

«ФАНДРАЙЗИНГ И ГРАНТОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ КАК РЕСУРС РАЗВИТИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ»

ЧАСТЬ 1. ФАНДРАЙЗИНГ КАК СРЕДСТВО ПОИСКА И СБОРА СРЕДСТВ

Пополитова Ольга Витальевна
доцент Центра образовательного менеджмента
ГАУ ДПО ЯО «Институт развития образования», к.п.н.

«Фандрайзинг» (fund-raising).

Это – сбор средств, целенаправленный систематический поиск спонсорских или иных средств для осуществления социально значимых проектов (программ, акций) и поддержки социально значимых институтов

Привлечение и аккумулярование средств из различных источников.

<http://fund-raising.ru/>

Ассоциация фандрайзеров



ЦЕЛИ ФАНДРАЙЗИНГА

- ПОЛУЧЕНИЕ НЕОБХОДИМЫХ РЕСУРСОВ И УДОВЛЕТВОРЕНИЕ ДАРИТЕЛЯ
- ДОСТИЖЕНИЕ ЦЕЛЕЙ ОРГАНИЗАЦИИ И РЕАЛИЗАЦИИ ЕЕ ПРОГРАММ
- УКРЕПЛЕНИЕ БЛАГОПОЛУЧИЯ ОБЩЕСТВА В ЦЕЛОМ

ФАКТОРЫ ДЛЯ РАЗВИТИЯ ЭФФЕКТИВНОГО ФАНДРАЙЗИНГА В РОССИИ :

- твердое намерение руководства страны вывести Россию на инновационный путь развития;
- наличие в стране активных обеспеченных людей – владельцев бизнеса и топ-менеджеров;
- предпринимательская активность значимой части российского общества; особенности российского менталитета, известная во всем мире так называемая «русская душевность», приоритет духовно-нравственных мотивов жизненного поведения.
- богатейшие традиции меценатства

ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ЗАКОН ОТ 11 АВГУСТА 1995 Г. № 135-ФЗ «О БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ И БЛАГОТВОРИТЕЛЬНЫХ ОРГАНИЗАЦИЯХ»

- **благотворители** — лица, осуществляющие благотворительные пожертвования в формах: бескорыстной (безвозмездной или на льготных условиях) передачи в собственность имущества, в том числе денежных средств и (или) объектов интеллектуальной собственности; бескорыстного (безвозмездной или на льготных условиях) наделения правами владения, пользования и распоряжения любыми объектами права собственности; бескорыстного (безвозмездного или на льготных условиях) выполнения работ, предоставления услуг благотворителями — юридическими лицами.
- **благополучатели** — лица, получающие благотворительные пожертвования от благотворителей, помощи добровольцев.

МЕЦЕНАТ - ???

ДОНОР - ???

СПОНСОР-???

- **Меценатство** – это благотворительная помощь **физических лиц** на добровольном безвозвратном основании.
- **Доноры** – это **организации**, в миссии которых предусмотрено предоставление безвозвратной финансовой, технической помощи на конкурсном основании.
- **Спонсорство** – это конкретная помощь **юридических и физических лиц** на **определенных условиях**.



МЕЦЕНАТСТВО ОТЛИЧАЕТСЯ ОТ БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СВОИМИ СОЦИАЛЬНЫМИ И КУЛЬТУРНЫМИ ЦЕЛЯМИ

Цели благотворительности — обеспечение социального благополучия в обществе.

Цели меценатства — обеспечение сохранения и развития профессиональных видов в сфере культуры

СПОНСОРСТВО

В соответствии со статьей 3 Федерального закона от 13 марта 2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе», спонсорство — это возмездное предоставление помощи на условиях распространения рекламы о спонсоре и его продукции.

«....**СПОНСОР** — лицо, предоставившее средства либо обеспечившее предоставление средств для организации и (или) проведения спортивного, культурного или любого иного мероприятия, создания и (или) трансляции теле- или радиопередачи либо создания и (или) использования иного результата творческой деятельности».

