

Школа фандрейзингу

Про залучення школою додаткових коштів за допомогою сайту



Олександр Елькін, к. т. н.,
керівник проекту EDUKIT

Все більше установ освіти в Україні приходять до висновку, що власний сайт їм дуже потрібен. Але яким чином школа може використовувати своє інтернет-представництво для залучення позабюджетних коштів, співпрацюючи з організаціями та громадськістю? Саме для цього служить фандрейзинг, про який і піде мова в цій статті

«Людяма стає краще, коли вони служать іншим. Найважливіший плюс — це задоволення, яке вони отримують. Духовне, моральне, психологічне... Добровільні акти співчуття і дії на благо будуть завжди. У всіх суспільствах»
Роберт Пейтон, «До філософії фандрейзингу».

Фандрейзинг необхідний некомерційній організації як бензин автомобілю. Але не варто ототожнювати його виключно з процедурою збору коштів: зайва раціональність в цьому питанні не призведе до хорошого результату.

Фандрейзинг (від англ. Fundraising — «знайти кошти») = френдрейзинг (від англ. Friendraising — «знайти друзів»). Іншими словами, фандрейзинг, насамперед, передбачає побудову ефективної, відкритої та прозорої комунікації зі спонсорами, які можуть підтримати роботу організації.

Фандрейзинг в епоху Інтернету

Фандрейзингом називають комплекс різних методів і процедур пошуку додаткових ресурсів для здійснення соціально-значущих проектів, які здійснюються, зокрема, школою. Сьогодні ще не всі вітчизняні навчальні заклади можуть похвалитися успішною практикою в розвитку альтернативної системи самофінансування, активним впровадженням інноваційної діяльності із залучення позабюджетних коштів.

Разом з тим, зарубіжний досвід показує, що підвищення фінансової життєдіяльності шкіл відбувається при активному використанні мережі Інтернет. Всесвітня павутина допомагає виконувати такі завдання дешевше і швидше. Для українських шкіл інтернет не є дивиною, однак застосування його можливостей у фандрейзингу — досить рідкісне явище. У всякому разі, той навчальний заклад, який прагне бути конкурентоспроможним і мати привабливий імідж, йде в ногу з часом, рано чи пізно починає користуватися цим необмеженим інформаційним джерелом і ресурсом для ведення благодійної діяльності.

До того ж, існує і необхідність у виконанні рекомендацій Міністерства освіти і науки, молоді та спорту України щодо, зокрема, «забезпечення постійного інформування громадськості при отриманні та використанні благодійних внесків шляхом розміщення матеріалів на сайтах навчальних закладів» (наказ № 1/9—289 від 15 квітня 2011 року).

Якщо ж у вашого навчального закладу ще немає сайту або ви не задоволені роботою існуючого, то це не проблема! Кожна школа України може безкоштовно створити сучасний сайт за допомогою платформи www.edukit.org.ua (детально — у статті «EDUKIT ... і весь світ відкритий!», «hi-Tech у школі» № 1/2012) і реалізувати багато з викладених тут ідей.

Як залучити спонсорські кошти?

Шкільна практика показує, що успішна організація фандрейзингової діяльності на місцевому рівні передбачає побудову партнерських відносин з різними неурядовими фондами та організаціями, бізнес-структурами, підтримку ініціатив ради піклувальників, батьківських організацій та учнівських самоврядувань, залучення випускників і жителів міста, надходження від грантів.

Найбільш традиційними методами залучення коштів серед навчальних закладів системи середньої освіти є:

- індивідуальні звернення;
- обдзвони;
- звернення-листи до компаній, фондам і окремим донорам;
- спеціальні заходи;
- заявки на грант;
- прибуток (платні послуги чи торгівля товарами) та ін.

Але сучасні інформаційно-комунікаційні технології відкрили нові перспективи для фандрейзингових видів діяльності. Інтернет став швидким, досить дешевим і дієвим засобом для залучення додаткових ресурсів на користь навчального закладу, а його використання дозволяє школам встановити тісні, надійні та оперативні зв'язки з партнерами та благодійниками.

На сьогоднішній день існують такі основні напрями використання Інтернету школами для залучення додаткових ресурсів:

- пошук інформації;
- комунікація;
- просування;
- партнерство з бізнес-сектором;
- збір коштів за допомогою сайту школи.

