

Благотворительный Фонд помощи людям, затронутым ВИЧ и другими социально значимыми заболеваниями, "Вектор Жизни"

Оригинальная разработка пособия

Авторский коллектив: Белякова Анастасия, Князева Елена, Андреева Юлия, Титина Елена, Танченко Алина

© Благотворительный Фонд помощи людям, затронутым ВИЧ и другими социально значимыми заболеваниями, "Вектор Жизни", Самара, 2024. Все права сохраняются.

Настоящий документ можно свободно рецензировать, цитировать, переводить частично или полностью при обязательном указании источника. Настоящий документ нельзя воспроизводить, продавать или использовать в коммерческих целях без предварительного письменного согласия $\mathsf{Б}\Phi$ «Вектор жизни» (просьба связываться по адресу info wektor-life.ru).

Практическое использование возможно только при наличии официального разрешения или сертификата, выданного Б Φ «Вектор жизни».

[©] Благотворительный Фонд помощи людям, затронутым ВИЧ и другими социально значимыми заболеваниями, "Вектор Жизни", 2024

Оглавление

Оглавление	3
Введение	5
Паспорт проекта	8
План работы	
1. Эффективные инструменты развития лидерских и профессиона	льных
качеств представителей КГ, включая оценку потенциала НКО	11
1.1 Описание	
1.2 Риски	13
1.3 Аналитика	
2. Как создать НКО: с чего начать, как написать устав, законодате	эльное
поле работы ВИЧ сервисных НКО	16
2.1 Описание	16
2.2 Риски	18
2.3 Аналитика	18
3. Концепция стратегического плана развития, включая прове	едение
оценки потенциала НКО	20
3.1 Описание	
3.2 Риски	
3.3 Аналитика	
4. Коммуникационная стратегия НКО в интернет-пространстве	24
4.1 Описание	
4.2 Риски	
4.3 Аналитика	
5. Фонд социального капитала	
5.1 Описание	
5.2 Риски	
5.3 Аналитика	
6. Как молодым НКО и ИГ привлекать средства на ВИЧ-сервис: по	
фандрайзинга, виды фандрайзинга, привлечение бизнеса и ча	стных
пожертвований	
6.1 Описание	
6.2 Риски	
6.3 Аналитика	
7. «Грантрайтинг» - подготовка, экспертиза конкурсных гран	
Заявок	
7.1 Описание	
7.2 Риски	
7.3 Аналитика	
8. «НКО и Государственные структуры»: изучение законодате	
трендов в области ВИЧ-сервиса	
8.1 Описание	41
8.2 Риски	42
8.3 Аналитика	43

9.«Школа равных консультантов от А до Я» - мотивация консул	
темы обучения, трудоустройство	44
10. Консультации фандрайзера/юриста	
План развития организации	
Заключение	
Список использованной литературы	51
Приложение	

Введение

В создании данного пособия принимали участие специалисты благотворительного фонда помощи людям, затронутым ВИЧ и другими социально значимыми заболеваниями, «Вектор Жизни». Организация работает с 2011 года, а с 2018 года реализует сервисные проекты.

Наш фонд - это пример того, как объединение сообщества ЛЖВ (людей, живущих с ВИЧ) и ключевых групп, уязвимых к ВИЧ, приводит к успешному развитию некоммерческой организации. Сотрудники БФ «Вектор жизни» автономно подготавливают заявки на грантовые конкурсы, развивают систему частных и бизнес пожертвований. На протяжении трех лет фонд активно сотрудничает и принимает помощь от компании-производителя молочных смесей АО «ИНФАПРИМ» («Nutrilak»), а также предприятий Самарского малого бизнеса. За время работы, специалисты «Вектора жизни» подготовили свыше 30 равных консультантов из числа и при помощи сил сообщества. Сотрудники Фонда имеют опыт ведения сложных правозащитных кейсов, в том числе по 122 ст. УК РФ. Нам удалось собрать уникальную команду, в которой есть опытные фандрайзеры, руководители проектов, психологи, руководители реабилитационных программ, специалисты по МИО, PR и SMM, коучи, экономисты, юристы, психологи, сертифицированные равные консультанты, аутричи, социальные работники, а также врачинфекционист.

Сейчас успехи, знания и экспертность сотрудников фонда позволяют нам выйти на новый уровень развития - мы готовы повышать потенциал молодых НКО региона (Самарская область), мотивировать их на дальнейший профессиональный рост, а также выявить и «зажечь» новых лидеров сообществ КГ. Это особенно актуально, учитывая, что сервисов для ЛЖВ и КГ в регионе недостаточно.

Данное практическое пособие полезно некоммерческим организациям и инициативным группам, достигшим профессионализма в реализации сервисов для ЛЖВ и КГ, уязвимым к ВИЧ, планирующим переходить на новый, наставнический уровень, а также для НКО, находящимся на старте своей деятельности, т.к. пособие содержит структуру подготовки молодых НКО и ИГ. Реализация данной практики стала для фонда вызовом, т.к. ранее подобных задач перед собой мы не ставили. Перед тем, как преступить к это работе, перед командой встали такие вопросы:

- Есть ли потребность такой практики в нашем регионе?
- Не создадим ли мы себе конкурентную среду?
- Сможем ли в полной мере удовлетворить потребности участников и помочь в реализации полученных знаний на местах?

Для того, чтобы на них ответить собрали краткую информацию, по своему региону.

Самарская область по показателю поражённости ВИЧ занимает 5 место в $P\Phi$ (зарегистрировано 1510,6 на 100 тыс. населения - http://www.hivrussia.info/wp-content/uploads/2021/11/Spravka-VICH-v-Rossii-9-mes-2021-g..pdf).

На «Д» (диспансерном) учете в Центре СПИД стоит порядка 37 000 тыс. человек, однако цифра выявленных ВИЧ+ людей в два раза выше. Смертность от заболеваний, вызванных ВИЧ крайне высока. Большой процент людей оторван от лечения, среди них большое количество представителей КГ. Регион также занимает лидирующую позицию по количеству людей, употребляющих наркотики в $\Pi\Phi$ O.

Несмотря на высокую поражённость, в регионе недостаточное количество НКО, которые системно и эффективно работают с ЛЖВ и КГ, и в которых сообщество вовлечено в активную деятельность. В это же время государственные структуры проводят профилактическую работу и тестирование среди общего населения, не охватывая КГ.

Организаций, в которых работают представители КГ, всего 5, одна из которых (Проект «Апрель» - признана иноагентом), не имеет в данный момент стабильного финансирования. На территории Тольятти работают две организации: АНО «Участие» и АНО СПН «Содействие» основаны в 2021 и 2022 году соответственно - испытывают большой дефицит кадров, отсутствие финансирования, и достаточного опыта в привлечении ресурсов.

Также в регионе существуют НКО и инициативный группы, которые работают с КГ, но при этом не имеют опыта участия в грантовых конкурсах или работы с ЛЖВ. Организации нуждаются в обучении, которое будет способствовать росту устойчивости и профессионализма команды.

Несмотря на то, что на момент работы над проектом наш фонд н обладал большим опытом, уровнем экспертизы и устойчивостью - мы также испытывали недостаток человеческого ресурса. Организации всегда нужны лидеры и профессиональные кадры для расширения охвата нашей деятельности.

Так и возникла мысль о том, что институциональное развитие молодых и новых организаций, работающих в сфере противодействия ВИЧ, а также проведение информационных мероприятий в области управления НКО, финансовой устойчивости и фандрайзинга, позволит объединить усилия и выведет качество услуг, оказываемых НКО на новый уровень.

Как следствие, в регионе увеличится количество НКО, работающих с ЛЖВ и КГ, улучшится качество работы и услуг. Повысив свой профессионализм, НКО выстроят партнёрские связи с государством. Увеличив же кадровый потенциал, а также финансовую устойчивость, благодаря поддержанным заявкам в грантовых конкурсах, НКО смогут реализовать новые проекты с большим успехом, а сотрудники НКО будут менее подвержены эмоциональному выгоранию.

Также были запланированы мероприятия, способствующие развитию лидерских качеств у представителей КГ. Объединение сообществ и мобилизация сил, повышение профессионализма команд НКО делает работу с КГ системной, качественной, доступной. Это в свою очередь влияет на снижение количества новых случаев инфицирования, повышает выявляемость ВИЧ в КГ в регионе.

Практическое пособие разработано в результате успешной реализации проекта «Новый Вектор НКО. Развитие потенциала НКО, оказывающих услуги ЛЖВ и ключевым группам в Самарской области»

Целью настоящего практического пособия является описание реализации проекта по усилению потенциала и развитию/созданию некоммерческих организаций и инициативных групп, работающих с ЛЖВ и КГ, уязвимых к ВИЧ.

