

*А.І. ПИЛИПЕНКО*, к.т.н., доц., ЛДІКМ, Луганськ

## **ФОРМУВАННЯ КОРПОРАТИВНИХ ЗНАНЬ ПРО ПОТЕНЦІЙНИХ ДОНОРІВ СОЦІОКУЛЬТУРНИХ ПРОЕКТІВ ОРГАНІЗАЦІЙ**

Розглянуто особливості цілеспрямованого систематичного пошуку та залучення ресурсів для реалізації програм, які спрямовані на вирішення соціально значущих проблем або підтримки культурно-мистецьких організацій. Запропоновано розглядати таку діяльність як проектну, застосовувати на етапі планування проекту технології фандрейзингу. Обґрунтовано здійснення управління активами організаційного процесу проекту згідно з теорією управління знаннями.

Peculiarities of purposive systematically search and getting resources for realization programs directed to solution socially significant problems or support organizations in the field of culture and art are considered. It is proposed to regard this activity as project activity, to apply fundraising technologies at the project planning stage. Realization of the project organizational process assets management according to the knowledge management theory is grounded.

**Ключові слова:** соціокультурний проект, фандрейзинг, активи організаційного процесу, корпоративні знання.

**Вступ.** На жаль, в Україні сьогодні відбувається духовний занепад нації, втрата культурних надбань та цінностей, зникнення традицій та ідеалів [1]. Майже повністю зруйнована система сільських клубів та бібліотек, важкі часи переживають колективи творчої самодіяльності. Музеї та театри, особливо периферійні, ледве зводять кінці з кінцями. Не краще складаються справи в національному кінематографі. Фінансування культури здійснюється за «залишковим» принципом, а залишку цього буває настільки мало, що задовольняються потреби сфери всього на кілька відсотків.

Якщо багато законопроектів вноситься і приймається в економічній та соціальній сферах, приділяється чимала увага таким гуманітарним напрямам, як інформація, освіта, охорона здоров'я, галузь культури залишається законодавчо слабо забезпеченою, найменш врегульованою.

Отже, надзвичайно актуальною є проблема фінансування культури, а саме впровадження механізму багатоканального фінансування культури для активного розвитку спонсорства і меценатства.

**Постановка завдання.** Необхідно встановити правила та рекомендації для громадських організацій:

- по залученню фінансових, матеріальних та людських ресурсів для роботи неприбуткових організацій та реалізації їх проектів, які ставлять перед собою

соціально значущі цілі;

- по висвітленню потреб організації та стимулюванню визначеної діяльності організації перед тими, хто постійно сприяє цьому або може долучитися до благодійного внеску та підтримки організації.

Виявити особливості цілеспрямованого систематичного пошуку та залучення ресурсів для реалізації програм, які спрямовані на вирішення соціально значущих (культурних) проблем або підтримки культурно-мистецьких організацій.

**Методологія.** Загальні засади благодійництва, правове забезпечення відносин у суспільстві, спрямованих на розвиток благодійної діяльності регулюються Законом України Про благодійництво та благодійні організації [2]. В останніх дослідження встановлено потребу в методологічних і методичних рішеннях по формуванню і ефективному функціонуванню системи управління галузями культури на основі дій і заходів різної спрямованості, раціональної взаємодії елементів системи регулювання об'єктами культури [3]. Вироблення правових, організаційних, економічних, фінансові регуляторів, здатних запобігти несприятливим економічним і соціальним тенденціям, формування ефективного господарського механізму управління галузями культури в Україні вимагають свого рішення.

**Результати дослідження.** Специфіка діяльності у галузі культури і мистецтва така, що вся діяльність базується на проектній основі [4]. Одним з найефективніших інструментів пошуку та залучення ресурсів для реалізації проектів є *фандрейзинг*.

*Фандрайзинг є комплексною системою заходів, що забезпечують пошук фінансових та матеріальних засобів, необхідних для реалізації некомерційних проектів* [5].

Фішер Хоу – американський спеціаліст з питань фандрейзингу виявив п'ять принципів фандрейзингу [6]:

1) *фактор Вашої організації*: хто залучений до реалізації проекту і хто просить гроші. Працюйте над іміджем організації в цілому і окремих її працівників;

2) люди дають кошти тому, що мають бажання це робити – благодійна діяльність приносить їм задоволення;

3) люди дають гроші на фінансування лише тоді, коли до них звертаються з проханням про це;

4) люди дають кошти на фінансування можливостей, а не потреб;

5) люди дають кошти на успіх, а не на виживання.

Першочергові завдання фандрейзингу – продумати такі питання:

- З якою метою здійснюється прохання про допомогу? Які цілі і підстави очікуваного фінансування?
- Аналіз потенційних донорів, визначення розміру допомоги.
- Внутрішня стратегія: організація співробітників.

