

6. WSPÓŁPRACA Z DARCYŃCAMI I POZYSKIWANIE ŚRODKÓW FINANSOWYCH

Jak założyć lokalną organizację filantropijną 8 kroków – poradnik przygotowany przez zespół:
T. Bruski, M. Frączak, P. Łukasiak, M. Mazur, M. Mazurczak, T. Schimanek, I. Olkowicz, A. Ptak

Paweł Łukasiak

Konsultacja: Majka Żylińska, Fundusz Lokalny w Lidzbarku Warmińskim

Duże grono stałych darczyńców jest największym skarbem każdej organizacji. Jednak droga do zdobycia tego skarbu jest długa i pełna wyzwań. Na pewno nie uda jej się pokonać bez starannego przygotowania i zaplanowania tej podróży. Jednym z ważniejszych zadań, które musimy wykonać, jest opracowanie listy potencjalnych źródeł finansowania planowanych działań.

LISTA ŹRÓDEŁ FINANSOWANIA

Sporządzenie listy to praca dla całego zespołu. Zaczynamy od burzy mózgów, starając się wymienić wszystkie możliwe źródła. Następnie dzielimy je na kategorie i staramy się uzupełnić tak stworzoną listę o dodatkowe źródła, korzystając z różnych sposobów pozyskania informacji, na przykład:

- od członków rad i komisji organizacji filantropijnej
- od obecnych darczyńców
- z prasy (ogłoszenia i reklamy firm)
- od znajomych, którzy posiadają adresy
- z publikacji, informatorów, z Internetu
- z raportów i prospektów firm
- z książek telefonicznych, baz danych.

Sporządzając listę zbierzmy informacje o imionach i nazwiskach osób kluczowych, ich zainteresowaniach, terminy podejmowania decyzji finansowych w firmie, nazwiska osób odpowiedzialnych za przyznawanie dotacji, etc. Dowiedzmy się, jakimi zasobami dysponują potencjalni darczyńcy, czy mogą przekazać pieniądze, produkt, usługę, pomoc specjalistów, w jakiej kondycji finansowej znajduje się firma. Zastanówmy się, jakie mogą być motywacje darczyńców, które mogą skłonić ich do podjęcia decyzji o wsparciu konkretnego programu.

Tak sporządzoną bazę danych porządkujemy i staramy się regularnie ją aktualizować.

NAJTRUDNIEJ JEST ZACZAĆ

Bardzo często pojawiającym się pytaniem organizacji jest: od kogo zacząć współpracę i zbiórkę środków finansowych? Aby dokonać takiego wyboru, proponujemy przeprowadzić następujące ćwiczenie.

Listę naszych potencjalnych darczyńców uporządkujemy w następujący sposób:

Poziom pierwszy – osoby, które znajdują się “najbliżej” naszej organizacji – członkowie zarządu, rady doradców, główni darczyńcy, kierownictwo organizacji, włączając współpracujących profesjonalistów, “zaprzyjaźnione firmy”, z którymi mamy łatwy kontakt poprzez osoby, które znamy i które uczestniczyły w tworzeniu naszej organizacji.

Poziom drugi – osoby, którym bliska jest misja organizacji, firmy, które wspierają podobną do planowanej przez nas działalność, fundacje i programy pomocowe wspierające programy z dziedziny

zgodnych z planowanymi przez nas działaniami, programy samorządów lokalnych odpowiednie dla planowanych przez nas projektów.

Poziom trzeci – samorzady lokalne ogólnie, przedsiębiorstwa z obszaru objętego planowanymi przez nas działaniami, a nie prowadzące działalności pro społecznej, programy pomocowe o szeroko sformułowanych celach, osoby, których dotychczas nie pytaliśmy, myśląc, że nie wesprą działań naszej organizacji.¹

Następnie dokonajmy wyboru technik pozyskiwania środków finansowych odpowiednich do danej grupy darczyńców i tak ułożmy nasz harmonogram, aby zacząć zbierać pieniądze wśród pierwszej grupy osób i instytucji, stopniowo włączając następne poziomy.

