

«ФАНДРАЙЗИНГ В СОЦИАЛЬНОЙ РАБОТЕ»

МАСТЕР-КЛАСС

*для студентов магистратуры Института социальной политики
НИУ «Высшая школа экономики»*



Павел Аксенов, президент Фонда
Ирина Зарубина, специалист по коммуникации Фонда

Zoom, 27 февраля 2021 г., 13.00-16.00

Программа мастер-класса

1. Представление Фонда, знакомство с аудиторией
2. Понятие и философия фандрайзинга. Что необходимо для успешного фандрайзинга?
3. Виды источников финансирования и основные способы привлечения средств
4. Принципы работы с фондами и грантодающими организациями. Как подготовить и подать успешную заявку?
5. Фандрайзинговая кампания: ее компоненты и планирование
6. Дискуссия

Часть 1. Знакомство



Основатели Фонда (2003 г.)

**Врач-анестезиолог Ксавье Эммануэлли -
основатель САМЮ Сосьяль в Париже и
соучредитель организации «Врачи без границ».**

Он также был госсекретарем по помощи в чрезвычайных
ситуациях и председателем Высокого комитета по
вопросам жилья для малообеспеченных.



**Леонид Михайлович Рошаль,
российский педиатр и хирург,
общественный деятель. Президент
НИИ неотложной детской хирургии и
травматологии, Президент
Национальной медицинской палаты.**

Доктор медицинских наук, профессор.

Часть 1. Знакомство

Знакомство с Фондом

- ▶ SAMU (Service d'Aide Mobile d'Urgence): «передвижная служба неотложной медицинской помощи»; social: «социальная».
- ▶ Фонд создан в 2003 году в Москве по инициативе д-ра Ксавье Эммануэлли и д-ра Леонида Михайловича Рошала
- ▶ Фонд – часть глобальной семьи «САМЮ сосьяль Итернасьональ», работающей в 15 странах
- ▶ Миссия: защита здоровья и социальная поддержка бездомных людей
- ▶ Основной подход: аутрич работа + индивидуальное сопровождение
- ▶ Принципы: неосуждение, уважение личного пространства, ориентированность на текущие потребности человека

Часть 1. Знакомство

Основные направления и алгоритмы работы

- **Мобильная (выездная) низкопороговая помощь** бездомным людям в местах их пребывания (доврачебная помощь и медицинские консультации, раздача простых лекарств и средств гигиены, социальная помощь, содействие при обращении в государственные учреждения медико-социальной помощи);
- **Консультации** по социальным вопросам, психологическая и доврачебная помощь бездомным, находящимся в филиалах Центра социальной адаптации им. Е.П. Глинки;
- **Обучение, обмен опытом и повышение информированности** о проблемах бездомности и социальной исключенности.



Часть 2.

Понятие и философия фандрайзинга.
Что необходимо для успешного фандрайзинга?

«Фандрайзинг – это тонкое искусство обучать людей радости жертвования».

Хэнк Рocco, основатель Школы фандрайзинга, США

Что это?

Фандрайзинг (от англ. **Fundraising**) —

целенаправленный и систематический поиск средств и ресурсов для осуществления социально значимых мероприятий и/или поддержки социально значимых институтов (организаций)

- ✓ Назначенность всей деятельности НКО, ее команды;
- ✓ Постоянный анализ потребностей и планирование;
- ✓ Постоянное расширение связей и партнерств;
- ✓ Информационная работа

Фандрайзинг – *давать*, а не брать.

Почему?

- ✓ Доноры и волонтеры не смогли бы успешно воплощать в жизнь свои ценности.
- ✓ Доноры не могут помогать нуждающимся напрямую наиболее эффективным путем, чем это делают НКО.

Фандрайзинг: тройная ответственность

ОБЩЕСТВО: Кто вы и зачем вы нужны?

ГОСУДАРСТВО: Соблюдаете ли вы закон?

ДОНОРЫ: Куда идут мои деньги?

- ❑ Фандрайзинг - профессиональное занятие, требующее полной отдачи сил
- ❑ Чем больше денег, тем больше ответственности
(репутация, прозрачность, узнаваемость)

Что и у кого?

1. Денежные средства
2. Материальная нефинансовая помощь
3. Волонтёрство (корпоративное волонтёрство)
4. Pro bono, in-kind

Источники:

- Физические лица
- Бизнес
- Государство
- Зарубежные доноры
(международные организации, частные фонды, иностранные граждане)

Вопрос:

Делали ли пожертвование?
Занимались волонтерством?

Почему?



Мотивы благотворителей

- Люди чувствуют себя хорошо, когда жертвуют
- Люди хотят общественного признания
- Сами столкнулись с такой проблемой
- Их попросили друзья/ родственники/ близкие
- Верят в организацию и ее миссию
- Верят, что организация действительно способна решить проблему, на решение которой собирает деньги
- Хотят получить налоговый вычет

Психологическая польза жертвования

- Те, кто потратил деньги на других, ощущали себя счастливее, чем те, кто потратил их на себя, вне зависимости от суммы (Dunn, Atkin, and Norton, 2008);
- Простое воспоминание о тратах на других способно повысить настроение, что вызывает жертвовать еще (Atkin, Dunn, and Norton, 2012);
- Жертвование денег на рабочем месте повышает удовлетворение от работы и способность работать в коллективе (Norton, et al., 2010);
- Пожертвования и волонтерство облегчают симптомы депрессии и тревожности (Hunter and Linn, 1980; Musick and Wilson, 2003);
- Помогает пациентам с ПТСР и социофобией (Alden and Trew, 2013).

Социальная помощь жертвования

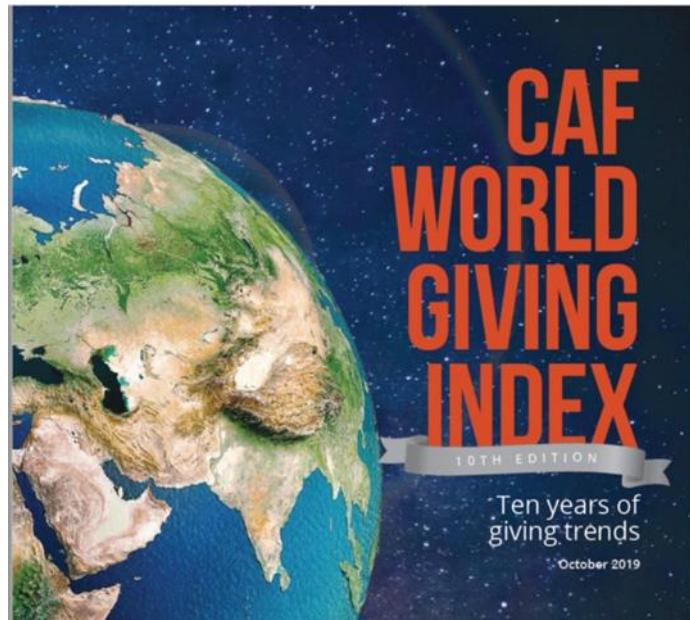
- Желание людей заниматься благотворительностью распространяется на их близких людей, членов семьи и на более широкий круг знакомств (Tsvetkova and Macy, 2014);
- Родители могут повлиять на детей не только жертвуя, но и обсуждая с ними свое участие в благотворительности (Wilhelm, Brown, Rooney and Steinberg, 2008);
- У родителей, которые заботятся об окружающих, вырастают дети, более остро чувствующие чужую боль (Koestner, Franz and Weinberger, 1990);
- У волонтеров в благотворительной организации на 16,7% выросло число тех, кто готов их поддержать в трудную минуту, тогда как у НЕволонтеров этот показатель снизился на 25,3% (Fried, et al., 2004);
- Волонтерство помогает пожилым справиться с переходом в новую стадию жизни (Greenfield and Marks, 2004).

