

The background of the slide is filled with various colorful, rounded rectangular shapes in shades of red, orange, yellow, green, blue, and purple. Some shapes are solid, while others have thin white lines or patterns inside them. The shapes are scattered across the page, creating a vibrant and modern aesthetic.

ФАНДРАЙЗИНГ

для молодых инициативных групп
и организаций ЛГБТ

ОПРЕДЕЛЕНИЕ ФАНДРАЙЗИНГА

Fundraising

/'fʌnd, reɪzɪŋ/

FUND

фонды, средства,
ресурсы

+

RAISING

поднимать,
взрачивать

Fund

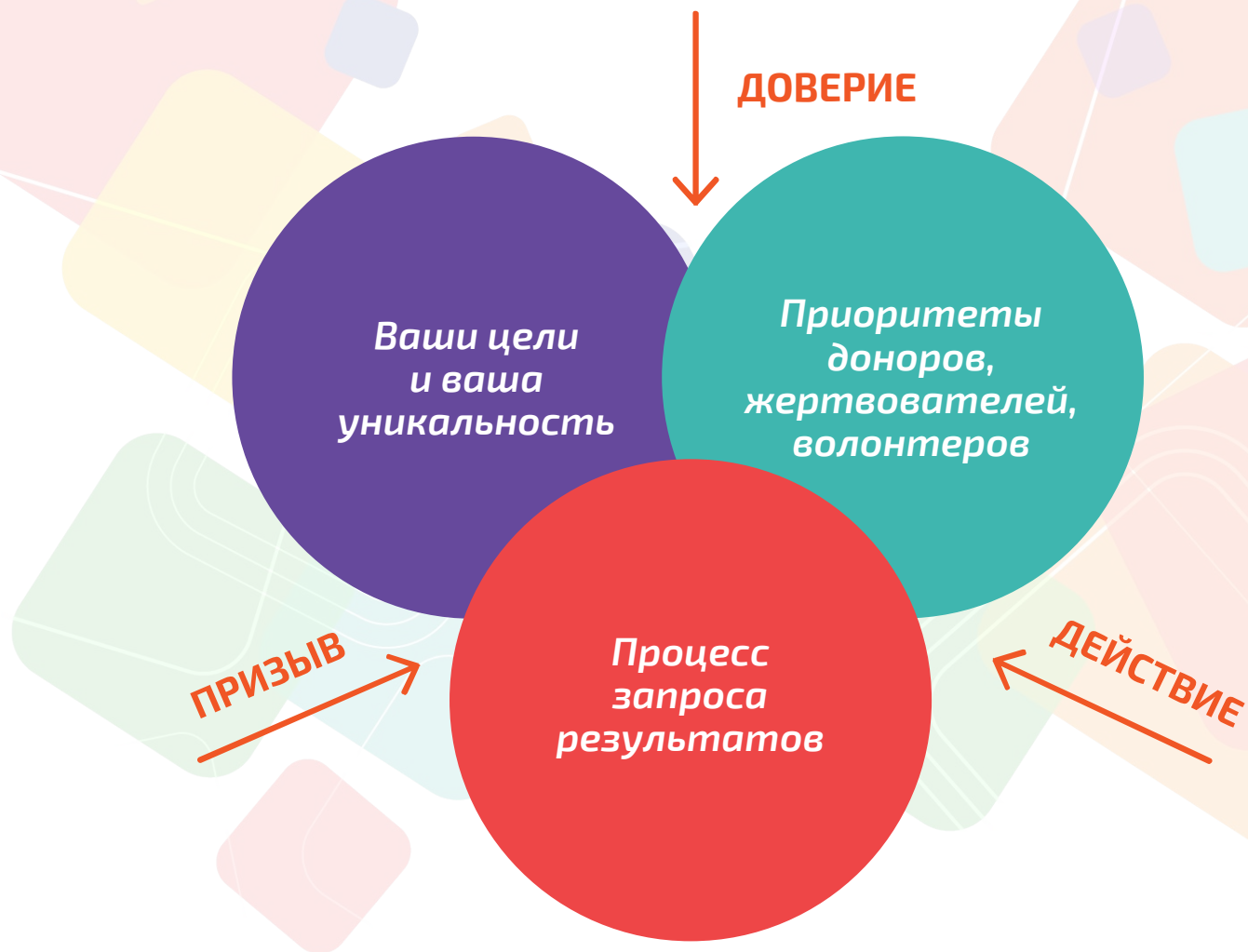
Friend

Freedom

Fun

raising

УСПЕХ В ПРИВЛЕЧЕНИИ РЕСУРСОВ



ВИДЫ РЕСУРСОВ, КОТОРЫЕ МОГУТ ПОЛУЧИТЬ ОРГАНИЗАЦИИ



Фонды



Гранты



Корпорации (бизнес)



Пожертвования



Социальное спонсорство



Безвозмездная «аренда» рабочего времени сотрудников или предоставление бесплатных консультаций в рамках сервиса фирмы



Натуральный вклад (in-kind)



Синхронное пожертвование (matched)