<u>Исходя из обозначенной цели, задачами настоящего практического пособия являются:</u>

- 1. Описать структуру проекта, разработанную для реализации задач по развитию потенциала НКО, оказывающих услуги ЛЖВ и ключевым группам, уязвимым к ВИЧ;
- 2. Проанализировать результативность реализованных по каждому этапу и совокупно по проекту мероприятий и представить аналитическую информацию;
- 3. Разобрать возникшие трудности и способы их преодоления во время реализации проекта.



Паспорт проекта

Целью проекта является повышение потенциала молодых ВИЧсервисных организаций Самарской области, открытие новых НКО, приоритетными задачами которых будет работа с КГ, а также обучение сотрудников дружественных, работающих с КГ, организаций с сервисам для ЛЖВ, их близкого окружения и групп риска. В рамках «Нового Вектора НКО» реализованы мероприятия, способствующие развитию лидерских качеств у представителей КГ. Объединение сообществ и мобилизация сил, повышение профессионализма команд НКО позволит сделать работу с КГ системной, качественной, доступной. Это в свою очередь влияет на снижение количества новых случаев инфицирования, повышает выявляемость ВИЧ среди КГ в регионе.

В начале проекта для представителей КГ и НКО, соответствующим критериям отбора, предусмотрен вводный тренинг по лидерству. Среди участников создаются команды, которые должны пройти полный цикл мероприятий проекта. Это позволит сотрудникам и лидерам сообществ «прокачать» свои знания по следующим темам:

- «Эффективные инструменты развития лидерских и профессиональных качеств у представителей КГ»;
- «Как создать НКО: с чего начать, как написать устав, законодательное поле работы ВИЧ-сервисных НКО»;
- «Школа равных консультантов от A до Я» мотивация консультантов, темы обучения, трудоустройство»;
- «Фонд социального капитала»;
- «Как молодым НКО и ИГ, привлекать средства на ВИЧ-сервис: понятие фандрайзинга, виды фандрайзинга, привлечение бизнеса и частных пожертвований»;
- «Коммуникационная стратегия НКО в интернет-пространстве»;
- «Грантрайтинг» подготовка, экспертиза конкурсных грантовых заявок»;
- «НКО и государственные структуры»: изучение законодательных трендов в области ВИЧ-сервиса. Государственная стратегия противодействия распространению ВИЧ-инфекции в РФ, Санэпидемиологические правила»;
- Сессия по созданию концепции стратегического плана развития НКО.

Таким образом, в проекте реализуется 5 очных двухдневных тренингов, 1 однодневный и три мероприятия в формате онлайн. Количество участников на каждом тренинге не менее 20.

<u>Отбор участников:</u> организация должна соответствовать одному из критериев:

с момента создания прошло не более 5 лет;

- среди сотрудников и волонтеров организации есть представители $\mathrm{K}\Gamma;$
- суммарный объём финансирования за год, предшествующий году реализации проекта, менее 1 млн. рублей;
- организации не участвовала или не побеждала в грантовых конкурсах.

В течение проекта участники могут получить консультации следующих специалистов:

- Юриста (по вопросам открытия НКО): внесение изменений в устав, подготовка устава новых организаций, отчётности, проведение проверок НКО и пр. правовые вопросы. Не менее, чем для 5 организаций предусмотрено 15 консультаций юриста, по правовым/организационным вопросам. Каждая консультация содержит конкретный сформулированный запрос и ответ-инструкцию от юриста.
- Фандрайзера (по подготовке конкурсных заявок). Не менее, чем для 5 организаций предусмотрено 25 консультаций эксперта по написанию грантовой заявки: от формирования цели, логики построения мероприятий/календарного плана/кадрового состава проекта, до обоснованности бюджета и системы мониторинга. Каждая консультация должна содержать заполненный этап заявки. Эксперт предоставляет ответ в письменной форме и (по необходимости) консультирует в онлайн формате (видеосвязь).

Мероприятия проекта освещаются на интернет-ресурсах организации (сайт, группа ВК, telegram-канал) информационным менеджером проекта, что позволяет обеспечить прозрачность проекта и увеличить доверие к нему.

Цель проекта: Усиление потенциала, развитие молодых и создание новых некоммерческих организаций и инициативных групп, работающих с ЛЖВ и КГ в Самарской области.

Задачи проекта:

- 1. Создать условия и поддержать развитие лидерства и профессиональных качеств представителей сообществ КГ с целью усиления организационного потенциала и появления новых НКО в сфере ВИЧ-сервиса;
- 2. Оказать содействие в разработке и создание концепции стратегического плана развития молодым НКО региона;
- 3. Повысить финансовую грамотность и устойчивость молодых НКО и инициативных групп Самарской области;
- 4. Повысить уровень устойчивости и профессионализм взаимодействия молодых НКО и ИГ с государственными структурами, коммерческим и некоммерческим сектором региона.

План работы

Для реализации проекта была разработана модульная система, подготовки специалистов удобная как руководителям/сотрудникам организаций, так и специалистам только начинающим свой путь работы в ВИЧ-сервисе. Программа обучения предусматривает процесс повышения компетенций в следующих областях:

- Сервис равного консультирования;
- Лидерство;
- Юридическая грамотность;
- Стратегический план;
- Коммуникационная стратегия;
- Фандрайзинг/грантрайтинг;
- Фонд социального капитала;
- НКО и государственные структуры.

Для мониторинга реализации проекта и понимания его эффективности разработана система, включающая в себя следующий перечень форм и обеспечивающая сбор данных:

- Журнал учета вовлеченных представителей сообществ КГ;
- План-график мероприятий;
- План-структура модулей программы;
- Журнал учета консультаций юриста и фандрайзера;
- Журналы учета поданных заявок;
- Анкета оценки полученных знаний, для каждого блока.

Собранные для расшифровки и понимания данные подлежат обязательной аналитике. Для реализации этих задач привлечен специалист по мониторингу и оценке, который по окончании каждого мероприятия проводит обработку данных путем анализа и подготовки соответствующих документов.



1.«Эффективные инструменты развития лидерских и профессиональных качеств представителей КГ», включая оценку потенциала НКО

1.1. Описание

Лидер — это тот, кто встает на один раз больше, чем падает! Всюду, где собираются вместе более двух человек, возникает вопрос лидерства. В жизни любой группы рано или поздно наступает такой этап, когда некоторые ее участники начинают играть более активную роль. Им оказывают предпочтение, к их словам прислушиваются с большим уважением, они приобретают главенствующее положение. Так происходит разделение участников группы на лидеров и последователей.

Вся жизнь человека протекает в социальном контексте, он живет и действует в составе разнообразных групп и, следовательно, всю жизнь испытывает влияние всевозможных формальных и неформальных лидеров. Лидерами могут быть люди разных личностных качеств и общественного положения: старший в семье, капитан дворовой хоккейной команды, учитель, тренер, художественный руководитель, староста группы. Личность лидера и стиль его поведения как доминирующего лица во многом определяет судьбу каждого человека и всей группы в целом, так как именно он чаще руководит группой.

Цель блока «Лидерство»:

- Повышение уровня лидерских компетенций у участников;
- Оценка личного потенциала и, потенциала НКО;
- Приобретение участниками новых знаний в области теории лидерства;
- Формирование мотивации к проявлению лидерских качеств.

Основные подходы в организации тренингового взаимодействия:

- Теория дается структурно, лаконично, с примерами, отнесенными к организации-заказчику иным организациям;
- Обеспечивается смена видов деятельности, используются различные формы работы в малых группах, переменного состава, работа в парах, в программу интегрируются диагностические упражнения;
- Вся прорабатываемая информация визуализируется различными способами.

Предлагаемая программа:

Этапы работы	Краткое описание
Введение	Представление тренера. Регламент работы. Правила совместной работы. Введение в тематику. Примерные задачи на тренинг.
«Знакомство»	В интерактивной форме выявляются представления участников тренинга о лидерстве, их установки. Производится сверка качественного уровня этих представлений по пирамиде логических уровней. Проясняется представление участников о проблеме ВИЧ в регионе и вовлеченности каждой организации в работу с ключевыми группами.
Формирование перечня желаемых результатов тренинга для участников	В контексте заявленной темы на основе информации полученной на предыдущем этапе работы формулируются результаты тренинга для участников.
Мотивационно- информационна я часть	Участникам предоставляется актуальная информация о ВИЧ в регионе, а также информация об услугах, которые предоставляются в контексте ВИЧ на базе НКО Самарской области
Этап развития ВИЧ сервисной НКО, особенности работы в регионе	Создание БФ «Вектор Жизни», этапы развития. Фандрайзинг в организации Публичный Отчёт за 2022 год Оценка потенциала НКО и инициативных групп, при помощи разработанного инструмента (опросника) «Оценка потенциала НКО» и обсуждения. Проводится анализ организаций и инициативных групп участников по 14-ти критериям (Стратегия, Потребности клиентов, Качество услуг, Вовлечение сообщества, Изменение поведения, Поддержка равных, Приверженность и жизнь с ВИЧ, Стигма и дискриминация, Мониторинг, изучение и оценка, Менеджмент, Человеческие ресурсы, Партнёрство, Финансовые и материальные ресурсы)
Выделение приоритетных направлений развития	Командам предлагается выделить 2-3 приоритетных направления развития по каждому пункту, опираясь на данные, полученные в предыдущем задании. Таким образом в организациях и инициативных группах появляется вектор развития
Портрет лидера	В интерактивной форме участники формируют портрет лидера в своей сфере деятельности — его компетенции, качества, свойства личности, называют отличия лидера от руководителя В ходе серии диагностических упражнений участники собирают сведения о собственных стратегиях
	поведения в командном/групповом взаимодействиях,