Польза физическому здоровью

- Чем старше человек, тем больше пользы его здоровью и благополучию приносят жертвование и волонтерство (Van Willigen, 2000).
- Добровольная бесплатная работа снижает риск смерти на 47% в целом и на 24% - с учетом различных демографических факторов.
- Обретение смысла жизни, т.к. играют роль в облегчении страдания другим (Musick and Wilson, 2003)



Мировой рейтинг благотворительности



CAF World Giving Index, 10th edition, Oct 2019

Делали ли вы что-нибудь из следующего за последний месяц?



Помогли незнакомцу, кому
нужна была помощь



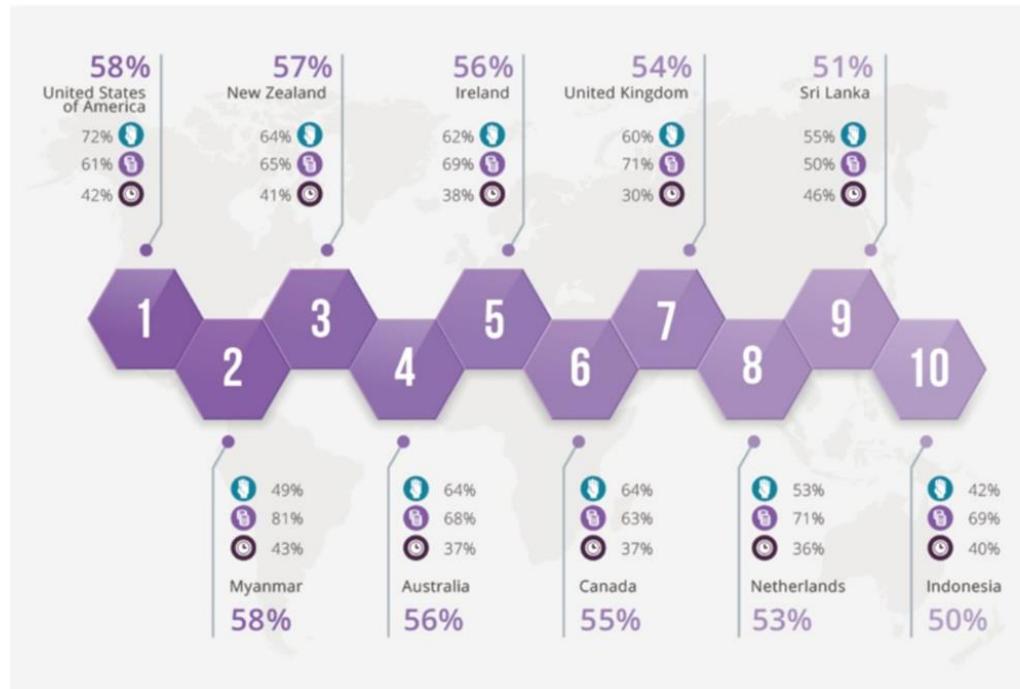
Пожертвовали деньги на
благотворительность



Посвятили свое время
благотворительной
организации (волонтерство)

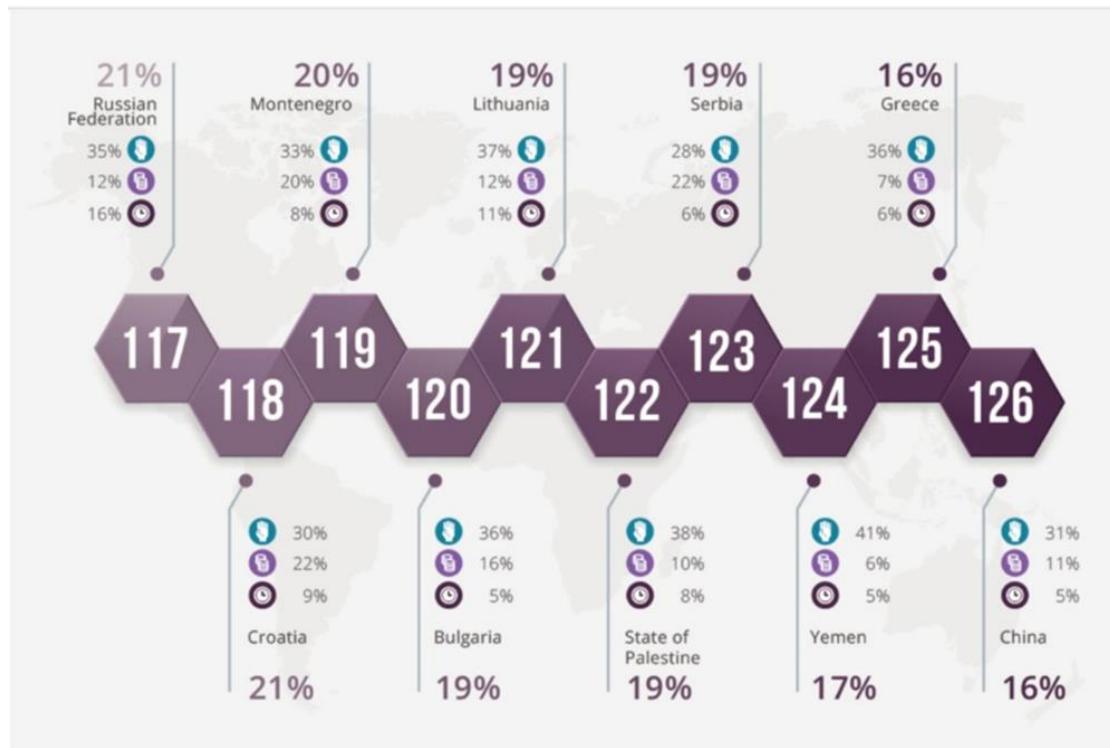
Часть 2. Понятие и философия фандрайзинга