- Спонсорство — близкая, но не равнозначная по своей сути форма благотворительности.
- Спонсорство не бескорыстно как благотворительность.
- Спонсорство не безвозмездная помощь, как благотворительность.
- Спонсорство имеет свои интересы

ДОНОРЫ — это организации, в миссии и в бюджете которых предусмотрено предоставление безвозвратной финансовой, технической помощи на конкурсном основании.

- РАО ЕЭС
- РЖД
- Газпром
- Роснефть
- Роснано и др. государственно-частные корпорации

КАЖДАЯ ФАНДРАЙЗИНГОВАЯ КАМПАНИЯ ИМЕЕТ СТРОГО ОПРЕДЕЛЕННЫЕ ЗАДАЧИ, В СООТВЕТСТВИИ С КОТОРЫМИ ВЫДЕЛЯЮТСЯ ДВА ОСНОВНЫЕ ВИДА ФАНДРАЙЗИНГА:

- **ПЕРВЫЙ ВИД ФАНДРАЙЗИНГА.** ЕСЛИ ЗАДАЧИ ФАНДРАЙЗИНГА СВОДЯТСЯ К ПОСТУПЛЕНИЮ КОНКРЕТНЫХ СРЕДСТВ ПОД РЕАЛИЗАЦИЮ ПРОЕКТОВ, ТО ДАННЫЙ ВИД ФАНДРАЙЗИНГА МОЖНО НАЗВАТЬ **ПРОЕКТНЫМ**
- **ВТОРОЙ ВИД ФАНДРАЙЗИНГА.** В СЛУЧАЕ НАПРАВЛЕНИЯ ПРИВЛЕЧЕННЫХ СРЕДСТВ НА ПОКРЫТИЕ ТЕКУЩИХ РАСХОДОВ, МОЖНО СЧИТАТЬ ТАКОЙ ВИД ФАНДРАЙЗИНГА **ОПЕРАТИВНЫМ**.

10 ЗАКОНОВ УСПЕШНОГО ФАНДРАЙЗИНГА

- ни одна группа людей не сидит в ожидании того, чтобы кому-нибудь отдать свои деньги (также этот закон известен под названием «несуществующие они»)
- фандрайзинг – это общение тех, кто получает и кто оказывает поддержку
- эффективный фандрайзинг – результат вашей истории (истории работы организации)
- люди дают людям
- кто-то должен просить деньги
- организация не может чересчур поблагодарить донора
- ищите инвестиции, а не подарки
- донорами становятся, а не рождаются
- фандрайзинг от отчаяния оказывается тщетным
- люди делают то, что им нравится

КАТЕГОРИИ ЖЕРТВОВАТЕЛЕЙ ОО:

- выпускники и их родители,
- родственники, друзья и единомышленники,
- благотворительные фонды и компании,
- правительственные и коммерческие организации,
- некоммерческие организации,
- депутаты,
- бизнесмены и частные предприниматели,
- просто добрые и отзывчивые люди.

???

**КТО В ОО БУДЕТ ОСУЩЕСТВЛЯТЬ
ЭТУ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ?**



!!!

...ЧАЩЕ ВСЕГО – РУКОВОДИТЕЛЬ...

ДИРЕКТОР!!!

ПРАВОВЫЕ ИСТОЧНИКИ И МЕХАНИЗМЫ РЕГУЛИРОВАНИЯ БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

- КОНСТИТУЦИЯ РФ.
- ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ЗАКОН «О НЕКОММЕРЧЕСКИХ ОРГАНИЗАЦИЯХ».
- ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ЗАКОН «О БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ И БЛАГОТВОРИТЕЛЬНЫХ ОРГАНИЗАЦИЯХ».
- ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ЗАКОН «ОБ ОБРАЗОВАНИИ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ».
- ГРАЖДАНСКИЙ КОДЕКС РФ.
- НАЛОГОВЫЙ КОДЕКС РФ.
- УСТАВ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ.
- ПОПЕЧИТЕЛЬСКИЙ СОВЕТ. РОДИТЕЛЬСКИЙ КОМИТЕТ.

