

DOI: 10.15593/2224-9354/2020.4.2
УДК 316.4:2–463(571.513)



Е.А. Кочина, О.А. Стирманова

ФАНДРАЙЗИНГ В СОЦИАЛЬНОМ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВЕ (НА ПРИМЕРЕ РЕСПУБЛИКИ ХАКАСИЯ)

Анализируются ранее не изучавшиеся аспекты применения фандрайзинговой деятельности в социальном предпринимательстве Сибирского региона. Цель статьи – изучить и проанализировать региональные особенности применения фандрайзинга в социальном предпринимательстве на примере Республики Хакасия. Представлен анализ теоретических, нормативно-правовых источников с целью выявления современных тенденций развития феномена социальное предпринимательство. В основе анализа материалы эмпирического исследования, которое проводилось с апреля по май 2020 г., в качестве метода сбора информации использовался целевой онлайн-опрос посредством сервиса Google Forms. Респондентами являлись социальные предприниматели, зарегистрированные в едином реестре субъектов малого и среднего предпринимательства Республики Хакасия. В результате исследования сделан ряд выводов, касающихся общей осведомленности социальных предпринимателей о возможности применения фандрайзинга в социальном предпринимательстве, применения технологий фандрайзинга, трудностей социального предпринимательства и т.п. Показано, что социальные предприниматели, привлекая материальные ресурсы, участвуя в муниципальных и государственных конкурсах, пользуясь преимуществами льготного налогообложения и другими видами государственной поддержки, не интерпретируют данный вид поддержки как фандрайзинговую деятельность, в связи с чем возникают сложности развития данного направления и потребность формирования ряда условий развития фандрайзинга в российской и региональной практике социального предпринимательства. Благодаря возможности сотрудничества с представителями СМИ, применения маркетинговых коммуникаций, тенденция применения фандрайзинга в социальном предпринимательстве могла бы не только повышать грамотность населения в этом вопросе, но и задавать общественную тенденцию по стремлению к участию в подобных проектах с целью смягчения социальных проблем.

Ключевые слова: инструменты фандрайзинга, общество, социальное предпринимательство, социальные предприниматели, социальные вопросы, механизмы поддержки, регион, фандрайзинг, ресурсы, фандрайзинговая деятельность, фонды.

Популярность социального предпринимательства и его приоритетное значение в отечественной нише предпринимательства обусловлена необходимостью решения широкого спектра социальных проблем в обществе. Изначально термин социального предпринимательство появился в трудах зарубежных ученых, где прослеживается своя траектория развития данного термина.

Если рассматривать зарубежный опыт развития категории социального предпринимательства, то выделяются свои характерные черты. Так, например, в США причиной появления именно социального предпринимательства по-

© Кочина Е.А., Стирманова О.А., 2020

Кочина Елена Александровна – канд. социол. наук, доцент кафедры психологии, социальной работы ФГБОУ ВО «Хакасский государственный университет им. Н.Ф. Катанова», e-mail: vereschaginaea@mail.ru.

Стирманова Ольга Андреевна – магистрант ФГБОУ ВО «Хакасский государственный университет им. Н.Ф. Катанова», e-mail: strmnv@yandex.ru.

служило освобождение органов власти от решения или снижения обострения социальных проблем [1]. В Европе социальное предпринимательство рассматривается в рамках третьего сектора экономики. В данном контексте трудно не согласиться с мнением Е.В. Попова, А.Ю. Веретенниковой, К.М. Козинской: «...причинами возникновения социального предпринимательства в регионах мира можно выделить: 1. Политические условия, которые определяют проблемы, требующие решения на государственном уровне, а остальные перепоручают третьему сектору. 2. Правовая среда. 3. Социокультурная среда. 4. Инновационная инфраструктура (в том числе научные организации, фонды и т.д.)» [1, с. 394].

В отечественной практике в широком смысле под термином социальное предпринимательство (СП) подразумевается предпринимательская деятельность, нацеленная на смягчение или решение социальных проблем общества, при этом социальные предприятия как субъекты социального предпринимательства призваны решать или смягчать социальные проблемы; и деятельность такого предприятия должна быть прежде всего экономически устойчивой [2–4].

Изначально в отечественной практике развитие социального предпринимательства пришлось на начало 2000-х гг. и обрело свои специфические черты, отличительные от тенденций Запада.

