**Лекция 3** Формирование культуры фандрайзинга

Не менее важно сформулировать и обсудить главные ценности организации, т.е. убеждения, нормы поведения, идеи, которыми организация руководствуется при выполнении своей миссии. Ценности формируют отношения как внутри организации, так и с ее партнерами. На основе ценностей строятся отношения с донорами и волонтерами.

 Ценности и интересы — это основа формирования культуры организации. В свою очередь культура, подобно клею, связывает группу людей, объединенных общей деятельностью по сбору средств, а этим необходимо заниматься всем членам организации, так как одиночные действия здесь малоэффективны.

Малоэффективны также попытки внедрить новые подходы к фандрайзингу, если не учитывается культура, уже существующая в организации и которая может противоречить вводимым инновациям. Поэтому организации, где нет культуры фандрайзинга, бесперспективны.

Элементом формирования позитивной культуру фандрайзинга является также учет интересов и потребностей доноров. В связи с этим рекомендуется постоянно изучать потребности и интересы доноров, стимулировать интерес к этой работе руководителей и сотрудников общественных организаций/НКО, привлекать их к этой работе и постоянно координировать ее. Удовлетворение интересов доноров — приоритет в работе НКО по фандрайзингу.

В работе по фандрайзингу организация постоянно оценивает и анализирует свои сильные и слабые стороны, возможности, опасности (SWOT).

 При оценке ситуации со сбором средств учитывается следующее:

* Что идет хорошо, а что плохо.
* Каковы важнейшие тенденции.
* Что нас ожидает.
* Какова конкуренция.
* Что мы делаем лучше всех.

Здесь важно оставаться оптимистами и верить, что на каждую опасность приходится одна возможность, а на каждую проблему есть решение.