


Фандрейзингова діяльність бібліотек

*етапи
фандрейзингу*



❖ Фандрейзинг (fund - ресурси, rising - підняття) - діяльність бібліотеки, яка базується на її унікальній місії і стратегії та використовує ефективні способи отримання ресурсів, необхідних для реалізації її проектів, що забезпечує бажану задоволеність дарувальнику (джерела ресурсів) і має кінцевим результатом зміцнення добробуту суспільства в цілому.





❖ Фандрейзинг – пошук ресурсів (фінансування, людей, устаткування, часу, інформації), необхідних для здійснення будь-якої діяльності (проекту).

Важливо розуміти, що фінансування (гроші) - не єдине, що необхідно для реалізації конкретних проектів.



- ❖ Фандрейзинг - не випрошування грошей, як часто думають! Випрошують милостиню.
- ❖ Організація, яка працює в соціальній сфері, потребує не подачок, а пожертвувань, зроблених свідомо.
- ❖ Якщо ви вирішили зайнятися фандрейзингом, приготуйтеся до того, що вам доведеться навчитися переконувати людей в необхідності вашої діяльності.





- ❖ Організація фандрейзингу передбачає пошук потенційних джерел фінансування, обґрунтування потреби в коштах і ув'язку з інтересами донорів, формування, підтримку і розвиток зв'язків з донорами, формування громадської думки на користь підтримки діяльності організації.

*Просите! Вы никогда не получите того,
о чем не просите!*

Етапи фандрейзинга





Ідентифікація

- ❖ **Ідентифікація** – це процес визначення потенційних джерел фінансування. Для її проведення необхідно визначити:
 - за рахунок чого можна поповнити бюджет бібліотеки;
 - які види допомоги;
 - коло тих, хто може допомагати бібліотеці.



Ідентифікація

- За рахунок чого можна поповнити бюджет бібліотеки:
 - *благодійність, меценатство і спонсорство;*
 - *гранти;*
 - *платні послуги;*
 - *благодійні акції, зустрічі з відомими людьми, концерти, шоу;*
 - *установчі і членські внески;*
 - *приватні пожертви;*
 - *розпродаж сувенірів, значків, літератури.*



Ідентифікація

- Які види допомоги може отримати бібліотека:
 - гроші;
 - література;
 - технічні засоби;
 - інформація, консультації;
 - програмне забезпечення;
 - послуги;
 - меблі;
 - будматеріали;
 - знижки тощо.





Ідентифікація

- Коло тих, хто може допомагати бібліотеці:
 - *органи державної влади та місцевого самоврядування;*
 - *місцеві комерційні організації та фірми;*
 - *благодійні фонди;*
 - *приватні особи.*



Стратегія

- ❖ **Стратегія** – комплекс заходів з популяризації бібліотеки та її проектів, планування тактики залучення додаткових ресурсів. Це довгостроковий процес та складається з компонентів:
 - робота зі створення іміджу й рекламна кампанія;
 - розробка тактики залучення додаткових ресурсів.



Стратегія

- Робота зі створення іміджу й рекламна кампанія:
 - *імідж;*
 - *фірмовий стиль;*
 - *масові та професійні заходи:
виставки, ярмарки, шоу, професійні
з'їзди, наукові конференції, ювілеї;*
 - *екскурсії;*



Стратегія (продовження)

- Робота зі створення іміджу й рекламна кампанія:
 - *веб-сторінки в Інтернеті;*
 - *інформаційні матеріали: буклети, проспекти, листівки, путівники, звіти для населення;*
 - *звукові рекламні записи, відеоролики;*
 - *зв'язки із засобами масової інформації.*



Стратегія

- Розробка тактики залучення додаткових ресурсів:
 - *вивчення законів та норм, що регулюють різні види внесків;*
 - *формулювання проблеми, яку вирішує конкретний проект, а також пов'язані з цим проблеми;*
 - *складання переліку необхідних для проекту ресурсів;*



Стратегія (продовження)

- Розробка тактики залучення додаткових ресурсів:
 - *визначення методів залучення коштів;*
 - *формулювання аргументів на користь фінансування вашого проекту;*
 - *визначення пільги, послуг, можливостей , які будуть запропоновані спонсорам.*



Розвиток

- ❖ **Розвиток** - це підготовка донорів і попередня робота з ними. Це:
 - навчання персоналу;
 - формування комплекту матеріалів про бібліотеку;
 - збір інформації про спонсора, складання інформаційної бази даних спонсорів.