Диагностика	наблюдают за тем, как проявляются их собственные качества и свойства, значимые с точки зрения лидерства. Формируют свой собственный лидерский профиль	
Создание плана своего лидерского развития	При помощи технологии «колесо баланса» участники планируют возможности и направления своего лидерского развития после тренинга. Анализируются риски, формируется будущая «поддерживающая среда», намечаются первые шаги	
Подведение итогов тренинга	Анализ достижения запланированных на тренинг результатов. Ревизия незапланированных результатов, присвоение ценности	

1.2. Риски

При планировании проекта предполагалось, что основным риском в реализации данного блока может стать неготовность участников, принимать на себя роль лидера сообщества, НКО, ИГ и т.д.

Анонсируя блок «Лидерство» в чате проекта первое, что мы услышали: «А, лидерство, так это для руководителей, я совсем не лидер!», «В наше время быть лидером невыгодно, да и не безопасно, давайте какнибудь без меня!», «Ой, ну вот как только я почувствую, что готов стать лидером, сразу присоединюсь!».

Второй сложностью было связано с выходом особого положения, связанного с политическими обстоятельствами, и всеобщая мобилизация. Одна из организаций-участниц под давлением обстоятельств вышла из проекта, а с ней большая часть активных специалистов, планирующих проходить подготовку.

Такие изменения озадачили команду. Мы обновили список участников, давших предварительное согласие, и дополнили его новыми (теми, кого предположительно может заинтересовать данная тема). Начался активный и в тоже время бережный «прогрев» контактов с мотивацией на посещение мероприятий. В процесс были вовлечены все: руководители организации и проекта, координаторы, рядовые сотрудники и сами участники. Мы договорились, что озвучиваем свои ценности: единство, поддержка, повышение потенциала.

В результате к участию в блоке «Лидерство» присоединились 20 участников из 13 НКО и инициативных групп.

Сбор данных

Для оценки эффективности усвоенной информации была разработана анкета¹ в электронном формате. Участникам предлагалось заполнить ее дважды за мероприятие, до и после тренинга.

1.3. Аналитика

В результате проведения анкетирования по оценке блока «эффективные инструменты развития лидерских и профессиональных качеств представителей ключевых групп, включая оценку потенциала НКО», мы получили 20 ответов на анкету, в которой просили оценить по шкале от одного до семи сессию по критериям: информативность, интерактивность, понятность, новизна информации, полезность информации, организация тренинга и общее впечатление, а также оставить отзыв.

По заданным критериям самой частой стала оценка в семь баллов, что говорит о качестве тренинга, понятности и полезности информации, атмосфере в целом (ответы 90% опрошенных). По вышеперечисленным критериям шесть баллов поставили 9,5% участников, а пять баллов 0,5%.

Кроме оценки мероприятия нам важно было понять, какие компоненты потенциала развития НКО для участников тренинга на данный момент являются ключевыми.

Узнать это мы могли из оценки следующих параметров: стратегия, потребности клиентов, качество услуг, мониторинг, менеджмент, партнёрство, человеческие ресурсы, финансы, верно всё перечисленное, затрудняюсь с ответом.

При проведении анкетирования до мероприятия ответы участников разделились в примерно равном количестве. Основными лидерами стали такие компоненты как: потребности клиентов, качественное оказание услуг и финансы. Один опрошенный затруднился с ответом и не смог выбрать ни одного критерия. После проведения тренинга основным преобладающим вариантом стал ответ «всё вышеперечисленные верны». Ни один участник не затруднялся с ответом, что говорит об изменениях в понимании развития компонентов некоммерческой организации и инициативной группы.

 $^{^1}$ Анкета «Эффективные инструменты развития лидерских и профессиональных качеств», см. Приложение 1

Также команде проекта было интересно узнать отношение опрашиваемых к личности лидера. Было предложено выбрать из заранее подготовленных вариантов ответа, а также написать свое мнение на вопрос: «Кто такой лидер?»:

- это человек в организации, который наделён полномочиями и отвечает за принятие существенных решений;
- это идейный вдохновитель;
- это представитель группы людей, которого остальные члены наделяют правом принимать решения и действовать от лица коллектива;
- всё вышеперечисленное верно.

На данный блок вопросов получено 20 ответов. Здесь мнения разделились. Преобладающим стал ответ: Лидер - это человек в организации, который наделён полномочиями и отвечает за принятие существенно важных решений (40% опрошенных). После проведения тренинга на этот же вопрос мы получили 80% ответов, 2% из которых приняло позицию, что всё вышеперечисленное верно.



2. «Как создать НКО: с чего начать, как написать устав, законодательное поле работы ВИЧ сервисных НКО»

2.1. Описание

Как говорилось ранее, к участию в проекте мы приглашали не только представителей НКО, но и инициативных групп (ИГ), с целью помочь им сформировать верную юридическую форму. Для чего это нужно?

Если несколько человек хотят заниматься каким-либо общественно полезным делом, они могут объединиться и в будущем создать некоммерческую организацию. С точки зрения закона НКО — это юридическое лицо, которое должно иметь свой устав и отчетность. Отметим, что юридические лица тоже могут создать НКО: например, некоммерческое партнерство или ассоциацию². Главное отличие такой организации от коммерческой фирмы в том, что НКО создают не для приобретения финансовой выгоды, а для «добрых дел»: помощи бездомным, заботы об экологии, защиты здоровья/прав человека, проводения специальных мероприятий и т.д.

Важно отметить, что ИГ для государственных и бизнес-структур выступают менее надежными посредниками, чем НКО, и поэтому ограничены в финансировании.

Цель блока: повышение уровня юридических компетенций участников в части создания, понимания особенностей деятельности и закрытия ВИЧ-сервисных некоммерческих организаций.

Основные подходы к организации тренингового взаимодействия:

- теория дается структурно, лаконично с учетом особенностей организации-заказчика;
- обеспечивается смена видов деятельности, используются изложение теоретических аспектов, сессия вопрос-ответ;
- вся информация визуализируется путем демонстрации и презентации.

Предлагаемая программа:

 Этап программы
 Краткое описание

 Введение
 Представление тренера. Регламент работы. Правила совместной работы. Введение в тематику, примерные задачи тренинга

 Российское
 некоммерческое
 Краткая характеристика законодательных

16

 $^{^2}$ Что такое некоммерческая организация — $\Phi 3$ «Об НКО»

	·
законодательство	актов, регулирующих деятельность НКО. Особенности отдельных организационно- правовых форм НКО
Порядок создания НКО и особенности государственной регистрации изменений основных данных НКО в процессе деятельности	Процедура создания НКО, составление документов НКО, его государственная регистрация. Особенности процедур государственной регистрации при: изменении устава НКО, смены руководителя НКО, изменении адреса НКО, изменении состава учредителей НКО
Примеры Устава организации.	Сессия: Вопрос-ответ. Смена тренера На примере Устава БФ «Вектор Жизни» рассмотреть основные виды деятельности НКО.
Основные моменты деятельности НКО	Оформление отношений с руководителем, с сотрудниками. Договоры гражданскоправового характера. Оформление отношений с самозанятыми. Отчетность некоммерческих организаций. Контроль за деятельностью НКО со стороны Минюста России. Иные виды государственного контроля Иностранные агенты: НКО, физические лица, СМИ. Просмотр Видео ролика о критериях признания иностранным агентом. Обсуждение снижения рисков. Источники формирования имущества НКО.
Корректировка программы второго дня.	Сессия: Вопрос-ответ. Провести анализ динамики группы, скорректировать программы в соответствии с запросами участников.
Правовые особенности деятельности ВИЧ-сервисных НКО	Краткая характеристика законодательных актов, регулирующих отношения в области профилактики распространения ВИЧ-инфекции
Особенности правового статуса социально-ориентированных НКО	Понятие социально-ориентированных НКО, их реестр. Благотворительные организации как особый статус Сессия: Вопрос-ответ. Смена тренера.
Ведение коммерческой деятельности.	Особенности ведения коммерческой деятельности НКО и БФ. Социальное предпринимательство.
Особенности правого статуса автономной некоммерческой организации	Понятие автономной некоммерческой организации, особенности деятельности.
Порядок ликвидации НКО	Особенности процедуры ликвидации НКО.

