

Лекція. Файндрайзинг волонтерської програми/проєкту

План.

1. Фандрайзинг: поняття та форми.
2. Онлайн краудфандинг.
3. Умови співпраці з онлайн платформами із залучення коштів та порядок звітування.

Джерела

Про краудфандинг. Як громадським діячам і соціальним підприємцям успішно залучати кошти // prometheus.org.ua

1. Термін «fundraising» запозичений з англійської мови: fund — «фінансовий ресурс» та raising — «збір», «нарощування». Тобто **файндрайзинг** означає залучення коштів для реалізації соціального проєкту, програми, у т.ч. волонтерських.

Файндрайзинг є не самоціллю, а лише засобом досягнення поставленої мети та завдань.

Форми файндрайзинга:

- 1) звернення до благодійників:
 - а) лист-звернення;
 - б) особисте звернення;
 - в) використання спеціальних платформ. Приклад – МБФ «Українська Біржа Благодійності» - https://dobro.ua/about_us/
- 2) партнерські проєкти/програми. Укладення договору з певними організаціями/установами/органами влади щодо підготовки та реалізації певного проєкту/програми у т.ч. у частині співфінансування;
- 3) заявки на гранти. Приклади сайтів, на яких публікується інформація про грантові конкурси:
 - а) <https://gurt.org.ua/news/grants/>
 - б) <https://www.prostir.ua/category/grants/>
 - в) <https://ua.usembassy.gov/uk/education-culture-uk/grants-opportunities/>
 - д) <https://www.irf.ua/grants/contests/>та ін.!!!
- 4) надання платних послуг/підприємницька діяльність, спрямована на забезпечення основної неприбуткової діяльності певної організації. Приклад – продаж квитків на благодійний захід/певних виробів/іграшок та ін.;
- 5) членські внески громадської організації;
- 4) краудфандинг (групове фінансування, громадське фінансування, спільнокошт) – збір коштів у громаді на реалізацію певного проєкту/програми:
 - а) фізичний збір («скринька пожертвувань», «скарбничка», до яких будь-хто може вкинути певні кошти);
 - б) разові акції для збору пожертвувань («благодійна вечірка», «благодійний бал», «вистава» та ін.);
 - в) додати на сайт проєкту/програми кнопку «донець» чи розмістити банер «підтримати». Кнопку чи банер треба приєднати до платіжної системи з офіційними реквізитами організації. Також важливо додати угоду публічної оферти, у якій зазначити, що внески благодійні, а кошти фінансують статутну діяльність організатора/організаторки збору. 3

цією угодою благодійник чи благодійниця погоджується щоразу, коли робить внесок на зазначеному сайті

г) розміщення проєкту чи ідеї на онлайн-платформі, де користувачі можуть з ними ознайомитись та зробити внески.

2. Онлайн краудфандинг

Переваги

- це гнучкий і доступний інструмент для залучення коштів;
- підходить практично для будь-кого: для одинаків/одиначок, команд, організацій;
- надає можливість тестувати продукти й ідеї;
- забезпечує вихід на нові аудиторії;
- дає змогу привернути увагу грантодавців;
- сприяє відносно швидкому залученню коштів.

Недоліки

- фінансує лише частину проєкту, тому його не варто розглядати як джерело усіх ресурсів;
 - передбачає наявність банківського рахунку, іноді – наявність статусу резидента/резидентки іншої країни (якщо відбувається співпраця із закордонною платформою);
 - передбачає серйозну підготовку й потужну комунікацію, особливо на міжнародному рівні;
 - існує ризик втратити репутацію, якщо щось піде не так;
 - складно залучати кошти, коли ще не має сформованої лояльної аудиторії.

Перший онлайн-краудфандинг відбувся на підтримку музикантів. 1997 року шанувальники британського рок-гурту Marillion самостійно організували та провели інтернет-кампанію зі збору коштів. Фанам вдалося зібрати \$60000, які музиканти витратили на тур Сполученими Штатами Америки.

