

13 декабря 2007

girls worldwide say



Europe Region
Région Europe

World Association of Girl Guides and Girl Scouts
Association mondiale des Guides et des Eclaireuses
Asociación Mundial de las Guías Scouts

Europe Region WAGGGS
Avenue de la Porte de Hal, 38 (Box 1)
B-1060 Brussels, Belgium

telephone: +32 2 541 0880
facsimile: +32 2 541 0899
email: europe@europe.wagggsworld.org
www.europe.wagggsworld.org

10 ОСНОВНЫХ ПРИЧИН, ПО КОТОРЫМ ЗАЯВКИ НА ГРАНТ ОТВЕРГАЮТСЯ

1. СЛАБАЯ ПРИГОДНОСТЬ

Фонды и корпорации хотят знать, что некоммерческая организация думает об их приоритетах в области оказания денежной поддержки, и насколько сходятся их интересы. Если ваша организация и ее потребности в рамках проекта не соприкасаются тесным образом с интересами грантодателя, ваши шансы на получение Гранта будут очень низки.

2. ПРАВИЛА, КОТОРЫХ НЕ ПРИДЕРЖИВАЮТСЯ

Когда Донор говорит, что нужно печатать шрифтом 12, а размер текста не должен превышать 20 страниц, то так и нужно делать. Необходимо соблюдать требования Донора к форматированию текста. Если вы не сделаете этого, то, скорее всего, это приведет к тому, что ваше предложение будет отвергнуто и отправлено в мусорную корзину.

3. ВРЕМЕННЫЕ РАМКИ

Крайние сроки подачи заявки обычно привязаны к заседаниям Совета фонда или корпорации. Если ваше предложение будет отослано позднее, это плохо охарактеризует способность вашей организации управлять временем.

4. НЕ ПРЕДЪЯВЛЕННАЯ ВЫГОДА

Грантодатели от правительства и корпоративные доноры все чаще просят некоммерческие организации продемонстрировать потенциальные итоги или прибыль от предоставления им гранта. Помимо оглашения прямой выгоды от вашей работы присоедините также информацию о позитивном воздействии на сообщество в целом, а также о потенциальных выгодах в будущем.

5. ДУБЛИРОВАНИЕ УСЛУГ

Уникальность – это одна из тех неуловимых вещей, которая зажигает интерес донора, поэтому вы должны попытаться быть непохожими на других поставщиков услуг. Четко обрисуйте, каким образом ваша программа отличается от других, приведите уникальные демографические данные, покажите в деталях, какие изменения произойдут в вашей программе со временем, объясните, как благотворительная сумма поможет решать появляющиеся социальные потребности.

6. «ОБЩИЕ» ПРЕДЛОЖЕНИЯ ИЛИ «ПУСТОПОРОЖНИЕ» ИССЛЕДОВАНИЯ

Committee Members

Fabiola Canavesi, Chairman
Lara Tonna, Vice-Chairman

Midge Coombs
Evgenia Beliakova

Finna Sigurdardottir
Medeea Negutescu

Elspeth Henderson, World Board Chairman
Heather Roy, Regional Director

Mary Mc Phail, Chief Executive

Registered Charity No. 306125
Registered AISBL Belgium

Эти типы заявок говорят донору, что вас не волнует ни их время, ни то, чем они занимаются. Грантодатели сразу вычисляют такие пустые предложения. Доноры дают дотации, а не спекулируют.

7. СТАБИЛЬНОСТЬ НЕ ОЖИДАЕТСЯ

Все доноры хотят видеть, что все, что вы предпринимаете – идеи, планирование и стратегический анализ – показывает, что ваша организация стремится к большей самодостаточности. Стабильность идет параллельно развитию взаимоотношений по поводу предоставления гранта и партнерских отношений. Многие доноры спросят напрямую: как вы планируете поддерживать эту инициативу с течением времени?

8. НЕРЕАЛИСТИЧНЫЕ ОЖИДАНИЯ

Некоммерческая организация должна оценить, какой фонд вероятнее всего даст больше. Небольшой фонд, может быть, однажды уже выдавал грант в пределах 5 000 евро. Тогда у этого фонда бессмысленно просить 1 миллион евро. Нужно также время на развитие отношений с донором, особенно, если вы просите много денег.

9. НЕТОЧНО? РАСПЛЫВЧАТОЕ ИЛИ СКУДНОЕ ОПИСАНИЕ

Ошибки в финансовых счетах, например, сильно подрывают доверие к вам. Расплывчато или неточно написанные заявки также затрудняют работу тех лиц, которые должны просмотреть и оценить вашу заявку, несмотря на то, что они могут увидеть огромную ценность того, что вы делаете. Все время помните о том, что удачно описанное предложение привлечет внимание и продемонстрирует, почему именно вашу организацию нужно поддержать.

10. НЕТ ПРИЗНАНИЯ ЗАСЛУГ ДОНОРА

Многие доноры – в частности корпоративные доноры – захотят узнать, как их участие будет оценено и признано. Это повышает их уверенность в том, что признание их вклада обязательно последует. Но иногда случается так, что грантополучатели «забывают» выразить

Бюллетень «Советы по фандрайзингу»

Дорогие друзья

Перед вами первый выпуск советов по изысканию денежных средств.

Этот бюллетень – составная часть серии мер, которые можно применить для осуществления фандрайзинга. Мы надеемся, что наши бюллетени дадут полезную и интересную информацию тем организациям, которые ищут пути и способы изыскания денежных средств для своего проекта или мероприятия.

Некоторые общие моменты

Этот бюллетень будет, в основном, посвящен фандрайзингу, который осуществим на Европейском уровне, администрируется европейскими институтами, фондами и корпоративными программами.

Однако следует отметить, что существует довольно большое количество денежных фондов, которыми управляют внутри страны национальные агентства или представительства ЕС, расположенные в странах-членах ЕС или в странах-кандидатах в члены ЕС.

Поэтому, начинать нужно, вероятно, с обращения в эти специальные агентства, которые управляют национальными программами ЕС, например, молодежными программами, образовательными программами, тренингами. Эти агентства могут дать ценные советы и оказать техническую поддержку, а также представить подробную информацию по тем программам, которые могут вас интересовать. Список национальных агентств можно найти по адресу: http://eacea.ec.europa.eu/youth/index_en.htm

Вам следует напрямую связаться с представительством ЕС в вашей стране, чтобы выяснить, что можно получить от них.

Мы также надеемся, что данный Бюллетень станет своего рода руководством по фандрайзингу. В каждом выпуске мы постараемся представить упрощенное введение и обзор некоторых релевантных программ по фандрайзингу в области молодежной деятельности, а также дать информацию о возможностях фандрайзинга через Интернет.

Однако это не означает, что это будет детализированное руководство по фандрайзингу в странах ЕС. Подробное руководство по фандрайзингу в странах ЕС можно найти в Интернете по адресу: www.ecas.org за плату. Список других полезных публикаций приводится в Приложении 1.

Однако стоит отметить, что большая часть информации по фандрайзингу доступна бесплатно в Интернете, например, информация, связанная с фандрайзингом в ЕС доступна на веб-сайте Европейской Комиссии по адресу: <http://www.ec.europa.eu>

Регулярный просмотр нужных вам страниц даст вам самую последнюю информацию. Даже будучи стесненными во времени и ресурсах, большинство организаций могут увеличить количество получаемых денежных пожертвований, если выберут верный стратегический подход к поиску и применению средств. Не сдавайтесь, как бы трудно это ни казалось. Упорство, умноженное на информацию, это ключ к успеху.

