**2-лекция Планирование фандрайзинга**

 Процесс поиска средств — дело сложное и долгое. И не стоит об этом забывать. Его необходимо планировать заранее. Не стоит ожидать, что вы сможете начать работу спустя неделю после подачи заявки. Результаты редко появляются быстро. **Поиск средств необходимо начинать задолго до того, как эти средства понадобятся и будут использованы,** чтобы обеспечить их наличие тогда, когда они более всего нужны.

Обдумывайте и планируйте все заранее. Быстрых результатов или ответов не бывает. Если все это потребует от вас и членов совета вашей организации разработать план финансирования организации на пять лет с тем, чтобы обеспечить постоянное наличие средств и постоянную работу по поиску средств — отлично, это как раз то, что нужно. Лучшие организации не ждут, что деньги вдруг появятся. Такие организации все планируют заранее, и поэтому практически всегда получают средства. Не сидите и не ждите. Будьте активны в поисках финансирования.

Таким образом, планирование фандрайзинга включает в себя:

* определение общей цели фандрайзинга;
* вовлечение в процесс сбора средств всех заинтересованных сторон;
* формирование культуры фандрайзинга;
* постановку конкретных целей и задач;
* разработку стратегии;
* определение форм деятельности.

План сбора средств является неотъемлемой частью стратегического плана развития организации.

Наличие такого плана позволяет НКО:

* совершенствовать свою деятельность в этом направлении;
* сосредоточивать внимание на решении ключевых проблем;
* четко представлять свое будущее;
* работать сообща;
* контролировать ситуацию;
* рационально использовать ресурсы;
* увеличивать поступление средств.

Организация, осуществляющая стратегическое планирование, имеет больше шансов собрать желаемую сумму денег, так как здесь все, от кого зависит успех (правление, менеджеры, руководители программ, отделения, сотрудники) «гребут» к общей цели.

Стратегический план сбора средств может быть составлен на 3-5 лет и включать в себя следующие компоненты:

* Главная цель — для чего собираются средства.
* Ценности — как мы действуем.
* Заинтересованные стороны — кому мы служим.
* Сила, слабости, возможности, опасности — в каком положении мы находимся.
* Проблемы — с чем нам придется столкнуться.
* Цели в конечном счете — к чему мы хотим прийти.
* Выбор стратегии — как мы будем двигаться к желаемой цели.

Если стратегическая цель сбора средств сформулирована правильно, то она:

* Отображает и дополняет миссию организации.
* Четкая, короткая и ясная, при этом легко запоминается.
* Напоминает то, кому мы служим и какие потребности удовлетворяем.
* При всей широте определения фокусирует на главном.
* Объединяет нас и нацеливает на дело.

Максимум внимания должно уделяться тем, кому мы служим, поэтому важно знать:

* Кто заинтересован в процессе и результатах нашей деятельности, кто наши клиенты.
* Что они могут дать нам.
* Каковы их требования.
* Каково их влияние на нас.
* Как удовлетворить их потребности и интересы.

Оперативный план сбора средств, например на 12 месяцев, может включать в себя:

* Задачи — Чего конкретно мы хотим достичь.
* Поступления — Источники и размеры необходимых средств.
* Формы деятельности — Чем конкретно мы будем заниматься день ото дня.
* Ответственность — Кто за что отвечает.
* Сроки исполнения — Когда работа будет закончена.
* Менеджмент — Направление, координация и коррекция работы.

Опыт свидетельствует о том, что, если коллектив заинтересован и постоянно стремится действовать в этом направлении, в организации налажен финансовый менеджмент, осуществляется регулирование и контроль денежных операций, существует система отчетности перед донорами, информация о которых постоянно обновляется в базе данных организации, если программы организации привлекательны, а действия — эффективны, то успех в фандрайзинге не заставит себя долго ждать.