Перш ніж звертатися за допомогою, необхідно чітко і прямо, відповідно до стратегії організації, відповісти на такі питання: якою є мета вашої організації, її місія; на яку аудиторію ви спрямовані; які пріоритети організації та плани на майбутнє; чи отримує ваша аудиторія подібні послуги від будь-якої іншої організації; яку важливу потребу або потреби ви плануєте задовольнити; яку проблему ви плануєте вирішити; наскільки імовірний feed-back – реагування на ці потреби – з боку широкої громадськості, зацікавлених сторін та донорів?

SWOT-аналіз (аналіз сильних і слабких сторін організації) дозволить конкретизувати, виявити реальні можливості організації. Під час формулювання завдань соціокультурного проекту рекомендується користуватися критеріями SMART.

Можна виділити наступні типи джерел фінансування проектів галузі культури – потенційних фінансових партнерів продюсера:

- інвестори;
- кредитори;
- клієнти:

а) опосередковані споживачі товарів і послуг на ринках шоу-бізнесу (партнерство з рекламним і модельним бізнесом, спортом, мас-медіями, політиками, виробниками товарів масового споживання тощо);

б) замовники – планові корпоративні споживачі;

в) кінцеві та роздрібні споживачі товарів або послуг;

- донори – фінансові партнери неприбуткових проектів, які не зацікавлені в отриманні прямої матеріальної вигоди.

В підготовці і проведенні соціокультурного проекту велике значення мають партнери і спонсори, без яких успішне проведення заходу неможливе. Для їх пошуку в спеціалізованій літературі про підготовку і організацію спеціальних заходів (event-менеджмент) описується технологія «гарячого списку» [7]. Це означає, що людина, що має записник із списком телефонів друзів, в 20-100 разів опереджає за швидкістю і ефективністю людей, що працюють за загальними принципами маркетингу. «Гарячий список» (назва може варіюватися) є базою даних, списком контактів, що напрацьовано за час організації і проведення подій, заснований на особистому досвіді роботи з

донорами, спонсорами, підрядчиками і замовниками. Це також, наприклад, представники звукового, світлового цехів, декоративних майстерень; власники транспортних засобів; представники влади і їх дозвільної системи – пожежники, МНС, міліція, СЕС; клінінгова служба; театральні і естрадні колективи, зірки естради; фінансисти, некомерційні організації, регіональні і місцеві; адміністратори концертних залів і ресторанів.

В управлінні проектами роль «гарячого списку» виконують активи організаційного проекту. Це будь-які активи, що відносяться до процесу, у всіх організаціях, що беруть участь у проекті, які впливають або можуть впливати на успіх проекту. Ці активи включають формальні і неформальні плани, стратегії, процедури і керівництво. Також вони включають бази знань організацій, такі як бази накопичених знань і історичної інформації [8].

Активи організаційного процесу, є як входами, так і виходами з груп процесів проекту. А також є зовнішніми процесами для процесів ініціації нових проектів (рис. 1). Позначення, що застосовуються на рисунку 1, введені згідно з Керівництвом РМВОК [8, С. 41].