Страны с наивысшим рейтингом, 2019



Часть 2. Понятие и философия фандрайзинга

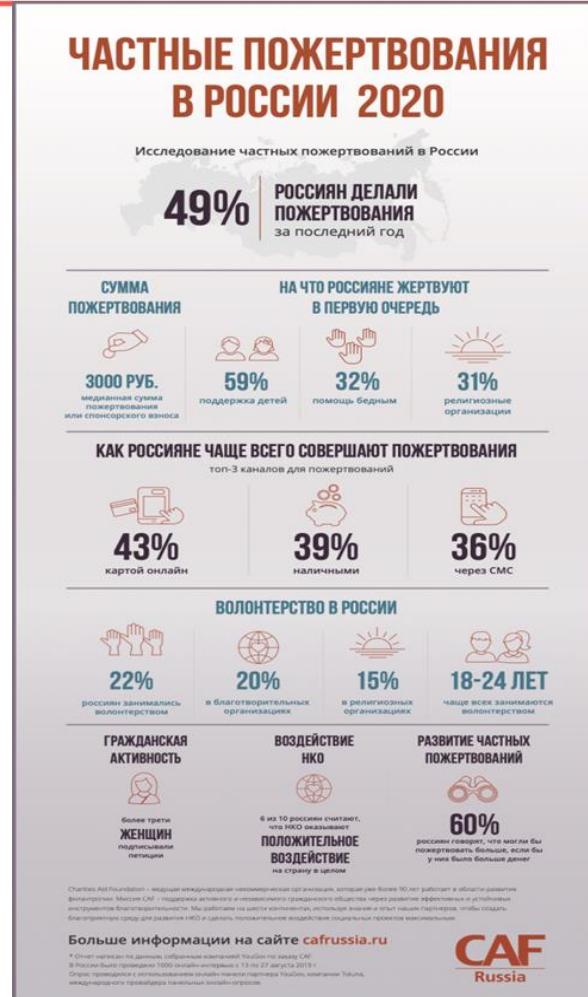
Страны с наиболее низким рейтингом, 2019



Почему Россия – одна из стран с наиболее низким рейтингом благотворительности?

Идеи?

Часть 2. Понятие и философия фандрайзинга



56% - будут готовы больше жертвовать в НКО, если они будут понимать, на что их деньги будут потрачены

6 из 10 респондентов склонны покупать продукт или услугу у компаний, которые жертвуют на благотворительные цели или поддерживают местные сообщества

32% доверяют местным НКО

36% доверяют международным НКО

47% согласны, что большинство благотворительных организаций прилагают все усилия для достижения положительных результатов

Часть 2. Понятие и философия фандрайзинга

Мифы и реальность *

Мифы:

- ❑ Помогать должны те, у кого много денег
- ❑ Настоящая благотворительность должна быть анонимной
- ❑ Помогать лучше напрямую, а не через фонды и общественные организации
- ❑ Просить деньги стыдно
- ❑ Донора надо разжалобить
- ❑ Чтобы быть успешным фандрайзером надо быть суперчеловеком

Реальность:

- Организации и люди хотят помогать
- Люди хотят получать благодарность за свои дела
- Люди хотят видеть результаты своей помощи
- Желание человека помогать другим не всегда связана с уровнем его доходов

* https://by.odb-office.eu/files/prezentaciya_osnovy_fandrayzinga.pdf

Почему люди и организации хотят помогать?

Люди:

- неравнодущие и желание помочь, интерес
- воспитание и убеждения
- личный опыт и переживания
- чувство вины, обязанности
- подражание, амбиции
- непрямая выгода или выгода в будущем

Бизнес:

- налоговые льготы
- имидж, репутация
- реклама / узнаваемость
- социальный маркетинг
- внутренняя культура
- стратегии, КСО

Государство:

- реализация положений социальной политики
- делегирование социальных функций НКО и снижение бюджетной нагрузки
- реагирование на экстренные вызовы (например, COVID-19)
- получение помощи в доступе к данным (например, в рамках исследований)

Часть 2. Понятие и философия фандрайзинга

Организационная готовность к фандрайзингу:

- Каждый сотрудник несет долю ответственности за фандрайзинг: это дело всей организации; нет денег – нет деятельности.
- Каждый отвечает за свою часть работы
- В рамках своих ежедневных обязанностей все вносят вклад в развитие отношений с донорами: статистика и данные, обоснования и брейнсторминг по перспективным направлениям работы, подготовка описаний и бюджетов, пиар и коммуникации
- Все аспекты деятельности НКО должны быть скоординированы и выстроены в рамках стратегии фандрайзинга
- Сотрудник, отвечающий за координацию работы по фандрайзингу

Элементы культуры фандрайзинга

- Уважение и понимание интересов и потребностей доноров;
- Понимание и признание важности фандрайзинга в деятельности НКО
- Фандрайзинговая деятельность также важна, как и помочь нуждающимся!
- Участие в создании и поддержке позитивного имиджа организации
- Проактивный поиск возможных доноров, координация

Принципы фандрайзинга

1. Не попросишь – не получишь

- не жертвуют потому, что не знают
- для получения необходима заявка (например, для целевых пожертвований)
- повторение и напоминание

2. Понимание жертвователя

- изучение и анализ
- поиск общих интересов и подготовка предложений

3. Понимание себя

- осознание миссии и ценностей
- SWOT анализ

Часть 2. Понятие и философия фандрайзинга

Принципы фандрайзинга (продолжение)

4. Дают не организациям, а людям

- люди не жертвуют формальным организациям
- люди не жертвуют на абстрактные идеи
- люди жертвуют на то, чтобы сделать мир лучше

5. Когда просишь, предлагай

- фандрайзинг – это продажа идей
- дают на возможности, а не на нужды

6. Будь конкретен

- доноры не знают, чего и сколько от них хотят (даже в случае целевых пожертвований)
- проси конкретные суммы, приводи четкие обоснования, придерживайся требований и ожиданий доноров
- не ошибайся в бюджетах и планах

7. «Нет» не значит «никогда»

- Ситуация меняется, контакты остаются

Часть 2. Понятие и философия фандрайзинга

Принципы фандрайзинга (продолжение)

8. Не забывай об ответственности

- прозрачность финансовой деятельности
- ясность целей и мероприятий программной деятельности, этика
- веб-сайт, соцсети, коммуникация

9. Готовь сани летом

- планируй и действуй заранее
- благополучие обманчиво
- хочешь получить средства – ты должен их иметь