Другой ключевой элемент в поисках денежных средств – качество, а не количество. Поэтому, пожалуйста, НЕ ПОСЫЛАЙТЕ письмо в очень большое количество благотворительных организаций. Это не только не эффективно, но и может серьезно подорвать ваши будущие усилия по изысканию денежных средств. Обращайтесь только в те потенциальные фонды, чьим критериям удовлетворяет ваш проект.

Итак, начнем ...

Шаг 1 – соберите информацию о проекте

Очень важно собрать воедино всю необходимую вам информацию, прежде чем искать денежные средства. Соберите всю возможную информацию. Критерии приемлемости обычно очень строгие, поэтому не делайте заявку на грант в те источники, где нет необходимых критериев. Информация должна включать:

1. Тип проекта
2. Длительность проекта
3. Где проект будет администрироваться
4. Участники (если таковые имеются) – возраст, откуда они?
5. Бюджет – если имеется

Таблица по фандрайзингу

1. Что представляет собой ваш проект? (краткое описание)
2. Цели проекта
3. Кто может извлечь выгоду немедленно
4. Кто еще может выиграть от проекта
5. Есть ли партнеры? Если да, кто они?
6. Длительность проекта: дата начала проекта / дата окончания проекта
7. Где размещается проект?
8. Сколько будет стоить проект? (краткая схема проекта)
9. Какие средства вы ищите?

Шаг 2 – поиск денежных средств

Это требует времени и терпения. Просмотрите прошлые, текущие и потенциальные источники получения денежных средств (через различные базы данных). Кроме того, работая в сети с другими организациями или читая их ежегодные отчеты, вы можете узнать, кто дает им деньги. Если организация похожа на вашу, то вероятно вы можете воспользоваться теми же возможностями.

Существует множество Справочников по фондам, которые приводят списки потенциальных грантодателей, но они иногда довольно дороги, не всегда обновлены и не включают ВСЕ благотворительные организации. Однако, большая часть информации бесплатно доступна в Интернете через поисковые базы данных.

Интернет – это быстрый, дешевый и легкий источник информации. Многие Интернет-сайты регулярно обновляются и размещают контактную информацию и процедуры оформления заявок – некоторые сайты даже предоставляют возможность сразу же скачать формы заявки. Вот некоторые полезные сайты для начала.

- ♣ Европейская Комиссия – http://eacea.ec.europa.eu/youth/index_en.htm
- ♣
- ♣ Национальные Представительства ЕС – http://eacea.ec.europa.eu/youth/index_en.htm
- ♣ для подробной информации о контактах в вашей стране.
- ♣ Совет Европы: Европейский Молодежный Фонд/Европейские Молодежные Центры <http://www.coe.int/>
- ♣ Европейский Центр Благотворительных Организаций – <http://efc.be/>
- ♣ Фонды он-лайн – <http://www.fundersonline.org/>
- ♣ Евроофис – <http://eurodesk.org/>

И наконец, расставьте приоритеты в своем списке в зависимости от источников, которые наиболее соответствуют вашим требованиям и помогут с заявкой.

Большинство заявок (90%) отвергаются из-за нарушения правил подачи заявок. Простые вещи, типа того, что вы забыли подписать заявку, могут убить даже самые достойные проекты. Поэтому, если вы хотите, чтобы ваша заявка оказалась

успешной, вы должны внимательно ознакомиться с Правилами заявки. Для проверки оформления заявки воспользуйтесь нижеследующим списком вопросов.

1. Просмотрели ли вы все ваши потенциальные источники финансирования и выбрали ли наилучшую возможность для изыскания денежных средств?
2. Проверили ли вы релевантный веб-сайт, чтобы убедиться в том, что вы располагаете последней информацией и формами заявки?
3. Отвечает ли ваш проект требованиям приемлемости? Подходите ли вы в финансовом отношении?
4. Подходит ли ваш проект под приоритеты и критерии отбора именно для этой программы?
5. Подходит ли ваш проект под приоритеты страны и лиц, для кого нужны средства?
6. Если программе, на которую вы подаете заявку, требуются партнеры, нашли ли вы их?
7. Включили ли вы описание того, как вы будете осуществлять проект?
8. Обозначили ли вы, каким образом результаты вашего проекта будут распространяться?
9. Имеете ли вы достаточно силы / ресурсов для осуществления этого проекта?
10. Отвечаете ли вы требованиям по управлению финансами?
11. Обозначили ли вы, каким образом вы будете оценивать ваш проект?
12. Присоединили ли вы все необходимые документы к форме заявки? Помните, что неполные заявки не будут приняты!

Шаг 4 – ждите активно

Удостоверьтесь, что ваша заявка получена и вовремя подайте дальнейшую информацию, которая может понадобиться потенциальному грантодателю.

А теперь заставьте работать всю эту информацию ...

Ежемесячно Европейский Офис будет рассылать Новости о фондах, чтобы предоставить вам информацию о предложениях со стороны основных европейских благотворительных организаций. Мы дадим вам название фонда, краткую характеристику организации, критерии приемлемости, крайние сроки подачи заявки и контактную информацию для получения подробностей, если вы решите подать заявку.

Заключение

Нам всем будет на пользу работать вместе и узнавать о перспективах, ошибках и успехах друг друга. Поэтому делитесь своим опытом в области фандрайзинга или укажите, какие области вам были бы интересны. Все свои комментарии, вопросы и предложения присылайте по адресу:

Приложение 1

Список полезных публикаций

Европейский указатель грантов

Перечисляет более 1 750 грантов и программ, которые поддерживаются 78 благотворительными организациями и корпоративными грантодателями в Европе. Списки грантов расположены благотворителем в алфавитном порядке, а в указателях приводятся страна-грантодатель и страна-грантополучатель, область гранта, целевая аудитория, география и тип поддержки. Кроме того, дается статистический анализ этих данных. (51 rue de la Concorde B-1050 Belgium или <http://www.efc.be>)

Международный Справочник Развития (The International Development Directory) приводит подробную информацию о 250 организаций, базирующихся в Соединенном Королевстве и работающих в Восточной Европе и странах Третьего мира.

Международный Справочник Благотворительных Организаций 2002 (International Foundation Directory) приводит подробную информацию о 1200 благотворительных организациях и других органах, которые занимаются благотворительной деятельностью во всем мире. (18 Bedford Square, London WC1B 3JN)

Независимые гранты 2002 (Independent Funding 2002) – это справочник организаций и корпоративных членов Европейского благотворительного центра. Также включает в себя указатели области распределения грантов в зависимости от предмета, географии и целевого населения, а также от типа поддержки. (51 rue de la Concorde B-1050 Belgium или <http://www.efc.be>)

Молодежные гранты в Европе (Youth Funding in Europe) – это справочник 2000 г., который дает информацию по 145 видам благотворительных организаций и корпоративных фондов, осуществляющих поддержку молодежных организаций и проектов. Он включает указатели грантов по странам, областям деятельности и типам поддержки. (51 rue de la Concorde B-1050 Belgium или <http://www.efc.be>)

благодарность донору – это наиболее

Бюллетень «Советы по фандрайзингу»

Дорогие друзья

Добро пожаловать во 2-е издание Бюллетеня «Советы по денежным вложениям».

В этом втором выпуске мы попытаемся приоткрыть некую тайну вокруг возможностей изыскания денежных средств от Европейской Комиссии. Нравится это или нет, но дело в том, что Европейская Комиссия – это самый большой донор в мире.

