

Сбор средств для служения.

Духовные принципы, лежащие в основе сбора средств для служения.

(Исход 35:4-10) «И сказал Моисей всему обществу сынов Израилевых: вот что заповедал Господь: сделайте от себя приношения Господу: каждый по усердию пусть принесет приношение Господу, ... И всякий из вас мудрый сердцем пусть придет и сделает все, что повелел Господь...»

(Матф. 7:7-8) «Просите, и дано будет вам; ищите, и найдете; стучите, и отворят вам; и бо всякий просящий получает, и ищущий находит, и стучащему отворят».

Следует понимать, что если рассматривать сбор средств с позиций Евангелия, то это ни в коем случае не делается как реакция на кризисную ситуацию.

Прежде всего, сбор средств - это форма служения. Это провозглашение своего видения, которое дано вам Богом, и приглашение других людей участвовать в исполнении вашего видения при помощи ресурсов, которыми они располагают.

Сбор средств - это не ответная реакция на кризисную ситуацию, это - форма служения.

Уметь собирать средства - это значит уметь излагать свои убеждения и видение, и излагать так, чтобы тем самым дать людям возможность принять участие в исполнении вашего видения. Таким образом, это служение - полная противоположность попрошайничеству.

Мы не говорим: «Пожалуйста, помогите нам, потому что у нас проблема и в последнее время нам очень трудно».

Мы говорим: «Наши цели настолько велики и наше видение настолько увлекательно, что мы хотим дать вам возможность поучаствовать ресурсами, которые Бог дал вам».

Давая, вы не станете беднее, вы станете только богаче.

Более того, поскольку сбор средств является служением, то всегда присутствует и призыв к обращению. Это значит, что мы говорим людям: «Я приглашаю вас по-новому посмотреть на свои ресурсы. Если вы вложите свои средства в наше служение, то это хорошо для вас».

Если средства собираются только с учетом интересов того, кто их получает, то это не является служением в духовном смысле. Настоящее служение сбора средств стремится, чтобы учитывались интересы обеих сторон.

«Я возьму ваши деньги, если это будет хорошо для вашего духовного здоровья».

Другими словами, люди понимают, что они не станут беднее, отдавая, они становятся духовно богаче.

Фандрейзинг

Фандрейзинг - это деятельность по привлечению средств на некоммерческие проекты. Дословно с английского - увеличение ресурсов, сбор денежных средств.

Цели фандрейзинга.

- Сбор средств.
- Приобретение новых партнеров, сторонников и друзей.
- Возможность открыто заявить о себе и информировать о своих целях.

Цикл фандрейзинга.

Во время осуществления деятельности по привлечению ресурсов успешные фандрейзеры проходят четыре

условных стадии:

- Определение проблемы или потребности, на решение которых нужны средства. Также в эту стадию входит разработка проекта или услуги и определение их стоимости.
- Поиск источников средств, определение их потенциала и желания будущего донора помочь вам. Под донором мы понимаем любое физическое или юридическое лицо, финансирующее некоммерческие проекты на безвозвратной основе.
- Контакт с потенциальным донором и получение поддержки. Контакт осуществляется различными способами (звонок, письмо, объявление, заявка на грант и т.д.). При этом учитывается специфика донора.
- Благодарность донору и анализ своей деятельности. Эта стадия часто пропускается, но именно от нее зависит, замкнется ли цикл, т.е. продолжится ли ваша фандрейзинговая история.



Возможные источники поступлений на некоммерческие проекты.

- Органы государственной власти и местного самоуправления.
- Коммерческие фирмы (в виде благотворительности, меценатства, спонсорской поддержки, на партнерские проекты).
- Иностранные и российские благотворительные фонды (в виде грантов или пожертвований).
- Население (через сбор частных пожертвований).
- Члены организации (в виде членских взносов и собственного вклада).
- Клиенты организации (через предпринимательскую деятельность - реализацию товаров и услуг).
- Другие НКО: иностранные партнеры, ресурсы центры и прочие. В виде пожертвований, технической помощи, обучения, консультирования, предоставления информации.
- Учрежденные предприятия и организация (передача части прибыли).
- Другие (доходы от депозитов, акций, сдачи в аренду помещений и оборудования и т.д.).