	Подготовка пакета документов. Государственная регистрация ликвидации НКО
Работа НКО в период «шторма».	Кризисный план. Зачем он нужен НКО? Рассмотрение Кризисного плана закрытия Фонда «Вектор Жизни». Обсуждение.
	Сессия: Вопрос-ответ.
Подведение итогов	Анализ достижения запланированных на тренинг результатов

2.2. Риски

При разработке и планировании данного блока команда проекта предполагала следующие риски: сложность темы и ее восприятия участниками, отсутствие возможности интеграции полученных знаний в работу. В процессе мы действительно столкнулись с тем, что объемные юридические блоки (два дня по 8 часов) сложны для восприятия. Решением стали большие перерывы, в которых участники могли отвлечься и усвоить информацию. Также по ходу шла запись и обработка вопросов, возникающих по ходу тренинга. В перерывах и на самом мероприятии участники могли в частном порядке обратиться к юристу с вопросами.

Еще одной сложностью стало обеспечение необходимой явки во второй день тренинга. Если на старте участники с энтузиазмом и вовлеченностью шли на мероприятие, то ко второму дню, несмотря на очевидную пользу, активность спала. Поэтому команда концентрировала внимание на продолжительности перерывов, вкусных угощениях на кофе-брейках и обедах.

Сбор данных

Для оценки эффективности усвоенной информации была разработана анкета³ в электронном формате. Участникам предлагалось заполнить ее дважды за мероприятие: до и после тренинга. Проводилось наблюдение за участниками группы.

2.3. Аналитика

Для оценки блока «Как создать НКО, с чего начать, как написать устав законодательное поле ВИЧ-сервисных НКО»б ыло предусмотрено две

³ Анкета блока «Как создать НКО: с чего начать, как написать устав, законодательное поле работы ВИЧ-сервисных НКО», см. Приложение 2

формы сбора данных. Первая - анкета, из которой мы хотели узнать, насколько информативной, понятной, новой, полезной, была информация, предоставленная на мероприятии, а также оценить полезность предоставленных материалов, организацию тренинга и общее впечатление.

Всего мы получили 18 ответов на опрос. Большинство участников высоко оценили (5/6/7 баллов) информативность, понятность, новизну информации, а также уровень организации тренинга. 11 опрашиваемых отметили, что у них возникли трудности в восприятии специализированной юридической информации. Участникам не хватило интерактивов, направленных на применение полученных знаний на практике.

Отзывы, полученные во время и после тренинга:

"Отличный тренинг! Хорошо, что попали на него как раз на том этапе, когда задумались об открытии НКО."

"Конечно, круто на такие мероприятия попадать. Но нужно не 2 дня, а неделя если не больше. Организация отличная. Но вот в голове каша. Наверное нужно будет ещё раз просматривать записи и презентацию, использовать её как настольную книгу. Хорошо, что будет возможность обратиться к юристу в индивидуальной консультации. Сильно не хватало интерактива. Но наверное это специфика блока. И ещё отлично, то вопросы отрабатывались по ходу."

"Для меня многие аспекты были не актуальны, но пройтись ещё раз было полезно. Спасибо. В целом интересно всё!»

"Мне понравилось, только нужно уложить по полочкам. Отдельное спасибо Юле (примечание: юрист) за доступ к материалам и готовность разобрать частные случаи".

Поскольку блок оказался специфическим, мы не стали вносить в анкету вопросы, формулирующие темы программы тренинга. Проводили наблюдение за процессом, в котором выявили, что лишь 40% участников были активно вовлечены в процесс, задавали вопросы, фиксировали что-то в блокнотах. Для остальных участников тренинг оказался трудным и напряженным.

Можно сделать вывод о том, что такого рода информацию необходимо подавать в интерактивной форме маленькими кусочками с возможностью практики на месте.

3. Концепция стратегического плана развития, включая проведение оценки потенциала НКО

3.1. Описание

Стратегическое планирование - это набор решений и действий, необходимых для определения стратегических целей и задач организации и способов их достижения. Стратегия - это ответ на вопрос: «Куда и каким образом собирается прийти организация за определенный период времени?».

Основная задача блока - объяснить лидерам и его подопечным важность стратегического планирования. Если команда понимает, какова стратегическая цель организации, значимость и эффективность работы будет существенно выше. Стратегия - это вектор движения из точки А в точку Б. Она помогает НКО понять, на чем сосредоточить силы и ресурсы, чтобы приблизиться к желаемой точке, а в условиях сложности работы в ВИЧ-сервисе, дает еще и понимание кризисных сторон и опор. Профессионально занимаясь оказанием услуг людям, уязвимым к ВИЧ, важно точно определять, что , для кого и каким образом мы хотим изменить в существующей реальности, и как мы поймем, что наша работа эффективна.

Цель блока: повышение компетенций, способствующих разработке и созданию концепции стратегического плана развития молодых НКО.

Предлагаемая программа:

Этап программы	Краткое описание
Введение	Открытие сессии. Вводная часть, ожидания,
	регламент, постановка задач.
Системный подход в	Что такое организация? Кто те люди, которым
организации	мы помогаем. Цикл жизни организации по
	Адизесу.
Миссия	Формулирование, примеры других организаций.
	Ценности. Индивидуальная и групповая работа.
_	
Резюме прошлого дня	Ценности участников / Российских и
	иностранных НКО
Видение (мастерская)	Какой мы хотим видеть нашу организацию
	через 5 лет. Работа на карточках.
Стратегические	SWOT анализ текущей ситуации.
направления	Индивидуальная работа с карточками. Сильные
деятельности	/слабые стороны;
	Возможности/ угрозы.
	Работа в группах, распределение и обобщение
	результатов. Обсуждение в процессе.

Работа в группах	Постановка целей по SMART. Обобщение информации, примерные сроки и необходимые ресурсы для достижения. Индивидуальный план развития НКО. Устное обсуждение плана развития. Задание для участников продумать и составить план развитие своих НКО и инициативных групп.
Подведение итогов	Анализ достижения запланированных на тренинг результатов

3.2. Риски

Сессия по стратегическому планированию, как и некоторые иные неочевидные блоки проекта, не отличалась исходной популярностью участников. Проблема заключалась в том, что для участников не была ясна практическая польза блока, т.к. стратегия развития их организаций не являлась первостепенной потребностью. Больший интерес вызывали темы, посвященные финансированию и работе с ключевыми группами. Для мотивирования к участию мы проводили индивидуальные беседы, в которых раскрывали возможности и значимость стратегического планирования.

Также одной из рискованных зон оказалось структурирование стратегического плана. Участники боялись не иметь возможности применить полученную информацию на практике. Для решения этого момента по данному модулю были разработаны рабочие тетради, разбитые на 4 этапа, в которых во время тренинга можно было разрабатывать, фиксировать и размышлять над формулированием миссии. Каждый раздел импровизированного дневника включал в себя ответы на следующие вопросы:

- Кто эти люди, ради которых создана организация?
- Какие нужды, потребности или проблемы они имеют, и что получают в результате деятельности организации?
- Что делает организация для обеспечения результатов, упомянутых выше?
- Какими ценностями или принципами руководствуются организации в процессе осуществления своей деятельности?

Также тезисно сформулированы ценности организаций. Включена инструкция по SWOT-анализу и инструкция по формулированию целей по SMART.

Заполняя рабочую тетрадь, риск потерять идеи и/или забыть содержание мероприятия минимизируется.

Сбор данных

Для оценки эффективности усвоенной информации была разработана анкета 4 в электронном формате. Участникам предлагалось заполнить ее дважды за мероприятие: до и после тренинга. Проводилось наблюдение за участниками группы.

3.3. Аналитика

В блоке «Концепция стратегического плана развития НКО» необходимо анализировать и понимать поведение участников работающих над структурой стратегического плана. Командой проекта была разработана анкета, помогающая оценить степень вовлечения в тему тренинга, и ответить на вопросы:

- Понимают ли молодые НКО, что такое миссия и ориентируются ли в ценностях, связывающих людей организации и соответствующих её целям.
- Понимают ли, что такое видение развития и могут ли сформулировать стратегические цели.

Как и в предыдущих моделях мы провели оценку данных до проведения мероприятия и после. Всего было получено 20 ответов (100%). До проведения тренинга на вопрос «Основные компоненты стратегии», выбирая из вариантов: миссия, должностные инструкции сотрудников, видение, стратегические цели, стратегические направления - все компоненты выбрали всего лишь два человека (10%). 80% участников выбрали миссию, стратегические направления и цели. 10% отметили, что все варианты верны, 5% затруднились ответить. Это может говорить о том, что у участников тренинга до его проведения не сложилась целостная картина состава стратегии некоммерческой организации. По окончании мероприятия 99 % ответили, что для построения стратегического плана необходимы все вышеперечисленные компоненты. Исходя из этого мы можем предположить, что информация усвоилась.