ОСНОВНЫЕ ЭТАПЫ ПОИСКА ДОПОЛНИТЕЛЬНЫХ БЛАГОТВОРИТЕЛЬНЫХ ДЕНЕЖНЫХ СРЕДСТВ

- 1) знакомство с технологией фандрайзинга, что, конечно же, возможно при помощи других специалистов, которые в своей деятельности уже сталкивались с проблемой фандрайзинга и имеют определенный опыт его применения;
- 2) этап поиска источников финансирования, т.е. «фандрайзинг в действии»;
- 3) использование выбранного метода сбора денежных средств (обращения к депутатам, частным и общественным организациям, через различные конкурсы и за счет частных пожертвований, сотрудничество с государственными структурами и общественными организациями).

ПЕРЕЧЕНЬ ОСНОВНЫХ ПРОБЛЕМ, С КОТОРЫМИ СТАЛКИВАЕТСЯ РУКОВОДИТЕЛЬ ОРГАНИЗАЦИИ:

- 1) незнание принципов правильного составления и оформления проектной документации;
- 2) незнание технологии поиска спонсоров;
- 3) незнание способов заинтересовать потенциального спонсора своим проектом;
- 4) незнание специфики выбора проектов и программ для более эффективного выделения средств;
- 5) незнание причин, по которым люди согласны выделить средства

ОДНА ИЗ ОСНОВНЫХ ЗАДАЧ ФАНДРАЙЗИНГА

– СОЗДАНИЕ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОГО ИМИДЖА ОРГАНИЗАЦИИ

- название, миссия, логотип организации, ее уникальность. Все должно быть рассчитано на то, чтобы благотворители (спонсоры) осознавали, что совместная работа с такой организацией им полезна и прибыльна.
- наличие фандрайзинговых материалов – различных буклетов, брошюр, отчетов, маркированных конвертов с логотипом и адресом и пр., словом, всего того, что можно демонстрировать во время проведения акций

МОТИВЫ БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

- 1) необходимо учиться быть готовым постоянно доказывать людям необходимость вашей деятельности,
- 2) отсутствует выверенная и единая формула для эффективного фандрайзинга,
- 3) нельзя рассчитывать только на один источник средств, каким бы надежным он не казался;
- 4) вероятность получения финансовой поддержки увеличится, если просить ее на реализацию какого-либо конкретного проекта, приносящего очевидную пользу обществу и потенциальному спонсору;
- 5) для успешности процесса фандрайзинга необходимо постоянно не только работать с самыми различными источниками средств, но и курировать их постоянно.

ЦИКЛ ФАНДРАЙЗИНГА



ПОЛНЫЙ ЦИКЛ ФАНДРАЙЗИНГА

1. анализ проблемы
2. идея
3. создание инициативной группы
4. описание целевой группы
5. формальная организация
6. ресурсы
7. определение результата
8. цели и задачи
9. составление сметы
10. составление бюджета

11. методы привлечения средств
12. составление плана акций
13. поиск и отбор потенциальных жертвователей
14. проведение акций
15. анализ акций
16. отчет для жертвователей
17. план следующей акции
18. благодарность

ФИНАНСОВЫЕ ИСТОЧНИКИ

- **фонд членских взносов нко** (в случае, если организация членская) **есть примеры создания нко из сотрудников оо, родителей и т.п. пожертвования** (частных лиц, коммерческих структур)
- **финансирование конкретных программ из бюджетов разных уровней** (чаще всего, из местного – областного, городского)
- **доходы от коммерческой деятельности организации** (оказание каких-либо платных услуг)
- **доходы от проведения специальных благотворительных мероприятий** (благотворительные ярмарки, марафоны, аукционы)
- **гранты**, получаемые организацией от отечественных и зарубежных государственных учреждений, международных организаций, благотворительных фондов