10. Будь щедр на благодарности

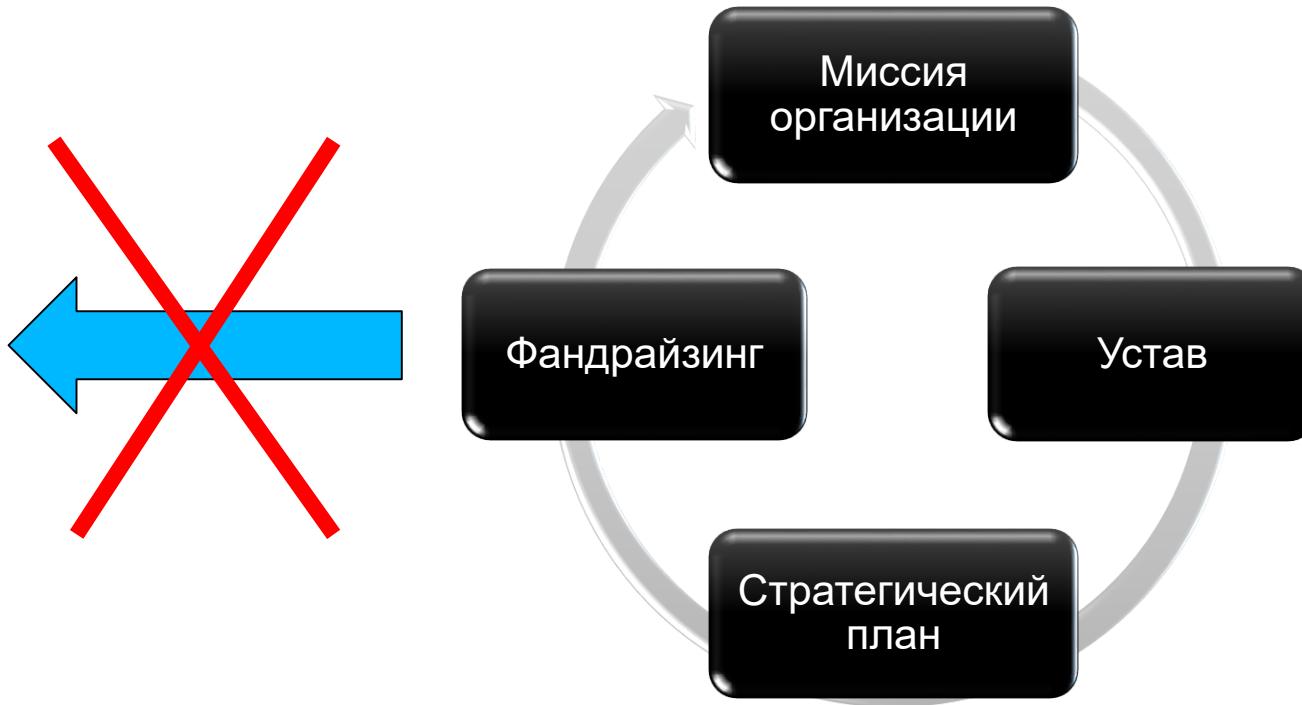
- это не формальность, а уважение позиции жертвователя
- это не демонстрация зависимости, а способ установить долгосрочные отношения
- благодари за любые пожертвования – большие и малые, и даже в случае отказа

БЕРЕГИ ДОВЕРИЕ И СВОЮ РЕПУТАЦИЮ!

Предпосылки успешного фандрайзинга (итог):

1. Сформированная культура фандрайзинга;
2. Наличие чётких стратегических целей;
3. Наличие системы мониторинга деятельности и результатов;
4. Наличие сотрудника, специализирующегося на привлечении средств

Условие успешного фандрайзинга



Фандрайзинг:

- Основан на миссии, ценностях и целях
- Идет в русле Стратегического плана (3-5 лет)
- Недопустимость mission drift

Часть 3.

Виды источников финансирования.

Основные методы привлечения средств

Виды источников финансирования

ФОНДЫ:

- Организации, распределяющие средства на конкурсной основе, в т.ч. грантовые программы госуд. и коммерческих структур

ГОСУДАРСТВО:

- Государственные ресурсы, федеральные и местные бюджеты

ЧАСТНЫЕ ЛИЦА:

- Те, кто готов отдать часть собственных средств на добре дело

БИЗНЕС:

- Компании, которые могут расходовать средства на поддержку НКО

Основные методы привлечения средств

- ✓ Работа в социальных сетях и форумах
- ✓ Мероприятия и флеш-мобы
- ✓ Подача заявок и бизнес-партнерство
- ✓ Безадресные обращения и боксы для сбора пожертвований
- ✓ Рассылки по email и почте, реклама и СМИ
- ✓ Переговоры и презентации
- ✓ Краудфандинг
- ✓ Волонтерство

Часть 3. Методы привлечения средств

Работа в социальных сетях

- ✓ Минимальные затраты, четкая аудитория; эффективность может достигать 30-40%*

SAMU Social Moskva
Опубликовано: Ирина Зарубина
15 января ·

Друзья!

Сейчас в Москве не первый день держатся сильные морозы. Мы все стараемся посильнее закутаться в теплую одежду и быстрее добраться до офиса или дома. Но не у всех есть такая возможность. Особенно тяжело зимой бездомным людям.

Сейчас во время работы нашего мобильного пункта мы активно выдаем теплые вещи, которые у нас есть в наличии. Но их количество у нас ограничено. Если у вас есть возможность помочь бездомному человеку, мы будем рады получить от вас теплые вещи, включая шерстяные носки (размер >40), варежки, шапки, шарфы и верхнюю одежду. Вы можете принести теплую одежду нам в офис, и мы раздадим ее нуждающимся во время нашей выездной работы. Также вы можете сделать пожертвование на нашем сайте (<https://samu.ru/campaign/donate/>) или помочь другими вещами. Полный список того, что мы принимаем, есть на нашем сайте в разделе «Помочь сейчас» (<https://samu.ru/>). По всем вопросам, пожалуйста, пишите нам на samusocialmoskva@samu.ru или заполните форму обратной связи на сайте в разделе «Контакты».

Даже маленькая помощь может спасти жизнь.

Lida Moniava
14 февраля в 15:46 ·

Вдруг кто-то в силах помочь сегодня с чисткой снега в хосписе?

Наш один дворник совсем не справляется, а для проезда скорых важно, чтобы были дороги на территории хосписа.

... Ещё



Международный благотворительный фонд помощи животным "Дарящие Надежду"
13 февраля в 22:30 ·

Бетховен - сеть зоомагазинов
6 февраля в 19:15 ·

Рады объявить вам о датах нашей добрых акции по сбору кормов для питомцев из приютов! Присоединяйтесь к нам 13 и 14 февраля во всех магазинах сети «Бетховен» ❤️ Вместе мы сможем поддержать животных, у которых пока еще нет любящей семьи.

Если вы не хотите ждать определенной даты – оформляйте подарки для питомцев прямо сейчас на нашем сайте, а мы передадим ваш подарок в один из приютов, участвующих в акции!