Добровольчество

ВИДЫ РЕСУРСОВ, КОТОРЫЕ МОГУТ ПОЛУЧИТЬ ОРГАНИЗАЦИИ



Государственные органы



Гранты



Контракты



Материальная поддержка



Неприбыльные организации



Партнерство



Ваша организация



Членские взносы



Продажа услуг и товаров



Социальное предпринимательство

ВИДЫ РЕСУРСОВ, КОТОРЫЕ МОГУТ ПОЛУЧИТЬ ОРГАНИЗАЦИИ



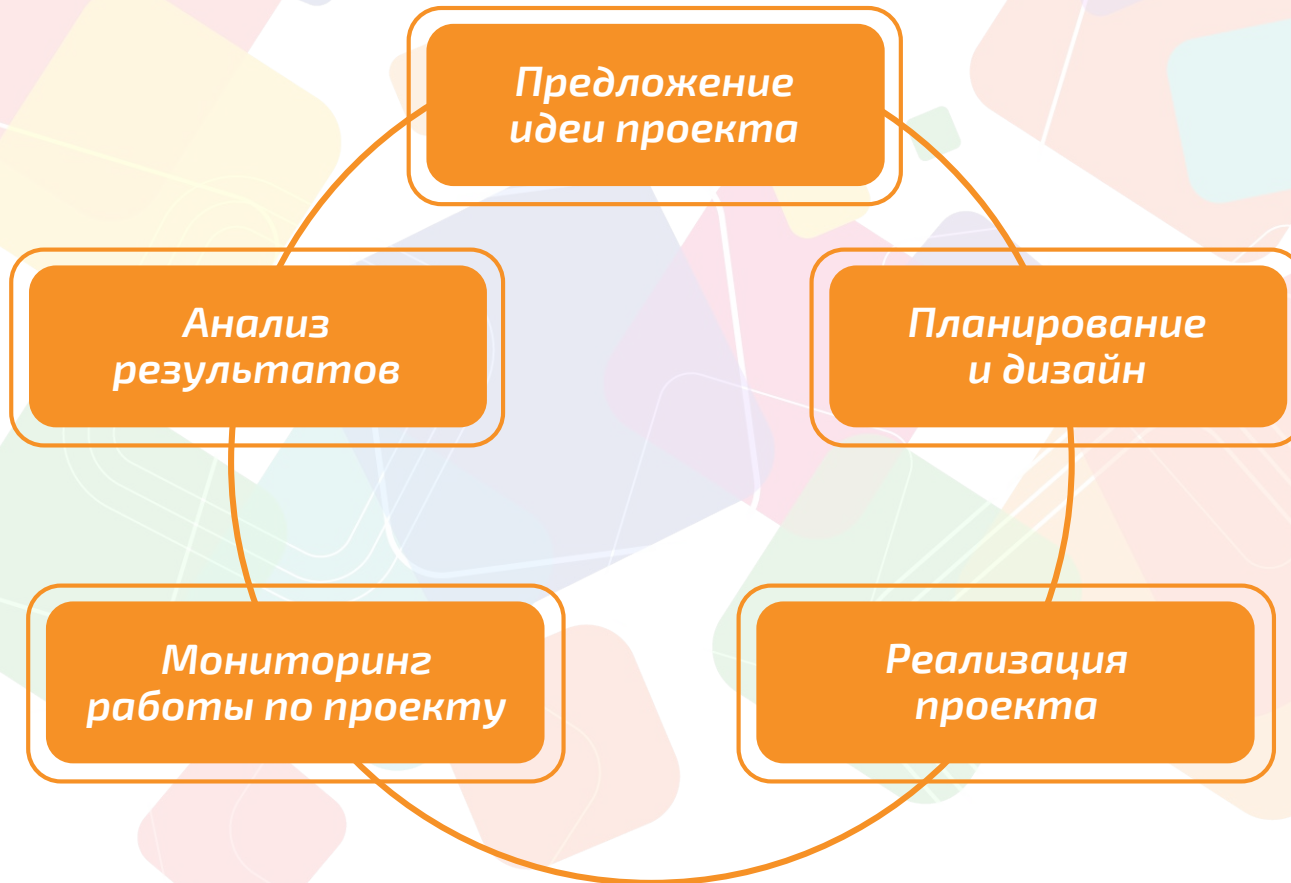
Частные доноры

- Одноразовые мелкие пожертвования
- Постоянные пожертвования
- Крупные пожертвования
- Имущество
- Покупка
- Пожертвование на мероприятия
- Волонтерство

ПРЕИМУЩЕСТВА И НЕДОСТАТКИ РАЗЛИЧНЫХ ИСТОЧНИКОВ ФИНАНСИРОВАНИЯ

Источник	Преимущества	Недостатки
<i>Гранты от фондов или международной технической помощи</i>	Стараются финансировать инновационные проекты, поэтому поддерживают начинающие организации. Предоставляют средства на администрирование	Ограничены своими политиками и процедурами. Имеют четкую стратегию. Если вы не соответствуете стратегии и процедурам, вас не поддержат
<i>Правительство</i>	Поддерживает или огромные многолетние проекты или отдельные небольшие проекты. Часто «сковано» политической волей, которая направлена на популистические вопросы. Редко поддерживает «сложные» темы	Требует подробных отчетов. Ограничения в финансировании отдельных статей бюджета
<i>Бизнес</i>	Стараются поддерживать проекты, общественная польза которых наиболее видима или инициативы в рамках своей маркетинговой стратегии	В обмен хотят много рекламы, часто за то, что профинансируют небольшой участок деятельности
<i>Частные лица</i>	Пожертвования не «привязаны» к какому-то виду деятельности или расходов. Могут стать постоянным источником финансирования, если доноров постоянно приглашать делать пожертвования	Создание базы доноров, которые жертвуют многократно, является длительным процессом и требует постоянной коммуникации
<i>Самофинансирование</i>	Свободный от пожелания дающего источник дохода, независимость	Риск, требует иных профессиональных качеств, может вызвать конфликт в организации, если не будет прозрачности и понятности

