

ХОРОША ІДЕЯ ЗАВЖДИ ЗНАХОДИТЬ ГРОШІ

Ви маєте хорошу ідею? Це завжди добре, без неї взагалі ніяк не обійтись, але для того, щоб не жити однією ідеєю, нам потрібно більше. Нам потрібна її реалізація. Лиш 5% з усіх проектів не вимагають реальних грошей, а що робити неприбутковій організації з іншими 95%? Для цього ми і розпишемо алгоритм добування коштів.

Але спочатку поговоримо про речі, які необхідно знати.

- Фандрейзинг - це методика пошуку джерел фінансування.
- Благодійність-добровільне безкорисне пожертвування фізичних та юридичних осіб у формі надання мінімальної фінансової, організаційної та іншої допомоги.

- Форми благодійності - меценатство і спонсорство.

Меценат - фізична особа, яка здійснює матеріальну, фінансову, організаційну або іншу благодійну допомогу на безкорисній добровільній основі.

Спонсор - юридична або фізична особа, яка здійснює матеріальну, фінансову, організаційну або іншу благодійну допомогу з метою популяризації свого імені, торгової марки тощо.

Донор - юридична або фізична особа, яка здійснює матеріальну, фінансову, організаційну або іншу благодійну допомогу неприбутковим організаціям на добровільній безкорисній основі.

- Грант – благодійний внесок або пожертва, яка має цільове призначення і надається фізичним або юридичним особам у грошовій або матеріальних формі.

- Некомерційний проект – комплекс запланованих заходів зі спільними завданнями, метою яких є досягнення соціального ефекту, а не отримання прибутку.

Крок 1. Правильно написати проект.

Що значить «правильно»?

Це розписати його з різних точок зору - виконавчої, ідейної, точки зору спонсора або грантодавця (за потребою).

1. З точки зору виконавчої. Що за чим, куди піти, що зробити. Якнайточніше оцінити ресурси (інформаційні, людські, матеріально - технічні), розрахувати бюджет, чітко і ясно встановити ціль, ідею та визначити, в чому полягає інновація вашого проекту. В деяких випадках цього можна і не робити, але будемо відштовхуватись від того, що в нас проект широкомасштабний.

2. За напрямком проекту і кошторисом спонсорські пакети можна поділити на декілька типів.

- Easy-для невеликих сум грошей, для спонсора якого часто хтось звертається - стисле викладення інформації про проект, конкретно чого ви хочете й інформацію типу якщо що далі буде(презентація, документи, і т.д). У такому разі головне зацікавити, звернути на себе увагу і не забивати спонсору голову величезною купою непотрібної йому інформації.

- Middle-більш детальна інформація про себе, про ідею, мету проекту.

- Hard - високобюджетний проект або пошук генерального спонсора-повністю розписана документація, презентація, презентабельність презентаторів.

З грантами інакше, зазвичай гранодавці самі ставлять умови до проектів. Але і проект пишеться під сам грант чи тендер, а не навпаки – шукається грант для того, щоб реалізувати проект. При великій кількості заявок, термін їх розгляду досягає шести місяців, що ускладнює планування реалізації самого проекту. Якщо це іноземний грант, то важливо перекласти документацію на мову грантодавця.

Крок 2 Пошук цільової аудиторії

Наш проект, звичайно, чудовий, але потрібно проаналізувати, кому ж, крім нас, він може сподобатись і хто або що може цей проект профінансувати. Зазвичай шукають в тій сфері, в якій і буде виконуватись ідея. Якщо це проект для вз – в освітній, можна знайти колишніх випускників чи фірми, які зацікавлені у ваших випускниках. Якщо проект цікавий і високобюджетний, то можна шукати і серед великих компаній мільйонерів, бізнесменів-меценатів і т.п. До таких людей чи фірм дійсно важко потрапити, тут головне правильне зондування ґрунту. Звичайно, краще знайти знайомих, що працюють у потрібній вам фірмі або знайомих з потрібними вам людьми, тоді буде легше, оскільки до вашого приходу про вас буде складена позитивна рецензія, і до вас не будуть ставитись як до людини з вулиці...