Как верно указано В.Н. Якимец, Л.И. Никовской, появление СП вызвано прежде всего тем, что государство не решало в полном объеме социальные проблемы и интересы общества [3, с. 99].

С.А. Судьин и П.А. Яковлев, анализируя феномен СП, приходят к выводу о том, что СП в настоящее время исследуется многими социальными науками [5, с. 78].

Несмотря на то, что в России феномен социального предпринимательства рассматривается в рамках многих социальных наук, в правовом поле изначально трактовка СП была дана в приказе Минэкономразвития России в 2013 г.: «Социальным предпринимательством является социально-ответственная деятельность субъектов малого и среднего предпринимательства, направленная на решение социальных проблем» [6]. Как отмечает А. Московская, к субъектам социального предпринимательства относятся «...субъекты малого и среднего предпринимательства, осуществляющие социально значимую деятельность, направленную на обеспечение занятости граждан, находящихся в трудной жизненной ситуации ...» [7, с. 6], при этом термин «трудная жизненная ситуация» в Федеральном законе (№ 442-ФЗ), действующем с 28.12.2013 г., не используется. В данном законе используется понятие нуждаемости в социальном обслуживании, и «...категория нуждаемости должна быть признана уполномоченным органом...» [8, с. 6]. Далее, Федеральный закон от 26.07.2019 г. № 245-ФЗ в части закрепления понятия социальное предпринимательство трактует его как «предпринимательскую деятельность, направленную на достижение общественно полезных целей, решение социальных проблем граждан и общества» [9].

Следовательно, социальное предпринимательство в своем развитии имеет ряд противоречий: отнесение социального предпринимательства к бизнесу или к некоммерческому сектору; разные меры поддержки в зависимости от региона; разное восприятие социальных проблем самими предпринимателями, разная степень ресурсной поддержки и т.п. [10–12].

Вышеизложенные противоречия порождают и определенные ограничения в получении необходимых разного вида ресурсов. Следовательно, поиск ресурсов с последующим привлечением – одна из первостепенных задач социального предпринимательства. В связи с этим одной из технологий привлечения ресурсов для осуществления социального предпринимательства является фандрайзинг. Как показывает анализ теоретических источников, определений фандрайзинга существует немало. В общем смысле фандрайзинг подразумевает привлечение денежных, человеческих, информационных, технических и других ресурсов организацией с целью реализации определенного социально направленного проекта [13–15].

В данном контексте представляется оправданным и актуальным опыт осмысления и анализа применения фандрайзинга в развитии социального предпринимательства в Республике Хакасия.

Цель исследования – изучить и проанализировать региональные особенности применения фандрайзинга социальными предпринимателями в Республике Хакасия.

При формировании выборки нашего исследования мы учитывали включение социальных предпринимателей в Единый реестр субъектов малого и среднего предпринимательства Федеральной налоговой службы (ФНС) [16–18]. Поскольку включение в единый реестр является необходимым условием для получения разного рода государственной поддержки, социальные предприниматели могли подтвердить статус, подав необходимое заявление и пакет документов, подтверждающих соответствие критериям, в Минэкономразвития Республики Хакасия. Следовательно, целевой группой нашего исследования стали социальные предприниматели Республики Хакасия. По данным Единого реестра субъектов малого и среднего предпринимательства, на 10 апреля 2020 г. в Республике Хакасия статус социального предпринимателя получило 26 организаций. Из них территориально: Абакан (2), Черногорск (5, один из которых из рабочего поселка Пригорск), Саяногорск (7, один из которых из рабочего поселка Черемушки) и Абаза (12). По типу субъекта это индивидуальные предприниматели (ИП) и юридические лица (ООО), по категории субъекта это микро- и малые предприятия. Исследование проводилось с апреля по май 2020 г., в качестве метода сбора информации использовался целевой онлайн-опрос посредством сервиса Google Forms. Все предприниматели, принявшие участие в опросе, осуществляют свою деятельность с 1999–2000 гг., основной доход получают от различных видов деятельности, среди которых: дополни-

тельное образование детей и взрослых; выращивание овощей; физкультурно-оздоровительная деятельность; деятельность в области здравоохранения и производство спортивных товаров (изготовление специальных велосипедов, ходунков-тренажеров для детей с диагнозом ДЦП и инвалидов с нарушением функций опорно-двигательного аппарата). Возрастной состав респондентов от 35 до 55 лет; гендерное распределение выборки: мужчины – 73 %; женщины – 27 %).

