

## Основні поняття

**Суб'єктна дотація** – суть суб'єктної дотації полягає в передачі (наданні) організації певної грошової суми, без визначення шляхів їх використання. Кілька десятиліть тому ця форма фінансування різноманітних організацій була дуже популярною. Організації отримували кошти “в якості визнання їх заслуг та ваги”. Вони самі могли ними розпоряджатися. Сьогодні такі дотації надаються не так часто, оскільки досить важко визначити критерії їх надання і “визнання ваги та заслуг”.

**Цільова дотація (грант)** – це засоби, які надані для реалізації конкретного проекту, наприклад, для **видання посібника про права дітей для учнів гімназій, семінару для 50 бібліотекарів, розробки та приготування матеріалів, необхідних для проведення в 12 класах середньої школи X 3 уроків на тему “Права дитини”**.

**Програма** – широкий довготривалий напрямок діяльності організації. Одна організація може реалізовувати кілька різних незалежних одна від одної програм.

Наприклад, в рамках Foundation for Education for Democracy реалізуються три програми:

- Громадянська освіта в країнах Східної Європи та Центральної Азії
- Демократія в школі
- Філософія для дітей

**Проект** – це конкретне починання в рамках програми, обмежене в часі і просторі, а також направлене на досягнення поставлених цілей.

Наприклад, в рамках програми “Демократія в школі” можуть існувати такі проекти як:

- Семінар для редакторів учнівських газет Львівської, Тернопільської та Івано-Франківської областей
- Стажування 10 наставників органів Учнівського Самоврядування з м. Львова в Польщі
- Обмін досвідом між вчителями 5 українських шкіл з Польщі та 5 польських з України

# Сім міфів про гранти та спонсорів

**Міф перший: Фонди тільки й чекають щоб дати нам гроші.**

Реальність: Пошук дофінансування потребує активності. Саме слово “пошук” вже означає що нам необхідно постійно шукати можливостей отримати грант, а не сидіти склавши руки в очікуванні того, що хтось прийде та дасть нам гроші. Якщо ми не знайдемо відповідний фонд першими, то це за нас зроблять інші.

Правило: “Активно шукайте можливостей, якщо не хочете програти”.

**Міф другий: Чим більше грошей я попрошу, тим більше грошей мені дадуть.**

Реальність: Як правило, чим більший бюджет проекту, тим важче отримати фінансування. На великі гранти можуть розраховувати лише відомі та перевірені часом організації з досвідом реалізації багатьох вдалих проектів. Якщо Ви представляєте “молоду” організацію, починайте з невеликих проектів. Але також треба пам'ятати про те, що у випадку, коли ідея проекту не буде виправдовувати грошей, які Ви хочете отримати, може статися й так, що фонду навіть і дуже скромний запит видасться завищеним.

Правило: “Кожен спонсор бажає отримати віддачу від своїх грошей”

**Міф третій: Отримавши грант від фонду, ви гарантуєте собі отримання наступних грантів від цього ж фонду у майбутньому.**

Реальність: Жоден грант не може бути гарантією автоматичного отримання Вами нового фінансування від того ж фонду. У ваших інтересах є показати черговому спонсору те, що у вас вже кілька джерел фінансування, з допомогою яких Ви здатні тривалий час реалізовувати свій проект. Пріоритетні напрямки фондів міняються досить часто.

Правило: “Не має нічого більш небезпечного, ніж покладатись лише на одне джерело фінансування”

**Міф четвертий: Якщо ми вже отримали гроші, то можемо робити з ними все що заманеться.**

Реальність: Фонди укладають угоди з організацією, яка буде реалізовувати проект. Таким чином Ваш проект і ця угода стають документами, які юридично пов'язують Вашу організацію і фонд. Згідно підписаної угоди Ви зобов'язуєтесь вчасно надавати

фонду всю документацію – звіти, повідомлення про зміни в програмі та інші документи.

Правило: “Перш за все грант накладає на нас обов'язки”

**Міф п'ятий: Сказавши неправду і подавши перебільшену інформацію про нашу організацію ми матимемо кращі шанси на фінансування нашого проекту.**

Реальність: У Вас може виникнути спокуса прикрасити дійсність. Навряд чи це може допомогти. Добрі взаємовідносини з фондом залежать в основному від того, наскільки Ви довіряєте один одному. Якщо виявиться, що Ви подавали неправдиву інформацію, Ви не тільки ризикуєте втратити репутацією своєї організації, але й скоріш за все змушені будете повернути отримані гроші.