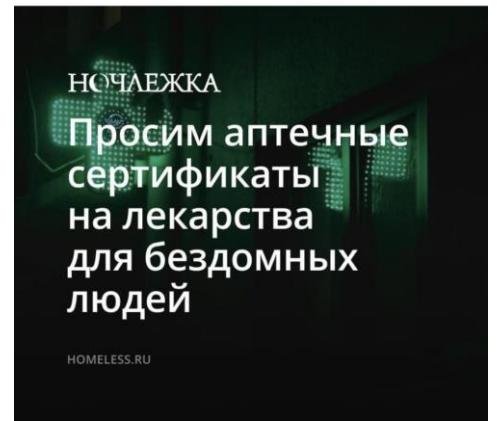
#клуббольшихсердец
#бетховен2021



13-14 февраля

Ночлежка
20 января ·

Мы просим аптечные сертификаты на любую сумму. Так наши соработники смогут самостоятельно и своевременно покупать нужные препараты. Мы ... Ещё



60

4 комментария Поделились: 16

*<https://www.gd.ru/articles/10268-fandrayzing>

Часть 3. Методы привлечения средств

Мероприятия и флеш-мобы

- ✓ Цель: собрать потенциальных доноров в одном месте, вовлечь в деятельность и получить пожертвования



Часть 3. Методы привлечения средств

Мероприятия и флеш-мобы (продолжение)



Часть 3. Методы привлечения средств

Мероприятия и флеш-мобы (продолжение)



SAMU Social Moskva
Опубликовано: Мария Седушкина
11 декабря 2019 г. • 0

Помогите и получите шанс выиграть билеты в Париж от Air France!

... Еще



SAMU Social Moskva
Не связано с Facebook

Пожертвовать

Флэш-моб #живаяшляпа



Флэш-моб #живаяшляпа от Юлиана и Верах

Часть 3. Методы привлечения средств

Безадресные обращения и боксы для пожертвований

- ✓ Распространение промо-материалов в магазинах, ресторанах, выставках, боксы для сбора пожертвований, постеры с описанием деятельности



Часть 3. Методы привлечения средств

Бизнес-партнерство

- ✓ Отчисления с продаж определенного товара/услуги
- ✓ Доля процента от каждой банковской транзакции



Ночлежка

25 января ·

Райффайзенбанк пожертвовал Ночлежке 733 308 рублей. Эти деньги руководство банка сэкономило из-за отмены развлекательных мероприятий и новогодних корпоративов и поровну разделило между всеми сотрудниками, чтобы те могли сами выбрать, в помощь кому направить свою часть.

«Вынужденно отменяя новогодние мероприятия во всех городах нашего присутствия, мы не хотели лишать людей праздника. Давно доказано, верный способ почувствовать себя счастливее — это сделать счастливыми других. Но как выбрать какой-то один фонд или одно направление, которому стоит помочь? Значительной доли пожертвований из-за пандемии лишились многие. Мы посчитали справедливым, чтобы каждый сотрудник сам решил, кому он хочет помочь в этот Новый год», — отметил председатель правления Райффайзенбанка Сергей Монин.

Пресс-центр > Пресс-релизы Банка >

Сбербанк совместно с Visa устроят отчисления по картам в благотворительный фонд «Подари жизнь»

02 августа 2019 ·

02 августа, Москва, — Сбербанк совместно с Visa увеличит отчисления в благотворительный фонд «Подари жизнь» по одноименным картам на период с 1 августа по 15 сентября.

Проект реализуется Сбербанком совместно с благотворительным фондом «Подари жизнь» и Visa. Карточная линейка проекта направлена на поддержку детей с онкологическими, гематологическими и другими тяжелыми заболеваниями. Так, Сбербанк перечисляет в фонд пожертвования за счет своих средств в размере 50% платы за первый год обслуживания каждой карты «Подари жизнь» и 0,3% от сумм покупок по данным картам, на период с 1 августа по 15 сентября размер отчислений увеличивается до 0,6%. Благотворительные отчисления за счет клиентов составляют 0,3% от сумм их покупок. Суммарно в Фонд будет перечислено 0,9% с каждой покупки.



Международный благотворительный фонд
помощи животным "Дарящие Надежду"

2 февраля в 18:20 ·

ВКУСности!

В сети магазинов "ВкусВилл" завершилась акция "Добрые покупки", которая проводилась в пользу... Ещё



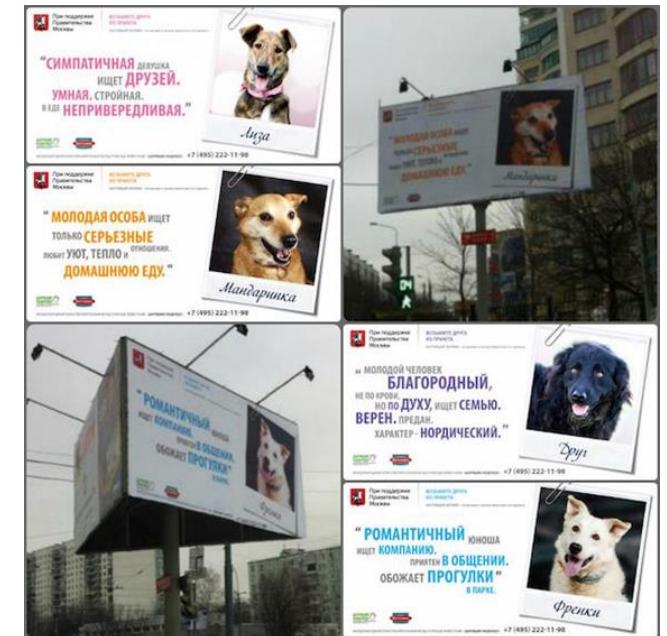
Подробнее



Часть 3. Методы привлечения средств

Реклама и СМИ

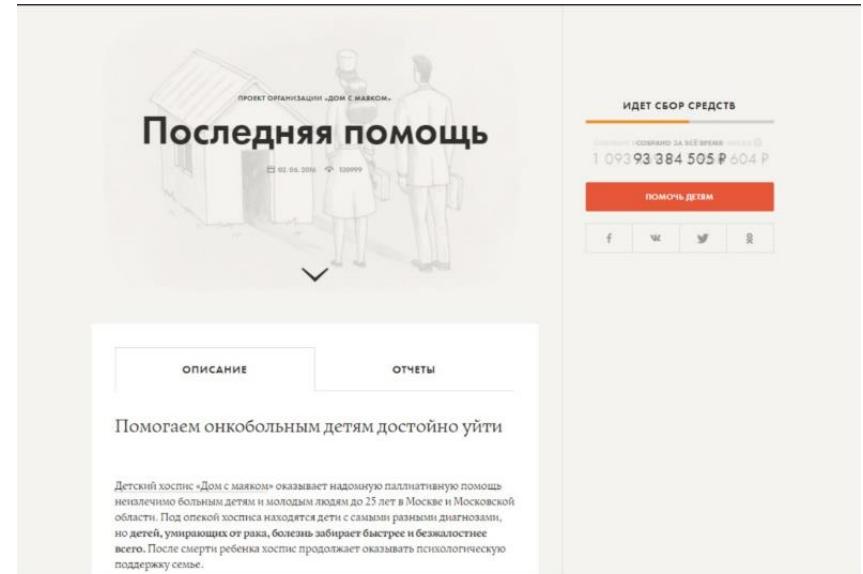
- ✓ Ролики на ТВ, заставки на дорожных баннерах, рекламные модули в журналах и газетах, вещание по радио и др.