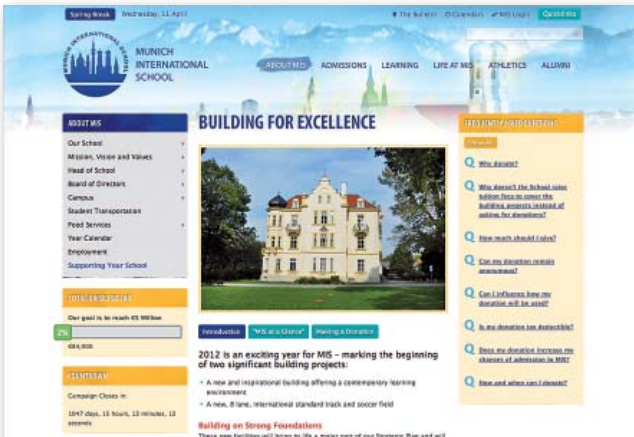
Безсумнівно, сайт дозволяє залучити додаткові кошти на користь школи. Доказом цьому служать яскраві приклади комунікації з благодійниками школи через спеціально створені розділи або підрозділи на сайтах навчальних закладів розвинених країн, досвід яких ми опишемо нижче.

Приклади кращих практик

1. Школи демонструють різні підходи до **оформлення меню і структурування інформації** про фандрейзингову діяльність. Деякі варіанти назв рубрик для благодійників можуть бути такими: «Підтримай нашу школу»,

«Допомога школі», «Як я можу допомогти?», «Зробити подарунок», «Пожертвувати зараз!», «Спонсорство та партнерство».

Такий розділ може включати перелік партнерів, коротку інформацію про їх діяльність та посилання на дружні сайти, опис варіантів співпраці з цими організаціями і окремими фізичними особами, розрахунковий рахунок для благодійних внесків тощо.



Розділ «Підтримай свою школу» на сайті Munich International School

- У розділі для благодійників школи окремо розміщують **лист-звернення** до потенційних спонсорів. Даний лист складається з інформації про цілі школи, в ньому пояснюються причини необхідної підтримки (потреби освітньої установи), привабливість і користь пожертви для спонсора. До листа додається опис механізму перерахування коштів або надання негрошової допомоги, дані контактної особи.



Звернення до потенційних спонсорів у розділі «Підтримай нашу школу» на сайті El Haynes Public Charter School

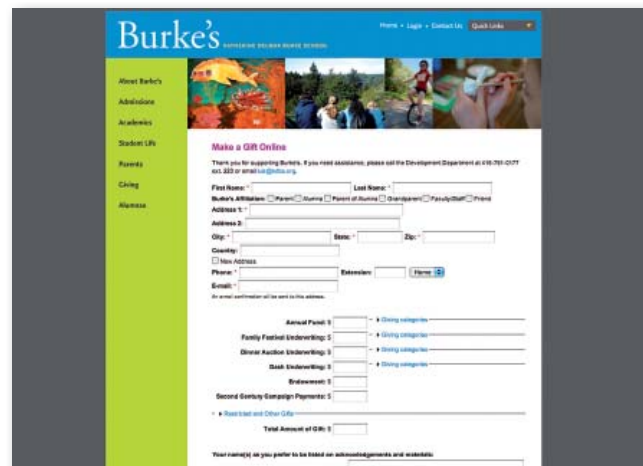
- Волонтерство** є невід'ємною частиною життя суспільства розвинених країн. Є безліч переваг, які може отримати школа, залучаючи волонтерів: від вирішення частини фінансових проблем до забезпечення новими інтелектуальними ресурсами. Ряди волонтерів школи завжди повинні поповнюватися, адже навчальний заклад живе активним творчим життям і постійно потребує нових людських ресурсів. В якості добровольців виступають різні категорії осіб, а це, в свою чергу, вимагає вибору різної мотивації та побудови відносин з ними. Їх залучення відбувається різними шляхами, в тому числі і засо-

бами Інтернету, через сайт школи. Волонтерами школи часто бувають її випускники та рідні учнів.



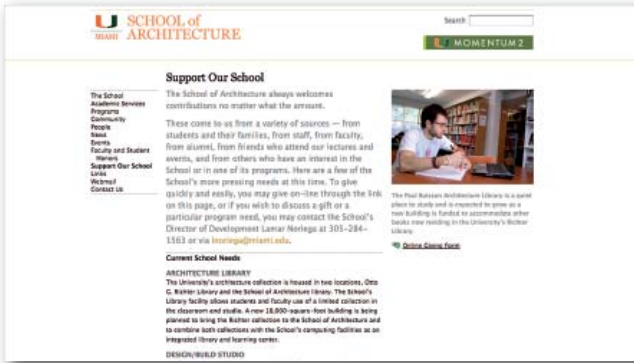
Зовнішній вигляд підрозділу «Волонтерство», створеної The Benjamin School

- Безпосередньо через сайти школи теж можна збирати кошти. Для цього встановлюються **цифрові скриньки для пожертвувань**, де розміщуються реквізити школи для отримання пожертви на кредитну карту або через віртуальні платіжні інтернет-системи. Така скринька виглядає як он-лайн анкета, в якій описано особливості заповнення та перерахування коштів, а також розміщено рубрики для внесення даних спонсора (прізвище, ім'я, поштова та електронна адреси тощо). Дуже часто вона виведена гарячою кнопкою на головній сторінці.



