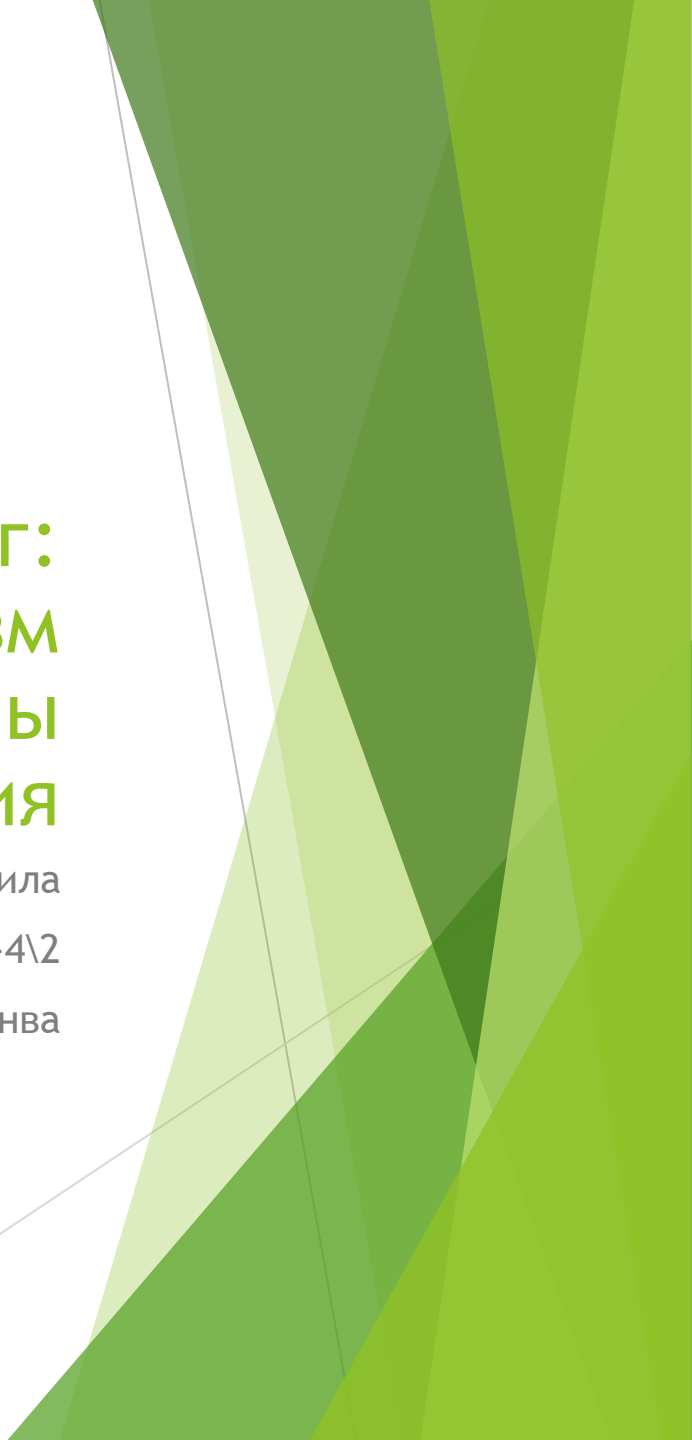




Фандрайзинг: сущность, механизм и принципы использования

Работу выполнила
студентка группы СКТ БЗ 441-4\2
Киселевич Полина Викторовна



План презентации

1. Вступление.
2. Сущность фандрайзинга.
3. Особенности фандрайзинга в сфере культуры.
4. Механизмы осуществления фандрайзинга .
5. Источники привлечения ресурсов.
6. Принципы фандрайзинговой деятельности.
7. Этапы планирования фандрайзинговой деятельности.
8. Заключение.
9. Список используемой литературы.