Часть 3. Методы привлечения средств

«Народное финансирование»

- ✓ Привлечение средств на проект с помощью специальных интернет-площадок
- ✓ Принцип – «кто сколько может»
- ✓ Бесплатные краудфандинг рос. площадки:
 - Planeta.ru
 - Добро Mail.ru
 - Нужна помощь
 - Благо.ру
 - Сбербанк вместе
 - Сделай!



Часть 3. Методы привлечения средств

«Очень нужны волонтёры!»

- ✓ «Пожертвование» волонтера – его навыки, время, ресурсы и связи
- ✓ Волонтеры принимают ценности организации. Они воплощают миссию НКО и являются пропагандистами ее обоснованности и эффективности.

Нам очень важны автоволонтёры! Водителей, готовых нам помочь, мы просим [заполнить небольшую анкету](#). После этого мы отправим на вашу почту несколько важных обучающих материалов, пригласим на групповое онлайн-собеседование, а также попросим подписать договор автоволонтера.

Волонтёрство

Фонд приглашает к сотрудничеству волонтёров:
водитель со своим автомобилем (от легкового до грузового) для развоза кормов в приюты (нах правило, партии по 100-200 кг);
волонтёр для помощи в проведении акций, раздаче листовок и т.д.;
кинолог проводить занятия с теми, кто взял собак из приюта, давать советы по правильному воспитанию собаки; преподаватель проводить лекции и занятия с детьми и взрослыми по гуманному отношению к животным;
специалист по маркетингу и PR работать над проведением мероприятий по помощи бездомным животным; **фотограф** фотографировать собак и кошек для пристройства; **юрист** рассматривать конфликтные ситуации, связанные с животными, бороться с произволом чиновников. **дизайнер** создавать листовки, баннеры, наружную рекламу, буклеты **специалист по вёрстке сайтов, программированию** на Битрикс, продвижению сайтов

Волонтёрам

[Волонтёр-водитель](#)
[Волонтёр-профессионал](#)
[Волонтёр для общения с семьёй](#)
[Помощник на благотворительных мероприятиях](#) 
[Помощник в стационаре](#)
[Истории волонтёров](#)

SAMU Social Moskva
 Опубликовано: Ирина Зарубина
29 октября 2020 г. · 

Сенека сказал, что «везде, где есть человек, есть возможность для доброты». Так воспринимают человека волонтеры, одни из самых удивительных людей. И именно такие люди, с «большим сердцем, как океан», приходят помогать нашей организации в качестве волонтеров.

Одним из них является Алла. Она – волонтер нашего Фонда на постоянной основе. Алла проводит мастер-классы для наших подопечных, которые находятся в Центре социальной адаптации им. Е.П. Глинки. За август и сентябрь Алла провела восемь мастер-классов для женщин отделения «Ясенево». На ее мастер-классах и ткали на станке, и вязали, и работали с декоративными трафаретами, и готовили блины. Такие интерактивные занятия очень важны для наших подопечных. Они приобретают не только определенные знания и умения, но и социальные навыки, которые за время бездомности могут быть утрачены.

Мы благодарим Аллу за проведение таких увлекательных и интересных занятий!



Часть 3. Методы привлечения средств

Что еще?

- ✓ Фантазия и еще раз фантазия

ПОЛЬЗУЙСЯ СЛУЧАЕМ

Сборы Как это работает Для НКО FAQ  **СОЗДАТЬ СБОР**

Dmitriy Bazhenov
Автор сбора

16:41, 25.02.2021

СОБРАНО

НЕ ДАРИТЕ МНЕ НИЧЕГО!

Я лишь прошу помочь тому, чьё счастье и улыбка будет для меня лучшим подарком на мой день рождения. В мой день рождения я бы очень хотел попрощаться с жизнью. А вдруг хотите меня поздравить, **НЕ ДАРИТЬ МНЕ НИЧЕГО!**

- Почему? 😊
 - Потому что ПОЖЕРТВОВАНИЕ в @mayak.help будет ЛУЧШИМ ПОДАРОМ.

С самого рождения оказалось, что для Егора просто сделать вдох-выдох - Со второго дня жизни малыш не мог дышать без помощи аппарата искусственных дыханий.

Сначала мальчику поставили ошибочный диагноз, и целых 9 месяцев он проводил в больнице, которая ему совсем не помогала.



формы собственности может выбрать понравившуюся собаку и стать ее ДРУГОМ.

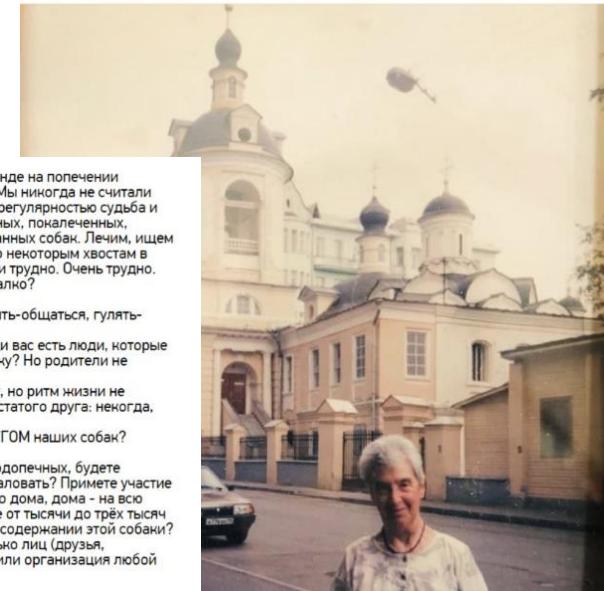


Lida Moniava

16 ч. ·

«Дому с маяком» завещали в наследство квартиру.

Дело было так. Полтора года назад на нашу горячую линию позвонила женщина и сказала, что плохо себя чувствует и хочет успеть сделать доброе дело и завещать Детскому хоспису свою квартиру. Просила дать ей обратную связь как можно... Ещё



Часть 4.

Принципы работы с фондами и грантодающими организациями.

Как подготовить и подать успешную заявку?

