**Совершенствование технологии социально-политического фандрайзинга в экстремальных экономических условиях**

«Кровеносная система» — так называют файндрайзинг специалисты, изучающие этот способ привлечения ресурсов для реализации проектов социального или политического характера. Действительно, речь идёт именно о жизнеспособности тех или иных процессов, существенно зависящих от финансирования — будь это создание и содержание хосписа или избирательная кампания. Английские слова fund и raise, из которых составлен сам термин, предполагают не просто поиск средств, но и их преумножение — то есть создание заинтересованности для доноров и спонсоров в постоянной поддержке проектов. В условиях кризисной экономики, когда владельцы активов практически полностью нацелены на их сохранение, убедить их вкладываться в «чужие» идеи и решения — задача более чем непростая. Чаще всего ответ заключается в том, чтобы «чужое» стало «своим».

**Что, как и где**

Говорить о неких алгоритмах, так или иначе подходящих под любые цели, в нашем случае не приходится — речь скорее идёт о правилах стратегии, без которой проект обречён на финансовое обезвоживание и неотвратимый провал. Заинтересовать потенциального жертвователя средств, создать для него комфортную обстановку, исключить напряжение из отношений и добиться их максимальной длительности — эти задачи в идеале ложатся на плечи не руководителя проекта, но специалиста, который может позволить себе не отвлекаться на другие проблемы и требования. Руководству важнее обеспечить базис, сделать всё, чтобы фандразер полностью понимал поставленную перед ним задачу. Из чего складывается бюджет проекта? Каковы могут быть новые источники вливаний? Откуда уже приходят деньги, каковы направления их распределения?

В сложной экономической ситуации важно не зацикливаться на самом понятии «засухи», а попасть в матрицу мотивации доноров — и в этом сотрудник, отвечающий за процесс, должен быть максимально хорош. Необходимо располагать заниями о людях и организациях, с которыми предстоит общаться, иметь предварительную информацию до выхода на прямой контакт.

Когда выходы уже есть, специлисту важно задать себе главные вопросы. Как обеспечить условия для не разовой, а постоянной и продолжительной помощи? «Донорская база» нуждается в непрерывном внимании. Необходимо рассказывать партнёрам о происходящем, поздравлять с праздниками, высылать приглашения на значимые мероприятия и откликаться на соответствующие предложения о встречах, визуализировать и ценить партнёрство. Общение и взаимодействие должны принести эффект: ощущение весомости своего вклада, ощущения, что важное дело делается сообща. Чувство сопричастности в данном случае важнее вложенных средств: когда партнёр может сказать вместо «ваш фонд» «мой фонд», как люди говорят о банке, в котором держат деньги, не владея им, речь идёт уже о двойном уровне доверия — готовность вкладывать средства и уверенность в том, что этими средствами смогут достойно распорядиться.

Специфика политического фандрайзинга — особенно в ситуации, когда к почве под ногами есть вопросы у всех сторон — заключается, конечно, в гарантиях. Или, говоря иначе, в перспективах, которые позволят партнёру или партнёрам «комфортно» расставаться с деньгами — осознавая, что на самом деле они с ними вовсе не расстаются. Необходимо заранее проанализировать риски, исключить из переговоров ненадёжные пути — и, напротив, делать главный акцент на выгоды, которые будут полностью сопряжены с увереностью в завтрашнем дне. Нет, это не обещания о каких-нибудь конкретных госзакупках и контрактах — рано и чревато. Но это готовность взаимодействовать и сотрудничать в вопросах, которые неотменимы в самых сложных экономических обстоятельствах — и прицел на развитие в обстоятельствах, которые придут на смену существующим.

**Убедить и объяснить**

В идеальной ситуации — а любой кризис требует стремления к идеалу — фандрайзер занимается не только финансовыми договорённостями, но и пропагандой — а если хотите, даже и воспитанием доноров. Нет проектов, которые не нуждались бы в обосновании и объяснении. Обращаться только к эмоциям — плохо. Нужен фундамент: бюджет, разбитый по статьям, аргументы в защиту этих статей, цифры, соответствующие необходимости сбору средств. Найти деньги на прямую адресную помощь проще, чем на программную деятельность: что ж, вам в помощь грамотные презентации.

В программной деятельности, требующей стороннего финансирования,не избежать накладных расходов: в конце концов, необходимо оплачивать труд штатных сотрудников и привлеченных специалистов. Всё это — обязательная часть сметы, подкреплённая очевидной необходимостью. Важно придать проекту значимость — может быть, внешне чуть большую, чем на самом деле. Не для того, чтобы обмануть или «развести» — но для того, чтобы заложить некий потенциал для будущего развития.