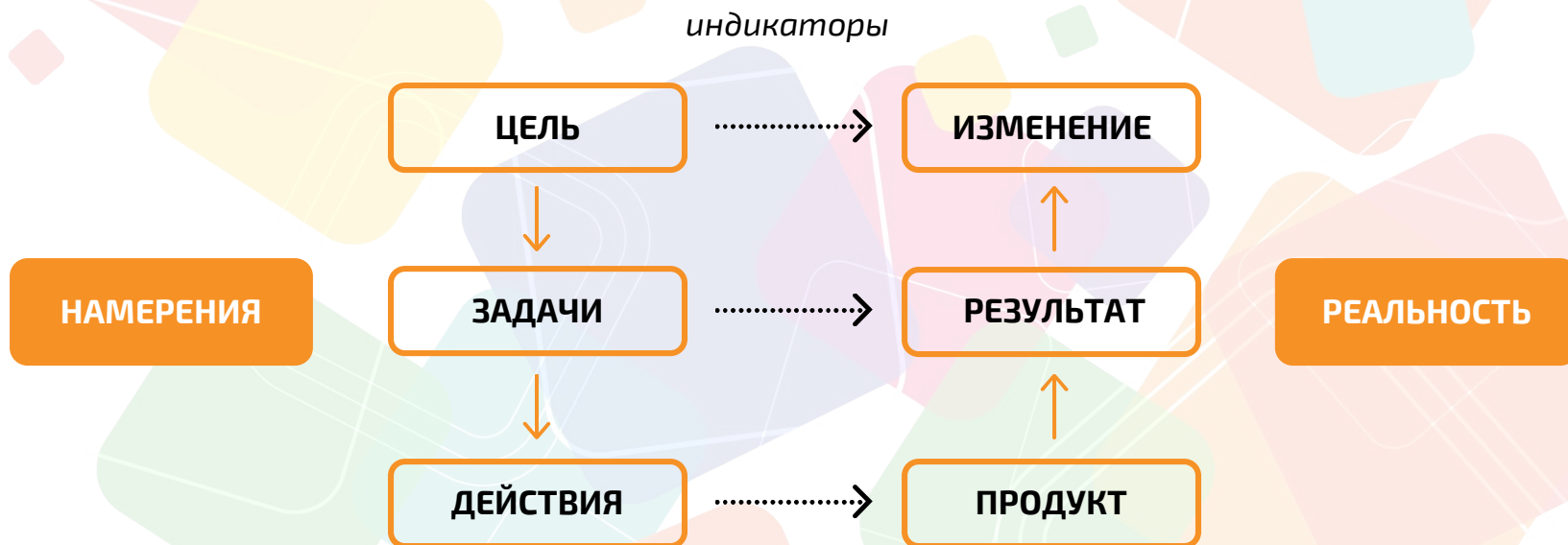
ПРОЕКТ. ЦИКЛ ПРОЕКТА



СТРУКТУРА ПРОЕКТА

- Проблема/потребность.
- Целевая группа — те, кто непосредственно будет привлечен к проекту, и бенефициары, то есть те, чья жизнь улучшится в результате проекта.
- Цель проекта — это описание того, какие изменения мы хотим произвести в обществе (или сообществе), чтобы улучшить жизнь нашей целевой группы.
- Задачи описывают действия, которые нужно совершить, чтобы достичь цели проекта. Конкретность задачи подтверждается описанием ожидаемого результата ее выполнения.
- Методы работы.
- Конкретные шаги (вместе с расходами). Для решения задач, получения результатов, необходимо выполнить какие-либо конкретные действия, или проводить деятельность, итогом которой станет определенный продукт.
- Бюджет проекта — это план получения и использования финансовых ресурсов в течение проекта.
- Продукты (что производит проект?) Продукты должны быть очень конкретными, измеримыми и уникальными (то есть, произведенными именно вами).
- Результаты (что получают бенефициары от использования продуктов проекта?).
- Влияние (как изменится общая ситуация, если бенефициары будут пользоваться продуктами проекта?).
- Мониторинг и оценка.

СООТНОШЕНИЕ ЭЛЕМЕНТОВ ПРОЕКТА



ОСНОВНЫЕ БЮДЖЕТНЫЕ КАТЕГОРИИ



Оплата труда персонала:

- оплата труда персонала на время работы проекта.
- оплата труда консультантов и прочих специалистов.
- социальное (медицинское) страхование, прочие обязательные платежи.



Прямые расходы:

- копирование/печать материалов
- покупка/аренда оборудования.
- транспортные расходы.
- прочие прямые расходы, например, аренда помещения на проведение встреч, тренинга.



Непрямые расходы (прямо не связанные с реализацией проекта, но без которых проект может и не состояться).

- административные расходы (телефон, факс, аренда офиса, почтовые услуги).

