ФАНДРАЙЗИНГ
система пошуку джерел фінансування для громадських організацій

У суспільстві завжди мало ресурсів, тому вміння знаходити необхідні фонди для громадського об'єднання є надзвичайно актуальним. Пробудити інтерес до свого проекту, презентувати його, чітко сформулювати заявку, розробити програму заходів для втілення проекту - вирішенню цих питань сприяє **фандрайзинг** як система пошуку джерел фінансування.

Фандрайзинг – це комплексна діяльність щодо мобілізації фінансових та інших ресурсів із різноманітних джерел для реалізації соціально значущих і науково-дослідних проектів.

Основні завдання фандрайзингу:

- залучення ресурсів для реалізації цільових програм;
- накопичення нових ідей для реалізації майбутніх програм;
- інформування громадськості щодо проблем, які вирішує організація.
- підвищення іміджу організації та зміцнення довіри громадськості до неї;

Законодавчі актами у сфері фандрайзингу в Україні – це Господарський Кодекс України, Закони України: «Про благодійництво і благодійні організації», «Про волонтерську діяльність», «Про гуманітарну допомогу», «Про оподаткування прибутку підприємств», «Про податок на додану вартість».

Існує два основних способи фінансування некомерційних організацій: внутрішнє і зовнішнє. **До внутрішніх відносяться:**

- кошти від проведення благодійних заходів (марафонів, розпродажів, концертів тощо)
- членські внески (добровільні пожертвування членів організації)
- доходи від господарської діяльності.

Зовнішні джерела фінансових коштів – це гранти міжнародних донорських організацій, громадських та державних фондів уряду чи місцевої організації, спонсорські внески від комерційних структур, приватні та благодійні пожертви.

Основні гранти і кошти до українських громадських організацій надходять з-за кордону. Але **для проектів місцевого характеру**, як правило, залучають місцевих підприємців, відомих осіб, а також органи місцевої влади. Також все більше число громадських організацій **звертаються до Інтернету**, щоб зібрати кошти. Інформація про проект розміщується на так званих «інтернет-платформах», кожен донор, або зацікавлена у проекті людина може переглянути її і цим самим зробити свій матеріальний внесок (дивись «краудфандінг» - дослівно «збирання коштів натовпом»).

Для багатьох громадських організацій окремі донори вже давно є основним джерелом фінансування. Працюючи з ними, неурядові громадські організації розвивають стосунки із донорами протягом довгого часу, щоб створити більш сильний зв'язок і забезпечити великі фінансові внески.

Також громадські організації активно використовують корпоративний фандрайзинг - все більше і більше корпорацій вкладають кошти на підтвердження соціальної відповідальності і пропонують відповідні програми. Наприклад, компанія, яка спеціалізується на дитячих продуктах, швидше за все, підтримає програму, пов'язану з дітьми, в той час як компанія, яка продає окуляри, швидше за все, підтримає організації, які підтримують людей похилого віку.

Торговий фандрайзинг є основою більшості соціальних підприємств, які працюють, щоб бути стійкими, продаючи що-небудь цінне. Наприклад, спільнота скаутів в США є відмінним прикладом некомерційної організації, яка отримує значну суму доходу від торгівлі, зокрема продажу печива.