

Шакирова Р.К.
заведующая научно-методическим отделом
Ошской областной детской библиотеки им. Т.Мияшева,
председатель ОБФ «Благодать» г. Ош

**Фандрайзинг для развития организации.
Из опыта работы по реализации проекта «Культура и бизнес:
формулы сотрудничества»**

Только связи!
Е.М. Форстер

В настоящее время в библиотеках происходят стремительные перемены. Традиционные задачи, сохранение знаний и предоставления доступа к информации остаются. Перед библиотекой возникает двойная проблема - сохранения и поддержания традиционных ресурсов и внедрения новых технологий в организацию деятельности управленческого аппарата.

Эти изменения отчасти и составляют причину того, что библиотекам все труднее находить средства как для поддержания и развития своих книжных фондов, так и для предоставления информационных услуг. Поддержание современного состояния библиотек, и их развития, требует активизации усилий по привлечению новых источников финансовых средств.

Нашему фонду 2 года. Миссия фонда - привлечение внимания государственной власти, бизнес структур, общественности к проблеме людей с ограниченными возможностями.

Фонд активно сотрудничает с организациями культуры, библиотеками в том числе. Одним из компонентов деятельности является культура.

Со дня открытия фонда активным нашим партнером являются библиотеки Ошской области, детская областная библиотека им.Т.Мияшева.

В феврале 2008г наш фонд приступил к реализации проекта «Культура и бизнес: формулы сотрудничества», поддержанного Фондом «Сорос-Кыргызстан» в рамках Программы «Культурной политики». Проект заканчивается в сентябре 2008 г.

Цель проекта: Повышение адаптированности учреждений культуры к современным условиям, стимулирование возникновения диалога и партнерских отношений между культурой, бизнесом и НПО в решении социально-культурных проблем местного сообщества г.Ош.

Задачи проекта:

1. Создать для менеджеров культуры и бизнеса г. Ош Клуб Успешных Друзей на базе коммуникационной площадки арт – кафе «Браво» с целью установления партнерских взаимовыгодных отношений.

2. Провести мастер- класс «Искусство фандрайзинга» для 20 работников культуры г. Ош.

3. Организовать среди учреждений культуры конкурс мини-проектов «Яркая идея», направленных на решение социально-культурных проблем г. Ош.

Деятельность проекта **«Культура и Бизнес: формулы сотрудничества»** направлена на повышение адаптированности учреждений культуры к современным условиям, стимулирование возникновения диалога и партнерских отношений между культурой, бизнесом и НПО в решении социально-культурных проблем местного сообщества г.Ош.

Благодаря реализации проекта через создание для менеджеров культуры и бизнеса г. Ош Клуб Успешных Друзей на базе коммуникационной площадки арт-кафе «Браво» устанавливаются и укрепляются партнерские взаимовыгодные отношения и идет развитие новых моделей отношений культуры с различными секторами общества – бизнеса, властью, НПО и СМИ. А также, благодаря совместной деятельности Клуба Успешных Друзей г. Ош и Светского клуба г. Москва, устанавливаются и укрепляются международные культурные связи между Кыргызстаном и Россией

Через организацию мастер-класса «Искусство фандрайзинга» повышается профессиональная квалификация работников культуры и искусства, показывается многообразие возможностей сотрудничества организаций культуры и бизнеса, наличие множества точек соприкосновения и взаимных интересов. Возникновение совместных проектов с целью решения социально-культурных проблем местного сообщества г. Ош, повышает адаптированность учреждений культуры к современным условиям.

Представленные примеры историй успешного сотрудничества между культурой и бизнесом являются реальным источником идей и вдохновением для культурработников, вселяет в них уверенность и позволяет улучшить работу по привлечению средств и налаживанию долгосрочных взаимовыгодных отношений.

В результате реализации проекта создается база данных потенциальных и реальных партнеров сферы бизнеса и культуры г. Ош.

Главным итогом проекта является спонсорская поддержка членами Клуба Успешных Друзей наиболее креативных идей конкурса мини-проектов «Яркая идея», направленных на решение социально-культурных проблем г. Ош.

Партнерами проекта являются АО АКБ «Кыргызстан», Бител, который для развития первого тифлоцентра на юге Кыргызстана на базе нашего фонда выделил компьютер.

На первом этапе проекта состоялось маркетинговое исследование методом опроса представителей бизнеса и мастер-класс «Искусство фандрайзинга» для работников культуры, на котором они получают необходимые навыки и знания в области привлечения внебюджетных средств и узнают истории успеха сотрудничества организаций культуры с бизнесом. Примеры успешного привлечения спонсорских средств вдохновили работников культуры на первые шаги для установления связей с

представителями бизнеса и дальнейшего укрепления взаимовыгодного сотрудничества.