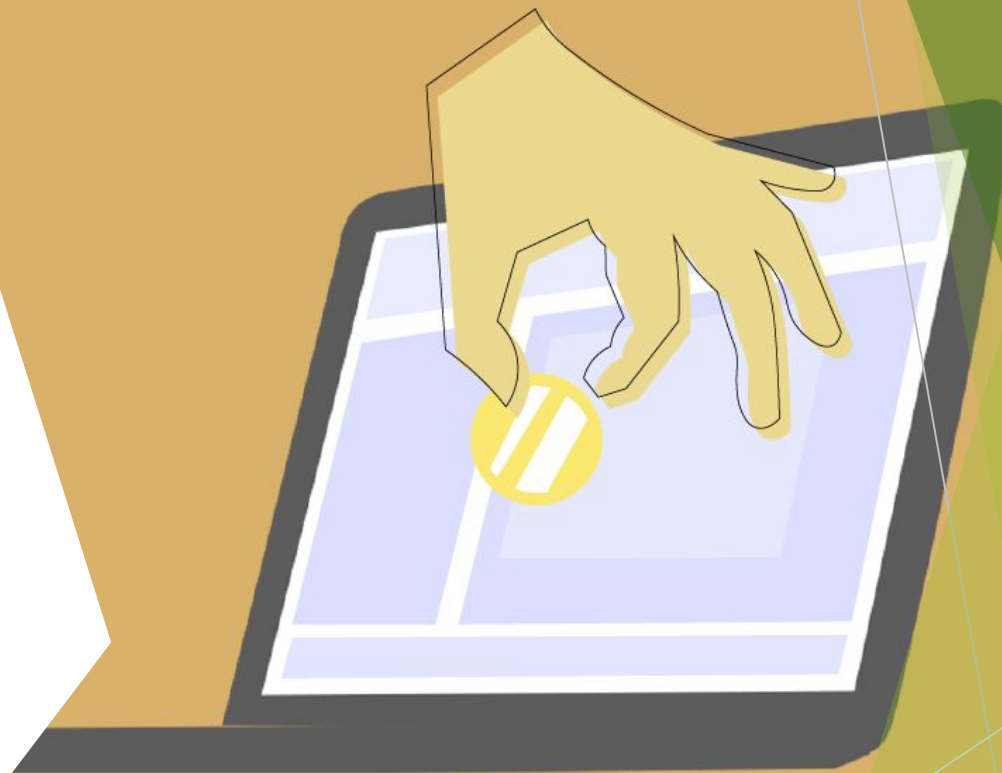
Вступление

Воздействие рыночных механизмов на формирование и развитие общественных институтов играет все более активное значение, в том числе, и в России. Сфера культуры также подвержена сильному влиянию действующих на данный момент законов и принципов рыночных отношений, направленных главным образом на выявление эффективных и ликвидацию неконкурентоспособных участников.



Сущность фандрайзинга

Фандрайзинг (от англ. fundraising) — процесс привлечения денежных средств и иных ресурсов организацией (преимущественно некоммерческой) с целью реализации как определённого социального проекта, так и серии проектов, объединённых одной общей идеей или же «вектором движения». Средства могут поступать от частных лиц, коммерческих организаций, фондов, правительственных организаций.



Особенности фандрайзинга в сфере культуры

- ▶ фандрайзинг осуществляется в форме денежных средств и иных материальных ресурсов;
- ▶ финансирование деятельности организаций культуры происходит за счет нескольких источников: привлеченные, собственные, государственные средства;
- ▶ на практике в качестве основного источника финансирования организаций сферы культуры выступают привлеченные средства (до 90 % финансовых фондов организации), то есть пожертвования и спонсорская помощь;
- ▶ в фандрайзинге главное не деньги, а ЦЕЛИ, достижение которых требует поддержки;
- ▶ фандрайзинг чаще является обоюдовыгодной деятельностью, как для спонсора, так и для самой организации.



Механизмы осуществления фандрайзинга

Фандрайзинг подразумевает привлечение средств из различных источников.

