



EUROPEAN UNION  
European Regional  
Development Fund



EUROPEAN TERRITORIAL CO-OPERATION  
AUSTRIA-CZECH REPUBLIC 2007-2013  
Gemeinsam mehr erreichen. Společně dosáhneme více.

## **Jak realizovat změny - jak získávat zdroje**

Metodický list

10.8.2014

Institut komunitního rozvoje

Dana Diváková

## Úvod

V rámci realizace MA21 a komunitního plánování potřebujeme dostatek finančních zdrojů. Ty můžeme získat jak z dotací (obecních, městských, krajských, ministerských či EU), tak u menších akcí a aktivit také díky místním podnikatelům a firmám. Tento zdroj je stále nedostatečně využíván a to spíše ve městech, nežli v obcích. V následujícím materiálu se budeme věnovat i tomuto zdroji (nejen) finančních prostředků.

## Proč?

### Přežití

Každá organizace potřebuje k přežití peníze – aby uhradila náklady na projekt a připravila budoucí programy, aby zaplatila své zaměstnance, nájem kanceláře a všechny další potřebné provozní náklady, aby zajistila údržbu a opravy prostor či vozidel a aby si mohla dovolit nové technické vybavení.

### Rozšíření a rozvoj

Má-li organizace v budoucnu úspěšně obstát, je možné, že bude muset rozšiřovat svou činnost – zlepšit nabízené služby, začít působit v dalších oblastech a regionech, provést výzkum apod.

### Omezení závislosti

Řadu organizací podporuje jeden nebo několik málo hlavních dárců, kteří poskytují většinu potřebných prostředků. Organizace se tak může dostat do stavu závislosti, kdy jediná zamítnutá žádost o příspěvek může vyvolat finanční krizi.

Rozšíření fundraisingové základny o další dárcy a využití dalších zdrojů příjmů může takovou závislost omezit.

### Vytváření životaschopné a udržitelné organizace

Fundraising není jen o získávání prostředků potřebných k přežití v příštím roce nebo k plánovanému rozšíření a rozvoji. Dotýká se také toho, zda budete životaschopnou, stabilní organizací, která bude trvale udržitelná.

Jednou z možností je utváření stále, udržitelné a aktivní skupiny dárců – získávání příznivců, kteří se cítí být důležitou součástí organizace a kteří budou organizaci dlouhodobě podporovat. Mezi další způsoby patří: organizování fundraisingových akcí, které jsou s to generovat pravidelné a dlouhodobé příjmy, budování vlastního jmění organizace včetně nadačního jmění či rezervních fondů a konečně různé způsoby samofinancování.

Jak začít	
<b>Osobní přístup</b>	Lepší než cokoli jiného, konkrétní nabídka za konkrétním člověkem
<b>Telefonát</b>	Spíše v úvodu pro základní informace a dojednání schůzky
<b>Co musíme umět</b>	
<b>Zápal pro věc</b>	Když věříme tomu, co děláme, budou věřit nám
<b>Schopnost požádat</b>	Nebát se, nacvičit si oslovení, připravit se na všechny varianty
<b>Sebedůvěra</b>	I když první setkání nebude úspěšné, nepodléhejte skepsi, příště to může být lepší

<b>Vytrvalost</b>	Vytrvalost se vyplatí, ale nebuďte jako „osina v ...“, i zde je nezbytná přiměřenost
<b>Pravdomluvnost</b>	Nelžete, každá lež se časem projeví, buďte připraveni i na nepříjemné otázky
<b>Sociální dovednosti</b>	Komunikační a prezentační dovednosti, schopnost vcítit se do situace donátora, schopnost reagovat včas na nonverbální projev
<b>Organizační dovednosti</b>	Schopnost zorganizovat si svůj čas, čas na přípravu, na vyhodnocení, na zpracování systému
<b>Nápady a tvořivost</b>	Buďte kreativní, inovativní, takových, jako jste vy, potkává donátor stovky, buďte jiní
<b>Pohotovost</b>	Může se stát, že vám donátor nabídne jiné plnění, než jaké jste původně chtěli, buďte připraveni na to reagovat
<b>Identifikace zdrojů</b>	Jaké máte vnitřní zdroje organizace? Jaké zdroje jsou pro vás vhodné? Kdo může být vaším podporovatelem? Zpracujte seznam možných zdrojů, který postupně doplňujte o informace, kam jste žádali a s jakým výsledkem
<b>Vyjasnění limitů</b>	Ne každý zdroj je pro vás vhodný z hlediska činnosti vaší organizace – obce. Zhodnoťte, do jaké míry jste schopni slevit ze svých zásad přijetí podpory i ze zdrojů, které jsou nevhodné (např. poddolovaná obec finanční prostředky od OKD)
<b>Přitažlivost tématu</b>	Jak je aktivita, projekt, akce, kterou chcete realizovat, přitažlivá pro okolí a pro konkrétního donátora. Používejte příběhy, zkušenosti, znalosti.

Stejně jako při přípravě projektů, tak i v oslovování potenciálních donátorů, platí několik základních pravidel:

- Pište projekty pro jasně definovanou akci, aktivitu, činnost. Nepište projekt pouze pro úhradu režijních nákladů.
- Věřte tomu, co děláte, budou tomu věřit ostatní.
- Buďte inovativní, pokuste se věci dělat jinak, než ostatní.
- Pokuste se o nový pohled na stejnou věc, i když ji realizujete poněkoličtější.
- Poučte se z chyb, nevzdávejte to.