Анализируя полученные данные, мы пришли к следующим выводам. Наиболее острыми проблемами, которые необходимо решать в сфере социального предпринимательства, респонденты указали: несовершенство законодательной базы, регулирующей социальное предпринимательство и деятельность некоммерческих организаций (60 %); финансовые проблемы из-за низкого уровня рентабельности социального предпринимательства (45 %); недоверие населения к деятельности предпринимателей в социальной сфере (30 %); методическое сопровождение (35 %).

В своей предпринимательской деятельности в качестве технологий фандрайзинга за последние два года респонденты применяли: личные встречи с донорами (54 %); массовые электронные/почтовые рассылки (40 %), остальные затруднились ответить на данный вопрос.

Полученные нами данные лишь подтверждают результаты исследования, проведенного в 2015–2018 гг. Национальным исследовательским университетом «Высшая школа экономики». Наиболее эффективными методами фандрайзинговой деятельности некоммерческих организаций, согласно всероссийскому опросу руководителей (в исследовании участвовало 850 НКО), являются (по степени убывания): личные встречи с донорами; участие в государственных грантовых конкурсах; проведение мероприятий по сбору средств; обращение к спонсору по телефону; и т.д. [19]. Видно, что личные встречи наиболее часто используются в применении инструментов фандрайзинга.

При этом, как сами указали социальные предприниматели региона, они используют государственную поддержку в виде льготного налогообложения (85 %); пользование помещения/аренды на льготных условиях (70 %); гранты, субсидии (65 %); информационную, консультативную поддержку различного рода фондов (70 %). Также практикуется размещение государственными структурами заказов на поставку товаров, выполнение работ, оказание услуг (45 %). На вопрос «Считаете ли Вы фандрайзинг механизмом развития социального предпринимательства?» только 23 % респондентов ответили согласием, остальные затруднились ответить. При этом вышеперечисленные используемые меры поддержки социального предпринимательства можно вполне расценивать как инструменты и технологии фандрайзинговой деятельности.

Можно предположить, что респонденты, привлекая материальные ресурсы, участвуя в муниципальных и государственных конкурсах, пользуясь преимуществами льготного налогообложения и другими видами государственной

поддержки, не интерпретируют данный вид поддержки как фандрайзинговую деятельность, в связи с чем возникают противоречия в развитии данного направления.

Следовательно, социальные предприниматели Республики Хакасия, используя технологии фандрайзинга по привлечению ресурсов, как правило, не соотносят данные технологии именно с фандрайзингом. В качестве самих технологий в регионе наибольшим распространением пользуются: личные встречи с донорами, льготная аренда помещения, льготное налогообложение, участие в грантовой поддержке. В качестве трудностей социальные предприниматели указывали: финансовые проблемы, недоверие населения, недостаточное методическое обеспечение.

Как верно отмечено В.Ю. Кульковой, Я.Ш. Дадаевой, российская специфика СП, в отличие от западной, определяется распространением безвозвратной финансовой поддержки (гранты, пожертвования) [20, с. 166].

В случае получения более активной возможности сотрудничества с представителями СМИ, применения маркетинговых коммуникаций тенденция применения фандрайзинга в социальном предпринимательстве могла бы не только повышать грамотность населения в этом вопросе, но и стимулировать его к участию в подобных проектах с целью решения социальных проблем.

Список литературы

1. Попов Е.В., Веретенникова А.Ю., Козинская К.М. Эволюция социального предпринимательства в мировом пространстве // Вестник УрФУ. Экономика и управление. – 2017. – Т. 16, № 3. – С. 379–402.
2. Центр социального предпринимательства и социальных инноваций [Электронный ресурс]. – URL: <https://socentr.hse.ru/> (дата обращения: 05.09.2020).
3. Якимец В.Н., Никовская Л.И. Поддержка социального предпринимательства: оценка механизмов и рейтинг регионов России // Социологические исследования. – 2019. – Т. 45, № 5. – С. 99–109.
4. Шматкова Е.М. Социальное предпринимательство как часть бизнеса и гражданского общества // Социально-экономические явления и процессы. – 2013. – № 10 (56). – С. 143–146.
5. Судьин С.А., Яковлев П.А. Социальное предпринимательство как предмет социологического анализа // Вестник Пермского национального исследовательского политехнического университета. Социально-экономические науки. – 2018. – № 1. – С. 77–85.
6. Об организации проведения конкурсного отбора субъектов Российской Федерации, бюджетам которых в 2013 году предоставляются субсидии из федерального бюджета на государственную поддержку малого и среднего пред-

принимательства субъектами Российской Федерации [Электронный ресурс]: Приказ Минэкономразвития России № 220 от 24.04.2013 г. – URL: http://economy.gov.ru/minec/activity/sections/mallbusiness/doc20130424_06 (дата обращения: 09.03.2020).