ФАНДРАЙЗИНГОВАЯ СТРАТЕГИЯ

- написание бизнес-плана проекта
- написание спонсорского предложения
- четкое определение целевой аудитории проекта для дальнейшего определения потенциальных спонсоров
- установление таких взаимоотношений с партнерами, которые удовлетворяют интересы обеих сторон
- правильное закрытие проекта (включает в себя работу с партнерами после окончания проекта для создания возможности дальнейшего долгосрочного сотрудничества)

МЕТОДЫ

- **ТЕЛЕФАНДРАЙЗИНГ** (telefundraising) — обращение к потенциальным донорам и благотворителям по телефону и по факсу
- **ПОЧТОВЫЙ ФАНДРАЙЗИНГ** (mail fundraising) — обращение к потенциальным донорам и благотворителям по почте
- **ИНДИВИДУАЛЬНЫЙ ФАНДРАЙЗИНГ** (individual fundraising) — персональное обращение к донорам и благотворителям в личной беседе
- **СОЛОФАНДРАЙЗИНГ** (solo fundraising) — приобретение поддержки от конкретного лица
- **СОБЫТИЙНЫЙ ФАНДРАЙЗИНГ** (events fundraising) — проведение различных мероприятий (аукционов, выставок, лотерей, презентаций, обедов и т.д.)
- **ПРЕДОСТАВЛЕНИЕ платных дополнительных образовательных услуг**
- **СОТРУДНИЧЕСТВО** с другими организациями с целью развития и продвижения технологий фандрайзинга в рамках партнёрства

5 ПОСТУЛАТОВ О СУТИ ПОЖЕРТВОВАНИЯ

(ФОНД ВЕЛИКОБРИТАНИИ «CHARITIES AID FOUNDATION»)

1. ПОЖЕРТВОВАНИЯ НЕ ЕСТЬ «ПОДАЧКА»
2. ПОЖЕРТВОВАНИЯ НЕ МОГУТ КОГО-ТО УНИЗИТЬ
3. ПОЖЕРТВОВАНИЯ НЕ ЕСТЬ УДЕЛ БОГАЧЕЙ
4. ПОЖЕРТВОВАНИЯ НЕ ЕСТЬ ИНВЕСТИЦИИ
5. ПОЖЕРТВОВАНИЯ НЕ МОГУТ БЫТЬ БЕСКОНЕЧНЫМИ

ПОЧЕМУ КОМПАНИИ ЗАНИМАЮТСЯ БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТЬЮ?

- **участие в благотворительных акциях**, мероприятиях, поддержка благотворительных проектов или организаций **улучшает репутацию фирмы**, показывает, что это легальная признанная организация, надежно стоящая на ногах.
- **спонсоринг - показатель надежности.**
- **обстоятельность, легальность, финансовое благополучие** - показателем всего этого именно является продуманная и постоянная благотворительная деятельность
- участие в благотворительности, особенно в небольшом городе, показывает, что **фирма или банк заботятся о городе, о его жителях**
- благотворительность - это и **реклама**
- наконец, участие в решении социальных проблем **улучшает внутренний климат в коллективе**

ЖЕРТВОВАТЕЛИ ОБРАЩАЮТ ВНИМАНИЕ НА:

- историю организации
- ее достижения - чего она уже успела добиться
- другие источники средств
- на что пойдут пожертвования
- кто отвечает за расходование денег в организации
- возможность узнать о результате, проконтролировать расходы

МЕТОДЫ КОНТРОЛЯ СО СТОРОНЫ ЖЕРТВОВАТЕЛЕЙ:

- требование полного отчета
- внезапное посещение
- посещение мероприятия по приглашению

МОМЕНТ АНАЛИЗА: КАК ВЫБРАТЬ КРУГ ПОТЕНЦИАЛЬНЫХ СПОНСОРОВ?

