

Ընդհանուր հասկացություններ

Դրամահավաքը գործընթաց է: Ըստ այդմ, ինչպես ցանկացած այլ գործընթաց, դրամահավաքի գործընթացը պետք է լավ ծրագրված լինի: Դրամահավաքի արշավ պլանավորելը գործնականում նշանակում է ժամանակավորել ձեր կազմակերպության դրամահավաքի անհատական ծրագրերը/արտադրանքները և դրանք իրականացնել որոշակի ժամանակահատվածում (սովորաբար մեկ կամ երկու տարի), այսինքն՝ իրականացնել բոլոր այն անհատական խնդիրները, որոնք անհրաժեշտ են ձեր կազմակերպությանը անհրաժեշտ միջոցներ հավաքելու համար: դրա գործունեությունը:

Դրամահավաքի պլան մշակելու համար ձեր կազմակերպությունը պետք է հստակ սահմանի իր նպատակներն ու նպատակները, քանի որ այն, ինչին ցանկանում եք հասնել, այն է, ինչը ձեզ դրդում է և նաև որոշում է, թե ինչ է ձեզ անհրաժեշտ հաջողության հասնելու համար՝ ինչ և որքան: Որպեսզի ճիշտ գնահատեք ձեր ունեցածը (ընթացիկ միջոցները) և այն, ինչ ձեզ անհրաժեշտ է (ապագա միջոցներ), օգտագործեք կազմակերպության SWOT վերլուծությունը:

Երբ իմանաք, թե ինչ եք ուզում անել, ինչ և որքան անհրաժեշտ կլինի դա անելու համար, դուք պետք է հավաքեք իդեալական լուծումներ, մտածեք, ստեղծագործական գաղափարներ ստեղծեք: Բնականաբար, դա անելով, դուք պետք է իջնեք երկիր և որոշեք, թե ինչն է իրատեսական և կարող է իրականացվել ձեր ունեցած միջոցներով և ներուժով, այսինքն՝ ընտրեք դրամահավաք ծրագրերի/ապրանքների պորտֆոլիո, որը ձեր կազմակերպությունը կնպաստի համապատասխան ժամանակահատվածում: Միայն դրանից հետո կարող եք պատրաստել ձեր պլանը, մշակել օրացույց, սահմանել գործունեության և հիմնական իրադարձությունների վերջնաժամկետներ, մարդկանց հանձնարարել առաջադրանքներ և բնորոշ պարտականություններ. այս արդյունքը կոչվում է դրամահավաքի ռազմավարություն (պլան):

Որպես կազմակերպության ներքին փաստաթուղթ, դրամահավաքի ռազմավարությունը նպատակ ունի նկարագրել սահմանված նպատակները, մշակել դրանց հասնելու գործողությունների ծրագիր, ժամկետները և ծրագրի բյուջեն:

Հաշվի առնելով իր համապարփակ բնույթը՝ Դրամահավաքի ռազմավարության փաստաթուղթը պետք է պարունակի հետևյալ բաղադրիչները.

Ինչու՞ է ձեզ անհրաժեշտ դրամահավաքի ռազմավարություն:

Դրամահավաքի ռազմավարության մշակումը կազմակերպությանը թույլ է տալիս ապահովել, որ.

- Գոյություն ունի կազմակերպության նպատակների և առաջնահերթությունների ընդհանուր պատկերացում;
- Սահմանված առաջնահերթությունները համահունչ են կազմակերպության առաքելությանը և կանոնադրական պարտավորություններին.
- Նշված առաջնահերթությունները լրացնում են տեղական այլ միջոցառումներին և ծառայություններին և չեն կրկնում այլ տեղական կազմակերպությունների կողմից ձեռնարկվող գործողությունները.
- Կա ընդհանուր ռազմավարություն, որը որոշում է այս առաջնահերթությունների իրականացման հերթականությունը:

Ֆոնդերի կուտակումը պլանավորելիս հաշվի են առնվում ինչպես կանխիկ, այնպես էլ աջակցության այլ ձևեր (օրինակ՝ հանդիպումների սենյակների վարձակալության ծառայություններ, միջոցառումներ, սարքավորումներ, տրանսպորտ կամ գովազդ):

Դրամահավաքի արդյունավետ ռազմավարությունը նպաստում է.

- Ստեղծել կազմակերպության նպատակների/առաջնահերթությունների հստակ պատկերացում;
- Առաջնահերթությունների իրատեսական և հասանելի լինելու ապահովում.
- Ֆոնդերի առավել նպատակային օգտագործման ապահովում;
- Հաջող ֆինանսավորման ապահովում;
- Խրախուսեք դրամահավաքի համատեղ պատասխանատվությունը:

Դրամահավաքի ռազմավարության կարճաժամկետ նպատակները բխում են դրա երկարաժամկետ նպատակներից.