Давая деньги на культуру, спонсор всегда рассчитывает получить что-то взамен. В самом простом случае это реклама производимых им товаров и услуг. Более тонкий расчет – коррекция имиджа компании или бренда, которая, в конечном счете тоже способствует продвижению продуктов на рынке. Например, если компания хочет продавать товары для молодежи – ей стоит вложить средства в поддержку молодежной культуры. Если же ее цель завоевать доверие солидной публики – следует вложить средства в поддержку классики. В каждом из этих случаев можно очень прицельно донести информацию о своей компании до потенциальных покупателей, а ассоциация с конкретными культурными событиями обогатит ее имидж, причем именно таким образом, как ей это нужно. Иначе говоря, с точки зрения бизнеса, поддержка культуры – очень тонкий и точный инструмент развития и основания рынков.

Фандрайзинг - это, во-первых, переговорный процесс, позволяющий прояснить интересы каждой из сторон, а во-вторых, конкретная совместная деятельность, направленная на решение задач культуры и одновременно задач бизнеса. Успешный фандрайзинг требует готовности обеих сторон, их умения общаться между собой и понимать мотивы друг друга.

В Кыргызстане развитие фандрайзинга находится пока в самом начале, и потому как со стороны бизнеса, так и со стороны культуры навыки общения и сотрудничества только еще начинают формироваться. В основном, спонсорские отношения существуют сегодня между крупными организациями культуры и крупными корпорациями.

Вступая в партнерские отношения с бизнесом, культура резко расширяет круг своих общественных связей. В определенном смысле, спонсора можно рассматривать как очень важного потребителя, который приходит в музей, библиотеку или в театр, чтобы получить пользу, но не для себя лично, а для своего бизнеса, и готов за это платить. С другой стороны, в процессе сотрудничества культура может многому учиться у бизнеса, осваивая навыки менеджмента и иную предпринимательскую премудрость. Среди развитых форм спонсорства, есть консультирование представителями бизнеса организации культуры по финансовым и организационным вопросам, не предполагающее прямых денежных выплат ни с той, ни с другой стороны.

Точно так же и для бизнеса сотрудничество с культурой – не только эффективное средство рекламы, продолжения бренда, формирования имиджа или развлечения сотрудников и партнеров. Контакт с людьми творческих профессий может стать катализатором креативности в решении деловых проблем. Развитие конкурентоспособного бизнеса требует сегодня не только знания технологии, но также фантазии и творческого подхода. Поэтому среди разнообразных форм сотрудничества бизнеса и культуры рассматриваются и такие, которые предполагают помощь работников культуры в развитии креативности персонала компании или создании в ней

творческой атмосферы (курсы актерского мастерства для сотрудников, выставки в офисных помещениях и т.д.).

Обмен ресурсами и компетенциями между культурой и бизнесом становится результатом длительных отношений, основанных на доверии, взаимном уважении и знании потенциала каждой из сторон. Очевидно, что такое партнерство может быть только добровольным и не возникает «по сватовству» или по государственной разрядке.

Для получения денег из новых источников библиотекарям необходимо принципиально усвоить инновационные, и даже агрессивные подходы. Фандрайзинг уже не является дополнением к работе библиотекаря, сторонней, «небиблиотечной» деятельностью. И рост, и даже сохранение самых известных библиотек в их современном виде становится без активного привлечения средств невозможным. В ближайшие десятилетия привлечение внебюджетных средств обратиться в буквальном смысле в фактор, определяющий для множества библиотек водораздел между лидерами и отстающими.

К сожалению, не многие библиотекари имеют необходимую для фандрайзинга подготовку.

Развитие библиотеки - на одном из его уровней –зависит от умения объяснить обществу мысль о ценности и значении ее деятельности. Библиотекарям кажется порой, что в сравнении с другими организациями их библиотеке недостает привлекательных черт. Это неверно. Многие в нашем обществе угнетает мысль о том, что они живут в культурном вакууме, в обстановке, в которой господствует коммерческая вульгарность. Библиотека, как и искусство, обладает для многих притягательных силой. Оно позволяет нам наслаждаться знанием, интеллектуально расти.

Существует немало людей, испытывающих большую потребность в возможностях, предоставляемых библиотек.

И приступая к выполнению программы развития, сотруднику библиотеки очень важно рассматривать ее не только как хранилище информации, но и как центр образовательных и культурной деятельности.