7. Московская А. У социальных предпринимателей проблемы с законом о социальном предпринимательстве [Электронный ресурс] // Мир социального предпринимательства. – 2016. – № 7. – С. 6–8. – URL: <https://www.facebook.com/Soc.Entrepreneurship> (дата обращения: 09.03.2020).

8. Об основах социального обслуживания граждан в Российской Федерации [Электронный ресурс]: Федер. закон от 28.12.2013 № 442-ФЗ (послед. ред.). – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_156558/ (дата обращения: 09.03.2020).

9. О внесении изменений в Федеральный закон «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» в части закрепления понятий «социальное предпринимательство», «социальное предприятие» [Электронный ресурс]: Федер. закон от 26.07.2019 № 245-ФЗ. – URL: <http://www.consultant.ru> (дата обращения: 25.08.2020).

10. Московская А.А., Берендяев А., Парфенова Ю. Новости российского социального предпринимательства [Электронный ресурс] // Мир социального предпринимательства. – 2019. – № 11. – С. 3–4. – URL: <https://socentr.hse.ru/issue> (дата обращения: 11.04.2020).

11. Смирнов В.П. Теоретическая основа современных исследований предпринимательства // Современная конкуренция. – 2015. – Т. 9, № 1 (49). – С. 58–74.

12. Московская А.А. Социальное предпринимательство в системе социальной политики: мировой опыт и перспективы России // Проблемы прогнозирования. – 2016. – № 6. – С. 103–111.

13. Крайнова О.С., Ширяева И.С. Фандрайзинг как инструмент финансового менеджмента в современной России // Концепт: научно-метод. электрон. журн. – 2018. – № 5. – URL: <http://e-kon-sept.ru/2018/184026.htm> (дата обращения: 09.03.2020).

14. Корнеева И.Е. Фандрайзинг в российских некоммерческих организациях: результаты эмпирического исследования // Мониторинг общественного мнения: Экономические и социальные перемены. – 2016. – № 4. – С. 48–66.

15. Черникина Е.В., Бобров С.Л. Особенности развития краудфандинга и фандрайзинга // Инновационная наука. – 2017. – № 8. – С. 36–41.

16. Министерство экономического развития Республики Хакасия: офиц. сайт. – URL: https://r-19.ru/authorities/ministry-of-economy-of-the-republic-of-khakassia/nac_project/nac_project_list/maloe-i-srednee-predprinimatelstvo-i-podderzhka-individualnoy-predprinimatelskoj-initsiativy (дата обращения: 09.03.2020).

17. НО «Гарантийный фонд МКК Хакасии» [Электронный ресурс]. – URL: <https://fondrh.ru/> (дата обращения: 09.07.2020).

18. Меры поддержки для социальных предприятий Республики Хакасии [Электронный ресурс]. – URL: <https://r-19.ru/authorities/ministry-of-economy-of-the-republic-of-khakassia/common/7251/> (дата обращения: 09.07.2020).

19. Культивация благотворителей. Российский фандрайзинг в действии [Электронный ресурс] / НИУ «Высшая школа экономики». – URL: <https://iq.hse.ru/news/305805663.html> (дата обращения: 20.04.2020).

20. Кулькова В.Ю. Финансирование социального предпринимательства: опыт Великобритании // Вестник ЮУрГУ. Экономика и менеджмент. – 2018. – Т. 12, № 4. – С. 164–170.

References

1. Popov E.V., Veretennikova A.Iu., Kozinskaia K.M. Evoliutsiia sotsial'nogo predprinimatel'stva v mirovom prostranstve [Evolution of social entrepreneurship in the world dimensions]. *Vestnik UrFU. Seriya ekonomika i upravlenie*, 2017, vol. 16, no. 3, pp. 379–402.

2. Tsentr sotsial'nogo predprinimatel'stva i sotsial'nykh innovatsii [Centre for social entrepreneurship and social innovation]. Available at: <https://socentr.hse.ru/> (accessed 05 September 2020).