К самофинансированию и сбору средств относятся:

- членские взносы;
- учредительские взносы;
- доход от собственности НКО;
- акции, облигации, ценные бумаги и вклады;
- изготовление товаров с символикой на продажу;
- проведение выставок-продаж;
- издание и продажа публикаций;
- кампании по сбору частных пожертвований (граждане, меценаты, доноры);
- шоу-сборы, аукционы, лотереи;



Источники привлечения ресурсов

- бюджеты федерального, регионального или местного уровней;
 - внебюджетные фонды;
- отечественные фонды и организации;
- выполнение работ по заказу населения;
 - оказание платных услуг;
- выполнение работ по заказу местных органов власти;
- участие в международных программах;
 - гранты зарубежных фондов;
 - добровольческие ресурсы;
 - краудфандинг.



Принципы фандрайзинговой деятельности

- обращение за помощью, прежде чем кто-то её предложит;
- персонализация работы с донором: хороший фандрайзер всегда находится в поле (на переговорах, встречах, на телефоне); лучше встречаться на месте проекта, либо нужны видео-, фото– или текстовые материалы, описывающие проект;
- принцип Парето: 80% средств от 20% доноров, но другие 80% доноров отнимают 80% Вашего времени;
- необходимо знать мотивацию донора (мысли/ цели траты средств/ личные причины/ интересы...). Роль фандрайзера – помочь в реализации интересов донора;
- прозрачность деятельности во имя доверия: предоставление сведений об НКО, в том числе о расходах на цели пожертвования, сообщение донору об успехе, согласование условий отчетности;
- выстраивание долгосрочных отношений с донорами, так как лучше найти доноров на долгие годы;
- планирование фандрайзинга: 90% времени – подготовка просьб, встреч, обращений. План поможет координировать, концентрировать усилия, контролировать время, процесс, понять роль каждого, извлекать «уроки» на будущее;
- следует помнить о трёх условиях работы: план на 3 года, цели, работа по плану;
- выражение благодарности донору

Этапы фандрайзинга	Составляющие этапа
1. Планирование	а) разработка содержательной программы привлечения средств; б) определение расходов организации культуры на предстоящий период; в) выбор видов фандрайзинга.
2. Реализация	а) выбор методов проведения фандрайзинга; б) установление ответственности за проведение фандрайзинга; в) выделение средств на реализацию фандрайзинга.
3. Контроль	а) осуществление контроля за ходом реализации фандрайзинга; б) корректировка планов с учетом произошедших изменений.
4. Анализ	а) определение эффективности этапа планирования; б) анализ эффективности этапа реализации; в) оценка эффективности конечных результатов.

Этапы планирования фандрайзинговой деятельности

Заключение

Таким образом, конечным итогом фандрайзинга должно являться осуществление конкретных проектов, реализуемых организациями сферы культуры, при этом необходимо обозначать стремление к построению обоюдовыгодных отношений со спонсором.



Список используемой литературы

1. Артемьева Т.В. Фандрайзинг: привлечение средств на проекты и программы в сфере культуры и образования / Артемьева Т.В. Тульчинский Г. Л. // Учебное пособие . – СПб.: 2007.

2 Дымникова, А. Фандрайзинг как особый вид предпринимательской деятельности в культуре / А. Дымникова // Монография. – СПб.: Питер, 2007.

3 Основы предпринимательской деятельности. Под. Ред. В.М.. Власовой. 1994.

4 Переверзев, М.П. Менеджмент в сфере культуры и искусства / М. П. Переверзев. – М.: Инфра – М, 2010. – 192 с.

5 Тарасов, А.Б. Фандрайзинг в гуманитарных науках / А.Б. Тарасов // Аналитика и научное проектирование – 2006, № 1. – С. 167

6 Тульчинский, Г.Л. Маркетинг в сфере культуры / Г.Л. Тульчинский, Е. Л. Шекова – М.: Лань, 2009. – 496 с.

7 Тульчинский, Г.Л. Менеджмент специальных событий в сфере культуры / Г.Л. Тульчинский, С.В. Герасимов, Т.Е. Лохина. – М.: Планета музыки, 2010. – 384 с.

8 Хокинс Д. Креативная экономика . Как превратить идеи в деньги. М 2011.

9 Шекова, Е.Л. Экономика и менеджмент некоммерческих организаций / Е.Л. Шекова. – М.: Лань, 2004. – 192 с.