Фандрайзинг дает специалистам уникальную возможность облагородить и расширить свои воззрения, вырваться из замков обыденности.

Он предоставляет шанс увязать в единое целое наши смелые мысли и волнующие планы, с одной стороны, и честолюбие устремления дарителя, его способность воплотить их в действительность – с другой.

Фандрайзинг требует от человека психологической гибкости, способности творчески использовать сильные стороны своей библиотеки, умения ставить перед собой, опираясь на них, четкие задачи, видеть перспективы развития и убеждать в этом как своих сотрудников, так и людей, по отношению к библиотеке внешних.

Мы пытаемся ответить на вопросы: есть ли у культуры, бизнеса и СМИ взаимные интересы, может ли культура стать инструментом решения социальных проблем, экономического развития. Мы привыкли, что сфера

культуры – своеобразная «черная дыра» любого бюджета. Такое отношение должно быть очень хорошо знакомо библиотекарям. Но сейчас уже появляются другие подходы, в рамках которых культура рассматривается как двигатель развития территории, экономического развития, и такая организация как библиотека может играть здесь одну из самых важных ролей.

Культура и бизнес может приносить взаимную пользу. И это не тот случай, когда культура просит у бизнеса деньги, а когда возникают какие-то проекты, которые можно назвать в полном смысле партнерскими.

Можно задать прямой вопрос: зачем бизнесу библиотека? Очевидный ответ – для рекламы, продвижения своей продукции. Например, какая-нибудь фирма может спонсировать открытие выставки и получить в обмен рекламу. Но это не очень частый случай. Чаше речь идет об имиджевой политике, когда бизнес не продает товар, а продвигает бренд. Дело в том, что культура ценностно маркирована, и если какой-то коммерческий бренд ставится рядом с библиотечным, то есть как бы начинает жить внутри этого библиотечного поля – эмоционально, эстетического – то на него проецируются ценностные переживания, обычно связанные с библиотекой. Этот бренд впитывает в себя какие-то такие оттенки и краски, которые никаким другим способом невозможно ему сообщить. Этот эффект, конечно, важен для коммерческих организаций определенного масштаба и в определенной стратегической перспективе. Для организаций, которые хотят в долговременной перспективе связать себя с культурными ценностями, этот механизм очень хорошо работает.

Настало время, когда и власть, и бизнес должны признать что культура является важной социальной и экономической силой, а организации культуры – принять свою социальную ответственность и начать использовать свое экономическое влияние.

Самая главная проблема будущего развития состоит в сохранении и поддержании личных контактов и связей. По этой причине рассылка почтовых обращений и аналогичное использование телефонной связи, как методы фандрайзинга, скорее всего, будут играть в дальнейшем все меньшую роль.

Кое-кто из библиотекарей говорит: «Наше дело книги, а не чековые книжки», подразумевая, что между библиотечным делом и фандрайзингом лежит непроходимая пропасть. Присоединиться к этой точке зрения, значит упустить из виду одну важнейшую истину: цель фандрайзинга не в получении очередного чека, но в укреплении связей между людьми. И в чем, собственно, состоит наша работа, как не в создании духовных связей и распространении информации? Фандрайзинг представляет собой мощный инструмент распространения информации о книгах - и множестве иных важных вещей, которыми мы занимаемся.

Дни, когда библиотекари были библиотекарями, а специалисты по привлечению средств только добывали деньги, миновали. Изменилось само определение руководителя библиотеки – теперь существенным элементом

определения стал фандрайзинг. Если библиотекарь хочет воздействовать на будущий облик своей библиотеки, ему придется заниматься привлечением средств.

Самыми успешными на этом поприще окажутся те, чья прозорливость, административные и личные способности позволяют внушать другим людям представления об уникальных особенностях и достоинствах их библиотек. Уже и сейчас понимание собственной неповторимости является одним из решающих условий успеха; в будущем оно станет еще важным.

Для того чтобы стать хорошим специалистом по привлечению средств, необходимы значительные усилия. Каждый из нас учится этому посредством проб и ошибок.

Если нам, библиотекарям, удастся стать искусными фандрайзерами, мы сможем обеспечить нашим библиотекам великолепное будущее. Одна из главных причин разработки программ развития состоит в том, что они позволяют нам четко определить, в каком направлении должны двигаться наши библиотеки, установить наши приоритеты и поведать о них другим людям. Если мы стремимся к успеху, мы должны стараться воплотить в жизнь наши представления о будущем библиотек, налаживая связи с людьми, которые помогут нам в этом.