По мере увеличения Европейского капитала, множатся бюджеты, программы и процедуры в различных отделениях Комиссии и Национальных Агентствах, управляющих этими программами на местном уровне. Почти для каждой Строки Бюджета существует особая процедура с формами, которые необходимо заполнить. Однако получить информацию о возможностях Европейского капитала стало значительно легче. Большая часть информации сейчас доступна на веб-сайте Европы и, если у вас возникают вопросы, можете обратиться к Контактному Лицу за разъяснениями относительно программы или статьи бюджета.

Главное, не пугаться запутанных путей получения средств от Европейского Союза вообще, а нацелиться на релевантные Фонды, которые вполне доступны для деятельности молодежи, и определить источники получения средств, которые подходят для вашего проекта или деятельности.

Когда скоро вы нашли такой фонд, или даже несколько фондов, внимательно изучите План Действий (в Выпуске № 1) и постепенно определитесь с идеей, как можно подать заявку на грант. Достаньте самые последние формы заявки, руководство по заполнению заявки и все необходимые документы с веб-сайта Европы – и продолжайте, шаг за шагом, и с уверенностью в том, что вы не потеряетесь, если останетесь целеустремленными и будете идти по шагам.

Требования на получение грантов у Комиссии настолько строгие, что если вы удовлетворяете всем критериям отбора и если вы правильно заполнили форму заявки, вы наверняка сможете соответствовать критериям любого фонда. Это действительно процесс, который следует изучить.

Чтобы извлечь как можно больше средств из какого-либо источника, нам необходимо набраться опыта, узнать, как использовать различные программы/статьи бюджета и как познакомить Национальные Ассоциации ВАГГГС с Национальными Агентствами, которые управляют этими Фондами. Свяжитесь со своим Национальным Агентством!

Итак, начнем...

Несколько советов как облегчить поиск средств через Европейский Союз.

1. Не считайте Комиссию «дойной коровой» - это не организация, раздающая фонды, и бюджет там существует не ради себя самого. Он там для того, чтобы стимулировать европейскую интеграцию. Итак, НЕ просите просто денег – продавайте свои идеи и убедите Комиссию в том, что ваш проект будет и дальше развивать приоритеты Комиссии. Некоторые из таких политических приоритетов включают следующие:
 - a. Сдерживание безработицы и создание рабочих мест – тренинги и образование, адаптация работы и рынка
 - b. Борьба против всех видов дискриминации и предоставление равных возможностей мужчинам и женщинам
 - c. Борьба против всех видов социального исключения
 - d. Вопросы расширения – обеспечение баланса между «более бедными» и «более богатыми» географическими регионами в Европе, так же как и в более бедных областях внутри каждой отдельно взятой страны.
2. Примените Стратегический Подход и исследуйте ВСЕ возможности изыскания средств. Обращение к наиболее популярным строкам бюджета/фондам всегда вызывает большую конкуренцию. В то же время некоторые фонды недостаточно используются и поэтому могут стать лучшей альтернативой.
3. Четко представляйте себе различные географические уровни, на которых принимаются решения о фондах ЕС. Только небольшое количество бюджетов управляется прямо из Брюсселя. **Большое количество Программ ЕС требуют, чтобы ваша заявка на грант была послана в Национальное Агентство на местном уровне.** Эти Агентства в вашей стране могут также дать вам совет и оказать техническую поддержку. Особенно, если это молодежная, образовательная программа или тренинг.
4. Также на местном уровне вы должны выяснить у вашего местного Национального Агентства, какие программы находятся под управлением местных Структурных Фондов, и где вы можете найти предложения. Во многих местных администрациях существует отделение, которое занимается фондами ЕС для региона. Если ваш проект удовлетворяет критериям региональных Структурных Фондов, это может дать возможность вашей ассоциации участвовать в Европейском гранте, даже не имея партнеров в других странах.

Какие области ЕС наиболее подходят для Ассоциаций - членов ВАГГГС?

Прежде чем сделать Обзор МОЛОДЕЖНОЙ программы (в которой заинтересованы большинство Ассоциаций ВАГГГС) я бы хотела, чтобы вы рассмотрели некоторые другие типы доступных фондов ЕС.

Существует три типа фондов ЕС:

1. Структурные фонды

Это нечто вроде фондов социального и экономического развития для обеспечения равенства между более-менее развитыми регионами в Европе, а также для более «бедных» областей в «богатых» странах. В некоторых странах эти фонды недостаточно используются (возможно, из-за недостаточной осведомленности об их существовании), и поэтому шансы успеха при обращении к ним более высоки.

Приоритеты для Программы на 2000-2006 годы:

Цель 1 Регионы, отстающие в экономическом отношении (заметьте, что некоторые страны не имеют Регионов для Цели 1 – проверьте, может ли ваша область быть выбрана, на карте Европейского веб-сайта).

Цель 2 Экономическая и социальная конверсия для целевых областей (заметьте: это может относиться, к примеру, к двум-трем улицам города и пр. – проверьте, есть ли ваша область на карте Европейского веб-сайта).

Цель 3 Развитие человеческих ресурсов, обучение и обеспечение работой целевых групп, например, социально-незащищенных молодых женщин, и т.д.

2. Инициативы сообщества

Они являются частью структурных фондов (5%), но для тех проектов, которые имеют транснациональное измерение. Для того чтобы обратиться к такому фонду необходимо иметь хотя бы одного партнера в другой стране. Он занимается региональными/национальными проблемами, обозначенными на уровне ЕС, но денежные средства даются по национальному признаку. Некоторые из таких инициатив включают следующие:

- РАВНЫЕ – новые рабочие места, обучение для получения работы, социальная интеграция, равные возможности
- ГОРОДСКИЕ – городское восстановление для оказания помощи областям, испытывающим трудности
- МЕЖРЕГИОНАЛЬНЫЕ – региональное развитие

3. Европейские Программы действия

Это те программы, которые имеют действительно Европейское измерение, заявки на участие в них подаются в Брюсселе, и фонды даются прямо из Комиссии. Для участия требуются партнеры, по крайней мере, в трех странах-членах ЕС (на практике обычно больше, так как приоритет обычно отдается проектам, которые имеют большой географический диапазон). Большие ежегодные программы также находятся в этой категории и включают следующие:

- **Образование, Обучение и Молодежь**

Молодежная Программа (2000-2004), Socrates II, Leonardo II

- **Страны-заявители, страны бывшего СССР**

PHARE, TACIS

МОЛОДЕЖНАЯ программа – Обзор

Наиболее подходящая для ВАГГГС программа, так как мы – молодежная организация! Ассоциации могут обращаться к Молодежной Программе, чтобы дать возможность своим членам принимать участие в обменах, в программе Европейской Службы волонтеров или организовать проекты или мастерские в пределах Европы. Она открыта для молодых людей из 30 европейских стран и предоставляет молодым людям от 15 лет и больше шанс расширить горизонты и развивать чувство инициативы посредством проектов у себя дома или за границей. Она обеспечивает структурное европейское сотрудничество между молодежными организациями, людьми, работающими с молодежью, между организаторами проекта и другими людьми, имеющими отношение к делам молодежи.

Осуществление Молодежной Программы децентрализовано. Ваша ассоциация может получить более подробную информацию о Молодежной программе, связавшись с местным Национальным Агентством в вашей стране. Агентства помогают с продвижением и осуществлением Программы на местном уровне.

Существует специальная программа для стран Средиземноморья. Евро-Средиземноморская программа обеспечивает 12 странам Средиземноморья привилегированное положение в сотрудничестве с третьей страной в области молодежной политики. Ее цель – содействовать интеграции молодых людей в работу и социальную жизнь, а также стимулировать демократизацию общества в странах-партнерах Средиземноморья. Национальные Координаторы, находящиеся в 12 странах-партнерах способствуют осуществлению этой Программы.

