

ДЕНЬГИ И НЕ ТОЛЬКО:

поиск ресурсов на реализацию идеи

Когда мы хотим реализовать общественно-полезную идею, социальный проект, некоммерческую инициативу, — **это затруднительно сделать в одиночку**. Скорее всего, нам не обойтись без помощи — волонтерской, финансовой, экспертной, иногда юридической и другой.

Мы подготовили информацию про **фандрейзинг в широком смысле** (не только как привлечение финансирования!), его основные виды, этапы и инструменты.



Ключевые понятия

- **Ресурсы** — это источники покрытия нужд, потребностей любого проекта, организации или инициативы. Это не только деньги, но и материалы, инструменты, помещения и, главное, **люди, готовые помогать** и инвестировать свое время, знания и силы.
- **Фандрейзинг** — это процесс поиска и привлечения ресурсов **из внешних и внутренних источников** для реализации конкретных общественно значимых проектов или кампаний, а также поддержки существования и функционирования некоммерческих организаций и инициатив.

Внутренние и внешние источники ресурсов

Внутренние источники привлечения ресурсов — то, что мы **можем “заработать” сами:**

- Собственные ресурсы (время, деньги, материалы, экспертиза, которые есть у нас самих и нашего ближайшего окружения).
- Членские взносы (если речь идет про членские организации, инициативы, сообщества).
- Благотворительные пожертвования людей, поддерживающих наш проект или организацию.
- Внедрение коммерческой части в социально-значимый проект (социальное предпринимательство).

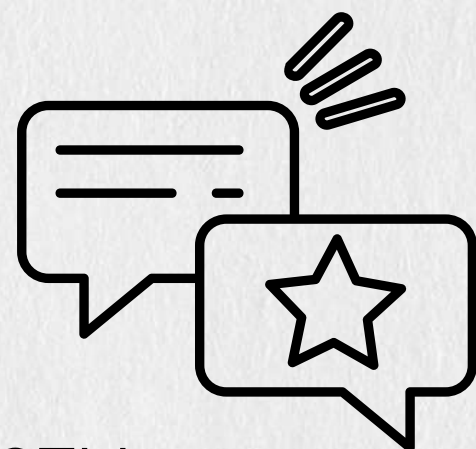
Примеры использования **внутренних источников** привлечения ресурсов:

- Группа профессиональных психологов организовала благотворительный проект, в котором предоставляют до 5 бесплатных психологических консультаций людям, испытывающим ПТСР (посттравматическое стрессовое расстройство).
- Жители и жительницы многоквартирного дома собрали деньги и установили беседку в своем дворе.
- Подкаст, рассказывающий о современном искусстве, существует на пожертвования своих слушателей и слушательниц.
- Некоммерческая организация, помогающая детям с инвалидностью и их семьям, организовала типографию, где работают люди с синдромом Дауна, а прибыль от печати коммерческих заказов идет на нужды организации и ее членов.

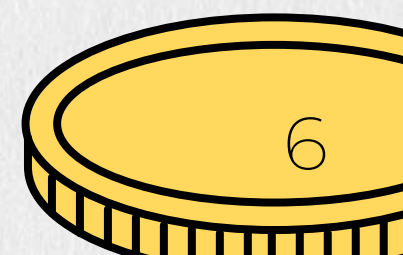
Внешние источники привлечения ресурсов — то, что получаем **от других организаций** или не вовлеченных в наш проект людей:

- **Краудфандинг** (от англ. *crowd* — “толпа” и *funding* — “финансирование”) — коллективное добровольное сотрудничество людей, которые объединяют свои **деньги**, чтобы поддержать понравившиеся им инициативы и идеи других людей или организаций. Обычно осуществляется через специальные интернет-площадки — краудфандинговые платформы (локальные и международные).

- **Краудсорсинг** (от англ. *crowd* — “толпа” и *sourcing* — “использование или привлечение ресурсов”) — коллективное добровольное сотрудничество людей, которые объединяют свои **знания, опыт, творческие способности** для работы над общей задачей или проектом.