1. Вы всегда должны знать ваш «продукт». Он состоит из миссии самой организации, ее проектов, программ и услуг, а также выгод, которые может получить конкретный донор взамен на свою помощь.

2. Думайте позитивно. Настраивайтесь на победу. Думайте не только о деньгах, но и об уникальном опыте, который вы получите.

3. Установите финансовые цели. Здесь вам пригодится бюджет проекта, программы или всей организации.

4. Продумайте стратегию фандрейзинга. Определите все потенциальные источники средств и разработайте творческие способы работы с ними. Успешные организации используют несколько

подходов к привлечению средств.

5. Установите план по поиску средств. Никогда не полагайтесь на дело случая, и посвятите планированию работ по привлечению средств столько же времени, сколько и другим областям.

Примите во внимание график потока денежных средств и потенциальный риск. Также помните, что только опыт создаёт экспертов. Цените как небольшие успехи, так и крупные провалы, чтобы позже улучшить свою деятельность в области фандрейзинга.

Общие рекомендации.

1. Что нужно делать при поиске средств:

- Давать спонсорам что-либо реальное за их вклад;
- Привлекать как можно больше материальных ресурсов, извлекать максимальную пользу из каждой возможности.
- Сохраняйте записи всего, что вы делаете.
- Иметь цель.
- Знать непосредственные нужды и цели ваших партнеров.
- Собирать команду до и после каждого события для поощрения и установки оперативных целей.
- Использовать разные подходы к поиску средств.
- Иметь списки тех, кто помогал вашей организации в прошлом.
- Думать позитивно, быть энергичным, творчески мыслить.
- Предоставлять альтернативы.

2. Чего нельзя делать при поиске средств:

- Полностью полагаться на один источник финансирования.
- Позволять этой работе разрушить регулярную деятельность в организации.
- Полагать, что по всем обязательствам автоматически будет выплачено - возможно, придётся и напоминать.
- Базироваться на импульсах, не имея четкого плана.
- Ждать всего до последней минуты.

Проектирование и фандрейзинг.

Проект - это разовая деятельность (в отличие от регулярной деятельности организации по оказанию услуг своим целевым группам), которая:

- Целенаправленна, т.е. имеет конечную цель и промежуточные задачи.
- Результативна, т.е. имеет хорошо определённый конечный результат, который можно оценить.

- Ограничена по ресурсам, т.е. имеет обозначенные временные рамки, дату начала и окончания, использует ограниченное количество финансовых, материальных, информационных и человеческих ресурсов.
- Состоит из ряда последовательных действий, взаимосвязанных работ.

Итак, проект - это комплекс взаимосвязанных работ, для выполнения которых выделяются соответствующие ресурсы и устанавливаются определенные сроки.

Проектный цикл.



- **Создание** - зарождение идеи, поиск единомышленников и принятие решения о проведении проекта.
- **Планирование** - постановка целей и выбор стратегии, определение этапов и шагов подготовки проекта, разработка стандартов качества, определение времени, необходимого для осуществления проекта и т.д.
- **Формулирование** - оформление проектной заявки.
- **Фандрейзинг** - поиск источников, заинтересованных доноров.
- **Реализация** - подготовка и осуществление необходимых мероприятий, а также мониторинг исполнения проекта.
- **Завершение** - оценка результатов проекта, подведение итогов, анализ проделанной работы и архивирование документации по проекту.

Итак, вам необходимо составить презентабельное описание проекта, которое можно было бы показывать потенциальным донорам.

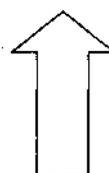
Структура описания проекта. При описании проекта существует ряд закономерностей, которые помогут составителям. Прежде всего, это структура описания проекта. В любой проект желательно включать следующие разделы.

Проблема

Цели.

Задачи.

Методы.



Ресурсы.

Вам нужно обосновать необходимость в данном проекте через описание проблем, которые он решает; сформулировать цель проекта; заявить о его задачах и ожидаемых результатах; описать то, что будет происходить внутри проекта (мероприятия и действия); и посчитать все ресурсы необходимые для осуществления проекта.