- Ընթացիկ գործունեության շարունակություն;
- Ծառայությունների շրջանակի ընդլայնում և գործունեության նոր ոլորտների ներդրում.
- Կախվածության նվազեցում անկախության բարձրացման համար (ֆինանսիստի ազդեցության նվազեցում և եկամտի մեկ աղբյուրից կախվածության ռիսկի նվազեցում).
- Պահուստների ստեղծում;
- Երկարաժամկետ ֆինանսավորման ավելացում:

Ո՞րն է դրամահավաքի ռազմավարության դերը:

Դրամահավաքի ռազմավարությունը կարող է օգտագործվել որպես առանձին փաստաթուղթ կոնկրետ ծրագրի կամ որպես ռազմավարական ծրագրի հավելված: Դրամահավաքի ռազմավարությունը չի փոխարինում կազմակերպության գործողությունների պլանին: Դրամահավաքի ռազմավարությունը ներկայացնում է գործընթացի առաջին փուլը, ամենաարդյունավետ ռազմավարությունը կվերանայվի՝ հաշվի առնելու ժամանակի ընթացքում կազմակերպության ներսում և դրսում տեղի ունեցած փոփոխությունները, ինչպես նաև հնարավորություն է տալիս գնահատելու և չափելու զարգացումը:

Որպես կազմակերպությունում դրամահավաքի ռազմավարությունը ինտեգրելու ուղիներ կարող են առաջարկվել հետևյալը.

- Ռազմավարության պարբերական վերանայում;
- Ներքին հանդիպումների միջոցով ռազմավարության թարմացում;
- Զարգացման գնահատման պլանի հիմնական փուլերի բացահայտում.
- Ծրագրի տարածում կազմակերպության կամ Վարչական խորհրդի նոր անդամներին:

Դրամահավաքի ռազմավարության մշակման հիմնական փուլերը

Դրամահավաքի ռազմավարության մշակման գործընթացը ներառում է հետևյալ հիմնական քայլերը.

1. Կազմակերպչական նպատակների դասակարգում

Մի մոռացեք, որ չէք ցանկանում գումար հավաքել: Դուք ցանկանում եք իրականացնել նպատակներ, որոնք ձեզ մեկ քայլ ավելի կմոտեցնեն ձեր առաքելության և տեսլականի իրականացմանը:

Դա անելու համար դուք պետք է վստահ լինեք, թե կոնկրետ ինչի եք ուզում հասնել և ինչի կարիք կունենաք դրա համար.

- Կազմակերպչական առաքելություն;
- Նպատակներ որոշակի ժամանակահատվածի համար;
- Ֆինանսավորման պահանջները՝ որքան, ինչու, հիմնական ծախսեր:

2. Վերլուծություն

Ինտերիեր

- Ընթացիկ դրամահավաքի ցուցանիշներ - Boston Matrix;
- Կազմակերպության ֆինանսական վիճակը;
- Կազմակերպության ուժեղ և թույլ կողմերը (SWOT վերլուծություն).

Արտաքին

- Քաղաքական, տնտեսական, սոցիալական և տեխնոլոգիական գործոններ (STEEP վերլուծություն);
- Մրցակիցներ.

ԴՐԱՄԱՀԱՎԱՔ ԸՆԿԵՐՈՒԹՅԱՆ ՀԱՋՈՂՈՒԹՅԱՆ ՉԱՓՄԱՆ ՑՈՒՑԱՆԻՇՆԵՐ

1. Դրամահավաքի ցուցիչ. Ստացված եկամտի և այս եկամուտների հավաքագրման հետ կապված ծախսերի տարբերության չափում: Ցանկալի է, որ դրամահավաքի ցուցանիշը փոքր չէ.

2. **Ձուտ շահույթը.** Կանխիկ գումար, որը մնում է ծախսերը ծածկելուց հետո: Սա այն է, ինչ մնում է կազմակերպությանը ծախսել իր գործունեության իրականացման վրա, այսինքն՝ դուք պետք է ունենաք բավարար շահույթ ձեր նպատակներին հասնելու համար:
3. **Արձագանքման տոկոսադրույքը.** Հարմար է մի քանի պոտենցիալ դոնորների հետ աշխատելու մեթոդների համար: Ձեր հաղորդագրությանը/դիմումին պատասխանողների տոկոսը ձեր պատասխանի տոկոսն է: Որքան բարձր է այս ցուցանիշը, այնքան լավ է ձեզ համար;
4. **Նվիրատվության միջին չափը.** Յուրաքանչյուր դոնորի կողմից տրված միջին գումարը ներկայացնում է միջին նվիրատվությունը: Ընդհանուր գումարը կախված է արձագանքման մակարդակից և յուրաքանչյուր դոնորի միջին ներդրումից:
5. **Դրամահավաքի ծախսեր.** Սա համեմատում է անձին/կազմակերպությանը ներգրավելու համար ծախսված գումարը և այդ դոնորից ստացված նվիրատվության չափը (համեմատած որոշակի ժամանակահատվածում):