Молодежная Программа также поддерживает сотрудничество с молодежными организациями в Юго-Восточной Европе и странами бывшего СНГ.

И, наконец, если вы решили сделать заявку в Фонд ЕС, вот несколько советов:

Разработка Европейского Проекта

- Отрадите схему своего проекта (см. Выпуск № 1 по методике) на 2-4 страницах.
- Подумайте о потенциальных партнерах (другие ассоциации, общественные структуры, образования, компании и пр.)
- Узнайте возможности Фонда ЕС и справьтесь о сроках.
- Еще раз просмотрите свой проект – он должен быть инновационным, выполнимым, соответствующим приоритетам и целям Программы – и отошлите его своим партнерам.
- Сходите в офис, отвечающий за Программу с печатным вариантом проекта.
- Напишите заявку.

БЮЛЛЕТЕНЬ «СОВЕТЫ ПО ФАНДРАЙЗИНГУ»

Дорогие друзья

Этот выпуск бюллетеня по фандрайзингу Европейского отделения ВАГГГС имеет целью кратко рассказать о разных видах возможностей фандрайзинга, а также о тех ресурсах, которые нужны для того, чтобы помочь вам в выработке стратегии фандрайзинга, соответствующей именно вашей Ассоциации, ее потребностям и ресурсам.

Кроме того, 22 февраля мы будем отмечать Всемирный День Размышлений, поэтому подумайте, чем вы отметите это событие – прекрасная возможность воплотить в жизнь ваши идеи насчет фандрайзинга. С некоторыми интересными идеями насчет того, как сделать этот день успешным, вы можете познакомиться на веб-сайте Всемирного бюро по адресу www.world-thinking-day.com, здесь вы можете прочитать интересные «истории о мировом фандрайзинге» и скачать свой «пакет фандрайзинга».

Какой бы вид фандрайзинга вы ни выбрали в будущем, у вас должна быть Стратегия по фандрайзингу как часть вашего Стратегического Плана. Это поможет вашей Ассоциации сфокусироваться на цели, к которой вы стремитесь в своей работе, и поможет вам определить ресурсы, которыми вы располагаете для достижения цели.

Итак, начнем...

Пишем стратегию фандрайзинга – ключевые вопросы

С чего начать? Успешный фандрайзинг начинается с вашей собственной Ассоциации – просто потому, что успешный фандрайзинг должен основываться на выработке обдуманной стратегии и плана, привязанных к вашему Стратегическому Плану и вашим целям.

Итак, прежде чем вы начнете писать свою Стратегию по фандрайзингу – и, конечно, прежде чем начнете искать фонды их внешних источников – вы должны рассмотреть ключевые элементы, которые являются частью любого стратегического плана:

- **Каковы цели и задачи вашей Ассоциации?** *Имеется ли у вас четко прописанная цель или миссия? Миссия ВАГГГС, к примеру, - «дать девочкам и молодым женщинам возможность в полной мере развивать свой потенциал как ответственных граждан мира». С четко сформулированной Миссией потенциальным представителям Фонда будет легче понять цель вашей Ассоциации, а это им необходимо сделать до того, как они начнут рассматривать вопрос о предоставлении вам своей поддержки.*
- **Имеет ли ваша Ассоциация четко сформулированные планы и программы?** *Чтобы просить денежные средства, вам нужно будет рассказывать многим людям о том, чем вы занимаетесь, и нужно будет четко определить проекты, на которые нужно искать фонды.*
- **Имеет ли ваша ассоциация хорошо прописанные и вполне реальные бюджеты?** *Это необходимо для того, чтобы определить ту сумму денежных средств, которая вам нужна, и сообщить об этом потенциальным представителям Фонда.*
- **Имеет ли ваша Ассоциация хорошо организованный финансовый и бухгалтерский учет?** *Многие грантодатели просят предоставить копии счетов вашей Ассоциации (особенно, если вы просите средства у фондов или **установленных законом источников**).*

- **Какова структура вашей Ассоциации?** *Есть ли человек, отвечающий за координирование фандрайзинговой деятельности? Хотя у каждого члена Ассоциации есть своя роль в фандрайзинге, один человек или небольшая группа людей должны быть ответственными за то, чтобы держать в фокусе любую деятельность.*
- **Какие сильные и слабые стороны вашей Ассоциации?**
- **К какой аудитории вы обращаетесь?** *Кому выгодна ваша программа? Вашим членам, вашему местному сообществу, определенным группам внутри сообщества и т.д.*
- **Есть ли свидетельства того, что цели вашей Ассоциации достигаются?**
- **Имеете ли вы позитивный имидж в сообществе?**

Затем вам надо подумать о следующих моментах, чтобы собрать информацию для написания вашей стратегии фандрайзинга:

- *Сколько денег вы хотите собрать и для чего?*
- *Нужны ли вам деньги, чтобы начать проект?*
- *Нужны ли деньги для проекта, который уже начался?*
- *Нужны ли деньги для выплаты зарплаты, или для покупки оборудования, или для организации встречи?*
- *Нужно ли вам найти деньги, чтобы оплатить текущие расходы Ассоциации?*

Ответы, которые вы дадите на эти вопросы, помогут вам определить, какой тип фандрайзинга вы можете использовать, или к каким источникам денежных средств вы можете обратиться.

- *Какие человеческие ресурсы имеются у вас в наличии?*
- *Сколько времени готова ваша Ассоциация потратить на фандрайзинг?*
- *Какими талантами или способностями обладают ваши члены и руководство?*
- *Имеют ли они какие-либо личные связи, к которым можно будет обратиться для целей фандрайзинга или освещения событий?*
- *В состоянии ли ваша Ассоциация вкладывать деньги в фандрайзинг? Некоторые типы фандрайзинга подразумевают, что ваша ассоциация должна заплатить какую-то сумму, прежде чем будут собраны благотворительные фонды. Например, если ваша Ассоциация решит организовать какое-то мероприятие для сбора средств, она должна будет сначала оплатить аренду помещения и заплатить за рекламу и освещение событий, прежде чем мероприятие произойдет.*

Наконец, некоторые другие вопросы:

Пыталась ли ваша Ассоциация обратиться за денежными дотациями раньше? Имело ли это успех? Что можно было бы попробовать опять? Однако помните, что даже если вы имели успех в одном типе фандрайзинга, важно искать другие пути сбора денег, с тем, чтобы ваша Ассоциация не рассчитывала только на один источник дохода.

Какова конкуренция за фонды в вашем местном сообществе или стране?

Если другие организации тоже пытаются найти деньги, вы должны подумать о том, что отличает вашу ассоциацию выгодным образом. Что выделяет ее, и что убедит фондодателей дать деньги именно вам. В некоторых случаях стоит подумать об объединении с другими организациями, чтобы найти деньги для какой-то специфической цели.

Имеет ли ваша Ассоциация корректный легальный статус, что позволило бы вам просить денег из общественных или иных источников?

Когда вы ответили на эти вопросы, вы можете решить, какой подход вам выбрать. Ответы на эти вопросы помогут сформулировать фандрайзинговую стратегию вашей Ассоциации.

Различные типы фандрайзинга

Теперь можно рассмотреть различные виды фандрайзинга и то, как их можно использовать для изыскания средств на различные виды деятельности вашей Ассоциации.