Harmonogram powinien nie tylko określić czas i miejsce planowanych działań, ale także wyszczególnić i charakteryzować darczyńców, do których się zwrócimy. Musi też zawierać oczekiwane minimalne i maksymalne kwoty, o które będziemy się ubiegać, wskazywać osoby odpowiedzialne w organizacji za “najłatwiejszych” do przekonania, a więc za poziom pierwszy, kontakty z darczyńcami oraz kluczowe osoby ze strony darczyńców, przewidywane daty podpisania umowy i otrzymania pieniędzy. Plan taki powinien także zawierać datę wysłania podziękowań.

ROZMOWA Z POTENCJALNYM DARCYŃCĄ

Osoby zbierające pieniądze powinny dobrze przygotować się do rozmowy z potencjalnym darczyńcą, wiedzieć, jakie programy wymagają finansowania i w jakiej wysokości, co stanie się z pieniędzmi, jak zostaną rozliczone, jakie będą efekty sfinansowanych działań i jak to sprawdzimy. Oprócz aktywności osób zbierających fundusze warto wspomnieć o ich **umiejętności słuchania**, zwłaszcza wsłuchiwania się w potrzeby, problemy i oczekiwania darczyńców. Bardzo istotne jest pierwsze wrażenie, które pozostawia po sobie osoba pozyskująca fundusze.

Ważne jest więc, aby dobrać właściwych prezenterów, którzy przedstawia darczyńcy problem i program jego rozwiązania. Dobrze jest, jeśli osoba prosząca o pieniądze i potencjalny darczyńca są w podobnym wieku, mają podobne stanowiska i pozycję. Czasami dobrze jest pójść na rozmowę w dwie osoby. Nie należy zajmować darczyńcy dużo czasu mówiąc o problemie i nie należy przeciągać rozmowy.

Po każdym kontakcie z darczyńcą pozostawmy wrażenie, że miał do czynienia z profesjonalistą. Jeśli nie uda nam się namówić go na współpracę, nie traktujmy tego jak osobistą porażkę i nie traćmy nadziei, że kiedyś wesprze działalność organizacji. Nie zapominajmy o tych darczyńcach, którzy kiedyś nam odmówili.

WYBIERZMY TECHNIKI ZBIERANIA PIENIĘDZY

Lista technik zbierania pieniędzy jest właściwie nieograniczona, gdyż zależy od naszej pomysłowości i dobrego rozpoznania otaczającego środowiska. **W stosowaniu różnorodnych technik zbierania pieniędzy ważna jest umiejętność doboru tych najbardziej efektywnych, to znaczy dopasowania ich do potrzeb, oczekiwań i profilu działania potencjalnych darczyńców. Naszym zdaniem, jest to podstawowe zagadnienie skutecznego pozyskiwania środków.**

Nawet w najbardziej ubogich społecznościach można skutecznie pozyskiwać środki finansowe. Przede wszystkim należy bardzo precyzyjnie dopasować metody pozyskiwania środków do zamożności darczyńców. I tak w przypadku ubogich społeczności powinniśmy skoncentrować się na technikach służących pozyskaniu niewielkich sum od dużej liczby obywateli. Dobrym rozwiązaniem w takiej sytuacji będą comiesięczne odpisy od pensji niewielkich sum, pochodzące od pracowników lokalnych

1

Fundraising and Sustainability Planning Training, Sofia, Bułgaria, October 1-3, 1998

firm czy instytucji, zbiórki publiczne, festyny połączone z odpłatnymi grami, zawodami czy sprzedażą drobnych upominków.

