

Заняття 13: Фандрайзинг

Інформація для тренера!

Фандрайзинг – одна из значимых сфер деятельности неприбыльных организаций. В более широком смысле – это привлечение не только финансовых, но и других ресурсов – интеллектуальных, временных, необходимых на решение социально-значимых задач. «Фандрайзинг» - одна из тем, которая очень актуальна для только что созданных инициативных групп и новых организаций. С каждым годом финансирование уменьшается, поэтому умение привлечения средств и ресурсов играет важную роль в будущем для сообществ, уязвимых к ВИЧ. Уже сейчас стоит уделять этому инструменту как можно больше внимания и времени.

Основная ВАША цель занятия – формирование навыков фандрайзинга у лидеров сообществ уязвимых к ВИЧ

Цель: повышения уровня знаний участников по вопросам фандрайзинга

Задачи:

- дать понятие, что такое фандрайзинг
- озвучить возможные источники ресурсов
- ознакомить участников с причинами предоставления средств и ресурсов

Материалы: проектор, листы флипчарта, маркеры, листы А4, маркеры, стикеры, непрозрачный пакет

Ориентировочная продолжительность: 2 час 35 мин.

Краткое содержание занятия:

№	Содержание	Ориентир. продолжительность
1.	Введение	20 мин.
2.	Приветствие. Упражнение «Автопортрет»+ правила	15 мин.
3.	Мозговой штурм «Фандрайзинг. Виды ресурсов»	10 мин.
4.	Теоретический блок «Фандрайзинг»	20 мин.
5.	Разминка «Грузинский хор»	10 мин.
6.	Игра «Достойные аргументы = получение ресурса»	60 мин.
7.	Подведение итогов	20 мин.

Конспект занятия

Сессия 1. Введение

Цель: ознакомить участников с целями и задачами тренингового занятия.

Ход.

1. Представьтесь участникам.
2. Сообщите основные сведения о тренинговом занятии:
 - цели и задачи занятия;
 - практическая значимость работы в данном мини-тренинге для участников;
 - время проведения занятия

Сессия 2. Приветствие. Упражнение «Автопортрет» + правила

Цель: ближе познакомиться, настроиться на совместную работу и найти общие черты, вкусы, хобби и др.

Ход.

1. Выдайте каждому участнику по листу А4 и фломастеры
2. Дайте инструкцию «Нарисуйте свой автопортрет, но не по внешнему сходству, а отразите качества характера, привычки, способности и т.д. Например, «я люблю читать, поэтому на месте

голови у мене книга, мое тело это овощи, потому что я не употребляю в пищу мясо, вместо рук гантели, так как я люблю качаться и т.д.. Время выполнения 5 минут»

3. После того, как портреты нарисованы, каждый участник по очереди презентует свой рисунок.

4. Для продуктивной работы вспомните с участниками правила, которые вы разработали на первом занятии.

5. Если появились новые участники, ознакомьте их с правилами. «Новички» по желанию могут добавить новые правила по соглашению группы.

Сессия 3. Мозговой штурм «Фандрайзинг. Виды ресурсов»

Цель: дать понятие фандрайзинга и видов ресурсов

Ход:

1. Напишите на большом листе бумаги/доске/флип-чарте слова «фандрайзинг»

Вниманию тренера!

На этом моменте можете начинать использовать презентацию, см. слайд №2

2. Предложите участникам перечислить как можно больше ассоциаций, которые возникают при этом слове.

3. Пока участники высказывают вслух свои версии, запишите их.

4. Затем предложите точное определение.

Фандрайзинг - поиск ресурсов, необходимых для осуществления какой-либо деятельности и/или поддержания существования организации.

Фандрайзинг или фандрейзинг (fund - фонды, ресурсы, rising - поднятие, восхождение) - Более развернуто фандрайзинг описывается как деятельность некоммерческой организации, базирующаяся на ее уникальной миссии и стратегии, использующая эффективные и продуктивные способы получения ресурсов, необходимых для реализации программ и достижения стоящих перед организацией целей, приносящая удовлетворенность дарителю (источнику ресурсов) и имеющая конечным результатом укрепление благополучия общества в целом

5. Найдите схожие моменты в определениях участников и определении, которое дали вы.

6. Напишите на втором большом листе бумаги/доске/флип-чарте фразу «виды ресурсов»

Вниманию тренера!

На этом моменте можете открыть презентацию на слайд №5

7. Предложите участникам перечислить как можно больше видов ресурсов, которые они знают.

8. Пока участники высказывают вслух свои версии, запишите их.

9. Покажите участникам 6 номер слайда, и донесите следующее сообщение: «Важно понимать, что фандрайзинг это не только привлечение денег. Не обязательно нужно найти деньги, чтобы провести тренинг, можно попросить зал у партнеров и замотивировать тренера отработать

бесплатно, в качестве технической помощи, и это – фандрайзинг, который будет в денежном эквиваленте 2000 грн., а в реальности 0 копеек

Сессия 4. Теоретический блок «Фандрайзинг»

Цель: ознакомить участников с возможными источниками привлечения ресурсов, а также с причинами предоставления средств и ресурсов.