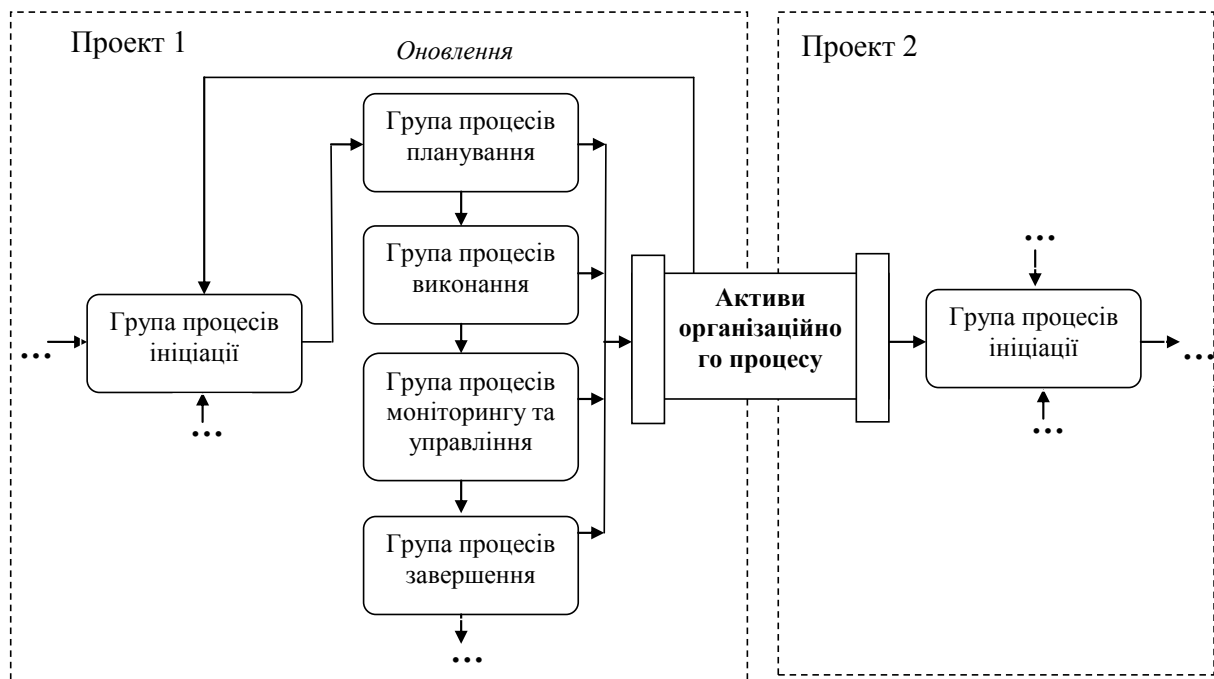


Рис. 1 – Взаємодія між групами процесів в проектах

Особливості управління активами організаційного процесу, включаючи архівацію знань в проекті і про проект, тісно пов'язані з проблемою управління знаннями [9]. При управлінні проектами основною метою є оптимальне використання ресурсів для успішної реалізації проекту. Для цього на початковому етапі нерідко проводяться процедури бенчмаркінга (benchmarking) і аналізу успішних проектів (best practice) в аналогічних сферах. Це дозволяє заощадити ресурси і мінімізувати глобальні ризики проекту. При процедурі

локалізації відібраних успішних проектів використовуються такі інструменти як трансфер технологій і трансфер знань. У [10] пропонується також метод трансферної технології на основі генетичних властивостей проектів.

**Висновки.** Отже, для цілеспрямованого систематичного пошуку та залучення ресурсів для вирішення соціально значущих (культурних) проблем або підтримки культурно-мистецьких організацій необхідно, по-перше, розглядати таку діяльність як проектну. По-друге, активно застосовувати на етапі планування проекту методи та інструменти фандрейзингу. І, по-третє, управління активами організаційного процесу проекту, які мають зворотній зв'язок з наявним проектом і прямий з наступним, потрібно здійснювати згідно з теорією управління знаннями. Останнє положення має бути розвинуто у подальших дослідженнях для розвитку загальної теорії управління знаннями в управлінні проектами.

**Список літератури:** 1. Пояснювальна записка до проекту Кодексу законів України про культуру. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.rada.gov.ua:8080/pls/zweb\\_n/webproc34?id=&pf3511=15098&pf35401=35468](http://www.rada.gov.ua:8080/pls/zweb_n/webproc34?id=&pf3511=15098&pf35401=35468). 2. Закон України Про благодійництво та благодійні організації (Відомості Верховної Ради (ВВР), 1997, №46, ст. 292) (Із змінами, внесеними згідно із Законом № 3091-III (3091-14) від 07.03.2002, ВВР, 2002, №32, ст. 220). [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=531%2F97-%E2%F0&myid=4/UMfPEGznhhlaE.ZizlVSzAHl4U2s80msh8le6>. 3. Дымникова А.И. Управление некоммерческими организациями культуры в рыночной экономике / А.И. Дымникова. Дис. ... д-ра экон. наук : 08.00.05 : СПб., 2001 337 с. 4. Пилипенко А.І. Забезпечення культурно-мистецьких проектів: особливості та проблемні питання/ А.І. Пилипенко. Управління проектами та розвиток виробництва: Зб.наук.пр. – Луганськ: вид-во СНУ ім. В.Даля, 2009. – № 3(31). – С. 115-120. 5. Шнирков О.І., Мінгазутдінов І.О. Фандрайзинг: основні особливості та форми: Методичний посібник / О.І. Шнирков., І.О. Мінгазутдінов. – К: Інноваційний центр з міжнародних освітніх програм «ІНКОС», 2000. – 17с. 7. Фишер Хоу Попечители и фандрейзинг: перед лицом суровой правды / Хоу Фишер. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.ngosnews.ru/docs/nwcdc/library/08\\_fundr/trst\\_fr.doc](http://www.ngosnews.ru/docs/nwcdc/library/08_fundr/trst_fr.doc) 8. Герасимов С. В. Менеджмент специальных событий в сфере культуры: Учебное пособие / С.В. Герасимов, Г.Л. Тульчинский, Т.Е. Лохина. СПб.: Издательство «Лань»; Издательство «ПЛАНЕТА МУЗЫКИ», 2009. – 384с. 9. Руководство к Своду знаний по управлению проектами (Руководство РМВОК®): Третье издание. – Project Management Institute, Four Campus Boulevard, Newtown Square, PA 19073-3299 USA / США, 2004. 10. Рач В.А. Проблемы управления знаниями в управлении проектами / В.А. Рач. Тези доповідей міжнародної конференції тема: Управління проектами в умовах глобалізації знань // Відповідальний за випуск С.Д.Бушуєв, - К.:КНУБА, 2007. – С. 127-129. 11. Бабаев И.А. Трансфер знаний в управлении проектами на основе их генетических свойств / И.А. Бабаев, Э.М. Ахундов. Тези доповідей міжнародної конференції тема: Управління проектами в умовах глобалізації знань // Відповідальний за випуск С.Д.Бушуєв, - К.:КНУБА, 2007. – С. 14-17.

Подано до редакції 03.03.2010