На вопрос о том, что такое миссия, были предложены следующие варианты ответов:

- миссия это поставленная кем-то вышестоящим задача;
- миссия организации никогда не меняется, выбирается один раз, и все сотрудники должны принимать её;

⁴ Анкета «Концепция стратегического плана НКО», см. Приложение 3

- миссия основное предназначение организации, определение смысла существования организации, она объясняет, ради чего существует НКО
- миссия может включать описание ценностей и или принципов.

Традиционными стали ответы: затрудняюсь ответить и всё вышеперечисленное верно.

До проведения мероприятия 55% участников ответили, что миссия организации — это определение смысла существования её.

После проведения мероприятий 100% реципиентов выбрали выше приведенный вариант ответа. Это говорит нам о том, что все участники поняли, что является миссией организации.

Также в процессе сессии мы хотели выяснить, какие ценности объединяют тех, кто оказался на тренинге. Участникам было предложено выбрать следующие варианты: инвестиции в будущее, активная гражданская позиция, информационная открытость, доверие, профессионализм, результативность, стремление к развитию, общественное благо, высокое качество услуг, командная работа, приверженность одному вектору развития НКО сектора России, инновации и творчество, законопослушность.

Лидерами здесь стали четыре направления: доверие, профессионализм, общественное благо и командная работа. Данные ценности собрали по 60% голосов.

Вопрос, дающий понимание нам о том, что такое видение по мнению опрошенных предполагал такие варианты ответов:

- видение это образ будущего, общественное описание того, как будет выглядеть организация и или изменится к лучшему мир в результате её деятельности;
- видение это адекватная оценка своих рисков и возможностей;
- видение это способность видеть результат деятельности.

До проведения тренинга основным лидером стал ответ «видение - это адекватная оценка своих рисков и возможностей», что говорит нам о недостаточном представлении об этом понятии. После проведения мероприятия 100% участников выбрали ответ «видение - образ будущего того, как будет выглядеть организация и т.д.»

4. Коммуникационная стратегия НКО в интернет-пространстве

4.1. Описание

Коммуникационная стратегия позволяет НКО систематизировать свои внешние и внутренние коммуникации, делая их эффективными и целенаправленными. Она помогает организации четко формулировать свои главные сообщения, определять ключевые каналы передачи и получения информации и строить долгосрочные отношения с целевой аудиторией. Продуманная коммуникационная стратегия позволяет НКО, оказывающим услуги людям, уязвимым к ВИЧ, эффективно привлекать внимание к проблемам целевой аудитории, мобилизовывать ресурсы, находить сторонников и доноров, а также повышать общественную осведомленность и формировать мнение, получать поддержку. Основная составляющая для блока «Коммуникационная стратеги НКО в интернет-пространстве» направлена на помощь молодым НКО в формировании информационного поля, выстраивании работы, налаживании партнерских и социальных связей, выстраивании позиционирования.

Цель блока: повышение знаний в области коммуникационных стратегий, формирование навыков определения целевых аудиторий, планирование информационных сообщений и оценка их результативности.

Основные подходы к организации тренингового взаимодействия:

- теория дается структурно, лаконично и с учетом особенностей организации-заказчика;
- обеспечивается смена видов деятельности, используется изложение теоретических аспектов, сессия вопрос-ответ;
- вся информация визуализируется путем демонстрации и презентации.

Предлагаемая программа:

Этап программы	Краткое описание
Введение	Представление тренера. Регламент работы. Правила совместной работы. Введение в тематику, примерные задачи тренинга
В чем база коммуникационной стратегии	Миссия/оценка ситуации/целизадачи/определение ЦА/формулировка посланий/каналов коммуникации/инструменты/планирование

Социальные кампании	Какие бывают социальные кампании, какие проблемы они решают?
Постановка цели-задач	Игровой формат. Создать ком. сообщение, побуждающее к действию.
	Как готовить важные и интересные информационные материалы, которые будут востребованы у целевых аудиторий?
Определение ЦА	Как, на какие визуальных, информационных и смысловых образах, мы разговариваем с ЦА? Что такое Tone of Voice, и зачем он нужен?
	Что может способствовать тому, чтобы стороны услышали друг друга и начали создавать контент, интересный партнёрам, НКО, и читателям?
Планирование	Выбор каналов и инструментов.
	Практическое занятие, разработка контентплана
	Презентация кампаний, разработанных в БФ «Вектор жизни»
	Сессия: Вопрос-ответ
Подведение итогов	Анализ достижения запланированных на тренинг результатов

4.2. Риски

При анонсировании блока «Коммуникационная стратегия НКО в интернет-пространстве» некоторые участники отзывались о нем как о важном, но не первостепенном:

Понимая недостаточность компетенций и сложность темы, мы хотели на практике показать, как руководителям, так и рядовым сотрудникам, что такое коммуникационная стратегия, к каким результатам она должна и может приводить, как её реализовать, применяя современные инструменты.

[«]Да это партнёрам и аудитории писать о том что мы делаем»;

[«]Это же про постики вконтакте?»;

[«]Ну, когда будет эсэмэмщик тогда и руки дойдут»;

[«]Ой, я сама всё пишу и про себя, и про организацию».

Сессия по коммуникационной стратегии построена таким образом, что у участников есть возможность сразу же попробовать выполнить задачу и получить на нее обратную связь. Например, одним из практических упражнений стало формулирование информационного посыла с задачей побудить к действию целевую аудиторию. Участники разрабатывали плакаты, на которых мотивировали пройти тестирование на ВИЧ ключевые группы, использовать презервативы, собирать деньги на молочные смеси для ВИЧ+ женщин. Далее презентовали проделанную работу друг другу и давали обратную связь, а ведущие помогали корректировать формулировки.

Ещё одним практическим заданием стала сборка контент-плана. Участникам было предложено разработать контент-план учитывая ЦА, ее интересы, создать воронку, приводящую к действиям, а также продумать каналы коммуникации. По завершении тренинга участники отметили, насколько заблуждались в представлениях о том, что такое как нужно вести социальные сети и применять профессиональный подход к этому. Ушли с мероприятия с набором инструментов для построения коммуникационной стратегии.

Сбор данных

Для оценки эффективности усвоенной информации была разработана анкета 5 в электронном формате. Участникам предлагалось заполнить ее дважды за мероприятие: до и после тренинга. Проводилось наблюдение за участниками группы.

4.3. Аналитика

При проведении оценки блока «Коммуникационная стратегия НКО в интернет-пространстве» мы старались понять, какими знаниями обладают участники тренинга по следующим вопросам:

- Что такое коммуникационная стратегия?;
- Кто является целевой аудиторией организации-заказчика?;
- какие цели ставят коллеги при общении с целевыми аудиториям?;
- Какие каналы коммуникации используют;

Также предлагалось оценить мероприятие по следующим критериям: информативность, интерактивность, понятность, новизна, полезность информации, организация тренинга и оставить общее впечатление о мероприятии.

Анката «Коммуникационная стратагия НКО»

 $^{^{\}rm 5}$ Анкета «Коммуникационная стратегия НКО», см. Приложение 4

Аналитика анкет, заполненных проведения ДО сессии коммуникационной стратегии НКО, показала следующие данные: получено 100% ответов до проведения мероприятия, в которых респондентам давалось свободное поле для размышлений. На вопрос такое коммуникационная стратегия» vчастники «что отвечали спедующее: план публикуемых постов, количество новостей на сайте, общение с партнёрами и клиентами посредством переписки в социальных сетях и на почте. На вопрос о том, какие цели ставят участники при общении с аудиторией, были получены следующие ответы: сообщить о будущих мероприятиях, сообщить о проектах поддержки, отчитаться о проделанной работе, получить письмо, получить финансирование.

Поле для ответа на вопрос «Какие каналы коммуникации используют участники» в 100% случаев осталось незаполненным. Это говорит о том, что знания участников о возможностях и задачах коммуникационной стратегии недостаточны для полноценной её реализации. Рекомендуется практическая отработка данного аспекта.

После проведения мероприятия на анкету также ответило 100% респондентов, что говорит о хорошей вовлеченности в процесс тренинга. Участники структурно и точно отвечали на вопросы о том, что такое стратегия коммуникационных сообщений для некоммерческой организации. Сформировалось представление о том, что такая стратегия является неотъемлемой частью развития НКО, представляет собой документ, определяющий долгосрочное видение и цели организации, а также план действий для их достижения.

Также после проведения мероприятия участники перечисляли такие актуальные для них каналы коммуникации как: социальные сети, мессенджеры, сайт организации, группы, чаты, СМИ, партнёрские каналы и так далее. При проведении оценки мероприятия мы получили 100% положительных отзывов: баллы разделились между оценками шесть и семь. Все участники отметили высокую информативность, хорошую интерактивность, понятность и полезность. Было выдвинуто предложение переформатировать интерактивные блоки в подобие квестов.