1. Фандрайзинг у благотворительных фондов и попечительских организаций

Благотворительный фонд или организация – это грантообразующая организация, созданная компанией, семьей или физическим лицом для того, чтобы давать деньги на специфическую цель, или на покупку какого-то оборудования. Они существуют только для того, чтобы давать деньги организациям, которые помогают другим, или имеют благотворительную цель. Когда фонд создается, они обычно предпочитают поддерживать какую-то определенную сферу – например, они могут принять решение поддержать организации, работающие с детьми, или выполняющие исследования в области медицины, или помогающие больным людям и людям с ограниченными возможностями. Часто такие организации имеют географические ограничения – они выделяют гранты только для помощи людям, живущим в конкретной стране или регионе. Важно определить эти ограничения, прежде чем обратиться к Фонду – если вы не соответствуете, не обращайтесь.

Кроме того, **большинство фондовых организаций дают гранты только на специфические проекты**, так как хотят видеть, где и как используются их деньги. Если деньги выделяются на определенный проект, они могут быть использованы только для этой цели. Это называется **ограниченным доходом**. Совсем немногие фондовые организации стали бы давать гранты на покрытие текущих расходов вашей Ассоциации. Однако если вы попросите поддержать какой-то специфический проект, то расходы вашей Ассоциации на оплату аренды помещения, телефона, зарплаты и оборудования могут быть включены как часть общей суммы денег, которые вы просите.

Фонды могут просить организации представлять заявки до определенного срока, а также у них может быть особая форма заявки, которую вам надлежит заполнить. С другой стороны они могут попросить вас написать свое собственное предложение, обозначив цели и задачи вашей Ассоциации, описав проект, для осуществления которого вы ищете деньги, подробности того, как ваша Ассоциация будет осуществлять проект, как можно будет измерить успешность проекта, и кто выиграет от этого. Другие фондовые организации могут предпочесть встретиться с представителями вашей Ассоциации, прежде чем принять решение о предоставлении гранта.

Они могут поинтересоваться другими видами доходов, которые получает ваша ассоциация, и довольно часто им не хочется быть единственным спонсором организации. Если денежные средства изыскиваются не на всю стоимость проекта, фондодатель может поинтересоваться, к каким другим источникам средств уже обращались, и были ли эти заявки успешными. Вам также, возможно, придется представить детали вашего банковского счета, предъявить аудиторские счета с тем, чтобы Фонд мог быть уверен в ответственном использовании его гранта. Очень важно правильно построить свои взаимоотношения с Фондом – иногда лучше сначала попросить небольшую сумму на небольшой проект, доказав при этом, что

ваша Ассоциация может успешно распорядиться этим грантом, прежде чем попросить более крупную сумму.

Некоторые Фонды могут интересоваться разными стадиями проекта, тогда как другие могут просто попросить информацию о том, как расходуются деньги, и каков выход проекта. Они могут также поинтересоваться о том, как ваша Ассоциация будет продолжать эту работу после того, как израсходует грант.

Ресурсы, необходимые для этого типа фандрайзинга, - это время члена ассоциации или добровольца, необходимое, во-первых, для того, чтобы провести исследование по поиску Фондов, которые могли бы поддержать вашу Ассоциацию, и, во-вторых, для того, чтобы выяснить, как составить заявку и написать обращение в соответствии с их требованиями.

Где вы можете найти информацию о Фондах, которые оказывают поддержку в вашей стране? Довольно часто такую информацию можно найти в местной библиотеке или на Интернет-сайте европейского Центра благотворительных организаций по адресу: www.efc.be или www.fundersonline.org. Хотя большинство Фондов небольшие и, в основном, поддерживают местные проекты, в настоящее время и более крупные Фонды имеют свои информационные веб-сайты, и вы можете даже сделать заявки в некоторые Фонды он-лайн.

Фонды получают намного больше заявок, чем они могут поддержать, - поэтому вы должны сделать свое предложение более значимым. Помните о том, что Фонды дают деньги не бумаге, а людям, которые смогут осуществить проект.

Несколько дополнительных моментов, когда вы обращаетесь к Благотворительному Фонду:

- Очень существенным моментом является тщательное изучение вопроса
- Получение денег от Благотворительных Фондов – длительный процесс, поэтому планируйте все заранее
- Благотворительные Фонды получают намного больше заявок, чем они могут поддержать, поэтому сделайте свое предложение более значимым
- Попытайтесь выяснить, почему ваше предложение не было принято
- Все контакты с Фондом должны быть очень профессиональны
- Если Фонд поддерживает вас, скажите Спасибо и доверьтесь ему

2. Установленный законом (statutory) и европейский фандрайзинг

Установленный законом фандрайзинг – этим термином называют гранты, получаемые у правительства. Обычно эти гранты назначаются для оказания помощи определенной области правительственной политики. Могут быть доступны также гранты, представляющие интерес для европейских институтов, таких как Европейская Комиссия или Совет Европы. Этот тип фандрайзинговой деятельности схож с фандрайзингом от Благотворительных организаций. Это значит, что вам нужно определить область работы, соответствующую вашей Ассоциации, которую может поддержать правительство или Европейские институты; нужно убедиться в том, что ваша Ассоциация отвечает их критериям для оказания поддержки; нужно предоставить необходимую информацию с тем, чтобы вашу заявку можно было рассмотреть и оценить. Иногда могут быть доступны и гранты для поддержания текущих расходов разных организаций, но, как правило, такой грант можно использовать только для специфического проекта, описанного в заявке.

И Совет Европы, и Европейская Комиссия имеют специальные департаменты по молодежной политике, и они дают гранты для поддержки молодежных организаций или осуществляют специальные программы, подобные Молодежной Программе, описанной в предыдущем выпуске этого бюллетеня.

Больше подробностей можно найти на следующих веб-сайтах, или, как в случае с Молодежной Программой, связавшись с Национальным Агентством или Национальным Координатором Молодежной программы в вашей стране.

Узнайте больше о Европейском Молодежном Фонде Совета Европы на сайте: www.coe.int/youth

Узнайте больше о Молодежной Программе на сайте: http://eacea.ec.europa.eu/youth/index_en.htm

Время от времени Европейская Комиссия публикует объявления, приглашающие молодежные организации отсылать на рассмотрение Комиссии свои проекты с целью получения гранта. Эти объявления также можно найти на веб-сайте. Существует также особая благотворительная программа для молодежных организаций, основанная в Средиземноморье, а также для Центральной и Восточной Европы. Больше подробностей можно найти на вышеуказанном сайте.

И опять, ресурсы, которые потребуются вашей Ассоциации для этого типа фандрайзинга, - это время, необходимое для проведения исследования с целью определения имеющихся в наличии возможностей, и для заполнения заявки и последующего администрирования после завершения проекта.

3. Корпоративный фандрайзинг

Иногда различные компании дают деньги для поддержания работы некоммерческих организаций, таких как ваша ассоциация. Компании могут оперировать на местном и национальном уровне, а иногда местное отделение Компании может оказать поддержку местной группе, если они не готовы поддержать вашу Ассоциацию на национальном уровне.

Подобно фандрайзингу у Благотворительных организаций, тип подхода может меняться в зависимости от политики компании. Ваша Ассоциация может оказаться более успешной в установлении личных контактов с главой компании, или компания может просто попросить вашу ассоциацию написать письмо или заполнить форму заявки, кратко изложив вашу просьбу о поддержке. Можно добиться успеха иногда в том случае, если ваша просьба соответствует направлению работы компании, - например, вы могли бы обратиться к компаниям, производящим компьютерное оборудование, если ваша Ассоциация пыталась бы собрать деньги на покупку компьютера, или организовать проект с целью развития навыков работы на компьютере у молодых людей.