Совет. Проверяйте себя по мере написания проекта и вниз, и вверх по стрелкам. Следует ли цель проекта из описанной ситуации. *И* приведет ли достижение цели к решению проблемы? Все ли задачи укладываются в рамки одной цели, и будет ли цель достигнута при выполнении всех задач? Все ли мероприятия направлены на решение задач, нет ли лишних мероприятий?

Постановка проблемы, обоснование потребности в проекте. Основная задача данного раздела - убедить читателя вашей заявки, что именно на ваш проект следует выделить средства, что этот проект жизненно необходим в данное время в данной территории.

Вы должны описать, почему возникла необходимость в выполнении проекта. Проблема должна описываться как констатация негативной ситуации, существующей на данный момент в вашем регионе. Подойдут слова: рост (например, в отношении заболеваний), нехватка, отсутствие (например, необходимой информации или медицинских препаратов). Обратите внимание, что описывать нужно внешнюю ситуацию (ожидания ваших доноров, жителей вашего региона), а не проблемы и потребности своей организации. Имейте в виду, что не надо путать проблему с методами ее решения.

Совет. Приведите доказательства своего мнения: статистические данные результаты своих и чужих исследований, мнение экспертов, цитаты из официальных выступлений представителей власти, ссылки на опубликованные статьи.

Описывать проблемы лучше по принципу «от общего к частному», т.е. от глобальных проблем, существующих в мире, к проблемам конкретного региона и целевой группы.

Цели проекта. Этот раздел дает представление о том, для чего планируется осуществить данный проект, каковы будут его итоги. В нём должны быть описаны изменения, которые произойдут в описанной ситуации, и выбранной целевой группе.

Цель - это, то ради чего предпринимается проект. Часто выделяют долгосрочную и краткосрочную цели. **Долгосрочная** - это та цель, к которой данный проект стремится, но за срок осуществления проекта она не достижима. Её ещё называют миссией проекта.

Краткосрочная - это та цель, которую проект достигнет за срок своего осуществления. Она направлена на устранение основной центральной проблемы.

Иногда долгосрочная и краткосрочная цели объединяются.

Задачи проекта. Это шаги на пути к достижению целей проекта. Задачи направлены на устранение причин центральной проблемы. Цель - более общее утверждение, часто не поддающееся оценке, задачи - более конкретные результаты выполнения проекта.

Важно не путать задачи проекта с методами работы. Например, проведение определённого количества семинаров не может быть задачей проекта, т.к. это только метод, который позволит, например, повысить* квалификацию определённых специалистов (а это уже и есть задача).

В этом же разделе или отдельно описывают ожидаемые результаты, т.е. эффект который будет достигнут в результате осуществления проекта.

Совет. Удобнее описывать результаты уже после того, как вы прописали методы осуществления проекта. Подумайте, что станет итогом применения каждого из перечисленных вами методов. Результаты по целям

называют долгосрочными, их ещё называют эффектом проекта. А результаты по методам называют процессными результатами или продуктами проекта.

Методы, мероприятия. В этой части указываются мероприятия, которые необходимо провести для достижения намеченных результатов и для решения поставленных задач. Приводится схема организации работы по проекту и календарный план его осуществления. Из раздела должно быть ясно, *что* будет сделано, *кто* будет осуществлять действия, *как* они будут осуществляться, *когда* и *в какой* последовательности. Должны быть даны ответы на следующие вопросы: *Какова ваша стратегия в достижении желаемых результатов? Почему вы выбрали именно ее из всех других возможных? Чем обоснован выбор методов осуществления проекта?*

Ресурсы, бюджет, смета расходов. Возможно, это самая главная часть заявки - её просматривают все доноры. Для начала необходимо составить список ресурсов, требующихся для реализации проекта. Он может включать в себя перечень необходимых людей с определенной квалификацией, материалов и оборудования,

Постановка проблемы, обоснование потребности в проекте. Основная задача данного раздела - убедить читателя вашей заявки, что именно на ваш проект следует выделить средства, что этот проект жизненно необходим в данное время в данной территории.