- **Гранты** — безвозмездное (в отличие от займа или кредита) целевое финансирование, которое выделяется на *конкретные проекты*. Приоритеты, критерии, процедуры для поддержки проектов определяет то юридическое или физическое лицо, которое выделяет грант, например, частный фонд, государственный орган, международная организация.
- **Спонсорская помощь** — товары, имущество, услуги или финансирование, которое одна организация (или физическое лицо) безвозмездно передает другой организации (или физическому лицу), чаще всего с обязательством публичного упоминания спонсора.
- **Государственный заказ (контрактирование)** — механизм, через который государственные органы “нанимают” (контрактируют), то есть передают ресурсы негосударственным организациям для того, чтобы **выполнить свои обязательства перед жителями** более эффективно.



Примеры использования **ВНЕШНИХ** **ИСТОЧНИКОВ** привлечения ресурсов:

- Группа активистов и активисток создала журнал, документирующий истории квир-людей, и запустила краудфандинговую кампанию. Все, кто пожертвовали сумму от 20\$, получили напечатанный журнал, а те, кто перевели меньшую сумму, — электронную версию.
- Пример краудсорсингового проекта, которым вы точно пользовались, — это Википедия — электронная энциклопедия, создаваемая преимущественно силами волонтеров и волонтерок.
- Некоммерческая организация N. подготовила заявку на конкурс грантов, объявленный иностранным правительственным фондом. Основной целью конкурса является противодействие дискриминации и развитие межкультурного диалога. В своей заявке организация подробно описала, каким образом собирается работать с вынужденными мигрантами и мигрантками для их интеграции в новую культуру. После рассмотрения всех предложений,

присланных на конкурс, заявка организации N. была одобрена и N. получила грант на описанную деятельность.

- Известный производитель газированных напитков безвозмездно предоставил 10 ящиков своей продукции для гостей культурного мероприятия, организованного группой стрит-арт художников и художниц. На мероприятии также разместили баннер и рекламные купоны производителя напитков.
- Некоммерческая организация, работающая с наркопотребителями, получила финансирование от Министерства здравоохранения для повышения выявляемости ВИЧ на ранних этапах заболевания. Организация рассказывает о мерах предосторожности и проводит добровольное тестирование на ВИЧ среди своей целевой группы.



Таким образом, **источниками ресурсов** могут выступать:

- **люди** (мы сами, наше окружение и члены организации или сообщества — единомышленники/цы, однокурсники/цы, соседи/ки, коллеги/жанки и т.д.)
- **государство** (через государственные гранты, стипендии, субсидии, механизм государственного контрактирования или социального заказа, включение наших идей в национальные или местные планы и программы и др.)
- **бизнес-компании и частные меценаты** (в рамках своей корпоративной социальной ответственности (КСО), через предоставление грантов, стипендий, спонсорской поддержки, бесплатного доступа к своим технологиям и др.)
- **организации гражданского общества** (через предоставление информации, наработок, материалов, уникальных специалистов/ок; помощь в поиске партнеров, помощь в привлечении финансирования или софинансирования, и др.)
- **иностранные и международные организации** (через объявление конкурсов грантов, стипендий, обучающих программ, стажировок и т.д.)
- **СМИ** (могут помочь с продвижением идеи и с поиском волонтеров/ок, рассказать о краудфандинговой кампании и т.д.)

Цикл фандрейзинга

№	Вопросы, на которые нужно себе ответить	Описание этапа цикла
1.	<p>Какую реально существующую проблему мы хотим решить? Каких людей касается эта проблема?</p> <p>Откуда мы знаем, что это действительно проблема?</p>	<p>Четко сформулируйте проблему, которая есть у конкретных людей в сообществе / обществе и которую вы собираетесь решить.</p> <p>Приведите подтверждения того, что проблема важна (статистика, исследования, оценки потребностей и т.д.).</p>
2.	<p>Каким образом мы предлагаем решать существующую проблему?</p>	<p>Опишите ваш план решения существующей проблемы, что конкретно вы собираетесь сделать, в какие сроки, какие результаты будут получены.</p>
3.	<p>Какие ресурсы нам понадобятся?</p> <p>Где (у кого) мы можем их найти?</p>	<p>Составьте примерный бюджет (смету) и определите источник или источники, которые вы будете использовать для привлечения ресурсов (список доноров / жертвователей / партнеров).</p>