Ստորև բերված են մի քանի աշխատանքային մեթոդներ, որոնք օգտագործվում են դրամահավաքի ռազմավարության պլանավորման փուլում:

Դրամահավաքը ցանցային և այլ միջոցների հավաքագրման կազմակերպված գործընթաց է: Որպեսզի կազմակերպությունը սկսի դրամահավաք գործունեություն, այն պետք է համապատասխանի իր պատրաստվածության հետ կապված բազմաթիվ չափանիշների, որոնք ներառում են կազմակերպչական կյանքի մի քանի բաղադրիչներ.

1. Առաջնորդության կառուցվածքը;
2. Ֆինանսական կառավարում;
3. Տեղեկատվության կառավարման համակարգեր;
4. Մարդկային ռեսուրսներ.
5. Դոնորների դասակարգում

1. Թեև դեկավար անձնակազմը անմիջականորեն ներգրավված չէ դրամահավաքի գործունեության մեջ, նրանց դերը հիմնարար է. դրամահավաքի պլանի մշակում (կազմակերպության անձնակազմի և հնարավոր խորհրդատուների հետ միասին), մասնակցություն գործընթացի համակարգման մակարդակին, միջամտություն, երբ ավելի անմիջականորեն անհատականացված մոտեցում է ցուցաբերվում կազմակերպությանը: Ֆինանսավորողը կոնկրետ խնդիրներ լուծելու կամ դոնորներին համոզելու համար: Այս մասնակցության շնորհիվ կառավարող կառույցները օրինականացնում են դրամական միջոցների հատկացման ցանկացած խնդրանք՝ ի սկզբանե վերացնելով միջոցների հնարավոր յուրացման հետ կապված բոլոր հարցերը: Ցանկալի է նաև, որ ֆինանսավորման (ցանկացած տեսակի) դիմումին կցվի խորհրդի նշանավոր անդամի երաշխավորագիր:

2. Ֆինանսական կառավարում

Արտաքին հարաբերությունների հետ մեկտեղ, ֆինանսական կառավարումը ամենաուժեղ բաղադրիչն է, որը կապված է դրամահավաքի գործունեության հետ՝ օգնելով կազմակերպությանը հասնել իր նպատակներին: Գործող օրենսդրությանը համապատասխանելը, ֆինանսական ռեսուրսների պլանավորումը և վերահսկողությունը հանգեցնում են կազմակերպության արդյունավետության բարձրացմանը: Լավ ֆինանսական կառավարումը հաճախ ցույց է տալիս ուժեղ կազմակերպություն: Արդյունավետ ֆինանսական կառավարում ունեցող կազմակերպությունը կարող է հեշտությամբ գնահատել տարբեր գործունեության ծախսերը և կարող է տարեկան բյուջե մշակել որպես դրամահավաքի գործունեության մեկնարկային կետ: Միևնույն ժամանակ, ֆինանսական հաշվետվությունների ճշտապահությունը (տարեկան հաշվետվություններ, աուդիտորական հանձնաժողովի հաշվետվություններ, արտաքին աուդիտ) նպաստում է կազմակերպության կամ հաստատության նկատմամբ վստահության բարձրացմանը՝ դրանով իսկ մեծացնելով ֆինանսավորման հնարավորությունները:

3. Տեղեկատվական կառավարման համակարգեր

Ֆոնդերի ներգրավման գործողությունները ներառում են որոշումների կայացում՝ հիմնված առկա ամբողջական և համապարփակ տեղեկատվության վրա.

- Նախորդ տարեկան բյուջեներ;
- Տարբեր ծախսերի կատեգորիաների կամ նախագծերի/գործունեության ոլորտների բյուջեներ.
- Ձեկուցումներ տարբեր դոնորներին;
- Տարբեր տեղեկություններ դոնորների մասին;
- Նամակագրության ցուցակներ;

- Դոնորների տվյալների բազաներ և այլն:

Տեղեկատվության ծավալի մեջ չմոլորվելու համար անհրաժեշտ է օգտագործել տեղեկատվության կառավարման ավելի արդյունավետ մեթոդներ: Համակարգչային տարբեր ֆայլերի և փաստաթղթերի դասակարգման համակարգերի կառավարման համար կանոնավոր և հեշտ օգտագործվող համակարգի ստեղծումը ներկայացնում է այդ ջանքերի մեկնարկային կետը՝ հետագայում օգտագործելով համակարգչային նամակագրության ցուցակները (հասցեների ցանկը)՝ հաղորդագրություններ արագ ստեղծելու համար:

Ի վերջո, տվյալների շտեմարանների օգտագործումը կազմակերպության անդամների, առկա դոնորների, պոտենցիալ դոնորների, հովանավորների մասին տարբեր տեղեկություններ հավաքելու և պահելու համար շատ օգտակար գործիք է, որը թույլ է տալիս միավորել և կազմակերպել տարբեր: տեղեկատվության տեսակները, անհրաժեշտության դեպքում տրամադրել տարբեր հաշվետվություններ:

4. Մարդկային ռեսուրսներ / դրամահավաքին ներգրավված անձնակազմ

Դրամահավաքի ռազմավարության մշակման գործընթացը կարող է բավականին երկար տևել: Այն կսկսվի խմբի կամ կազմակերպության ներսում լայն և մասնակցային քննարկումներով՝ ներգրավելով բոլոր ներքին և արտաքին գործընկերներին, ներառյալ վերստուգիչ հանձնաժողովի և Վարչական խորհրդի անդամներին: Որպես կանոն, դրամահավաքի հաջող պլանը պահանջում է հնարավորինս շատ մարդկանց աջակցությունը, որքան հնարավոր է շատ անգամ և որքան հնարավոր է շատ տարբեր ձևերով: Գործընթացը, անկասկած, կրեթի մի շարք ռազմավարական նախագծեր, որոնք պետք է ներկայացվեն մեկնաբանության, որին կհաջորդի վերանայումները և վերահաստատումները: Վերջնական տարբերակը կհամաձայնեցվի և կհաստատվի Վարչական խորհրդի և թիմի կողմից:

Իդեալում, կազմակերպությունում ներգրավված բոլորը նույնպես ներգրավված են դրամահավաքի գործընթացում: Այնուամենայնիվ, ամբողջ գործընթացը համակարգելու անհրաժեշտությունը հիմնարար է: Եթե զարգացած կազմակերպությունում կա դրամահավաքի համար պատասխանատու անձ կամ զարգացման փորձագետ (դրամահավաք կամ զարգացման պատասխանատու), ապա ավելի փոքր կազմակերպություններում կամ կազմակերպություններում իրենց ճանապարհորդության սկզբում այդ հարցի համակարգումը վստահված է կազմակերպության անդամներին:

Հաջողակ դրամահավաքը պետք է համապատասխանի հետևյալ պահանջներին.

- Օտար լեզուների, մասնավորապես անգլերենի իմացություն;
- Համակարգչային գերազանց հմտություններ;
- Ակտիվ, արագաշարժ մարդ, ով կարող է կազմակերպությունում աշխատել ավելի քան 5 տարի;
- Բարձրագույն կրթության առկայություն;
- Շփվող մարդ, մանրուքների նկատմամբ ուշադիր;
- Նա աչքի ընկնող անձնավորություն է, դեպքի ներկայացուցիչ.
- Վստահություն և վստահություն ներշնչող մարդ;
- Ինքնակրթության հմտություններ;
- Մարդ, ով համարձակ է, նորարար, ստեղծագործ, ճկուն;
- Մարդ, ով իրեն հարմարավետ է զգում միջոցներ խնդրելու համար.
- Մարդ, ով գիտի ինչպես պլանավորել, վերլուծել, աշխատել թիմում, ճնշման տակ:

5. Դոնորների դասակարգում

Հնարավոր դոնորները ամենուր են: Դրանց նույնականացումը դրամահավաքի կարևոր բաղադրիչ է և զգալիորեն բարձրացնում է դրա արդյունավետությունը:

Նախքան սկսենք դոնորներ փնտրել, մենք պետք է նրանց բաժանենք մի քանի կատեգորիաների՝ դրամահավաքի համար հարմար ռազմավարություն ընտրելու համար:

Տեխնիկական տեսանկյունից դոնորները դասակարգվում են հետևյալ կատեգորիաների.

- Հիմնադրամներ (մասնավոր, կորպորատիվ, համայնքային);
- Առևտրային կազմակերպություններ (կորպորատիվ դոնորներ);
- Կառավարություն և պետական մարմիններ (ազգային և միջազգային պետական ծրագրեր);
- Անհատ դոնորներ, անդամներ, աջակիցներ, լայն հասարակություն;

- Քաղաքացիական միավորումներ, կրոնական կազմակերպություններ և այլ շահույթ չհետապնդող կազմակերպություններ: