|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| ЦП Цветной оли | ВСЕРОССИЙСКОЕ ОРДЕНА ТРУДОВОГО КРАСНОГО  ЗНАМЕНИ ОБЩЕСТВО СЛЕПЫХ КУЛЬТУРНО-СПОРТИВНЫЙ РЕАБИЛИТАЦИОННЫЙ КОМПЛЕКС |  |

*ОРГАНИЗАЦИОННО – МЕТОДИЧЕСКИЙ ОТДЕЛ*

**АЗБУКА ФАНДРАЙЗЕРА:**

**КАК ПРИВЛЕЧЬ СРЕДСТВА**

**В ПРОЕКТ**

Москва

2014

С самого начала важно понимать, что привлечение финансовых ресур­сов — это не цель, а средство достижения общественно значимой цели, в чем бы она ни заключалась. Хочу отметить несколько важных момен­тов, которые должен знать каждый, кто решил реализовать социокуль­турный проект.

Для того чтобы достичь поставленной цели и получить качественный  
результат, необходимо позаботиться о материально-техническом и кадровом обеспечении проекта, то есть располагать необходимой ресурсной базой.

Без чего не сможет существовать про­ект? Самым важным ресурсом - как проекта, так и любой некоммерческой орга­низации - являются люди. Люди — это рабочие руки, идеи, знания и навыки, лич­ные и профессиональные связи и деньги (членские взносы и частные пожерт­вования). Говоря о поиске финансовых средств для реализации проекта, необ­ходимо думать, в первую очередь, о тех, кто принимает решение предоставлять или не предоставлять финансовые сред­ства. Какое решение будет принято в ито­ге, зависит от массы объективных и субъективных **обстоятельств**, и задача фан­драйзера — правильно использовать эти обстоятельства в своих интересах.

Но прежде чем обратиться за помо­щью, необходимо определиться, чего вы хотите (необходимые ресурсы), сколь­ко и, самое главное, зачем. На что будут потрачены те деньги, которые дадут лю­ди? Важной составляющей успеха явля­ется правильно составленное проектное предложение, включающее в себя мак­симально полную информацию о проек­те. Тщательно описывайте проблематику, цели и задачи, целевую группу. Опишите подробно ожидаемые результаты и мето­дику оценки эффективности вашего про­екта, его устойчивость. Особое внимание уделите бюджету: обоснуйте каждую ста­тью бюджета, приложите расчеты.

Чем больше озвученная сумма, тем более подробного ответа на вопрос «зачем?» ждет потенциальный спонсор, по­скольку объем запрошенных средств должен быть сопоставим с объемом пла­нируемых работ и ожидаемым результа­том. Таким образом, перед тем как пла­нировать фандрайзинговую стратегию, необходимо проанализировать потреб­ности для реализации проекта.

Процесс фандрайзинга должен быть непрерывным и идти по следующему сценарию: оценка потребностей — выбор потенциальных источников — про ведение мероприятий по привлечению ресурсов — оценка результатов — и вновь оценка потребностей.

Каковы же основные инструменты фандрайзинга? У каждого профессионального фандрайзера существует свой набор инструментов по привлечению ресурсов, который нарабатывается путем проб и ошибок. Я кратко расскажу о некоторых инструментах.

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

1 Фандрайзинг — деятельность по поиску и сбору средств на осуществление разнообразных проектов и программ.

1. Письма спонсорам

Базовый инструмент фандрайзера. В каждом случае варианты использования письма подбираются специально. Тексту письма уделяется максимальное внимание. Текст должен быть тщательно проработан. Письмо может содержать особые формулировки проблематики, положительные отзывы о потенциальном спонсоре, фирменный бланк, привлекающий внимание к вашей организации и т.п. Главная функция письма — побудить человека выйти на личную встречу, где все будет зависеть от вас.