- кто может нас поддержать?
- доступны ли те люди, которые нас интересуют?
- какие льготы мы можем предложить спонсорам?
- какие услуги и возможности мы можем предложить спонсорам?
- как может отразиться на имидже спонсора сотрудничество с нами?
- какие альтернативные источники ресурсов мы можем использовать?
- насколько внешняя ситуация благоприятна для пожертвования именно в нашу организацию?
- правильно ли выбрано время для предложения о спонсировании?

ПРИНЦИПЫ ФАНДРАЙЗИНГА

- ПРИНЦИП ЗАКОННОСТИ ПОЖЕРТВОВАНИЙ
- ПРИНЦИП КОНФИДЕНЦИАЛЬНОСТИ И ДОБРОВОЛЬНОСТИ
- ПРИНЦИП ГЛАСНОСТИ И НЕПРИНУЖДЕНИЯ К ПРИВЛЕЧЕНИЮ СРЕДСТВ

ПРИНЦИП ГЛАСНОСТИ И НЕПРИНУЖДЕНИЯ К ПРИВЛЕЧЕНИЮ СРЕДСТВ

- образовательная организация вправе получать пожертвования, а родители вправе, но не обязаны, оказывать помощь образовательной организации в любой приемлемой для родителей форме и никаких обязательных имущественных платежей и взносов не может быть
- любое принуждение к сбору средств является незаконным
- запрещается сбор благотворительных взносов в виде наличных денежных средств работниками организации и вовлечение детей в финансовые отношения между их законными представителями и образовательной организацией (ОО)
- на сайтах ОО должны быть приведены документы, регламентирующие благотворительную деятельность

НАРУШЕНИЕ ЗАКОННОСТИ ФАНДРАЙЗИНГА В ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ОРГАНИЗАЦИЯХ

- нецелевое использование средств пожертвований
- нарушение законности и открытости
- принуждение родителей к платежам
- навязывание фиксированных сумм пожертвований
- нарушение принципа добровольности
- нарушение общедоступности и бесплатности образования
- можно ли выиграть суд у родителей? вопросы для самоконтроля
- нецелевое использование средств пожертвований

ФАНДРАЙЗИНГ — не выпрашивание денег, а спланированная работа, которая направлена на получение пожертвований, сделанных осознанно.

СУЩНОСТЬ ФАНДРАЙЗИНГА — установление партнерских отношений, переход к стратегии сотрудничества с людьми и организациями, которые могут оказать материальную поддержку



ЧТО ПОЧИТАТЬ?

- Шевченко Д. А. Фандрайзинг образовательной организации. М., 2017.
- Масленников Р.М. Фандрайзинг: Где и как взять деньги? Мифы. Законы. Фишки. Личный опыт. М., 2013
- Бикалова Н.А., Рассохин И.В., Растяпин А.А. ФАНДРАЙЗИНГ: ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ И ВОЗМОЖНЫЕ ПЕРСПЕКТИВЫ // Экономика и современный менеджмент: теория и практика: сб. ст. по матер. LVI междунар. науч.-практ. конф. № 12(54). – Новосибирск: СибАК, 2015.
- Тульчинская Т. Фандрайзинг в России: методы, примеры и технологии сбора средств, 2013.
<https://www.miloserdie.ru/article/fandrajzing-metody-sbora-sredstv/>
- Лычагина И.Н. Образовательный фандрайзинг: мировой опыт и российская специфика
<http://be5.biz/ekonomika1/r2012/1750.htm>
- журнал «NonProfit PRO» <https://www.nonprofitpro.com/>
- Ассоциация фандрайзеров <http://fund-raising.ru/>

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!

ЖЕЛАЮ ВАМ УСПЕХА!

Пополитова Ольга Витальевна
доцент Центра образовательного менеджмента
ГАУ ДПО ЯО «Институт развития образования», к.п.н.

popolitova@rambler.ru