3. Iakimets V.N., Nikovskaia L.I. Podderzhka sotsial'nogo predprinimatel'stva: otsenka mekhanizmov i reiting regionov Rossii [Support of social entrepreneurship: Evaluation of mechanisms and rating of Russian regions]. *Sotsiologicheskie issledovaniia*, 2019, vol. 45, no. 5, pp. 99–109.

4. Shmatkova E.M. Sotsial'noe predprinimatel'stvo kak chast' biznesa i grazhdanskogo obshchestva [Social entrepreneurship as part of business and civil society]. *Sotsial'no-ekonomicheskie iavleniia i protsessy*, 2013, no. 10(56), pp. 143–146.

5. Sud'in S.A., Iakovlev P.A. Sotsial'noe predprinimatel'stvo kak predmet sotsiologicheskogo analiza [Social entrepreneurship as a subject of sociological analysis]. *PNRPU Sociology and Economics Bulletin*, 2018, no. 1, pp. 77–85.

6. Ob organizatsii provedeniia konkursnogo otbora sub"ektov Rossiiskoi Federatsii, biudzheta kotorykh v 2013 godu predostavliaiutsia subsidii iz federal'nogo biudzheta na gosudarstvennuiu podderzhku malogo i srednego predprinimatel'stva sub"ektami Rossiiskoi Federatsii [On the organization of the competitive selection of the entities of the Russian Federation which are given subsidies from the federal budget in 2013 for state support of small and medium-sized businesses by the entities of the Russian Federation]. Order of the Russian Ministry of Economic Development of Apr. 24, 2013 no. 220. Available at: http://economy.gov.ru/minrec/activity/sections/mallbusiness/doc20130424_06 (accessed 09 March 2020).

7. Moskovskaia A. U sotsial'nykh predprinimatelei problemy s zakonom o sotsial'nom predprinimatel'stve [Social entrepreneurs have problem with the law on so-

cial entrepreneurship]. *Mir sotsial'nogo predprinimatel'stva*, 2016, no. 7, pp. 6–8, available at: <https://www.facebook.com/Soc.Entrepreneurship> (accessed 09 March 2020).

8. Ob osnovakh sotsial'nogo obsluzhivaniia grazhdan v Rossiiskoi Federatsii (posledniaia redaktsiia) [On fundamentals of social services for citizens in the Russian Federation]. Federal law of Dec. 28, 2013 no. 442-FZ, available at: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_156558/ (accessed 09 March 2020).

9. O vnesenii izmenenii v Federal'nyi zakon “O razvitii malogo i srednego predprinimatel'stva v Rossiiskoi Federatsii” v chasti zakrepleniia poniatii “sotsial'noe predprinimatel'stvo”, “sotsial'noe predpriatie” [On amendments to the Federal Law “On the development of small and medium business in the Russian Federation” in terms of consolidating the concepts of “social entrepreneurship”, “social enterprise”]. Federal law of Jul. 26, 2019 no. 245-FZ, available at: <http://www.consultant.ru> (accessed 25 August 2020).

10. Moskovskaia A.A., Berendiaev A., Parfenova Iu. Novosti rossiiskogo sotsial'nogo predprinimatel'stva [Russian social entrepreneurship news]. *Mir sotsial'nogo predprinimatel'stva*, 2019, no. 11, pp. 3–4, available at: <https://socentr.hse.ru/issue> (accessed 11 April 2020).

11. Smirnov V.P. Teoreticheskaia osnova sovremennykh issledovaniï predprinimatel'stva [The theoretical basis of modern researching entrepreneurship]. *Sovremennaia konkurentsia*, 2015, vol. 9, no. 1(49), pp. 58–74.

12. Moskovskaia A.A. Sotsial'noe predprinimatel'stvo v sisteme sotsial'noi politiki: mirovoi opyt i perspektivy Rossii [Social entrepreneurship in the system of social policy: World experience and prospects of Russia]. *Problemy prognozirovaniia*, 2016, no. 6, pp. 103–111.

13. Krainova O.S., Shiriaeva I.S. Fandraizing kak instrument finansovogo menedzhmenta v sovremennoi Rossii [Fundraising as a tool for financial management in modern Russia]. *Kontsept*, 2018, no. 5, available at: <http://e-koncept.ru/2018/184026.htm> (accessed 09 March 2020).