5. «Фонд социального капитала»

5.1. Описание

Фонд социального капитала — это термин, который пришёл к нам из бизнес-среды. В этом блоке мы разбираемся, для чего нужен социальный капитал, как он устроен, как не растерять его и даже приумножить, что же лежит в основе.

Социальный капитал - это богатство, которое формируют люди и связи между ними. Чем больше людей, и чем надёжнее связи, тем больше благ может получить каждый участник взаимодействия

Так как некоммерческий сектор - это в первую очередь общественные объединения, то и связи здесь чаще всего основываются именно на личном взаимоотношении. Крепкие социальные отношения - источник приобретений. В здоровом обществе принято помогать друг другу, а доверие и взаимопомощь, обмен благами выходят далеко за пределы личного круга знакомств или коллектива компании. Принципы социальных отношений похожи на законы экономики, например: социальный капитал прирастает, когда мы предлагаем людям что-то полезное: идею, контакты, ободрения, конструктивную критику. Но стоит помнить, что он может и истощаться при условии, если мы долго не поддерживаем связь с партнёрами, не сдерживаем обещания. Важно инвестировать в социальные связи, проводить время с партнёрами. Но здесь стоит понимать, что в построении взаимоотношений важно каждую встречу заканчивать на позитивной ноте. Именно этому посвящен блок.

Цель тренинга: Повышение знаний в области формирования инвестиций и использования социального капитала.

Предлагаемая программа:

Этап программы	Краткое описание
Введение	Представление тренера. Регламент работы. Правила совместной работы. Введение в тематику, примерные задачи тренинга
Два режима мышления	Быстрое и медленное мышление
Групповой эффект	Принадлежность к группе, социальное давление, эффект хипстера
Социальные круги	Образование, медиа, благотворительность, медиа и т.д. Открытые и закрытые сценарии
Практическое задание	Провести ревизию своих социальных связей Ответить на вопросы: что нам дают отношения?

	Как стать социально богатым
	Сессия: Вопрос-ответ
Подведение итогов	Анализ достижения запланированных на тренинг результатов

5.2. Риски

Как и при построении межличностных взаимоотношений для организации важно понимание, из чего состоит ее фонд социального капитала. Основным риском в данном блоке могла стать существующая конкуренции между организациями. В конкурентной среде третьего сектора так же, как и в бизнес-структурах, организации соперничают.

Мы могли столкнуться с партнёрским и кадровым голодом. Предполагали, что участники, находясь в страхе потерять или упустить социальную связь, не смогут воспринять подаваемую информацию. В проведении блока делали акцент на объединение усилий в достижении целей. разграничивая зоны социального взаимодействия. Доносили простую мысль о том, что крайне редко случается так, что целевая аудитория нескольких организаций в точности повторяет друг друга, и даже в этих условиях можно объединяться, распределяя спектр услуг. Мы предлагали рассматривать партнёрство, как способность к расширению, а не к конкуренции. Также присутствовал риск низкого вовлечения аудитории в тему мероприятия, решался путём индивидуального включения каждого который участника.

Сбор данных

Для оценки эффективности усвоенной информации была разработана анкета 6 в электронном формате. Участникам предлагалось заполнить ее дважды за мероприятие: до и после тренинга. Проводилось наблюдение за участниками группы.

5.3. Аналитика

При разработке анкеты оценки эффективности блока «Фонд Социального капитала» мы использовали технологию самооценки полученных знаний. Предлагалось оценить знания по четырём критериям: я больше узнал(а) по теме, а понял(а), как формулируется социальные круги, я провёл(а) ревизию своих социальных взаимоотношений, я захотел(а) вкладывать силы в развитие социального капитала.

⁶ Анкета «Фонд социального капитала», см. Приложение 5

Получая ответы на эти вопросы, мы хотели увидеть, насколько информация была понятной, интересной, применимой. Проанализировав результаты, мы увидели, что для 20% участников вся информация была абсолютно новой, для 10% нового было немного, поняли, как формируются социальные круги 80% участников, провели ревизию социальных взаимоотношений 100% участников и захотели вкладывать силы в развитие социального капитала. Отсюда делаем вывод о том, что информация была полезной, важной и применимой в жизни и работе.



6. «Как молодым НКО и ИГ, привлекать средства на ВИЧсервис: понятие фандрайзинга, виды фандрайзинга, привлечение бизнеса и частных пожертвований»

6.1. Описание

Некоммерческие организации, оказывающие услуги людям с ВИЧ, или уязвимым нему, юридически ничем не отличаются от других НКО. Это могут быть общественные объединения, фонды, частные учреждения, некоммерческие партнёрства, автономные некоммерческие организации, ассоциации. И точно также они могут нуждаться в средствах для осуществления эффективной деятельности.

Необходимость финансирования некоммерческого сектора признана на уровне Президента РФ. НКО имеют огромное значение для социально-экономической жизни страны. Сегодня общественный сектор представляет интересы различных социальных групп населения, а также является важным каналом связи, коммуникационной площадкой между обществом, бизнесом и государством. Некоммерческий сектор обеспечивает запрос на трудовую занятость населения, вовлекая незащищенные слои общества (людей с ВИЧ, наркопотребителей, безработных, людей в трудной жизненной ситуации и с ограниченными возможностями здоровья). Также для предоставления достоверной информации и формирования современных методов социальной работы выстраиваются взаимоотношения между государством и некоммерческим сектором.

Привлечение средств на деятельность ВИЧ-сервисных НКО с юридической точки зрения не отличается от финансирования иных некоммерческих организаций. Такое НКО может получать ресурсы через субсидии, грантовые конкурсы, частные корпоративные пожертвования, оказание услуг, привлечение средств на аукционах, ивентах и так далее. Основной проблемой здесь становится внешняя и внутренняя стигма по отношению к ключевым группам, уязвимым к ВИЧ и самому заболеванию. Именно этот вопрос помогает решить данный модуль.

Шель блока:

- повышение уровня компетенций участников в сфере привлечения ресурсов и преодоления внутренних барьеров;
- теория дается структурно, лаконично, с учетом особенностей организации-заказчика;
- обеспечивается смена видов деятельности, используются изложение теоретических аспектов, сессия вопрос-ответ;
- вся информация визуализируется путем демонстрации и презентации.

Предлагаемая программа:

Этап программы	Краткое описание
Введение	Представление тренеров. Регламент работы. Правила совместной работы. Введение в тематику, примерные задачи на тренинг.
«Знакомство»	В метафорической творческой форме участники отображают свои «отношения» с фандрайзингом (как они его понимают). Самопрезентация. Ключевые моменты фиксируются на флипчарте
Формирование перечня желаемых результатов тренинга для участников Теория фандрайзинга	В контексте заявленной темы участники формулируют и озвучивают области: Знания, Сомнений, Незнания, требующие прояснения. Упражнение «Дерево» Виды фандрайзинга. Частный фандрайзинг.
геория фандраизинга	Презентация. Выступление тренера. Одновременно - самодиагностика, оценка текущей ситуации в организациях участников в части применения различных инструментов в области привлечения ресурсов.
Корпоративный фандрайзинг.	Работа в малых группах по вопросам: 1. Какие ресурсы можно получать от корпоративного жертвователя? 2. На какие вопросы важно ответить самим себе задумывая фандрайзинг? 3. Какие ограничивающие убеждения, мифы, страхи существуют в отношении корпоративного фандрайзинга? 4. Где искать потенциальных корпоративных жертвователей? 5. Каковы возможные формы сотрудничества в целях привлечения ресурсов от корпоративных жертвователей? 6. Зачем бизнес-организациям может быть важно нам помогать? 7. Важные принципы коммуникации с потенциальным и действующим жертвователем? Презентация результатов. Обсуждение. Отвечаем на вопросы из п.2 применительно к своей организации.
Партнерство, основанное на доверии	Упражнение «Министерство». Выводы из упражнения как если мы распространим их на подходы к фандрайзингу в нашей сфере деятельности. Перечень выводов относительно принципов,

подходов к фандрайзингу, отношений жертвователем Работа: индивидуально тройках/ шестерках. Выносим на флипчарт (по группам, поочередно) Дополнительные вопросы для обсуждения: Что рождает доверие к самим себе? Что рождает наше доверие жертвователю? Что рождает доверие жертвователя к нам? Обращение Письменное. Работа в микрогруппах по потенциальному размещения письменного жертвователю. обращения. Изучение, анализ, о примере соответствующего (реального, «неудачного») обрашения: в соц.сетях по почте на сайте Составление впечатления по схеме: я вижу, что..., я понимаю, что..., я чувствую, прочитав... Презентация по группам. Погрупповая смена канала размещения Работа в микрогруппах по каналам обращения. размещения письменного Изучение, анализ. 0 примере соответствующего (реального, «удачного») обрашения: в соц.сетях по почте на сайте Составление впечатления в произвольной форме. Мозговой штурм. Обсуждение. Выносим на флипчарт принципы, правила, фишки удачного письменного обращения к потенциальному жертвователю Составляем проект реального фандрайзингового текста пля своей организации (выбор канала размещения по Презентация по одному тексту для каждого канала размещения. Обсуждение. Обратная Устное. Работа в малых группах - тройках по ролям представитель, сотрудник HKO (фандрайзер)