Важно помнить о том, что компании не дают деньги просто, чтобы помочь другим людям или частям общества, - они часто дают деньги благотворительным организациям, чтобы улучшить свой общественный имидж, и ваша ассоциация должна подумать, будет ли она рада связываться с определенной компанией с точки зрения общественного мнения. Могут иметь место этические факторы, которые ваша ассоциация захочет рассмотреть, прежде чем обратиться в какую-то определенную компанию за поддержкой, и вам также придется подумать, как лучше всего сообщить общественности о даре компании, так как это тоже может быть требованием гранта.

Компании могут также поддержать неправительственные организации другим способом. Они могут согласиться на то, чтобы продажа их продукции была связана с оказанием поддержки вашей Ассоциации, так что с каждого купленного продукта вашей Ассоциации будет отчисляться процент с продажи. Этот прием компании используют для увеличения продаж и приобретения общественного признания со стороны местного сообщества за оказанную поддержку. Если ваша ассоциация начинает заниматься этим типом фандрайзинга, часто бывает необходимо заключить контракт, чтобы оба партнера имели ясное представление о том, чего ожидать от этого партнерства. При этом типе фандрайзинга нужно принимать во внимание некоторые этические факторы, так как ваше участие может рассматриваться как одобрение компании или ее продукции со стороны вашей Ассоциации.

И наконец, в некоторых странах компании могут проводить такую политику, когда их работники дают согласие на то, чтобы часть их зарплаты передавалась на благотворительность по их выбору. Если такая схема действует в вашей стране, ваша Ассоциация может разузнать, как она может стать номинантом на благотворительность.

Иногда компании могут помочь не деньгами, а чем-то другим. Это означает, что вместо денежных дотаций вы можете попросить какие-либо товары. Например, если вы собираетесь выпустить бюллетень, узнайте, могут ли они дать вам бумагу вместо финансовой поддержки. Если вы планируете лагерь, попросите супермаркет пожертвовать вам питание или напитки.

Ресурсы, необходимые для этого типа деятельности, - это время на то, чтобы узнать, какие компании могут поддержать вашу Ассоциацию и как к ним лучше всего обратиться, и гарантировать, что компания будет должным образом отблагодарена.

4. Фандрайзинг у физических лиц

Многие организации в настоящее время просят деньги у физических лиц, обращаясь к ним за поддержкой лично, или по почте. Подарки от физических лиц часто являются лучшим неограниченным источником финансирования, который можно использовать с любой целью – на покрытие административных расходов, зарплату, покупку оборудования, и пр.

Человек, который обращается за финансовой поддержкой, часто бывает известен предполагаемому донору. Выясните, к примеру, имеют ли члены вашей Ассоциации связи с физическими лицами, финансовое положение которых позволяет сделать вклад в вашу Ассоциацию. Или, может быть, с людьми, имеющими влияние на организацию, которая может сделать существенный подарок вашей Ассоциации. Тогда спросите их, расположены ли они поддержать вашу Ассоциацию, прежде чем вы обратитесь к ним напрямую с личной просьбой.

Другой метод, который часто используют организации для изыскания денег у физических лиц, это организация прямой почтовой кампании – отправки писем большой группе физических лиц с просьбой о дотации. Прямые почтовые кампании дорого стоят из-за больших расходов на печатание и почтовые услуги, а также требуют больших постоянно обновляющихся списков физических лиц, которые могли бы ответить на такую просьбу. Соотношение ответов к просьбам, посланным по почте, часто очень невелико, особенно если НГО не очень хорошо известна или работает в какой-то специфической сфере, и вы должны быть уверены, что сумма денег, вложенная в такую кампанию, будет компенсирована дотациями, которые вы получите. Некоторые организации покупают списки физических лиц, которые могли бы оказать поддержку их организации.

Этот тип фандрайзинга требует времени на то, чтобы определить, к кому можно обратиться за поддержкой. Почтовая кампания также требует значительных финансовых вложений до того, как будут получены гранты.

5. Фандрайзинг у местного сообщества

Фандрайзинг у местного сообщества – это тип фандрайзинга, который можно осуществить на местном уровне, среди друзей или соседей местных Герл-Гайдов или Герл-Скаутов. Хотя инициативы планируются на национальном уровне, каждая местная группа вправе выполнять их сама.

Деятельность местного сообщества может включать такие дела как спонсированные мероприятия, распродажи, состязания, организованные мероприятия. Независимо от того, какой метод вы выберете, вам нужно будет задаться некоторыми вопросами, прежде чем начать какую бы то ни было деятельность:

- Сколько денег будет выручено?
- Сколько будет стоить организация деятельности?
- Имеют ли помощники достаточные навыки и таланты, чтобы сделать ее успешной?
- Насколько легко будет ее организовать?
- Имеется ли в распоряжении организатора достаточное количество людей, чтобы помочь с планированием до начала мероприятия и для проведения самого мероприятия?
- Насколько успешным будет эта деятельность?
- Каковы риски?
- Вы когда-либо выполняли такую активность? Стоит ли ее еще раз выполнять?

Вот несколько различных способов фандрайзинга в вашем местном сообществе:

А. Спонсированные мероприятия

В спонсированном мероприятии доброволец предпринимает участие в какой-либо активности в ответ на просьбу о деньгах или обещание денег со стороны друзей или семьи. Эта активность может состоять, к примеру, в том, чтобы не разговаривать какое-то определенное время или проплыть или пройти пешком какую-то дистанцию. Это происходит следующим образом:

Доброволец соглашается принять участие в спонсированной прогулке. За каждый пройденный километр «спонсоры» добровольца согласны заплатить сумму, например, 3 евро. Если доброволец пройдет 12 километров, то спонсор заплатит 36 евро.

Проводя спонсированные мероприятия, можно выручить значительную сумму денег, затратив при этом небольшие усилия, при условии, что достаточное количество энтузиастов согласятся принимать участие в мероприятии, и что деньги будут собраны сразу после мероприятия. Кроме того, это такое мероприятие, в котором все могут принять участие и внести свою, пусть небольшую, лепту.

Вот некоторые моменты, о которых нужно помнить, когда вы организуете спонсированное мероприятие.

- Важно, чтобы о мероприятии сообщили заранее, чтобы привлечь как можно больше участников.
- Если в мероприятии участвуют Брауни или Гайды, то необходимо сначала получить разрешение от их родителей.
- Если мероприятие проходит на территории частной или общественной собственности, вам сначала надо получить разрешение.
- Вам могут понадобиться ответственные люди, чтобы подтвердить, что задание, на которое спонсировались деньги, завершено.
- Сохраняйте список участников и все полученные спонсорские деньги.

Б. Соревнования

Можно организовать много различных соревнований. Деньги могут быть выручены за платный вход на соревнования и за спонсирование участников. Ваша ассоциация или группа может также обратиться к местным бизнесменам или магазинам с просьбой спонсировать необходимые призы.

В. Распродажи

Ваша Ассоциация может устроить распродажу, чтобы собрать деньги. В некоторых странах распродажа подержанной одежды, книг или предметов домашнего обихода являются популярным способом собрать деньги на местном уровне. Вы можете попросить Брауни или Гайдов собирать такие вещи у родителей, друзей и соседей, или приготовить на продажу пирожные или конфеты. Однако прежде чем организовать подобную распродажу, вы должны проверить, существуют ли какие-либо правила, применимые к НГО, которые определяют типы торговли, которые вы хотите использовать.

