

Управление финансовыми ресурсами социального проекта

#МЫВМЕСТЕ



Модуль 3. Фандрайзинг как способ развития
деятельности центров добровольчества.

Урок 1. Определение фандрайзинга.

Что такое фандрайзинг?

#МЫВМЕСТЕ



Фандрайзинг – это деятельность по привлечению ресурсов на некоммерческие цели. Деятельность по привлечению ресурсов, которую вы осуществляете для того, чтобы некоммерческая организация или социальные проекты **могли воплощаться**.

Цели фандрайзинга:

#МЫВМЕСТЕ



Сбор средств и ресурсов

Приобретение новых партнёров и друзей

Возможность открыто заявить о себе, о своей проблеме, о той теме, которой вы занимаетесь

НКО или волонтерский проект ищут деньги на следующие цели:

#МЫВМЕСТЕ



Финансирование конкретной программы, проекта

Административно-хозяйственные нужды

Капитальные нужды (приобретение, строительство, ремонт помещений, оборудования)

Цели свободного использования (по усмотрению организации).

Ожидаемые результаты фандрайзинга

#МЫВМЕСТЕ



Особенности фандрайзинга

#МЫВМЕСТЕ



Это не просто поиски денег, а работа по решению конкретных проблем, для выполнения которой нужны средства

В фандрайзинге главное не деньги, а отношения (причем желательны долгосрочные отношения между людьми)

В центре всего процесса фандрайзинга – человек (нужный человек в нужном месте в нужное время)

В фандрайзинге не просят деньги безвозмездно, а всегда предлагают что-нибудь взамен (например, радость, воодушевление тому, кто может оказать поддержку организации)

Основные принципы фандрайзинга

#МЫВМЕСТЕ



- 1. Люди дают деньги людям. Имеет значение не только организация, но и то, кто привлечен к ее работе, и кто просит деньги.**
- 2. Люди дают деньги только тогда, когда их об этом просят. Добровольные пожертвования редки.**
- 3. Люди дают деньги потому, что хотят. Это им приятно и вызывает у них чувство удовлетворенности – то есть вы не навязываетесь кому-либо с просьбой подумать о пожертвовании организации только потому, что вы считаете ее достойной.**
- 4. Люди дают деньги на финансирование возможностей, а не потребностей. Возможность помочь организации достичь цели или выполнить трудную задачу является более привлекательной, чем помощь для поправки финансового положения.**
- 5. Люди дают деньги успеху, а не нужде. Эффект победителя действует и в фандрайзинге: люди любят участвовать в успешной кампании, иметь дело с организацией, получающей все больше поддержки.**