	· ·
	• потенциальный жертвователь
	• супервизор
	На подготовку устного обращения - 15 минут.
	Далее работа в тройках.
	Задача:
	l ''
	• побывать во всех ролях
	• через опыт обращения и обратную
	связь совершенствовать навыки устного
	обращения, переговоров с жертвователем
	• обращать внимание на: общее
	производимое впечатление, манеру
	изложения, содержание, аргументацию,
	убедительность, специфику невербальных
	приемов общения, работу с возражениями,
	вопросами
	. *
	Обсуждение. Фиксируем на флипчарт
	основные моменты - правила, риски,
	рекомендации по устному обращению.
2	
Завершение. Подведение	Преобразование метафоры «Я и
	Фандрайзниг». Презентация. Анализ
итогов тренинга	достижения запланированных на тренинг
miorob ipominid	результатов. Ревизия незапланированных
	1 2
	результатов, присвоение ценности

6.2. Риски

При планировании проекта мы предполагали, что многие участники обучения выделят именно этот блок в качестве главного и стоящего. В действительности самыми популярными по регистрации на участие стали блоки на темы фандрайзинга и грантрайтинга. Предполагалось также, что в отсутствии информированности о комплексном подходе к развитию организации, участники будут сконцентрированы в основном на привлечении ресурсов. Во время предварительного опроса, проводимого по телефону, практически 100% респондентов подчеркивали важность изучения блока «Как молодым НКО привлекать средства на ВИЧ-сервис». Но несмотря на это, за день до мероприятия к нам стали поступать сообщения о невозможности принять участие в тренинге. Как итог, из 24 заявленных, участников присоединились ровно 50% - 12 человек.

Идея модуля заключалась не только в передаче информации по видам привлечения ресурсов, а также в преодолении барьеров внутренних и внешних. На данном этапе мы могли столкнуться с глубинными переживаниями участников, высокой самостигматизацией, требующей специализированной поддержки. В таких случаях мы предлагали профессиональную психологическую помощь (оказывает психолог организации). Для развития навыков по преодолению барьеров,

погружали обучающихся в ролевые, диалоговые ситуации, помогающие разобрать ситуации, с которыми каждый может столкнуться в профессиональной сфере. В результате чего участники проекта выходили на новые партнёрские взаимоотношения.

Сбор данных

Для оценки эффективности усвоенной информации была разработана анкета 7 в электронном формате. Участникам предлагалось заполнить ее дважды за мероприятие: до и после тренинга. Проводилось наблюдение за участниками группы.

6.3. Аналитика

Аналитика данного блока проводилась посредством до и после тренингового анкетирования (до - 12 ответов, после - 9 что говорит о том, что активность участников после получения актуальной для них информации снизилась).

Респонденты отвечали на следующие вопросы:

- Что такое фандрайзинг?
- Виды фандрайзинга?
- Что такое корпоративный фандрайзинг?
- Какие ресурсы открывает частный фандрайзинг? С чего по вашему мнению необходимо развивать это направление?

Также было предложено оценить мероприятие по шкале от 1 до 7 по следующим критериям: информативность, интерактивность, понятность, новизна информации, полезность информации, организация тренинга и общее впечатление. В конце анкеты каждый желающий мог оставить отзыв о сессии.

На вопрос «Что такое фандрайзинг?» участники отвечали в свободной форме.

До проведения мероприятия мы получили следующие формулировки: привлечение денег; сбор средств на какие-либо частные/общественные нужды; привлечение ресурсов заинтересованных лиц; привлечение материальных ресурсов для организации и реализации деятельности; привлечение средств на благотворительной основе для проведения социальной работы; привлечение финансов; сбор денег; сбор средств и ресурсов; человек

35

 $^{^{7}\,}$ Анкета «Как молодым НКО привлекать средства на ВИЧ-сервис», см. Приложение 6

который привлекает финансы; привлечение средств на благотворительность.

После проведения мероприятия ответы на этот же вопрос в большей степени раскрывали понятие фандрайзинга: привлечение аккумулирование средств для решения социальных стратегическое структурированное действие с целью добычи ресурсов для реализации общественных целей; фандрайзинг - это привлечение ресурсов на некоммерческую деятельность; сбор средств привлечение/аккумулирование социальной работы; система обеспечения различными ресурсами некоммерческую организацию; система привлечения ресурсов для реализации некоммерческой деятельности; система привлечения финансирования НКО; профессиональный поиск тех, кто может помочь ресурсами (не только деньгами) для решения общественной проблемы; фандрайзинг - это инструмент привлечения различных ресурсов для НКО.

Отвечая на вопрос о видах фандрайзинга до проведения мероприятия участники отмечали следующие аспекты: социальные сети; бизнеспартнёры; донаты; пожертвования; поддержка благотворительных фондов; проведения ярмарок аукционов; рекламные акции; организация мероприятия; обращения напрямую; сайты; частный, грантовый, корпоративный, массовый сбор средств; ивенты; пожертвования от физических лиц и организаций на карту и расчётный счёт. Ответы кумулятивные от всех участников.

После проведения мероприятия каждый участник предлагал множество видов привлечения средств и ресурсов. Ответы были разнообразны, содержали несколько вариантов привлечения средств.

На вопрос «Какие ресурсы открывает корпоративный фандрайзинг?» до проведения мероприятий участники в большей степени отвечали: устойчивость, возможность реализации помощи, срочные сборы, социальные ресурсы. После тренинга ответы были такими: корпоративный фандрайзинг открывает социальные партнёрства и материальные ресурсы. финансирование программ, помещение, рекомендации, стейкхолдеры, понимание трендов, социальный капитал, волонтёров и рекламы.

7. «Грантрайтинг» - подготовка, экспертиза конкурсных грантовых заявок

7.1. Описание

Грантрайтинг – технология написания проектов для получения денежных субсидий. Такое определение может быть как достаточно точным и узким, так и широким – все зависит от агрегатора грантовых заявок. Одним из крупнейших операторов финансирования некоммерческих организаций в $P\Phi$ является Φ онд Президентских Грантов. В этом блоке мы делаем особенный упор на подготовку проектных заявок именно для конкурсов от Φ ПГ. Подробнее на тренинге разбираем следующие аспекты: разработка грантовой стратегии организации, обеспечение взаимодействия с представителями оператора, подготовка грантовой документации, формулирование идеи проекта.

грантрайтинг широко Ha сегодняшний день развивается некоммерческой среде, и понимание ценности проекта и грамотная его подготовка являются преобладающими составляющими для победы в конкурсе. Конечно, можно обратиться к агентствам, которые подготовят заявку за вас. Но без понимания, как организована механика проекта, вам сложно будет реализовывать его и отчитываться в последующем. В данном блоке разработана программа, проявляющая не только механику подготовки и оценки заявки, но и формулирование концепции проекта, цель, основные задачи, календарный план бюджет, команду, организацию заявителя, технология работы над заявкой на платформе, заполнение раздело. Также проведена работа по коллективному разбору имеющихся заявок и организация письменной обратной связи по ним.

Цель блока: Ознакомление участников с принципами проведения конкурсов Фонда Президентских Грантов, а также с технологией пошаговой подготовки разделов грантовой заявки.

Предлагаемая программа:

Этап программы	Краткое описание
Введение	Представление тренера Регламент работы Правила совместной работы Введение в тематику, примерные задачи на тренинг

Содержание проекта	Особенности конкурса, с какими проектами туда можно подаваться, обсуждение тематики проектов участников (границы проектов)
Технология работы над заявкой, как заполнить разделы, на что обратить внимание - фокус на грантрайтинг	Календарный план проекта/ Бюджет проекта/ Команда проекта/ Организация- заявитель
Коллективный разбор заявок	Обсуждение проектов / заданий, ответы на вопросы - групповая консультация
Практическое задание	Сессия: Вопрос-ответ
Завершение	Повторение проработанных тем. Сверка знаний/пониманий/умений.
Подведение итогов тренинга	Письменная и устная обратная связь и рекомендации по доработке

7.2. Риски

При подготовке данного блока мы определяли для проекта следующие риски:

- участники придут на мероприятия, но не справятся с подготовкой грантовой заявки;
- выберут другую тему, не касающуюся сервисов для ключевых групп, уязвимых к ВИЧ;
- не успеют доработать заявку до подачи на конкурс;
- подготовят слабые заявки;
- разочаруются в своих силах и не захотят больше участвовать в грантовых конкурсах.