Під час Майдану з'явився перший український сайт для краудфандингу – «Спільнокошт» - <https://biggggidea.com/>

Його створили на платформі «Велика Ідея», що успішно працює й нині. З 2012 року за допомогою «Спільнокошту» профінансовано понад 600 проєктів на суму понад 55 млн гривень.

Інші приклади всеукраїнського онлайн-краудфандингу:

- 1) <https://helpvolunteer.com.ua/>
- 2) Повернись живим <https://savelife.in.ua/projects/>
- 3) БФ Сергія Притули <https://prytulafoundation.org/>
- 4) Ініціатива Президента України – Офіційна фандрейзингова платформа України <https://u24.gov.ua/uk>
- 5) проєкт ED CAMP за допомогою краудфандингу та майже 6000 добровольців зібрав понад 1,4 млн грн на потреби школярів і школярок <https://www.edcamp.ua/> та ін.!!!

Міжнародні платформи онлайн-краудфандингу:

- 1) Kickstarter <https://www.kickstarter.com/>
 - 2) Indiegogo <https://www.indiegogo.com/>
 - 3) Patreon <https://www.patreon.com/>
- та ін.!!!

Можливості:

- вихід на міжнародну аудиторію;
- інструменти для піару.
- допомагають сформувати лояльну спільноту;
- містять корисний інструментарій для тих, хто створює контент.

Труднощі:

- якщо не збереже 100% цільової суми – не отримає кошти / Можливість вивести стільки коштів, скільки зібрано (зокрема, менше цільової суми);
- комісія за виведення грошей на банківський рахунок;
- слід мати зареєстрованого в іншій країні представника;
- можливі обмеження щодо мети збору коштів.

3. Кожна платформа має особливі умови співпраці із залучення коштів.

Загальний порядок: ви зазначаєте ідею, очікуєте її погодження та публікації. Якщо із заявкою проєкту все гаразд – отримуєте можливість збирати кошти на платформі.

Важливі аспекти:

- 1) самостійно визначаєте суму й терміни збору. Оптимальна тривалість – 40-60 днів;
- 2) майже кожній платформі треба сплатити комісію від зібраних коштів, тому перед початком зборів необхідно уважно ознайомитися з умовами та закласти цей відсоток у ваш кошторис;
- 3) під час краудфандингової кампанії кошти зберігаються на рахунку платформи й лише після її завершення надходять до вас. Якщо у вас терміновий збір, необхідно брати це до уваги та попередити платформу про обмежені терміни виводу необхідної суми;
- 4) не варто запускати збори на кількох платформах одночасно. Так, ви лише розпорошите ресурс і заплутаєте потенційних добродійців.
- 5) умови реєстрації та співпраці із краудфандинговими платформами завжди знаходяться у відкритому доступі для всіх потенційних заявників. Такі документи можуть називатися Правилами, Угодою, Політикою фінансування тощо – однак всі вони містять опис і конкретизацію прав та обов'язків учасників співпраці.

Порядок звітування

Кошти, які перераховуються на проєкт/програму, вважаються благодійною фінансовою допомогою, а отже за них необхідно відзвітувати.

Усі платформи мають презентувати публічні звіти за результатами краудфандингу та показати доцільність використання отриманих ними коштів.

Саме тому, звітність щодо вашого проєкту – невіддільний складник цього процесу. Вона сприятиме надійній співпраці та збільшить довіру до вашої діяльності, а також підтримуватиме динаміку прозорості й законності краудфандингу загалом.

Особливості та форма подання фінансового звіту встановлюється платформами відповідно до угоди сторін-учасників. Вимоги звітування поширюються також на готівкові кошти, які отримує проєкт.

Слід пам'ятати про цільове використання фінансів – відповідність меті краудфандингу, та їх відображення як благодійної фінансової допомоги. В інших випадках такі грошові надходження вважаються прибутком учасника і відповідно оподатковуються.