Розвиток

- підготовка персоналу;
 - *створення ініціативної групи;*
 - *навчання персоналу, формування позитивної організаційної фандрейзингової культури;*
 - *розподіл обов'язків.*



Розвиток



- комплект матеріалів про бібліотеку містить:
 - *інформаційні матеріали про установу та проект, що потребує фінансування;*
 - *лист-звернення;*
 - *опис порядку та методики пожертвування;*
 - *інші матеріали, що рекламують бібліотеку (сувеніри, статті з преси тощо).*



Розвиток

- збір інформації про спонсорів регіону:
 - *статистичні дані про місцевий бізнес;*
 - *хто займається благодійністю, на які цілі вони жертвували кошти;*
 - *публікації, теле- і радіопередачі;*
 - *публічні виступи потенційних донорів;*
 - *тенденції розвитку тієї чи іншої комерційної структури.*



Розвиток

- складання інформаційної бази даних спонсорів:
 - *повна та скорочена назва організації, адреса, телефон, факс, e-mail;*
 - *сфера (види) діяльності фірми, її клієнти, товари, партнери;*
 - *прізвища, імена, по батькові, соціальний статус (посади, звання, ступені, дата народження та ін.) перших посадових осіб, а також осіб, що приймають рішення з питань спонсорства;*
 - *їх особисті уподобання у сфері культури, хобі і т.д.*



Розвиток (продовження)

- складання інформаційної бази даних спонсорів:
 - *які сфери і види діяльності є для донора переважними для підтримки;*
 - *в яких формах і обсягах традиційно надається підтримка;*
 - *ставлення до вашої організації (негативне, нейтральне і т.д.);*
 - *відносини з вашою організацією (ніяких, партнерство і т.д.);*
 - *особа, через яку можна звернутися до донора*
 - *відповіді на минулі ваші листи/запити.*
 - *програми контактів зі спонсорами (ювілеї, дні народження керівників).*



Клопотання

- ❖ **Клопотання** - це безпосереднє прохання допомоги і її одержання.
 - Переконавання донора у вигідності надання допомоги, гарна аргументація є вирішальною для ухвалення рішення про допомогу.
 - Від чіткості й конкретності формулювання мети проекту залежить рішення про його фінансову підтримку.



Клопотання

- ❖ Звернення до фізичних осіб здійснюються за допомогою листів, телефонних дзвінків, прохань, візитів, звернення через знайомих.
- ❖ Робота з групами проходить через прийоми, обіди, конференції, зустрічі, навчальні заняття, клуби.
- ❖ Робота з громадськістю ефективна через пресу, телебачення, радіо, громадські заходи, прес-конференції.

*Просите! Вы никогда не получите того,
о чем не просите!*



Клопотання

❖ **Форми звернення за пожертвою**

- *розсилка листів-звернень;*
- *звернення при особистій зустрічі з ким-небудь;*
- *благодійна акція;*
- *безадресне звернення під час презентації та демонстрації проекту/програми.*



Опiкунство

- ❖ **Опiкунство** – аналіз акції, звіт за використані ресурси, подяка спонсорам і їхнє залучення до нових пожертвувань у майбутньому.
- ❖ Система подяки планується в такий же спосіб, як і клопотання, і охоплює всіх без винятку донорів. Це:
 - листи подяки;
 - статті в газети;
 - перелік спонсорів у приміщенні;
 - розміщення списку спонсорів на сайті тощо.

❖ Використана література:

- ❖ Башун, О. Вплив маркетингу і фандрейзингу на трансформацію бібліотек / О. Башун ; наук. ред. В. С. Білецький, д-р техн. наук ; Донец. від-ня наук. т-ва ім. Шевченка ; Донец. ОУНБ. – Донецьк : УКЦентр, 1999. – 204 с.
- ❖ Башун, О. Фандрейзинг, або Мистецтво збирання коштів : наук-метод. рекомендації бібліотекам / О. Башун ; ред. Ю. О. Лебедєва ; Донец. ОУНБ. – Донецьк : [б. в.], 1998. – 103 с. : ілюстр., табл. – Бібліогр.: с. 99–100 (32 назви).

**Дякую
за увагу!**

