

Существуют разнообразные средства установления контактов с по

тенциальными донорами:

- обращения к физическим лицам: осуществляются посредством писем, телефонных звонков, просьб, визитов, обращения через знакомых;
- работа с группами: проходит через приемы, обеды, конференции, встречи, учебные занятия, клубы;
- работа с общественностью: эффективна через прессу, телевидение, радио общественные мероприятия, пресс конференции.

Следует помнить, что фандрейзинг не имеет ничего общего с попрошайничеством и, если общественная организация в результате фандрейзинга запрашиваемые средства, то обязательно что-то дает взамен. В работе по фандрейзингу хорошо себя зарекомендовал подход, разработанный консалтинговым центром NGO FUTURES, и получивший название - общий организационный фандрейзинг. Он предполагает нацеленность всей деятельности некоммерческой организации, ее персонала на достижение желаемых фандрейзинговых результатов. При этом соблюдается баланс фандрейзинга и содержательных программ некоммерческой организации.

Стратегия для достижения общего организационного фандрейзинга включает пять шагов:

1. Культура: создание в организации широкой фандрейзинговой культуры;
2. Планирование: разработка обстоятельных стратегических и оперативных фандрейзинговых планов;
3. Тренинг: обучение тех, кто занимается фандрейзингом;
4. Внедрение: внедрение новых фандрейзинговых подходов, соответствующих вашей организации;
5. Менеджмент: мониторинг прогресса и оценка результатов.

Опыт европейских некоммерческих организаций свидетельствует, что именно такой подход дает положительные результаты там, где другие не имеют успеха. Приступая к фандрейзингу, организация должна ответить на бедующие ключевые вопросы:

- Сколько усилий нужно затратить для проведения фандрейзинга?
- На какие стандарты опираться, какую политику проводить?
- Какую стратегию избрать?
- К каким источникам финансирования можно получить доступ?
- Какая поддержка нужна?
- Есть ли у организации то, что необходимо: руководитель, время, умения, знания, преданность делу, настойчивость, терпение, внешняя поддержка, поддержка сотрудников организации, бюджетная поддержка?

*Кусик Н.Л., к.э.н., доцент
Удалова К. С.*

Одесский национальный университет имени И. И. Мечникова

ПОИСК ФИНАНСИРОВАНИЯ: НЕКОТОРЫЕ ОСОБЕННОСТИ УСПЕШНОГО ФАНДРЕЙЗИНГА

Фандрейзинг (fund - raising) - термин, который складывается из двух слов, первое (fund) — это финансирование, вложение средств в ценные бумаги, а второе (raising) - повышение, разведение, выращивание, т.е. это умение повышать финансирование или умение «выращивать средства». Фандрейзинг это комплекс мероприятий, направленных на обеспечение необходимого (надежного) потока доходов, который позволил бы некоммерческой (общественной, негосударственной) организации выполнять свою миссию в настоящем и в будущем. Фандрейзинг основан на определении потребностей некоммерческих организаций и их удовлетворении. Результатом фандрейзинга могут быть денежные средства, время волонтеров, товары, услуги, снижение цен на товары (услуги). Возможными источниками средств фандрейзинга являются правительства (иностраных государств, национальные, муниципальные, сельские); корпорации; международные, национальные, местные фонды; банки развития; физические лица; церковь (религиозные общины) международные, национальные, местные организации.

Организация фандрейзинга зависит от таких факторов, как размер некоммерческой организации и наличие у неё опыта работы в этом направлении (табл. 1).

Таблица 1

Особенности успешного фандрейзинга

В новых или небольших организациях фандрейзинг начинается со следующих шагов:	В организациях среднего размера фандрейзинг начинается со следующих шагов:
<ol style="list-style-type: none"> 1. Разработайте новую программу, отличающую вас от остальных 2. В первую очередь обратитесь за финансовой поддержкой к своим учредителям и друзьям 3. Для финансирования ключевых программ подготовьте обращения, заявки к соответствующим донорам (правительствам, корпорациям, фондам) 4. Проведите небольшие мероприятия по сбору средств 5. Разверните рекламную кампанию 6. Следите за появлениями новых возможностей финансирования 7. Найдите крупную общественную ассоциацию (сеть), чтобы стать ее членом. 	<ol style="list-style-type: none"> 8. Разработайте программы по различным направлениям 9. Подавайте больше заявок к соответствующим донорам (правительствам, корпорациям, фондам) 10. Проводите больше мероприятий и рекламных кампаний 11. Уделите больше внимания поиску новых источников финансирования 12. Ищите подходы к сотрудничеству со СМИ 13. Начните пробный проект по привлечению главного донора 14. Найдите партнера среди больших ассоциаций

Большинство специалистов по фандрейзингу выделяют семь ключевых показателей успешного фандрейзинга:

1. Системность в работе по фандрейзингу;
2. Формирование позитивной организационной фандрейзинговой культуры;
3. Позиционирование фандрейзинга как приоритета для руководителей некоммерческой организации;
4. Планирование, конкретная направленность и управляемость фандрейзингом;
5. Результативность фандрейзинга;
6. Осуществление коммуникаций, обеспечивающих успешный фандрейзинг;
7. Системность в работе с донорами.

Управление процессом сбора средств (фандрейзингом) должно быть нацелено на удовлетворение интересов и ожиданий доноров, на доказательство того, что ваша организация лучше других способна использовать донорские средства, ориентироваться на создание в коллективе необходимого потенциала, на поддержку атмосферы оптимизма и веры в собственные силы.

Из опыта организации менеджмента в коммерческом секторе следует позаимствовать такие слагаемые успеха, как новаторство и анализ потенциала возможных конкурентов. Обойти конкурентов позволят знание разнообразных методов фандрейзинга, отличные навыки общения, установление межличностных контактов, творчество, энтузиазм, оптимизм, стремление к удовлетворению потребностей клиентов, здравый смысл, а также опыт.

Преуспевающие некоммерческие организации регулируют все аспекты своих отношений с донорами - назначают ответственных за отдельные участки работы с донорами, обеспечивают хорошую подготовку заявок, просьб и прошений о финансовой помощи, качественную презентацию своих инициатив, регулярно отчитываются перед общественностью, разрабатывают критерии, регулирующие отношения с донорами и проводят соответствующий мониторинг. Успешные некоммерческие организации не опускают руки после слов "нет", понимая, что в фандрейзинге главное не деньги, а отношения. Они не вымогают деньги, а всегда предлагают что-нибудь взамен. Именно сочетание имеющегося у организации потенциала (мотивация сотрудников, волонтеров и правления, высокая квалификация, имеющиеся средства) и хороших взаимоотношений с донорами является необходимым условием получения новых денежных средств.

Чем больше источников средств откроет для себя организация, тем эффективней можно считать её фандрейзинг. Будьте активны в поисках финансирования.