Правило: “Чесність – найкраща тактика”

**Міф шостий: Свої цілі та завдання я повинен повністю підлаштувати до потреб та зацікавлень фонду.**

Реальність: Деякі апліканти переконані, що їх шанси отримати фінансування збільшуються, якщо орієнтиром для них будуть в першу чергу інтереси фонду, а лише потім – власні. Візьміть курс на рівноправну співпрацю. Визначте власні цілі та потреби і знайдіть точки дотику з інтересами фонду.

Правило: “Ви не в змозі керувати вітром, але можете керувати вітрилами”

**Міф сьомий: Відмова – це катастрофа.**

Реальність: У цій грі у Вас дуже багато суперників. Звичайно тільки 10-30% всіх пошукачів грантів отримують позитивну відповідь. Тому, якщо на Вашу пропозицію прийшла відмова, поставтесь до цього як до доброго уроку та спробуйте знову. З'ясуйте у фонді, чому він відмовив у фінансуванні і ніколи не відмовляйтесь від наступних спроб.

Правило: “Якщо Вас спіткала невдача, вчіться на власних помилках та пробуйте знову і знову!”

*Джерело: : C.Green, Y. Catro-Green, Writing winning grant proposals. Riga 1997, NGO Centers-Riga*

## Читаємо заявку

Кожен спонсор має власні критерії оцінки проектів. Читаючи заявку спонсор шукає відповідей на багато запитань. Серед них можуть бути такі як:

- Які реальні проблеми будуть вирішені завдяки проекту?
- Чи проект вирішує тільки поточні потреби, чи створює знаряддя які дозволять вирішувати такі проблеми в майбутньому (купівля риби чи вудилища)?
- Чи завдяки проекту в майбутньому буде більше подібної діяльності (вчимо учнів чи майбутніх вчителів)?
- Чи ефекти від реалізації проекту відповідають затracеним коштам?
- Чи статті витрат закладені в бюджеті відповідають цілям проекту?
- Чи діяльність, яка започаткована при реалізації проекту буде продовжуватися після закінчення фінансування?
- Чи організація, яка подає заявку здатна реалізувати проект?
- Які організації чи відомі спонсору особи підтримали проект?
- Чи в процесі реалізації проекту запланована співпраця кількох організацій? З яких країн (регіонів)?
- Скільки джерел фінансування проекту?
- Який є вклад організації, котра подає заявку на грант (фінансовий, організаційний, у формі роботи волонтерів, досвідчених експертів)?

## Способи евалюації (оцінки) проекту

Загальноприйнятий метод евалюації проекту повинен показати його реалізаторам (а у випадку необхідності і спонсорам), чи проект досягнув поставлених цілей. Методи оцінки залежать як від цілей проекту так і від запланованої діяльності.

**Якщо Ви реалізовуєте проект, метою якого є зміна ставлення місцевої спільноти до сортування сміття, то можна:**

- провести до і після акції опитування мешканців з питанням про їх ставлення до ідеї сортування сміття;
- проаналізувати статті, котрі з'явилися в місцевій пресі на цю тему;
- зробити аналіз діяльності нових неурядових організацій, які займаються цим питанням;
- зібрати плакати, малюнки та оповідання, які з'явилися під час конкурсу, проведеного в рамках проекту;
- проаналізувати рішення Міської Ради з цього питання;
- попросити незалежного спостерігача викласти свої спостереження та думки.

**Якщо в результаті навчального семінару та тижневого стажування Ви плануєте навчити представників органів місцевого самоврядування і місцевого бізнесу як організувати сортування сміття, то можна:**

- провести опитування учасників семінару відразу після його закінчення;
- провести опитування учасників семінару через півроку після закінчення семінару;
- провести тестування працівників органів місцевого самоврядування на предмет методів сортування сміття;

**Якщо Ви хочете, щоб в результаті реалізації проекту діти шкільного віку свідомо та систематично приймали участь в сортуванні сміття у власному домі, то можна:**

- провести опитування батьків та учнів;
- попросити групу учнів завести щоденники "маленького сортувальника";
- в довільно вибраних 100 помешканнях до та після завершення проекту порозмовляти з родинами про те, чи сортують вони сміття і хто бере участь в його сортуванні.

**Вибираючи метод евалюації (оцінки) необхідно пам'ятати, що:**

- оцінка повинна допомогти довідатись чи вдалося досягнути поставлених цілей (тут не йдеться про те, чи Ви здійснили передбачені акції чи дії) і якщо так, то якою мірою;
- метод повинен відповідати можливостям учасників та реалізаторів проекту (не сподівайтесь, що вам заповнять анкету на сто сторінок і що Ви самі зберете вирізки з газет з усього світу);
- евалюація є не тільки формою переконання спонсора в необхідності фінансування Вашої діяльності, але й передусім знаряддям, яке допомагає реалізовувати проект.