Виды финансовых пожертвований

На общеуставные цели (гранты)

Кто: граждане и юридические лица (российские и зарубежные)

Для чего: расходование в рамках целей и видов деятельности, закрепленных в Уставе организации, при этом распределяются самостоятельно (админ. расходы – 20%)

Методы: личный контакт, переговоры, презентации

Форма заявки: письмо, договор пожертвования

Отчетность: по истечении 12 месяцев, если не оговорено иное

+ / - : гибкость и возможность максимально ориентироваться на нужды бенефициаров, практически мгновенно внедрять новые направления и виды помощи, сравнительно простая форма заявок и отчетности (в большой степени на доверии), но: ограниченность операционных расходов, нестабильность

Виды финансовых пожертвований

Целевые пожертвования

Кто: юридические лица (российские и зарубежные)

Для чего: расходование строго в рамках утвержденных детализированных бюджетов

Методы: подача заявок в рамках конкурсов (как правило)

Форма заявки: заявка по установленной форме и поданная по установленной процедуре

Отчетность: ежеквартальная, ежегодная, иная в соответствии с договором

+ / - : возможность поддержки как программных, так и операционных расходов, долгосрочное планирование и предсказуемость, но сложная отчетность, дополнительная административная нагрузка (фин учет, аудиты...)

Виды финансовых пожертвований

Доходы от коммерческой деятельности

- Кто:** государство (заказ на выполнение работ), предпринимательская деятельность самой организации, доходы от собственности
- Для чего:** расходование прибыли строго в рамках Уставной деятельности (главное отличие)
- Методы:** подача заявок в рамках конкурсов (как правило), бизнес-планы, иное
- Отчетность:** по установленной форме, налоговая отчетность, отличная от отчетности за благотворительные пожертвования
- + / - :** гибкость в использовании средств (кроме гос. заказа), многообразие возможных видов деятельности, репутационные выигрыши, стабильность, но усложненная отчетность.

Часть 4. Принципы работы

Виды финансовых пожертвований

Целевой капитал

Регулирование: Федеральный закон от 30 декабря 2006 года №275-ФЗ «О порядке формирования и использования Целевого капитала некоммерческих организаций»

Принцип: получение дохода от доверительного управления целевым капиталом и его расходование строго в рамках Уставной деятельности

Методы: переговоры, участие в конкурсах (например, Фонд Владимира Потанина)

Отчетность: налоговая отчетность, отличная от отчетности за благотворительные пожертвования

+ / - : финансовая устойчивость организации (целевой капитал не уменьшается) и независимость, но существенные требования по организации доверительного управления, включающие роль Правления, отчетность.

Часть 4. Принципы работы

Нефинансовые пожертвования

От бизнеса: предоставление бесплатных услуг или товаров

- помещения (для офиса или склада, проведения мероприятий),
- продукция (например, еда, лекарства и медматериалы, оргтехника)
- консультации или обучение (*pro bono*)
- лоббирование интересов организации в социальной сфере

От частных лиц:

- одежда и предметы быта;
- волонтерство (как в рамках социальных проектов, так и обучающих мероприятий, помочь с переводом материалов, разовые акции)

От государства:

- помещения

Часть 4. Принципы работы

Основы и предпосылки успешной заявки на пожертвование

Hard

- Устав организации
- Стратегический план (обычно 3-5 лет)
- Собранные, обобщенные и доступные данные о финансовой и программной деятельности
- Навыки презентации и написания заявок

Soft

- Партнерства и связи
- РЕПУТАЦИЯ

Успешная заявка: верхушка айсберга



Устав организации:

Сфера деятельности
Цели и виды деятельности;
Структура, органы управления,
механизмы принятия решений
Внутренний контроль
Прозрачность.

Стратегический план (3-5 лет):

Миссия, ценности, принципы;
Цели, задачи
Приоритеты развития (проекты,
партнерства, доноры)
Утверждение Правлением

Формальная заявка на получение пожертвования:

- ✓ Письмо
- ✓ Описание проекта и запроса
- ✓ Договор пожертвования и пр.

Репутация:

Прозрачность фин.деят-ти
Этичность прогр.деят-ти
Узнаваемость, бренд
Учредители, попечители
Отчетность, легитимность
PR-деятельность
Навыки самопрезентации

Партнерства и связи:

Личные контакты
Участие в координационных и
консультационных органах,
раб.группах
Рекомендации, поддержка

Успешная заявка: переговоры

Жертвователи: частные лица, бизнес-компании

Принципы переговорного процесса:

- ✓ Страйся больше слушать и слышать собеседника
- ✓ Иди подготовленным и способным четко изложить проблему и предложение в течение 3-5 мин
- ✓ Ссытайся на людей и их рекомендации (подтвержденные)

Часть 4. Принципы работы

Успешная заявка: участие в конкурсе

Типовая структура заявки:

- введение или описание заявителя;
- обоснование необходимости получения гранта;
- описание проекта (цели, задачи, мероприятия, индикаторы выполнения);
- подробный бюджет и пояснения;
- приложения (логическая матрица/теория изменений, риски, устойчивость, письма поддержки)

Принципы написания:

- Четкое соответствие требованиям донора: формальное несоответствие даже в незначительной части влечет автоматическое отклонение;
- Может быть краткой, а может быть развернутой;
- Может применяться двухступенчатый процесс: сначала пишется краткая концепция проекта, и в случае утверждения заявитель приглашается для написания полной заявки;
- Главное, не сдаваться! (процесс эмоционально неблагодарный)

Часть 4. Принципы работы

Успешная заявка: участие в конкурсе (продолжение)

Критерии оценки заявки донором:

- степень соответствия проекта целям и приоритетам фонда, конкурсной программы;
- важность, актуальность и реалистичность проекта;
- оптимальность механизма реализации проекта;
- реалистичность бюджета (соответствие объему мероприятий и индикаторам);
- значимость полученных результатов и их устойчивость после окончания проекта;
- надежность организации, выполняющей проект;
- наличие, а также величина вклада в проект собственных ресурсов организации-исполнителя или других доноров.

Часть 4. Принципы работы

Мифы и реальность написания заявок *

Мифы:

- ❑ Донор только и ждет, чтобы озолотить меня
- ❑ Больше попросишь, больше получишь
- ❑ Получил грант сейчас, получишь новые гранты того же донора в будущем
- ❑ Деньги в кармане – я им хозяин и ни перед кем не должен отчитываться
- ❑ Солгав и представив себя в более выгодном свете, я добьюсь большего, чем, говоря только правду.
- ❑ Свои цели и задачи я должен полностью подчинить интересам донора
- ❑ Отказ – это подлинная катастрофа.

Реальность:

- Конкуренция: если не это сделаешь ты, сделают другие
- Правило: любой донор желает получить отдачу от своих денег.
- Правило: не жди «пожизненного финансирования» ни от одного донора, разнообразие – твоя сила
- Правило: грант накладывает на вас, прежде всего, обязательства
- Ложь неизбежно обнаружится в ходе реализации проекта: Честность – лучшая тактика
- *Mission drift*: Равноправное сотрудничество всегда лучше. Правило: «Вы не можете управлять ветром, но Вы можете управлять парусами».
- Да! Но это конкуренция и опыт. Так что – нет!

* <https://belinko.ru/catalog/grant/>

Часть 5.

Фандрайзинговая кампания,
ее компоненты и планирование

Этапы проведения фандрайзинговой кампании



Шаг 1.