Вы должны описать, почему возникла необходимость в выполнении проекта. Проблема должна описываться как констатация негативной ситуации, существующей на данный момент в вашем регионе. Подойдут слова: рост (например, в отношении заболеваний), нехватка, отсутствие (например, необходимой информации или медицинских препаратов). Обратите внимание, что описывать нужно внешнюю ситуацию (ожидания ваших доноров, жителей вашего региона), а не проблемы и потребности своей организации. Имейте в виду, что не надо путать проблему с методами ее решения.

Совет. Приведите доказательства своего мнения: статистические данные, результаты своих и чужих исследований, мнение экспертов, цитаты из официальных выступлений представителей власти, ссылки на опубликованные статьи.

Описывать проблемы лучше по принципу «от общего к частному», т.е. от глобальных проблем, существующих в мире, к проблемам конкретного региона и целевой группы.

Цели проекта. Этот раздел дает представление о том, для чего планируется осуществить данный проект, каковы будут его итоги. В нём должны быть описаны изменения, которые произойдут в описанной ситуации, и выбранной целевой группе.

Цель - это, то ради чего предпринимается проект. Часто выделяют долгосрочную и краткосрочную цели.

Долгосрочная - это та цель, к которой данный проект стремится, но за срок осуществления проекта она не достижима. Её ещё называют миссией проекта.

Краткосрочная - это та цель, которую проект достигнет за срок своего осуществления. Она направлена на устранение основной центральной проблемы.

Иногда долгосрочная и краткосрочная цели объединяются.

Задачи проекта. Это шаги на пути к достижению целей проекта. Задачи направлены на устранение причин центральной проблемы. Цель - более общее утверждение, часто не поддающееся оценке, задачи - более конкретные результаты выполнения проекта.

Важно не путать задачи проекта с методами работы. Например, проведение определённого количества семинаров не может быть задачей проекта, т.к. это только метод, который позволит, например, повысить квалификацию определённых специалистов (а это уже и есть задача).

В этом же разделе или отдельно описывают ожидаемые результаты, т.е. эффект который будет достигнут в результате осуществления проекта.

Совет. Удобнее описывать результаты уже после того, как вы прописали методы осуществления проекта. Подумайте, что станет итогом применения каждого из перечисленных вами методов. Результаты по целям называют долгосрочными, их ещё называют эффектом проекта. А результаты по методам называют процессными результатами или продуктами проекта.

Методы, мероприятия. В этой части указываются мероприятия, которые необходимо провести для достижения намеченных результатов и для решения поставленных задач. Приводится схема организации работы по проекту и календарный план его осуществления. Из раздела должно быть ясно, *что будет сделано, кто будет осуществлять действия, как они будут осуществляться, когда и в какой последовательности.* Должны быть даны ответы на следующие вопросы: *Какова ваша стратегия в достижении желаемых результатов? Почему вы выбрали именно ее из всех других возможных? Чем обоснован выбор методов осуществления проекта?*

Ресурсы, бюджет, смета расходов. Возможно, это самая главная часть заявки - её просматривают все доноры. Для начала необходимо составить список ресурсов, требующихся для реализации проекта. Он может включать в себя перечень необходимых людей с определенной квалификацией, материалов и оборудования, информации, средств на осуществление проектных мероприятий. Дальше всё перечисленное необходимо перевести в денежный эквивалент, даже те ресурсы, которые у вас уже есть (чтобы показать свой вклад в осуществление проекта).

Бюджет должен быть прямым образом связан с деятельностью по проекту. Самые распространенные статьи бюджета:

- оплата труда: штатные сотрудники, контрактники, гонорары экспертам и консультантам плюс налоги.
- помещение: оплата аренды, коммунальные платежи.
- прямые расходы на производство товаров и услуг для клиентов (предметы обихода, продукты питания, медикаменты, мебель, специальное оборудование).
- офисное оборудование: компьютеры, принтеры, ксероксы, телефонные аппараты и т.д., включая расходные материалы.
- канцелярские товары.
- административные расходы: банковское обслуживание, хозтовары.
- командировочные и транспортные расходы.
- публикации, издательские расходы.
- рассылка и связь, интернет.
- представительские расходы: культурная программа, банкеты.

