

ФАНДРАЙЗИНГ

Учитель истории

Змеевская Анастасия Юрьевна

Учитель кубановедения

Пешкова Елена Михайловна

Содержание

1. Сущность и определение фандрайзинга
2. Источники средств фандрайзинга и формы содействия
3. Виды фандрайзинга
4. Циклы фандрайзинговой кампании
5. Общие требования к успешной фандрайзинговой кампании

Сущность и определение фандрайзинга

Фандрайзинг от англ. «*fund*» - запас, источник, фонд, капитал; «*raise*» - поднимать, повышать, увеличивать; от англ. *fund-raising* - сбор денег (на благотворительные нужды)

Фандрайзинг – целенаправленный систематический поиск спонсорских средств для осуществления социально значимых мероприятий (проектов, программ, акций).

Фандрайзинг - технология социального PR, так же как и работа с волонтерами

Фандрайзинг – поиск и сбор материальных (денежных) и/или нематериальных (интеллектуальных, временных, человеческих) средств/ресурсов частных лиц и организаций на различные проекты

Источники средств фандрайзинга и формы содействия



формы содействия

- | | |
|--|---|
| 1. Государство | 1. Госзаказ, гранты, целевое выделение средств |
| 2. Муниципальное учреждение | 2. Муниципальный заказ, целевое выделение средств, статусная поддержка |
| 3. Внебюджетные гос. фонды | 3. Социальное страхование |
| 4. Коммерческие структуры | 4. Спонсорская, благотворительная помощь деньгами, услугами, информацией |
| 5. Частные лица | 5. Пожертвования, вклады, завещания |
| 6. Собственная коммерческая деятельность | 6. Платные услуги, вложения в ценные бумаги, доход от лотерей, благотворительные концерты или презентации |

Виды фандрайзинга

1. *Проектный фандрайзинг* – поступление средств под реализацию конкретного проекта (имеет более высокую вероятность получить искомый ресурс)
2. *Оперативный фандрайзинг* – поиск средств на текущие расходы (менее эффективен)

Циклы фандрайзинговой кампании

1 цикл *«подготовка»/«планирование»*

2 цикл *«проведение»*

3 цикл *«мониторинг и оценка результативности»*

Общие требования к успешной фандрайзинговой кампании

- Цели кампании должны быть убедительными, захватывающими, реально достижимыми
- Образцы роста и развития проекта должны быть легко воспринимаемы
- Организация или лидеры проекта должны быть хорошо известны
- участники проекта должны быть высоко компетентными, приверженными цели
- Цели фандрайзинговой кампании должны быть ориентированы на людей и иметь неотложное значение
- Результаты кампании должны быть измеримыми