14. Korneeva I.E. Fandraizing v rossiiskikh nekommercheskikh organizatsiïakh: rezul'taty empiricheskogo issledovaniia [Fundraising in Russian non-profit organizations: Results of an empirical study]. *Monitoring obshchestvennogo mneniia: Ekonomicheskie i sotsial'nye peremeny*, 2016, no. 4, pp. 48–66.

15. Chernikina E.V., Bobrov S.L. Osobennosti razvitiia kraudfandinga i fandraizinga [Developmental characteristics of crowdfunding and fundraising]. *Innovatsionnaia nauka*, 2017, no. 8, 2017, pp. 36–41.

16. Ministerstvo ekonomicheskogo razvitiia Respubliki Khakasiia [The Ministry of Economic Development of the Republic of Khakassia]. Available at: https://r-19.ru/authorities/ministry-of-economy-of-the-republic-of-khakassia/nac_project/nac_project_list/maloe-i-srednee-predprinimatelstvo-i-podderzhka-individualnoy-predprinimatelskoy-initsiativy (accessed 09 March 2020).

17. NO “Garantiinyi fond MKK Khakassii” [Non-profit organization “Guarantee Fund of the MCC Khakassia”]. Available at: <https://fondrh.ru/> (accessed 09 July 2020).

18. Mery podderzhki dlia sotsial'nykh predpriatii Respubliki Khakassii [Supportive measures for social enterprises of the Republic of Khakassia]. Available at:

<https://r-19.ru/authorities/ministry-of-economy-of-the-republic-of-khakassia/common/7251/c> (accessed 09 July 2020).

19. Kul'tivatsiia blagotvoritelei. Rossiiskii fandraizing v deistvii [Cultivation of benefactors. Russian fundraising in action]. HSE University, available at: <https://iq.hse.ru/news/305805663.html> (accessed 20 April 2020).

20. Kul'kova, V.Iu. Finansirovanie sotsial'nogo predprinimatel'stva: opyt Velikobritanii [Funding for social entrepreneurship: Great Britain experience]. *Vestnik IuUrGU. Ekonomika i menedzhment*, 2018, vol. 12, no. 4, pp. 164–170.

Оригинальность 77 %

Получено 24.08.2020 Принято 21.09.2020 Опубликовано 28.12.2020

E.A. Kochina, O.A. Stirmanova

**FUNDRISING IN THE DEVELOPMENT
OF SOCIAL ENTREPRENEURSHIP
(THE CASE OF THE REPUBLIC OF KHAKASSIA)**

The article analyzes the previously unstudied aspects of the use of fundraising activities in social entrepreneurship in the Siberian region. The purpose is to study and analyze the regional features of applying fundraising in social entrepreneurship using the example of the Republic of Khakassia. The authors present an analysis of theoretical, regulatory and legal sources in order to identify modern trends in the development of the phenomenon of social entrepreneurship. The article draws on empirical research conducted from April to May 2020, using a targeted online survey via the Google Forms for data collecting. The respondents were social entrepreneurs registered in the unified register of small and medium-sized businesses in the Republic of Khakassia. As a result of the research, the article offers a number of conclusions regarding the general awareness of social entrepreneurs about the possibility of using fundraising in social entrepreneurship, the difficulties of social entrepreneurship, etc. It is shown that social entrepreneurs, attracting material resources, participating in municipal and state competitions, using the advantages of preferential taxation and other types of state support, do not interpret this practice as fundraising activities. Hence, there are difficulties in the development of this avenue and a need to create conditions to promote fundraising into the national and regional practice of social entrepreneurship. Finally, thanks to the possibility of cooperation with media representatives, the use of marketing communications, the trend of fundraising in social entrepreneurship could not only increase the literacy of the population but also set a public tendency to seek participation in such projects in order to solve social problems.

Keywords: fundraising tools, society, social entrepreneurship, social entrepreneurs, social issues, support mechanisms, region, fundraising, resources, fundraising activities, foundations.

Elena A. Kochina – Candidate of Sociological Sciences, Associate Professor, Department of Psychology and Social Work, Khakassian State University named after N.F. Katanova, e-mail: vereschaginaea@mail.ru.

Olga A. Stirmanova – Master's Student, Khakassian State University named after N.F. Katanova, e-mail: strmnv@yandex.ru.

Received 24.08.2020 Accepted 21.09.2020 Published 28.12.2020