- ✓ Анализ проблемы и ситуации
- ✓ Определение целей и задач
- ✓ Генерация идеи

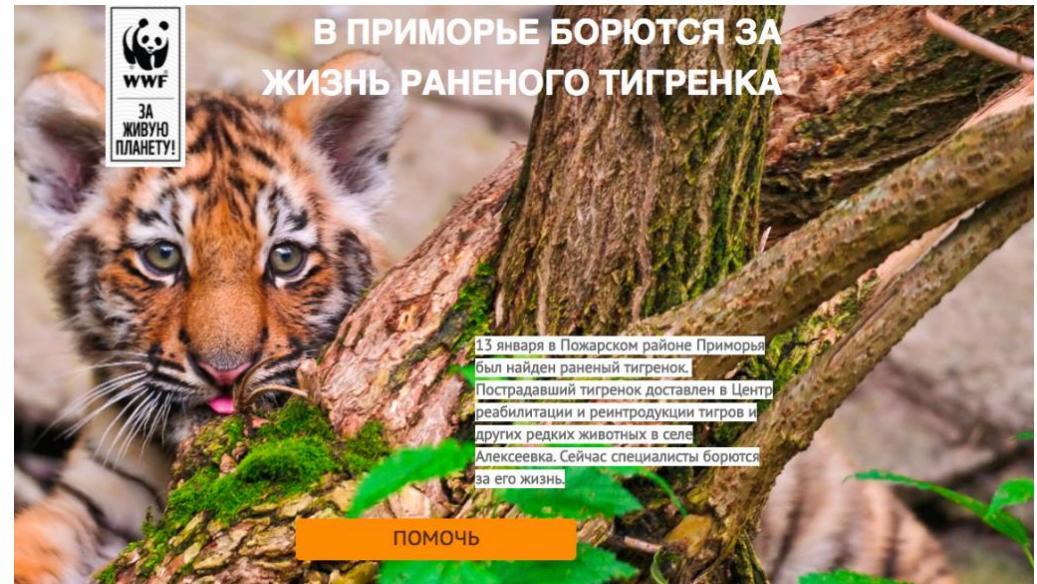
- Цель:** собрать необходимую сумму на определенный проект (e.g., собрать деньги на лечение людей с редким заболеванием)
- Рассказать о проблеме привлечь внимание читателей (информационная кампания):
 - публикации на сайте и в соц. сетях истории людей, которым нужна помощь
 - интервью с волонтерами
 - привлечение СМИ

Шаг 2.

- ✓ Описание целевой аудитории
 - Подписчики в соц.сетях
 - Соц. сети (e.g., FB, Instagram)
 - Размещение на сайте формы онлайн-пожертвования
 - Мы можем это сделать сами (ресурсы, которые у нас есть – персонал, волонтер) или нанимать специалиста?
- ✓ Поиск инструментов
- ✓ Составление сметы, анализ ресурсов

Шаг 3.

- ✓ Привлечение финансирования и поддержки
- ✓ Проведение самого фандрайзингового мероприятия



Шаг 4.

- ✓ Анализ полученных результатов
- ✓ Благодарность и обратная связь

Предыдущий этап может длиться несколько месяцев.

За это время:

- Поблагодарить тех, кто помог
- Подготовить отчет, на что пошли полученные средства
- Показать, как именно удалось помочь на собранные средства

Эффективность: как измерить?

- ✓ **Достижение поставленной цели**
- ✓ Количество частных и корпоративных жертвователей (в участниках или деньгах)
- ✓ Количество и качество контактов жертвователей (их телефоны и e-mail, % отклика);
- ✓ Динамика прироста новых жертвователей и рекуррентных взносов;
- ✓ Соотношение расходов/доходов на акции и мероприятиях;
- ✓ Узнаваемость бренда, логотипа, названия компании (через опросы и представленность на рынке).

Часть 6.

Дискуссия.

Ситуация 1.

Благотворительный фонд, занимающийся защитой прав людей, пострадавших от недобросовестных работодателей и существующий в основном на пожертвования частных лиц, решил брать небольшую плату за консультации с людьми, которые к нему обращаются.

Ситуация 2.

НКО занимается лечением людей с онкологическими заболеваниями. Основные ее благополучатели – люди с раком легким, горлани и рта. Табачная кампания предложила этой НКО большой грант на реализацию ее деятельности.

Стоит ли НКО взять деньги табачной компании?

Домашнее задание

Два кейса:

1. Фонд помогает трудовым и вынужденным мигрантам (получение гражданства, отстаивание интересов в суде, интеграция). Цель фандрайзинговой кампании: собрать необходимую сумму на открытие пункта доврачебной помощи мигрантам.
2. Организация занимается оказанием помощи бездомным (приют и еда). Цель фандрайзинговой кампании: привлечь новых доноров, которые подпишутся на рекуррентные (регулярные) пожертвования.

Задание: предложить фандрайзинговую кампанию для достижения поставленной цели (по шагам планирования) для одной из предложенных организаций. Подготовить презентацию.

Объем: макс. 2 страницы

«В этом мире богатыми нас делает не то, что мы получаем, а то, что мы отдаём».

Генри Уорд Бичер, американский религиозный деятель

Литература, ссылки

- Благотворительный фонд развития филантропии. URL: <http://cafrussia.ru/>
- К.К.Дженас. Успех социального стартапа: Как запускаются, растут и меняют мир лучшие некоммерческие проекты. АНО «Портал «Такие дела». 2020.
- Платформа ProCharity. URL: <https://procharity.ru/>
- Ресурс «Кухня НКО». URL: <https://ngokitchen.ru/>
- Электронный журнал благотворительности «Филантроп». URL:<https://philanthropy.ru/>
- Ю.Темпел, Т.Сейлер, Д.Берлингейм. Энциклопедия фандразинга: Как собирать деньги на социально значимые проекты. БФ «Нужна помощь». 2021.

Статьи

- Atkin L, et al. Prosocial spending and well-being: Cross-cultural evidence for a psychological universal. *Journal of personality and social psychology*. 2013. 104(4). Pp. 635-652.
- Holt-Lunstad J., Smith TB, Layton JB. Social relationships and mortality risk: A meta-analytic review. *Plos Med*. 2010. 7(7).
- Kumar S, Calvo R, Avendano M, et al. Social support, volunteering and health around the world: Cross-national evidence from 139 countries. *Social Science & Medicine*. 2012. 74(5). Pp.696-706.
- Okun MA, Yeung E, Brown S. Volunteering by older adults and risk of mortality: A meta-analysis. *Psychology and Aging*. 2013. 28(2). Pp. 564-577.
- Wheeler JA, Gorey KM, Greenblatt B. The beneficial effects of volunteering for older volunteers and the people they serve: A meta-analysis. *International journal of aging & human development*. 1998. 47(1). Pp. 69-79.

samusocialMoskva



<http://samu.ru/>



samusocialmoscow



samusocialmoskva



samusocial