Очень многое в вопросах финансирования зависит от темы, контекста, от экономической ситуации. Но мы видим развитие сервисов, направленных на улучшение качества жизни, на продвижение определённых изменений, зависящих от государственных структур и ветвей власти. И понимание их важности и перспективности — всё более распространено и отражается соответствующим образом на социологических графиках.

Фандрайзинг, направленный на программную деятельность — стратегическая и долгосрочная работа. Быстрого результата, вероятно, добиться не получится — но именно это направление поможет покрыть базовые расходы, оплатить «текучку» и затем выйти на путь расширения деятельности и постановки перед собой новых, более масштабных задач.

**Стратегия — без чего не обойтись**

Для того, чтобы стратегия привлечения средств показала эфективность, необходимо не забывать про ряд принципов:

*Аргументированность.* Четкая схема, подробное описание расходов и затрат. Партнеры хотят знать и понимать, на что расходуются средства и в каком количестве. Поэтому лучше рассказать не об одних только планируемых и уже состоявшихся затратах, но обозначить этапы и сроки реализации проекта.

*Убедительность*. Инвестор охотнее станет инвестором, если будет осознавать, что принимает участие в важном и значимом проекте. Расскажите ему, почему это дело — социально значимое или важное для многих людей. Не стоит забывать и про косвенную выгоду: размещение логотипа, публичная благодарность, упоминание перед большой аудиторией, в том числе — в соцсетях.

*Прозрачная отчетность.* В экстремальных экономических условиях особенно важно отчитаться за каждый шаг — это сработает на доверие в дальнейшем и даст инвесторам дополнительную мотивацию. Открытый доступ к финансовым документам, отсутствие еобходимости что-то скрывать: и заинтересованные стороны увидят, что деньги действительно потратили на благое дело.

**Шире кругозор**

В условиях нестабильной экономики основной принцип фандрайзинга — это стремление задействовать максимально возможное и доступное многообразие методов поиска ресурсов. Специалисты в сфере фандрайзинговой деятельности считают, что, чем разнообразнее источники финансирования, тем стабильнее будет финансирование организации. И они правы — класть в одну корзину все яйца в ситуации, когда уверенности в прочности этих корзин нет, по меньшей мере неблагоразумно.

Существуют различные источники поступления средств и разные возможности их использования — от осуществления целевых проектов (например, средства от грантодающего фонда) до возможности осуществлять текущую деятельность НКО и расходовать средства сообразно обстоятельствам (пожертвования от частных лиц, доноров, спонсоров и других благотворителей).

Есть и подводные камни. Необходимо помнить, что не все деньги могут

быть одинаково полезны. Иногда для получения средств от спонсоров организации приходится затрачивать значительные временные и организационные ресурсы и гораздо проще становится не принимать помощь вообще. В любом случае, основным критерием эффективности является соотношение расходов на фандрайзинговую или краудсорсинговую деятельность с полученным результатом. Затраты на проведение кампаний не должны превышать объем и качество полученных ресурсов.Таким образом, расходовать усилия на сомнительные отношения не стоит — лучше сосредоточиться на заведомо обеспеченных и надёжных (пусть и потенциально) партнёрах.

Целеполагание, расстановка приоритетов, настойчивость в достижении цели, искренняя вера в важность такой работы — основа успешной деятельности. И да — придётся потратиться в начале пути. Инвестиции в фандрайзинг и краудсорсинг со стороны самой организации необходимы для эффективного поиска ресурсов. Временные, имиджевые затраты, осуществление связей с общественностью являются необходимыми условиями для получения средств.

**Итог: зачем всё это нужно**

Фандрайзинг — это, по сути, сама по себе антикризисная мера, и в условиях окружающего кризиса он становится процессом более сложным, связанным с разочарованиями, неоправданными ожиданиями — да и просто со столкновениями с реальностью, которая, как мы знаем, бывает сурова даже к тем, кто стремится к лучшему не только для себя. Нужны ли новые технологии — безусловно, да. Нужны ли новые подходы — конечно. Инструментов предостаточно — хотя, конечно, к экономической непогоде лучше быть готовым заранее. Но если уж застигла в чистом поле — неплохо бы суметь извлечь из этого выгоду для дела, которое важнее всего.