ЗАЯВКА НА ГРАНТ

Структура заявки на грант (у разных доноров и фондов формы заявок могут отличаться, но там всегда есть эти разделы):

- ✓ **Контактная информация**
- ✓ **Краткая аннотация проекта**
- ✓ **Описание проекта:**
 - Целевая группа и ее проблема
 - Цели, задачи, мероприятия
 - Результаты и влияние
 - Методика
 - Мониторинг и оценка
- ✓ **Описание организации**
- ✓ **Бюджет**
- ✓ **Дополнительная информация:**
 - История существования организации, структура управления и структура организации в целом, квалификация персонала, цели, предыдущие достижения, юридический статус

КРАУДФАНДИНГ – ЧТО ЭТО?

- прямая рассылка просьб о пожертвовании через почту, СМС, электронную почту или соцсети, телевиденье и другие СМИ,
- банер и кнопка для сбора пожертвований на собственном интернет-сайте организации,
- копилки, или ящики, куда люди могут бросить деньги,
- лицом к лицу: сборы на улицах, в домах и учреждениях, когда представители организации обращаются к незнакомым людям и приглашают принять участие в благотворительной программе,
- распространение буклетов, других видов печатной продукции, которая содержит призыв пожертвовать,
- уличная реклама: лайт-боксы, баннеры, биг-борды, и другие известные способы рекламирования,
- фандрайзинговые игры и мероприятия (онлайн и офлайн), например, марафоны, гонки, лотереи. Очень популярны флеш-мобы, например, «challenge»/ «на слабо!» (eng). Наиболее известные примеры – Ice Bucket Challenge (Обливание ведром ледяной воды), «Отрасти усы», «Безумное чаепитие»,
- сборы через специализированные интернет-платформы.

УСПЕХ КРАУДФАНДИНГА

- 1** Планирование кампании краудфандинга.
- 2** Определение темы: выберите тему, которая хорошо отражает вашу миссию, видение и основные цели. Тема должна быть современной, запоминающейся и привлекательной для доноров.
- 3** Структуризация и использование вашей сети единомышленников: разбейте их на группы и распределите нагрузку.
- 4** Работа по коммуникации. Подготовьте целевые коммуникационные материалы для каждой группы потенциальных жертвователей. Определите временные рамки использования этих материалов и то, как вы будете их распространять.
- 5** Запуск кампании и максимальная нагрузка: убедитесь, что вы используете все доступные вам коммуникационные каналы.
- 6** После кампании проведите ее анализ.

КРАУДФАНДИНГОВЫЕ ПЛАТФОРМЫ В ИНТЕРНЕТ

Краудфандинговая платформа представляет собой специализированный сайт, где можно разместить информацию о своем проекте и просьбу поддержать проект. Платформа имеет собственную систему рассылок, с помощью которых информирует большое число людей о том, что тот или иной проект ищет поддержку. Желающие поддержать проект люди и организации могут прямо там же, на странице платформы, передать деньги для интересного им проекта через систему онлайн платежей.



GoFundMe (<https://www.gofundme.com/>)



Pinkstart (<http://www.pinkstart.me/>)

СОСТАВЛЯЮЩИЕ ОБРАЩЕНИЯ ЗА ПОДДЕРЖКОЙ В КРАУДФАНДИНГЕ

- Проблема
- Наши убеждения
- Видение
- Кто мы
- Почему мы особенные
- Как донор связан с нами/
проблемой/делом
- Как мы решим проблему
вместе
- Что было сделано ранее
- Зачем нужна поддержка
и ее объем
- Как нас поддержать

Проблема — расскажите о проблеме

Срочность проблемы — подчеркните, что ваша проблема является действительно неотлагательной.

Решение — четко скажите, как вы будете решать проблему

Реалистичность решения — подчеркните, что именно ваше решение является самым быстрым, дешевым или уникальным

Механизм — обязательно скажите, как вас поддержать, чтобы вместе решить проблему.