Następnie dobierzmy metodę pozyskiwania środków finansowych z perspektywy sposobu działania i motywacji darczyńców. I tak na przykład składanie wniosków o dotacje w oparciu o szczegółowo opracowane projekty sprawdza się w przypadku ubiegania się o środki od fundacji zagranicznych lub od samorządów. Reklamowanie się, informowanie lub organizowanie imprez i wydarzeń kulturalnych przyciąga darczyńców indywidualnych, a także przedsiębiorstwa, nie jest jednak metodą zalecaną w przypadku ubiegania się o fundusze z fundacji zagranicznych, stowarzyszeń i fundacji krajowych. Techniki efektywne we współpracy z przedsiębiorcami to przede wszystkim kontakt osobisty, staranie się o odpisy od wynagrodzeń pracowników lub pożyczki, ubieganie się o darowizny rzeczowe, proponowanie odpisów podatkowych w przypadku darowizn, a także kontrakty i usługi.

Często określona technika zbierania pieniędzy pociąga za sobą jakieś konsekwencje prawne, dlatego też dobrze jest wiedzieć, jakie trzeba spełnić warunki, by na przykład zorganizować legalną zbiórkę pieniędzy.

PAMIĘTAJMY O TYM, ŻE:

- ◆ Aby zorganizować legalną zbiórkę pieniędzy (do puszek, sprzedaż cegiełek etc.) należy uzyskać zgodę właściwego organu administracji terenowej.
- ◆ Jeżeli decydujemy się na sprzedaż cegiełek, pamiętajmy, że każda z nich powinna być oznaczona stemplem organizacji, zawierać numer ewidencyjny, wartość/ cenę i krótki opis celu zbiórki.
- ◆ W przypadku pisania wniosku do fundacji zagranicznych dobrze jest najpierw sprawdzić, czy dana fundacja wymaga wcześniejszego przedłożenia 1-stronicowego konspektu programu.
- ◆ Organizując bal dobroczynny, dokładnie skalkulujmy koszty imprezy; pomyślmy o ubezpieczeniu imprezy od nieszczęśliwych wypadków; przygotujmy pełną informację dla sponsorów zawierającą cel balu, uczestników, program, występy sławnych osób, wyszczególnione media etc., znajźmy osobę "na wabia", czyli taką, która będzie przyciągała inne osoby, np. gwiazda, znany sportowiec, piosenkarz, polityk, etc.; udokumentujmy bal zdjęciami.
- ◆ Przeprowadzenie loterii wymaga zezwolenia urzędu skarbowego oraz zatwierdzenia regulaminu loterii. Po przeprowadzeniu loterii trzeba odprowadzić podatek w wysokości 10% od sumy wpływów uzyskanych ze sprzedaży losów (Ustawa z dnia 29 lipca 1992 r. o grach losowych i zakładach wzajemnych; Dz.U. Nr 68, poz. 341, z 1993 r. Nr 28, poz. 127, z 1994 r. Nr 98, poz. 472, z 1996 r. Nr 106, poz. 496 i Nr 132, poz. 621, wraz z późniejszymi zmianami z dnia 17 lipca 1997 r. o zmianie ustawy o grach losowych i zakładach wzajemnych).
- ◆ Organizując loterię fantową, pomyśl o losach w formie gadżetów, np. otwieraczy do butelek, ramek na zdjęcia, które przy okazji będą promowały producentów tych drobiazgów i uatrakcyjnią loterię; zorganizuj loterię tak, aby w losowaniu brały udział tylko te losy, które były kupowane.
- ◆ Kiedy organizujesz aukcję, przygotuj informacje o wystawianych na niej przedmiotach; przed aukcją wystaw przedmioty, tak aby uczestnicy balu, imprezy czy samej aukcji mogli je obejrzeć.
- ◆ Największą efektywność, jeśli chodzi o wielkość darowizn, przynoszą bardziej osobiste techniki starania się o pieniądze (kontakt osobisty, rozmowa telefoniczna, organizacja specjalnych obiadów, imprez, bali).

📖 WARTO PRZECZYTAĆ:

1. *Zasady tworzenia i zarządzania funduszami lokalnymi – na podstawie amerykańskich doświadczeń*, Kathryn A. Agard, Helen Monroe, Ed Sullivan, Akademia Rozwoju Filantropii w Polsce, 1998.
2. *Jak przygotować plan zbierania funduszy? Mały poradnik dla fundacji i stowarzyszeń*. Akademia Rozwoju Filantropii w Polsce, 2000.