Форма для переказу коштів «Зробити подарунок он-лайн» на сайті Katherine Delmar Burke School

- На деяких шкільних веб-ресурсах зустрічається практика **розміщення списку матеріальних предметів** (так званий віш-лист, від англ. Wish-list), в яких існує потреба. У разі дарування не нових речей — це дуже зручний спосіб для навчального закладу отримати в дар оргтехніку, меблі та багато іншого в хорошому стані, поповнити фонди шкільної бібліотеки тощо.
- Дуже важливий момент у фандрейзингу — **вираз подяки спонсору** за витрачений час і надану допомогу. У більшості випадків висловлювання слів подяки шкільним благодійникам оформлено окремою рубрикою сайту.



Віш-лист на сайті Miami School of Architecture

- Досить популярним серед шкіл є метод збору коштів, який зосереджений на подіях. **Фандрейзингові заходи** є прекрасним засобом для роботи з батьківською громадськістю, місцевими бізнес-структурами і широкою громадськістю. Сьогодні різноманіття таких спеціальних заходів дуже широкі: атлетичні змагання, шкільні драматичні та музичні вистави, обіди зі знаменитостями, новорічні благодійні бали, виставки, аукціони, гала-концерти тощо. Причому від імені школи організаторами спеціальних заходів часто виступають батьківські комітети та учнівське самоврядування.



Подяки за підтримку на сайті The Harley School

Як ми змогли переконатися, зарубіжна шкільна практика фандрейзингу неможлива без активного використання засобів Інтернету. Представлені вище приклади – лише невелика частина цінного спадщини роботи шкіл, які можна вважати «просунутими» в цьому напрямі.

Таким чином, шкільний сайт може стати великим помічником у залученні благодійників. Для цього необхідно добре попрацювати над його змістовим наповненням і не боятися впроваджувати нові підходи, які впевнено спрацюють на позитивний результат.

Автори вдячні партнеру інформаційно-освітньої платформи «EDUKIT» Луганській громадській організації «Східноукраїнський центр громадських ініціатив», який в рамках проекту «Інтернет-вікно для залучення ресурсів для школи» видав чудову книгу «Інтернет и новые возможности по привлечению дополнительных ресурсов для школы» (Луганск: ООО «Перая типография на паях», 2011). У статті наведені деякі витяги з даного видання, яке рекомендуємо для поглибленого знайомства з темою.

Як зробити сайт привабливим для спонсорів?

Пропонуємо дотримуватися наступного алгоритму дій:

Крок 1. Вивчаємо сайт з позиції спонсора і редагуємо наявну інформацію у вже існуючих розділах

Поставте себе на місце спонсора. Що Ви захочете побачити на сайті? Живий і структурований ресурс? Досягнення та стратегію розвитку? Масові заходи та заклики до волонтерства? Існуючі потреби і способи підтримки?

Крок 2. Збираємо і узагальнюємо інформацію про історію благодійної допомоги для школи

Складіть список спонсорів – постійних і тих, хто допомагав разово, перелік організацій, які допомогли речами, товарами, послугами. Опишіть, на які потреби була спрямована допомога. Не забудьте про партнерів, з якими реалізуються ініціативи

Робимо вибір:

ВИБІР № I. Створюємо окремий розділ для благодійників Рекомендується для ефективно фандрейзингової діяльності	ВИБІР № II. (Якщо створення окремого розділу неможливе з технічних або інших причин) Доповнюємо існуючі розділи інформацією для благодійників
---	--

Крок I-1. Визначаємо мету створення розділу і його структуру

Крок II-1. Визначаємо, до яких з існуючих розділів будемо додавати цільову інформацію

Крок I-2. Забезпечуємо обговорення концепції та структури розділу

Крок II-2. Впроваджуємо ці зміни, розподіливши відповідальних за підготовку матеріалів

Крок I-3. Розподіляємо відповідальних за підготовку матеріалів для розділу

Крок I-4. Впроваджуємо зміни на сайті і сповіщаємо своїх спонсорів

Крок 3. Проводимо роботу з підвищення відвідуваності свого сайту

Серед «білих» (тобто чесних) способів, про які ми поговоримо в окремій статті, виділяють: просування сайту в пошукових системах, обмін посиланнями і банерами, розкрутка в соціальних мережах, розміщення в веб-каталогах, публікації на форумах, розсилка поштою, просування статтями та інші



Підрозділ сайту Abraham Lincoln Elementary School з анонсами фандрейзингових заходів