ГОСУДАРСТВЕННОЕ ФИНАНСИРОВАНИЕ



Виды государственной и муниципальной поддержки

- Гранты
- Контракты
- Материальные активы
- Интеллектуальная и экспертная поддержка



Ваши преимущества

- Доступ к «закрытым» группам
- Уникальные навыки и экспертные знания

ОТВЕТСТВЕННОСТЬ ЗА ПОЛУЧЕННЫЕ СРЕДСТВА

Пять принципов этичного фандрайзинга

- 1** Не брать деньги от людей и организаций, в честности и намерениях которых вы сомневаетесь. Это называется принципом приемлемости пожертвований.
- 2** Следовать принципу «не навреди». Если вы причиняете кому-то ущерб или страдание с помощью денег жертвователя, вы делаете жертвователя невольным соучастником этого.
- 3** Стараться выполнить свои обещания, под которые вам дали деньги.
- 4** Нужды жертвователей и доноров должны учитываться с тем же вниманием, что и нужды ваших клиентов и подопечных.
- 5** Быть прозрачными и эффективными в управлении финансами.

ВОЛОНТЕРЫ КАК РЕСУРС

Элементы программы привлечения волонтеров

- ? Есть ли в вашей организации, в ваших проектах интересная работа, для выполнения которой у вас нет средств?
- ? Есть ли в вашей организации, проектах, работа, результаты которой будут важны для многих людей?
- ? Люди с какими навыками и на какое время вам нужны для выполнения первой и второй работы?
- ? Где можно найти людей с нужной вам квалификацией?
- ? Что, кроме денег и интереса к теме работы, может способствовать тому, чтобы они помогли вам?
- ? Сколько денег и времени может понадобиться для выполнения условий, необходимых для привлечения нужных волонтеров?
- ? Сколько времени может понадобиться для того, чтобы находить волонтеров и поддерживать с ними общение?
- ? Кто в организации может (то есть должен и имеет навыки или желание) этим заниматься?
- ? Что вы будете делать, если не найдете волонтеров, или если они не справятся с работой?

РАЗВИТИЕ ДОЛГОВРЕМЕННЫХ ОТНОШЕНИЙ С ДОНОРАМИ

- ✓ Всегда говорите «спасибо!».
- ✓ Постоянно информируйте их о ваших успехах и отчитывайтесь за каждый пожертвованный доллар, лар и тенге и гривну. Рассказывайте о своих достижениях и жизненных историях успеха тех, кому вы помогли с помощью ваших жертвователей. Людям приятно знать, что вы растете благодаря им.
- ✓ Спрашивайте у них совета. Во-первых, у них могут быть хорошие идеи. Во-вторых, людям нравится, когда их мнение что-то значит для вас.
- ✓ Встречайтесь с ними и узнавайте их. Ваши жертвователи – люди. Они, как и вы, нуждаются в человечности и теплоте отношений. Интересуйтесь, почему они заинтересованы в вашей деятельности.
- ✓ Пригласите их посмотреть на вашу работу и встретиться с теми, кому вы помогаете благодаря их пожертвованиям. Это отличный способ увеличить их поддержку вашей работе.
- ✓ Будьте честны. Делайте точно то, что пообещали. Но если вы вдруг обнаружите, что не можете этого сделать, расскажите, почему так случилось, попросите их разрешения потратить деньги на что-нибудь другое.
- ✓ Будьте настойчивы. Если кто-то отказал вам, придите еще раз. Не сдавайтесь сразу, как только вам скажут НЕТ. Подумайте, что следует сделать в следующий раз, чтобы вам ответили ДА.

ЛИЧНЫЕ КАЧЕСТВА ФАНДРАЙЗЕРА

- ★ Являетесь ли вы сами благотворителем
- ★ Ваша креативность
- ★ Насколько вы вдохновлены
- ★ Умеете ли вы сопереживать
- ★ Готовность к инновациям
- ★ Ваша страстность
- ★ Уровень знаний
- ★ Целостность и честность
- ★ Важность амбициозности
- ★ Уровень любопытства

**СПАСИБО
ЗА ВНИМАНИЕ**