Ход:

1. Задайте участникам вопросы:
 - Какие вы знаете источники привлечения ресурсов?
 - Поделитесь своим опытом привлечения ресурсов?
 - Как вы думаете, что побуждает людей предоставлять средства и ресурсы?
2. Выслушав все ответы, обратите их внимание на следующее сообщение:

В настоящее время источником значительной части средств многих НПО являются зарубежные фонды, которые представляют гранты на реализацию социально значимых проектов.

Грант – это безвозмездная целевая субсидия, предоставляемая на конкурсной основе организации, инициативной группе или индивидуальному лицу для реализации заявленного проекта в той или иной сфере деятельности.

Однако, западная помощь с каждым годом сокращается. Это побуждает НПО активнее осваивать местный «рынок» ресурсов.

Самофинансирование

Членские взносы. Путь не новый метод, но в нынешней экономической ситуации взносы не могут быть большими, а потому достаточного финансирования не предоставят.

Проведение благотворительных мероприятий. Это могут быть концерты и марафоны, лотереи, распродажа товаров или атрибутики (значков, плакатов, наклеек, маек и прочего) с символикой НПО, если она хорошо известна в данной местности, и т.п.

Зарабатывание. Оказывать различного рода платные услуги (обеспечение информацией, проведение обучающих семинаров)

Средства из местного бюджета. Этот тяжелый способ добывания денег пока не может быть регулярным, но иногда он себя оправдывает. Чаще всего это происходит, когда администрация (или другая госструктура, например, комитет по образованию) сама заинтересована в проводимом вашей организацией мероприятии. Но даже если вам повезло попасть в «строку финансирования», не факт, что в бюджете окажутся на это деньги. В таком случае реальней получить средства «натурой» (например, в виде зачета стоимости энергообеспечения или телефонной связи офиса, выделения транспорта для обслуживания мероприятия, социальная аренда и т.п.).

Более реальным в ближайшем будущем добывание денег из бюджета может быть социальный заказ - это комплекс мероприятий организационно-правового характера, направленных на разработку и реализацию социальных проектов за счет бюджетных и других средств путем заключения социальных контрактов на конкурсной основе. Социальный заказ как технология уже довольно долго обсуждается в среде третьего сектора. Первоначально разработанный специалистами из российских НПО, он с 1997 года адаптируется в Украине. С историей внедрения социального заказа вы можете познакомиться, прочитав книгу «Социальный заказ в Украине. Обоснование и внедрение», изданную Ассоциацией поддержки гражданских

инициатив «КОВЧЕГ» в 2000 году. Там же вы сможете найти подробное описание данной технологии. Украинский вариант отличается от российского, поскольку имеет несколько форм реализации конкурса на выполнение целевых социальных программ.

Не будем углубляться в технологию, коснемся лишь некоторых вопросов. Принятие Положения о социальном заказе позволяет:

- Создать реальную возможность для лоббирования интересов своих целевых групп при выделении бюджетных средств на социальный заказ
- Начать процесс разгосударствления социальной сферы.
- Повысить уровень социальных инвестиций, за счет привлечения волонтерского труда, средств международных организаций, спонсорской помощи и новых технологических НОУ-ХАУ некоммерческих организаций.

НПО, победившие в конкурсе, приобретают новый статус, поскольку распоряжением городского головы они встраиваются в систему городской социальной помощи. Что имеется в виду. Начальников соответствующих управлений горисполкома распоряжение мэра обязывает взаимодействовать с победившей НПО в выполнении Целевой социальной программы. При этом НПО не теряет своего «негосударственного» статуса, поскольку действует на основании Контракта.

Однако существуют и проблемы для внедрения данной технологии:

- нет сложившегося рынка предложений социальных услуг;
- отсутствует достаточное количество НПО, способных участвовать в конкурсе

Участие в государственных (или региональных) целевых программах. Например, программа по ВИЧ/СПИДу

Обращения в коммерческие компании, банки. Многие из них начинают финансировать благотворительные программы и мероприятия. Здесь можно рассчитывать как на получение целевого пожертвования, так и на спонсорские средства. Последние отличаются от пожертвований тем, что спонсор получает определенную коммерческую выгоду от взаимодействия с вашей организацией. Нужно учесть, что компании бывает легче предоставить вам свои товары (бесплатно или с ощутимой скидкой) или оплатить какие-то ваши счета, чем выделить деньги.