	<p>Какие существуют процедуры, чтобы запросить ресурсы у тех людей или организаций, которые могут поддержать нашу идею?</p> <p>4.</p> <p>Как нам лучше описать или презентовать нашу идею, чтобы привлечь ресурсы?</p>	<p>Узнайте, какие процедуры получения ресурсов существуют и используйте их.</p> <p>Опишите вашу идею в том виде, который будет понятен вашим донорам, жертвователям или партнерам.</p> <p>Например, это может быть сделано в форме проектного предложения (заявки на грант), презентации для спонсоров, описания кампании по сбору средств на краудфандинговой платформе и др.</p>
<p>5.</p>	<p>Как использовать полученные ресурсы эффективно?</p> <p>Как соблюсти всё, о чем договаривались с теми, от кого мы получили ресурсы?</p>	<p>Проведите все запланированные активности и мероприятия.</p> <p>Обязательно информируйте своих доноров (жертвователей, партнеров) обо всех этапах. Используйте ресурсы только на те цели, о которых вы договорились. Заранее обговорите процедуру перераспределения средств между статьями</p>

		бюджета, если такая необходимость возникнет.
6.	<p>Что получилось хорошо?</p> <p>Что можно было сделать иначе?</p> <p>Какие обязательства мы должны выполнить перед теми, кто предоставлял ресурсы?</p>	<p>Проанализируйте полученные результаты самостоятельно, вместе с целевыми группами и партнерами, соберите отзывы.</p> <p>Выполните все взятые на себя обязательства, о которых вы договаривались: например, предоставьте отчет, отчетные документы, фотографии и т.д.</p> <p>Поблагодарите всех доноров (жертвователей, партнеров, спонсоров) и всех причастных.</p>
Отпразднуйте успех, наберитесь сил и... см. пункт 1!		

Инструменты фандрейзинга (примеры)



- **“Холодная” рассылка** — рассылка писем и сообщений тем, кто ничего о вас не знает и не является вашими сторонни_цами (максимально широкая, но довольно безличная, направлена на разные источники и скорее знакомит их с вами в надежде найти точки соприкосновения).
- **“Теплая” рассылка** — рассылка по тем источникам, организациям и т.д., которые уже вас поддерживают (может быть личной и общей, может быть персонализирована под разные цели).
- **Фандрейзинговая акция или сбор** (ограничены во времени, сбор идет на конкретные цели).
- **Ежемесячная подписка или бессрочная акция по сбору средств** (постоянное напоминание аудитории, что вас можно поддержать, а также сайты и приложения которые позволяют организовать ежемесячный сбор пожертвований).
- **Онлайн или офлайн мероприятия** (благотворительные концерты, прямые эфиры, трансляции, мастер-классы, где можно просить жертвовать деньги).
- **Дни рождения** (часто именинницы и именинники вместо подарка предлагают пожертвовать какую-то сумму выбранной организации через социальные сети).

Полезные советы



- **Наберитесь терпения**, потому что фандрейзинг не быстрый процесс. Будьте готовы уделить ему достаточно времени.
- **Знакомьтесь с людьми** на специально организованных нетворкингах, обучающих курсах, программах, форумах и других мероприятиях. Чтобы найти разные ресурсы в разных местах, нужно рассказывать о себе и своих идеях и делах всеми доступными способами. Можно партнериться на разных условиях: безвозмездных (кто-то бесплатно помогает печатать материалы или проводить мероприятия в своем пространстве), льготных (кто-то сдает в аренду офис по сниженной цене), бартер и т.д.
- Постарайтесь **не концентрироваться на чем-то одном**, лучше работать с несколькими разными источниками одновременно, это позволит вам быть устойчивыми.

- **Стройте и сохраняйте хорошие человеческие отношения** с теми, кто вас уже поддержал: выполняйте договоренности, заранее информируйте об изменениях, поддерживайте коммуникацию и рассказывайте о своих успехах и развитии проекта даже тогда, когда финансовые обязательства выполнены.
- **Рассказывайте** своим донорам, жертвователям, сторонникам, партнерам **сколько средств вам удалось привлечь** и на что они были потрачены. Прозрачность и подотчетность - основа доверия и сотрудничества.