Заключение. Главное во всем этом - логика изложения: чтобы цель вытекала из описания текущей ситуации и констатации проблемы, из цели плавно вырисовывались задачи, из них мероприятия, и чтобы бюджет вашего проекта соответствовал остальной части заявки. Важно, чтобы у вашего донора не возникало ни малейших сомнений в необходимости осуществления вашего проекта.

Фонды и гранты.

Типы грантодающих организаций.

- Государственные доноры. Правительства различных стран.
- Частные независимые фонды. Основаны отдельными знаменитыми личностями. Фонд Сороса, фонд Форда.
- Корпоративные фонды. Организованы отдельными крупными корпорациями. Фонд ЮКОС, Reebok.
- Доноры - посредники.

Источники информации о фондах и грантах.

- Интернет. Самый оперативный и, наверное, самый достоверный источник информации. Заниматься фандрейзингом, особенно в фондах, без интернета практически невозможно.
- Ресурсные центры поддержки НКО.
- Подписка на периодические издания. Печатные и электронные издания есть у многих ресурсных центров.

Формы контакта.

Вступить в контакт с фондом можно несколькими способами: звонок, письмо, встреча, заявка на грант. В случае если у вас есть четкая понятная информация о конкурсе грантов, вы нашли в Интернете информацию о фонде и скачали форму заявки, то предварительно звонить, или встречаться с фондом не обязательно. Хотя может быть, крайне полезно проконсультироваться с сотрудником фонда.

- Всё объясняйте. Не думайте, что читатель и так осведомлен обо всех проблемах, связанных с вашей сферой. Объясняйте переходы от одного раздела к другому. Расшифровывайте сокращения принятые в вашей среде. Пишите простым и доступным языком. Избегайте жаргонных слов и сложной лексики.
- Будьте кратки. Возможно, донор получает десятки заявок ежедневно. У него просто не хватит времени переварить пространный документ.
- Избегайте тавтологии. Ничего не значащие слова, повторяющиеся предложения не должны иметь места в вашей заявке. Если вы не можете должным образом выразить свои идеи, у них возникнет подозрение, что вы не сможете должным образом и реализовать их. Каждое слово должно работать на вас.
- Составьте заявку как можно привлекательнее. Используйте короткие предложения и короткие параграфы. Дайте почитать вашу заявку постороннему человеку и проверьте, все ли ему понятно, ясно ли вы изложили свои идеи, включена ли вся необходимая информация.
- Будьте аккуратны. Не роскошествуйте. Если заявка выглядит очень шикарно, у донора может сложиться впечатление, что вы расточительны. Но при этом совершенно необходимо, чтобы заявка была красиво напечатана и оформлена.
- Дайте почувствовать донору, что заявка обращена именно и только к нему. Люди любят и откликаются только на личное обращение. Соотнесите свою заявку с политикой, которую они проводят, и с их интересами.
- Выбирайте верный тон. Не требуйте, словно у вас есть все права. Это только настроит людей против вас. Но и не унижайтесь. Постарайтесь быть убедительными и правдивыми, пусть это просвечивается сквозь текст заявки.
- Запомните, что заявка - это ещё не всё. Вы должны заблаговременно подготовить почву и проследить за развитием процесса после подачи заявки.

Главное в работе с фондами - уметь хорошо пользоваться информацией, собирать её, анализировать, писать письма и заявки.

Сбор частных пожертвований. Методы.

- Адресная почтовая или электронная рассылка.
- Сбор средств с помощью специальных ящиков для пожертвований.
- Индивидуальные частные пожертвования и пожертвования в виде наследства (завещательные

дарования).

- Пожертвования членов организации и людей, постоянно поддерживающих организацию.
- Благодарности.
- «Один на один» или «от двери к двери».
- Сбор средств через интернет.
- Сбор частных пожертвований через благотворительные счета.
- Организация благотворительных мероприятий и акций (выставки, концерты, аукционы, распродажи, спонсорские ужины и т.д.).
- Акции по сбору вещей, продуктов и других неденежных пожертвований.
- Реализация благотворительной продукции (открытки, календари, брошюры, сувениры, значки и т.д.).