Сбор пожертвований. Реализуется различными способами – с помощью адресных обращений (как к частным лицам, так и к организациям), во время специальных мероприятий, в своем офисе («копилка» для сбора средств, с помещенной на ней информацией о том, на что они пойдут) и т.д. Как видим, путей и способов найти необходимые деньги немало. Основное – знать, как это делается, и уметь это делать. Прежде чем обращаться за помощью (пожертвованием) к коммерческим организациям или частным лицам, занимающимся совсем другими делами и имеющим отличные от ваших интересы, полезно подумать о том, почему люди вообще делают пожертвования, какими мотивами они руководствуются, принимая такое решение. Приведем некоторые из распространенных мотивов. Люди жертвуют, потому что: - стремятся помочь; - их попросили об этом, и они не могли отказать; - у них есть личная заинтересованность в решении этой проблемы; - у НПО хорошая репутация; - у них есть определенные амбиции («я не хуже других»); - хотят быть причастными к благородному делу; - таковы их религиозные убеждения; - чувствуют себя обязанными кому-либо («чувство вины»); - понимают важность вашей работы; - ожидают выгоды (например, налоговых льгот или рекламу); - рассчитывают на получение не прямой личной выгоды; и т.д. В любом случае люди, платя за что-либо, хотят получить какое-то

удовлетворение от своего поступка, пусть даже и неосознанно. Ваша задача – определить интерес возможного донора: материальный (льгота, будущая прибыль), моральный (чувство приобщения к хорошему и важному, с их точки зрения, делу), деловой (уверенность в том, что у вас это получится наилучшим образом) и т.д. Распознав и постаравшись удовлетворить тот или иной интерес, вы намного повышаете вероятность получения пожертвования.

Сессия 5. Разминка «Грузинский хор»

Цель:

Ход.

1. Объедините участников в 4 группы,

Вниманию тренера!

Например, по временам года, участники по очереди называют «зима», «лето», «осень», «весна», после объединяются в соответствие с произнесенной порой года.

2. Каждая группа должна запомнить свою фразу:

- О сервер пупа, пупа, пупа
- Дзюмбо квелико мито лико микадзе
- Пи-пи плясипупа
- Ква-ква, ква-кварадзе...

Вниманию тренера!

Можно фразы прописать заранее и вывесить как шпартгалки

3. Дайте инструкцию «Первая группа начинает хор со своей фразы, повторяя ее не прерывно не останавливаясь. Как только первая фраза прозвучала один-два раза, в хор вступает 2-я группа, затем присоединяется 3-я и 4-я.»

Сессия 6. Игра «Достойные аргументы = получение ресурса

Цель: отработать навыки фандрайзинга

Ход.

1. Дайте инструкцию: «Каждому участнику будет выдан прописанный ресурс или обозначенные средства, которые вам необходимо привлечь. Ваша задача - продумать предысторию, почему у вас появилась необходимость в этом благе и аргументы, почему это необходимо. Время на выполнения 15 минут».

2. Раздайте участникам листочки, на которых прописано, что им необходимо получить.

Вниманию тренера!

Заранее пропишите необходимые ресурсы (каждый на отдельном стикере) равные количеству участников. Сверните и поместите в непрозрачный пакет. Каждый участник берет себе по одному стикеру

Примеры ресурсов:

1. компьютеры и мебель в офис;



Initiative for Life

Ініціатива Заради Життя

всеукраїнська благодійна організація

2. гонорар тренеру на проведення тренінга «Репродуктивне здоров'я»;
3. десять волонтерів для озеленення парку в центрі міста;
4. п'ять тисяч гривень для закупки памперсів і їжі в дім малючка для дітей з ВІЧ статусом;
5. соціальна аренда приміщення для центру ресоціалізації колишніх засуджених
6. друкування брошури на тему: шляхи передачі ВІЧ і методи їх профілактики, для поширення серед студентів ВНЗ міста.
7. квитки в цирк, дельфінарій, кукольний театр для дітей дитячого дому №8
8. автомобіль для вивозу сміття, після прибирання парків, дитячих майданчиків міста.
9. фарби і матеріали для відновлення дитячих майданчиків «Пурпурного» району нашого міста.
10. 70% знижка на діагностику онкології

3. Після того, як завдання буде виконано, по черзі, кожен учасник презентує свої напрацювання. Всі інші учасники уважно слухають, представивши, що вони члени «журі» (це можуть бути підприємці, керівники держ. структур, директори фірм і т.д.), які будуть вирішувати, задовольнити запит чи відмовити в отриманні цього чи іншого блага.

4. Після кожної презентації обговоріть з учасниками наступні питання:

- чому ви погодилися/не погодилися задовольнити прохання?
- що б ви зробили по-іншому і як?
- що було вдалим?
- які висновки ми можемо зробити?

Сесія 7. Підведення підсумків

Ціль: підвести підсумки пройденого заняття і надати можливість висловитися всім учасникам, без виключень.

Хід.

1. Обратися до групи, скажіть про те, що заняття підійшло до кінця.
2. По черзі або в довільному порядку учасники проговорюють, що корисного вони сьогодні дізналися, і як будуть застосовувати отримані знання на практиці.
3. Поділіться своїми враженнями від минулого заняття, обговоріть дату і час наступного тренінгу і прощайтеся з групою.

Проект «Разом до спільної мети»

Тренинг «Фандрайзинг»

Анкета оцнки знаний

Ответьте, пожалуйста, на следующие вопросы

1.Что такое фандрайзинг?

2.Какие ресурсы можно привлечь с помощью фандрайзинга?

3.Перечислите возможные источники привлечения ресурсов?

4.Причины предоставления средств и ресурсов?

5. Как вы применили в жизни полученные знания?

Большое спасибо!