# Скільки це коштує? або очікування спонсора

Кожен спонсор має принципи, якими він керується при адмініструванні грантів. Ми повинні переконатися, що підписуючи грантовий контракт, розуміємо та приймаємо очікування спонсора. Трапляється, що вимоги, яких ми вимушені дотримуватись, складаються із сотень сторінок. Може так скластися, що наша бухгалтерія не в стані адмініструвати проект. Нижче перераховані очікування, які зустрічаються у різних спонсорів.

## Формальні вимоги:

- Координатор проекту одноособово несе відповідальність перед спонсором
- Контракт підписується відповідними органами організації
- Зміни в бюджеті, програмі або термінах реалізації вимагають складання додатків до контракту
- Організація, яка подає проект, має бути зареєстрованою

## Фінанси:

- Окремий рахунок в банку (PHARE, NED)
- Окреме ведення бухгалтерії по проекту (окрема папка з фінансовими документами)
- Право здійснювати фінансовий контроль (ЗАВЖДИ)
- Закупівля обладнання виготовленого в певній країні (використання наперед обумовлених авіаліній (гроші Європейського Союзу та США)
- Графік робочого часу (для співробітників, які працюють на ставці по проекту)
- Передача останньої частини гранту після завершення проекту

## Реклама:

- Розміщення на матеріалах та виробках логотипу спонсора
- Інформування про спонсора учасників проекту, при наявності можливості давати інформацію в пресі та на телебаченні

## Звітність:

- Фінальні та проміжні фінансові звіти, аналітичні звіти
- Звіти на двох мовах та в 5 екземплярах і т.п.
- До звіту мають бути додані копії всіх рахунків та інших фінансових документів
- Документування окремих подій та акцій (наприклад для семінару - це список учасників з їх підписами, аркуші оцінки і т.п.)

## Про що ми повинні пам'ятати, звертаючись до спонсора по кошти?

- ми просимо спонсора, щоб він дав нам свої гроші
- наш успіх є успіхом спонсора - він зацікавлений у фінансуванні добрих проектів, котрі реалізуються відповідальними організаціями
- як правило, кожен місяць спонсор отримує значну кількість заявок, з яких підтримується лише невеликий відсоток
- проект повинен зацікавити спонсора
- у спонсора також є свої потреби - проект повинен їх задовільнити
- заявка є проектом договору - якщо спонсор її підтримає, то вона стосуватиметься обох сторін договору
- ніколи не треба перебільшувати - якщо ти не зможеш чогось зробити, то це треба викинути з проекту

## Спонсор відмовить, якщо:

- у нього немає довіри до автора або організації, яку він представляє
- проект його не цікавить
- заявка є незрозумілою або авантюрою
- проект є надто дорогий в порівнянні з очікуваними результатами
- проект надто дорогий для спонсора
- організація не гарантує виконання запланованої програми

## Більшість спонсорів:

- переважно дають гроші на конкретну діяльність, а не на організацію
- хочуть знати на що конкретно будуть використані їх гроші
- не люблять платити за весь проект
- мають свої інтереси - проект повинен їх враховувати
- хочуть вірити, що ви представляєте серйозну організацію
- швидше нададуть перевагу фінансуванню місцевої ініціативи, аніж фінансуванню фешенебельного офісу в столиці
- очікують, що після закінчення фінансування, ви зможете продовжувати свою діяльність

## Складові частини заявки

- **Анотація.** В анотації чітко, точно і зрозуміло описується те ким ми є, що ми хочемо зробити і скільки фінансів нам необхідно.
- **Інформація про нашу організацію.** У цьому блоці нам треба дати відповіді на питання: Хто ми? Що ми вміємо робити та який у нас досвід? Чи ми можемо компетентно реалізувати проект? Чому ми є найкращими виконавцями цього проекту?
- **Формулювання проблеми.** Необхідно описати проблему, яку ми хочемо вирішити.
- **Цілі проекту.** Необхідно визначити короткострокові та довгострокові цілі, які ми хочемо досягнути завдяки цьому проекту.
- **Опис запланованих дій.** Треба детально описати дії, котрі необхідно виконати та часовий план їх виконання.
- **Оцінка проекту.** Необхідно навести поетапний план оцінки проекту та його кінцевих результатів.
- **Бюджет.** В бюджеті має бути чітко подано повну загальну вартість проекту з поділом її на окремі складові частини, а також показано наш фінансовий та організаційний вклад та вклади окремих спонсорів.
- **Додатки.** До проекту додаються описи запланованих дій, листи підтримки, біографії виконавців тощо