Вот некоторые общие ключевые линии для достижения успеха:

- Товары для продажи должны быть такими, чтобы люди их захотели купить. Если вы продаете бывшие в употреблении книги или одежду, убедитесь, что они чистые и в хорошем состоянии, и цена у них в разумных пределах.
- Товары должны быть привлекательно упакованы и разложены.
- Распродажа должна проходить в доступном и приятном месте.
- Позаботьтесь о том, чтобы мероприятие было хорошо разрекламировано, чтобы пришли как можно больше людей.
- Вы также должны решить, что делать с нераспроданными товарами.
- Если мероприятие проходит в выходные, убедитесь в том, что у вас есть надежное место, где вы будете хранить деньги до тех пор, пока вы не отнесете их в банк.

Г. Организованные мероприятия

Организованные мероприятия, такие как барбекю, танцы, концерты и выставки могут собрать большие суммы денег, но успех зависит от тщательной организации, как до мероприятия, так и в день его проведения.

Если вы решите организовать такое мероприятие, вам нужно начать планировать заранее, продумывая специфические моменты организации: бронирование места, исполнители, питание, реклама в прессе, аренда оборудования и т.д. Напечатайте билеты и решите, как они будут продаваться перед мероприятием.

Если вы устраиваете мероприятие для публики, вы также должны проверить, нужна ли страховка, и удостовериться, что ваша ассоциация будет должным образом прикрыта, если вдруг произойдет какое-то несчастье.

Может быть, понадобится получить лицензию для продажи еды и питья, а также для музыкальных представлений или танцев. Ресурсы, которые потребуются вашей Ассоциации для местного фандрайзинга, это, в основном, время, необходимое волонтерам для организации и участия в мероприятии, которое вы решили устроить. Такие мероприятия могут стать хорошим развлечением как для участников, так и для организаторов. Вы должны быть очень внимательны, чтобы гарантировать, что собранные деньги отражают усилия тех, кто принимал участие, иначе ваши волонтеры быстро утратят мотивацию.

Заключительное слово: Фандрайзинг и общественные отношения

Хороший фандрайзинг идет рука об руку с хорошими общественными отношениями. Какое бы мероприятие ни проводилось, вашему успеху по изысканию денежных средств очень способствует реклама, и от вас зависит, воспользуетесь ли вы возможностями для хорошей рекламы. Рекламу можно сделать с помощью таких рекламных средств как плакаты, листовки, наклейки на машину, воздушные шары и пр. Ее также можно осуществить через прессу, либо путем рекламных объявлений. Если вам нужна помощь в этой области, взгляните на **WAGGS Media Relations Kit**, который можно получить из Европейского офиса ВАГГГС или Всемирного Бюро. Этот пакет материалов содержит информацию по всем аспектам общественных связей, которые ваша Ассоциация может использовать для достижения хорошей огласки.

Заключение

Я надеюсь, что этот бюллетень объяснил, что, когда вы вырабатываете Стратегию Фандрайзинга для вашей Ассоциации, вам нужно внимательно рассмотреть разнообразные возможности и разные области проведения фандрайзинга.

Нам всем будет полезно работать сообща, и учиться на ошибках, удачах и перспективах друг друга. Итак, делитесь своим опытом в области фандрайзинга или укажите те области, которые были бы интересны для вас. Ваши комментарии, справки и предложения отправляйте по адресу:

Бюллетень «Советы по фандрайзингу»

Дорогие друзья

До сих пор мы давали вам информацию **по установленному законом (statutory)** привлечению денежных средств (т.е. из ЕС, правительств на национальном и местном уровне). Некоторые из вас, однако, просили информацию о получении денежных средств от благотворительных организаций и корпораций. Поэтому теперь мы посмотрим, как лучше всего обратиться за деньгами к организациям. Корпоративный фандрайзинг и спонсорство будут предметом разговора в следующем выпуске.

Когда речь заходит о благотворительных фондах, большинство из нас думают о таких хорошо известных фондах, как Фонд Сороса и Фонд Форда. Но существуют также еще тысячи других семейных, целевых, корпоративных, общественных фондов. Если вас пугает мысль обратиться за благотворительным грантом в фонд, то знайте, что вы не одиноки. Но подумайте о том, что фонды и благотворительные тресты существуют для того, чтобы раздавать деньги, тогда почему бы не под ваш проект или вашей организации?

Существует три пути, по которым Фонды могут направлять свои денежные средства:

1. По географическому положению

Почти 80% фондов имеют ограничения по вкладам в определенный регион, город или страну. Поэтому с точки зрения фандрайзинга, было бы разумно с вашей стороны сконцентрировать свои усилия на местных фондах в вашей стране или даже в вашем городе или регионе.

2. По субъекту

Большинство фондов предпочитают фокусировать свои дотации на какой-то особой области, например, на образовании, здоровье, детях, окружающей среде, продвигая таким образом интересы, прописанные в их уставе. Некоторые фонды могут давать деньги на лечение только какой-то специфической болезни или, например, детям одной возрастной группы, которым они хотели бы помочь.

3. По типу поддержки

Проверьте тип поддержки, которую фонд будет учитывать. Эта бесценная информация поможет вам оформить вашу просьбу о денежных средствах. Примеры типов оказываемой финансовой поддержки включают:

1. Общая оперативная поддержка (неограниченные гранты, которые могут быть использованы для покрытия любых некоммерческих расходов).
2. Поддержка проекта / программы (только для того, чтобы оплатить какую-то специфическую активность).
3. Капитальные приобретения (покупка компьютерного оборудования или других товаров длительного пользования).
4. Безналичный тип / товары (подарки типа оборудования или использование их оборудования).

Большинство фондов или благотворительных трестов дают гранты под специфические проекты или дела. Очень немногие фонды дадут грант на покрытие повседневных расходов вашей Ассоциации. Однако если вы просите поддержать специфический проект, то расходы на аренду помещения, телефона, на зарплату и оборудование, которые ваша ассоциация понесет, могут быть включены как часть общей суммы денег, которые вы просите.

Итак, начнем ...

Шаг 1: Поиск

А. Источники информации

❖ **Справочники Фонда**

Пойдите в местную библиотеку и найдите информацию о справочниках фондов для вашей страны. Некоторые из этих справочников перечислены в Приложении 1 данного Бюллетеня.

Европейский Центр Благотворительных организаций в Брюсселе также представляет широкий спектр справочников по разным субъектам (например, молодежный Фонд в Европе, Фонд Средиземноморья, Указатель Европейских Грантов, и т.д.) эти справочники стоят примерно 30 – 45 евро, и их можно заказать прямо на их веб-сайте www.efc.be

- **Агентство при Правительстве / Национальные Ассоциации благотворительных организаций в вашей стране**

Стоит справиться насчет списка благотворительных фондов у агентства при правительстве, ответственного за некоммерческие фонды или национальную ассоциацию фондов (если таковая существует) в вашей стране. Список этих национальных ассоциаций дается для справки в Приложении 2.

- **Интернет**

Поиск в Интернете – это наиболее распространенная форма поиска. Доступность и качество предоставляемой информации делает Интернет чудесным инструментом, но бывает трудно сфокусироваться на том, что вы ищете.

Для общего поиска фондов можно использовать ключевые слова типа благотворительность, фонд, трест и т.д. А если у вас уже имеется список фондов, то Интернет – хороший способ получить свежую информацию о каком-то особом фонде, а также справиться о крайних сроках и процедуре подачи заявки.

- **Прямой контакт**

И наконец, если вы не можете найти информацию о фонде в библиотеке или в Интернете, напишите им напрямую и запросите информацию.