Після цього складаємо собі базу даних з координатами усіх можливих фінансодавців і переходимо до наступного кроку алгоритму.

Крок 3 Пошук спонсора...

Безпосереднє спілкування зі спонсором(меценатом, донором) Його може і не бути. Проект можна розіслати поштою, але за можливості краще поспілкуватись особисто чи по телефону. Перелічимо можливі методи пошуку коннекту.

- Спам
- Розмова по телефону.
- Особиста зустріч.
- Пошук через соціальні мережі.

Тут усе залежить від вашого особистого підходу, уміння сподобатися, впертості та від того, наскільки цікавим буде ваш проект і наскільки ви серйозно підійшли до минулих двох кроків. Немає однозначного рецепта. Я можу викласти лише поради і помилки, які часто допускаються.

На що потрібно звернути увагу?

- Іноді краще не просити фінансування всього проекту одним спонсором, меценатом чи донором – зазвичай гроші легше виділяють коли вам потрібно лише 60-70% коштів на проект, тоді видно, що і ви щось вкладаете в цю справу.

- Ви прийшли не благати про допомогу, а отримати необхідні ресурси для вашого проекту.

- Якщо ви можете допомогти спонсору з рекламою (або чимось іншим), натомість на допомогу вам, то розкажіть про це, але не забувайте про те, що ви не рекламодавець, не акцентуйте занадто на цьому увагу.

- Не намагайтесь похитнути чийсь ідеологію і доводити, що і від благодійництва підприємству теж буде зиск (принаймні зменшення податків).

- Головна помилка усіх, навіть інколи і досвідчених самоуправлінців, – забути про спонсора після закінчення проекту. Здавалось би він свою справу уже виконав, ви - теж, усі могли б мирненько братися за нову діяльність, але ніхто не знає, навіщо ваш спонсор ще може знадобитись, у вас уже з ним гарні відносини, то чому б не закріпити їх якоюсь фінальною презентацією (про те, як ви усе чудово зробили і він для вас старався не даром), або ще чимось...Людям потрібні емоції, і ніхто не залишиться в програвші, якщо ви зробите комусь приємно за те, що він зробив щось гарне для вас. Спонсори і меценати теж люди, і чим комфортніше їм з вами працювати, тим комфортніша співпраця.

**Львівська національна академія мистецтв
КУНИЧАК В.**

“ГАРНА ІДЕЯ ЗАВЖДИ ЗНАХОДИТЬ ГРОШІ” АБО “ЯК ПРОЖИТИ БЕЗ БЮДЖЕТУ?”

Зазвичай, коли певна група людей об'єднується для спільної роботи, досягнення безпосередньо якоїсь мети, виникає потреба в мінімальному, принаймні, матеріальному забезпеченні, що дасть змогу плідно та ефективно працювати, стане запорукою досягнення бажаних результатів. Безперечно, що на перших порах все відбувається на засадах ентузіазму та затраченні власних коштів зацікавленими особами, котрі окрім ідеї мають ще й бажання зробити все для того, щоб вона здійснилася. Потрібно зазначити, що таке можливо нетривалий період, адже можна зіткнутись з банальним явищем, таким як «нема». «Нема» бажання, часу, можливостей, тому в певний період виникає потреба в залученні великих коштів зі сторони, так би мовити, знаходити спонсорів, меценатів, партнерів і т.д. задля втілення ідеї в реальність, особливо коли це стосується масштабного заходу.

Беззаперечним є той факт, що гарна ідея знайде необхідні кошти для забезпечення успішного втілення в життя, зокрема досягнення необхідних результатів. Головне, як на мою думку, потрапити в потрібне місце у відповідний момент! Саме знаходження порозуміння серед тих, хто справді