1. Совместные проекты

Письмо — предложение партнерства требует более тщательной проработки, точных финансовых расчетов и обоснований, указаний на выгоды сторон, обоснования актуальности и устойчивости проекта.

3. Участие в конкурсах грантов

Самый весомый инструмент фандрайзера — заявка на грант. Грант — это финансовые средства, передаваемые грантодателем некоммерческой организации или частному лицу для реализа­ции конкретной деятельности. Полученные средства не надо возвращать, но за них обязательно нужно будет отчитаться. Алгоритм действий:

— поиск первичной информации о проводимых конкурсах;

— анализ первичной информации, в частности, Положения о проводимом конкурсе и конкурсной документации; сопоставление первичной информации с имеющимися проектными идеями и наработками;

— организация работы проектной группы;

— оформление и подача заявки в со­ответствии с требованиями Положения о конкурсе; постоянное взаимодействие с грантодателем.

1. Бюджетные деньги

Получить деньги из бюджета можно, приняв участие в конкурсах грантовых конкурсах, организованных субсидий и органами муниципальной власти. Субсидия может предоставляться как на возмещение затрат (за оплату помещения, выполнение работ или услуг), так и на реализацию конкретных проектов. Данные средства не надо возвращать, и за них обязательно нужно будет отчитаться. Если организация действует в рамках муниципальных и государственных целевых программ, она также может рассчитывать на бюджетные средства.

1. Статья в печатных и электронных СМИ, публикации в соцсетях

Этот инструмент максимально эффективен в случае возникновения срочных задач. Благодаря этому инструменту можно собрать деньги на помощь конкретно­му ребенку, обеспечить проведение мероприятия в рамках социального проек­та. Важно продумать текст (он не должен нести негативный оттенок) и название, которое заставит прочитать материал.

1. Ящики для пожертвований

Могут быть установлены стационарно в различных общественных местах (магазинах, банках и т.п.) или могут быть переносными и использоваться во время различных мероприятий. Этот инструмент сам по себе малоэффективен. Ящик должен быть не просто размещен. Необходимо проводить «агитационную» работу среди населения (социальные сети, интернет-сообщества и т.п.), объясняя, на что и для кого собираются средства.

1. Разовые акции прямого сбора пожертвований

Для прямых акций характерными являются непосредственный контакт с целевой аудиторией, ее вовлечение в решение проблемы. Это ярмарки (покупки, пожертвования), фестивали (взносы за участие, пожертвования зрителей), выставки (плата за вход, аукцион, пожертвования) и т.п. Это должно быть яркое мероприятие. Прямые акции привлекают внимание СМИ.

8. Членские взносы

Членские взносы, порядок регулярных поступлений от учредителей (членов, участников) определяется учредительными документами некоммерческой организации. Членские взносы могут быть единовременными (при вступлении в организацию) и постоянными (ре­гулярными): годовыми, месячными и т.д.

Если же некоммерческая организация не имеет членства, вы можете собрать взносы от участников социального - проекта в форме благотворительного взноса.

Поиск средств — дело сложное и долгое. Его необходимо планировать заранее. Быстрых результатов или готовых ответов не бывает. Обдумывайте и планируйте все заранее. Будьте активны в поисках финансирования.

Принципы успеха:

* предусмотрительность — не делайте ставку только на один источник -(власть, фонды, бизнес и т.п.);
* конкретность — просите деньги на решение конкретной проблемы;
* прозрачность — спонсор должен понимать, как работают вложенные деньги;
* ответственность — выполняйте обещания и не обещайте того, чего не можете сделать;
* рациональность — просите реальную сумму, не завышайте бюджет;
* оперативность — подавайте заявки на конкурсы грантов вовремя;
* реалистичность — не ждите слишком многого и не просите слишком мало, иначе вам придется выполнять обязательства в ущерб себе.

**Автор статьи:**

АНАСТАСИЯ КРОТЕНКО,

независимый фандрайзер,

(перепечатка из журнала «Дом Культуры». – 2014. - № 4).