Б. Организуйте свои поиски

Когда вы начинаете свои поиски списка фондов, попробуйте упростить свой поиск следующими четырьмя шагами:

1. Создайте начальный список потенциальных фондов, ограничиваясь *по географическому признаку*. Просмотрите справочники, где перечислены гранты, выдаваемые некоммерческим организациям в вашем городе / стране. (просмотрите географический указатель справочника)
2. Затем сузьте список, обратив внимание на предметный указатель в поисках фондов, которые дают гранты проектам или организациям, подобным вашей.
3. Затем сделайте этот список еще уже, обратив внимание на детальную информацию о каждом фонде в списке. Проверьте, совпадает ли сумма гранта с суммой, которую вы запрашиваете (если вам нужно 50 000 евро, а вы обращаетесь в фонд, который выдает гранты, не превышающие 5 000 евро, то вам, вероятно, придется взять эти 5 000 евро, а остальные изыскать где-то еще).
4. Наконец, организуйте свои поиски; заполните **Таблицу предполагаемого клиента фонда** (см. ниже) для каждого фонда, чьи приоритеты соответствуют вашим.

Таблица предполагаемого клиента фонда

Название фонда

Адрес

Телефон, факс, e-mail

Контактное лицо

Изложение истории (кому, сколько, когда)

В. Некоторые советы по поискам

Когда вы проводите свое исследование и тщательно излагаете историю для получения гранта через какой-либо фонд, вы можете натолкнуться на грантополучателей как раз в вашей сфере, о которых вы знаете. Поняв, для чего они просили денег в прошлом, вы можете направить ваши мысли на то, как может ваша организация обратиться в тот же фонд за поддержкой.

Обычно указываются основные работники, служащие или весь совет директоров фонда. Вам всегда следует просматривать такую информацию для поиска связей между вашей организацией и фондом. Следует всегда искать и использовать личный контакт. Это не гарантирует вам грант, но поможет вам пробиться через бюрократические препоны и гарантировать, что ваш случай будет рассмотрен.

Шаг 2: Заявка

Первое, что нужно сделать, это посмотреть инструкции к заполнению заявки фонда. Требуется ли:

? Стандартная форма заявки (СФЗ)?

СФЗ – это очень просто. Сделайте фотокопию бланка и заполните ее, решив, куда вам нужно поместить различную информацию. Следуйте всем правилам и заполните оригинал только тогда, когда вы будете уверены в том, куда вставить всю информацию. Не делайте неаккуратных исправлений в чистовом варианте.

? КРАТКОЕ письмо-запрос?

Используйте не более 2-3-х страниц печатного текста для написания своей заявки. Если это окажется успешным, у вас могут попросить формальную заявку.

? ПОЛНАЯ заявка на проект ?

Это будет полная заявка длиной максимум 30 страниц. Старайтесь не удлинять свою заявку, так как может показаться, что вы недостаточно хорошо продумали свой проект.

Вообще-то говоря, для заявки или плана необходимо:

1. Информационное письмо
2. Описание проекта

А. Информационное письмо (1 страница) должно включать:

1. Цель работы (т.е. кому она поможет и каким образом, что в ней особенного, что будет достигнуто, если грант будет получен)
2. Краткое описание организации
3. Краткий бюджет проекта – просите определенную сумму денег. При необходимости скажите, что вы ищете деньги в сумме XXX евро при общем

бюджете в УУУ евро. Упомяните также другую поддержку, которую вам уже обещали.

4. Не забудьте включить контактную информацию – имя, адрес и номер телефона.

Б. План проекта должно включать:

1. **Контактную информацию** а) об организации (имя, адрес и пр.)
б) о лице, ответственном за проект (имя, контактную информацию)
2. **Характеристика заявителя** – описывает организацию-заявителя и ее способность выполнить проект. (Способны ли вы исполнить проект или имеется ли у вас возможность сделать это? Делали ли вы это когда-нибудь? И т.д.)

3. **Описание проекта** – будьте кратким и включите следующую информацию:

Цели / задачи специфические, измеряемые, достижимые, реалистичные/релевантные, рассчитанные по времени

Темы и подтемы совпадают ли они с приоритетами фондателей

Методы работы описывают активности, которые нужно провести для достижения цели – будьте новаторами!

Расписание и программа

Используемые языки Будьте как можно более специфичны

Перевод / что нужно переводчику

Тираж Только для публикаций: количество копий, целевая аудитория

Оценка Представляет план, чтобы определить, до какой степени достигнуты цели

4. **Бюджет**

- а) Краткое изложение

- б) Детализированный бюджет (включите участников, руководящий состав, стоимость поездки, оборудования, стоимость аренды помещения, телефона, почтовых услуг, печатание и распространение материалов проекта, и пр.)

5. **Изложение потребностей** - Четко описывает потребности, которые необходимо удовлетворить,

6. **Будущие денежные средства** - представляет план продолжения за рамками гранта

7. **Приложения** (при необходимости) - не перегружайте заявку приложениями.

Помните, что любая заявка или письмо должно:

- ❖ Быть написано в простом понятном стиле.
- ❖ Избегайте ненужных технических терминов, которые читатель может не понять, но они понятны Герл Гайдингам и Герл Скаутам (например, «патруль», «рейнджер», вместо этого пишите «группа», «взрослый лидер» и т.п.).
- ❖ Обращайтесь к конкретному человеку (избегайте слов «Дорогой сэ/Мадам» или «Все, к кому это может иметь отношение»)

Прежде чем отослать заявку

Проверьте, четко ли вы изложили следующие пункты:

1. Чего вы просили
2. Зачем вы это просили
3. В состоянии ли ваша организация выполнить этот проект
4. Сколько будет стоить проект

По старой модели грантодателя просто выполняли широкую миссию, например, «Улучшить жизнь детей в этой стране». Попросту говоря, они выписывали чеки в ответ на милые письма, которые они получали, и дальше уже не поддерживали контакта с грантополучателем.

По новой модели благотворительные организации составляют список приоритетов, которые должны выполнять заявители на грант. Некоторые фонды даже изменяют свой список приоритетов каждые несколько лет, направляя свои средства на разные сферы по мере изменения своих интересов. Некоторые фонды могут пожелать участвовать в проекте, иногда даже проводят экспертизу или помогают советом. Другие просто требуют отчета о том, как деньги были потрачены, и каковы были итоги проекта.

Поэтому изучите приоритеты того фонда, в который вы обращаетесь, попытайтесь установить взаимовыгодное сотрудничество при работе над своим проектом, во время которого вы будете помогать друг другу в достижении целей вашей Ассоциации и в то же время выполнять приоритеты вашего грантодателя.

«Крупные фонды и небольшие семейные фонды»

Более крупные фонды с оплачиваемым персоналом обычно имеют более ригидные правила и программы, которые призваны защищать интересы, прописанные в их уставе. Решения обычно принимаются советом, который встречается всего лишь несколько раз в год.

Отношения с семейными фондами напоминают обращение к состоятельным донорам. Такими фондами часто управляют доноры, которые дают фондам деньги. Такие фонды могут быть более гибки в принятии решений о предоставлении гранта. Они менее бюрократичны больших фондов с оплачиваемым персоналом, которые обычно имеют более ригидные правила и которые часто менее доступны.

В виду этого, будет пожалуй, легче завести крепкие контакты и построить отношения с более мелким фондом, который вероятнее всего даст положительный ответ на ваш проект.

Вывод

Нам всем будет на пользу работать вместе и узнавать о перспективах, ошибках и успехах друг друга. Поэтому делитесь своим опытом в области фандрайзинга или укажите, какие области вам были бы интересны. Все свои комментарии, вопросы и предложения присылайте по адресу:

