прибыли,

полученной от этой деятельности. Кроме того, музей приобрел контрольный

пакет акций транспортной компании “Хэпри”, осуществляющей монтаж,

упаковку и транспортировку материалов, в том числе и музейных экспонатов.

Итак, финансирование некоммерческих организаций отличается

большим разнообразием источников доходов и находится в тесной

зависимости от национальных особенностей. Так, в некоммерческой сфере

США традиционно доминируют собственные и привлеченные источники

финансирования, тогда как в России значительным источником выступают

государственные субсидии, хотя благотворительные взносы и доходы от

собственной деятельности играют все большую роль в структуре

финансирования некоммерческих организаций.

Список литературы:

1.Кудрявцева Г.А.”предпринимательская деятельность некоммерческих организаций.\\Юридический мир №3 2002г.

2.Шиткина И.С.” Предпринимательская деятельность некоммерческих организаций” \\Гражданин и право. №4 2002г

3.[Финансы. Под ред. Грязновой А.Г., Маркиной Е.В.](http://www.alleng.ru/d/econ-fin/econ-fin021.htm)  2005г.

4. Столбов А.Н. Финансы предприятий.-М-2005

5.Ковалев В.В. Финансы предприятий- М.:ТК Велби, 2003.-352 с.