Для минимизации рисков мы простроили программу, при которой каждый участник в процессе проведения вебинаров попробовал бы себя в формулировании концепции проекта, его целей и задач. На одном из этапов попросили участников подготовить макеты проектных заявок с описанием структуры:

- Проект разработан (очень коротко об организации-заявителе, 1-2 предложения с фокусом на миссию и опыт);
- Проект посвящен ... (идея / цель проекта; на решение какой проблемы направлен проект);
- Основной целевой группой проекта будет ... (аудитория)

- В рамках проекта будут реализованы ... (содержание/мероприятия проекта; суть, основные блоки)
- Уникальность проекта заключается в ... (тут можно подчеркнуть особенности с фокусом на грантовое направление как проект позволит раскрыть задачу, которая заложена в грантовом направлении)
- Результатами проекта станут .. (наиболее значимые ожидаемые количественные и качественные результаты)

Выполненные задания спикер разбирал в прямом эфире, чтобы у каждого участника была возможность услышать ошибки через другие заявки.

Также всем, кто готов включить в проектное предложение модуль по профилактике ВИЧ, сервисам для ВИЧ-положительных и людей, уязвимых к ВИЧ, а также ключевым группам, была предоставлена возможность получить индивидуальные консультации эксперта в необходимом объёме для подготовки заявки на конкурс, что сильно повысило мотивацию. В процессе было подготовлено пять проектных предложений, три из которых одержали победу.

Сбор данных

Для оценки эффективности усвоенной информации была разработана анкета 8 в электронном формате. Участникам предлагалось заполнить ее дважды за мероприятие: до и после тренинга. Проводилось наблюдение за участниками группы.

7.3. Аналитика

В этом блоке решили объединить оценку знаний до мероприятия вместе с регистрационной формой, в связи с поступлением жалоб от участников о большом количестве форм и возникающей из-за этого путаницы. На этапе регистрации мы получили 20 заявок на участие в вебинаре и столько же ответов на вопросы.

Участники оценивали свои знания до тренинга по следующим критериям:

- особенности конкурса фонда президентских грантов критерии подачи заявки;
- краткое содержание проекта;

-

⁸ Анкета «Оценка собственных знаний, полученных на вебинаре

[«]Грантрайтинг», см. Приложение 7

- социальная значимость;
- качественные индикаторы;
- количественные индикаторы;
- команда;
- календарный план;
- бюджет.

На вопрос о понимании особенностей конкурса Фонда Президентских Грантов мы получили 0% ответов, подтверждающих полное знание и понимание формальных критериев подачи заявок; 53,3% респондента ответили, что знаний крайне мало; остальные отвечающие утверждали, что какие-то знания по теме у них есть.

При оценке знаний на вопрос о кратком содержании проекта ни один из участников не был уверен в себе на 100%; 29,4% оценивали свои знания на 1-2 балла из 7, оставшиеся участники оценивали свои знания – на 6 баллов;на 5 баллов 23,5%, и на 4 балла 11,8%.

Говоря о критериях социальной значимости проекта, при опросе два участника указали, что понимают, как описывать этот параметр (11,8% от всех опрошенных), 36,2% участников оценили свои знания и умения на 1-3 балла, 11,8% участников оценили свои знания на 6 баллов, 23,5% на 5 баллов.

Примерно в таком же соотношении оценка имеющихся знаний и умений распределилась между оставшимися вопросами. После проведения серии вебинаров подготовке грантовых по заявок вышеперечисленные вопросы ни один участник не поставил оценку в 1-2 балла. Процентное соотношение выросло, стало стремиться к семи (за исключением параметров: качественные индикаторы, особенности конкурса Фонда Президентских Грантов, формальные критерии подачи заявки и краткое содержание проекта). Из чего можно сделать вывод о том, что у участников обучения изменилось отношение к собственным знаниям и возросла уверенность и мотивация в подаче заявок на ближайший конкурс ФПГ.

При сборе ответов до проведения вебинара у участников была возможность задать вопрос спикеру. Такие комментарии мы получили: «Вообще не знаю с чего начать!»; «С чего подступиться к заявке?»; «С чего нужно начать проектировку гранта?»; «Как правильно написать, сформулировать идею и главную мысль?»; «Какое количество человек должно быть в команде, чтобы участвовать в конкурсе?».

После проведения вебинара мы получали только слова благодарности с комментарием о том, что информация подавалась структурно, понятно и в приятной лёгкой для усвоения в форме.

8. «НКО и государственные структуры»: изучение законодательных трендов в области ВИЧ-сервиса

8.1. Описание

Взаимодействие институтов гражданского общества и государства в решении проблем является одной из приоритетных задач в выстраивании работы в области сфер профилактики социально значимых заболеваний в Российской Федерации. В данное время на базе действующего и Федерального законодательства уже накоплен значительный опыт партнёрства органов государственной власти с общественными некоммерческими организациями. В каждом регионе взаимоотношения с госсектором выстраиваются индивидуально. Задача проекта - передать некоммерческим организациям и инициативным группам информацию, основанную на законодательных актах, касающихся ВИЧ-сервиса.

Одним из главных документов, регламентирующих действия государственной системы и третьего сектора является государственная стратегия противодействия распространению ВИЧ-инфекции в Российской Федерации на период до 2030 года. На неё опираются НКО при обращении в государственные структуры. Задача разобрать стратегию, утверждённую распоряжением правительства Российской Федерации от 20 октября 2020 года №3468-р, выявить в ней положения, помогающие НКО.

Ещё одним документом, влияющим и регламентирующим работу ВИЧ-сервиса, является постановление от 28 января 2021 года №4 об утверждении санитарных правил и норм СанПиН 3.3686-21 "Санитарноэпидемиологические Требования по профилактике инфекционных болезней".

Следующий документ, заслуживающий внимательного рассмотрения, это распоряжение правительства РФ от 19 октября 2021 года №2933-р об утверждении плана мероприятий по реализации государственной стратегии в противодействии распространению ВИЧ-инфекции в РФ на период до 2030 года.

Знание этих документов обязательно для организации работы ВИЧ-сервисных организаций, умение читать и пользоваться ими может помочь в обеспечении аргументов при взаимодействии с государственными структурами, а также в стратегическом планировании НКО.

Цель блока: Повышение знаний в области законодательных трендов, влияющих на работу ВИЧ-сервисных НКО

Предлагаемая программа:

Этап программы	Краткое описание
Введение	Знакомство с темой, раскрытие перспектив построения взаимодействия с госсектором
ГОСУДАРСТВЕННАЯ СТРАТЕГИЯ противодействия распространению ВИЧ-инфекции в Российской Федерации на период до 2030 года	Групповая работа, изучение документа, выявление разделов, пунктов и формулировок, в которых правительство отмечает важность взаимодействия госсектора и НКО
Постановление Главного государственного санитарного врача РФ от 28.01.2021 N 4 "Об утверждении санитарных правил и норм СанПиН 3.3686-21 "Санитарноэпидемиологические требования по профилактике инфекционных болезней"	Разбор шестого раздела СанПиН, выборка утвержденных в документе порядков осуществления услуг, и пробелов
План мероприятий по реализации Государственной стратегии противодействия распространению ВИЧ-инфекции в Российской Федерации на период до 2030 год	Знакомство с документом, изучение пунктов, в которых на законодательных уровнях привлекаются НКО
	Сессия: Вопрос-ответ
Заключение	Шеринг, обратная связь от участников

8.2. Риски

Главная сложность при планировании и реализации блока - работа и представление специализированных документов, интерпретация и понятное представление для обучающихся. Для большей мотивации к работе мы подготавливали аргументы, почему и для чего важно знать данные положения, зачем уметь ими пользоваться, и где их лучше использовать. Вместе с тем для удобства работы с документами были

выбраны только те разделы, в которых есть сведения, затрагивающие работу некоммерческого сектора.

Сессия выстроена таким образом, что участники работают с документами коллективно, а не индивидуально. Это помогает в качественном усвоении информации и подготовке выводов. При выявлении сложных моментов тренер останавливал процесс и разбирал их вместе со всеми группами.

Участники отмечали, что разработанные государственные документы действительно важны и требуют внимательного изучения. Во время заключительного шеринга некоторые участники говорили о том, что обладая данной информацией, чувствуют себя увереннее при первичном построении отношений в государственными структурами и уже планирует использование данных положений в своей работе.

Сбор данных

Для оценки данного блока использовался метод наблюдения за группой.

8.3. Аналитика

На первых этапах работы по блоку обучающиеся проявляли пассивную вовлеченность. При сборе аудитории на сессию мы столкнулись с сообщениями о том, что многие не видят и не понимают ценности информации именно для себя + работа со сложными документами не вызывала энтузиазма ни у одного из наблюдаемых. К работе над модулем присоединилось всего шесть человек, что свидетельствует о низкой вовлечённости во взаимодействие с государственными структурами у рядовых сотрудников (но достаточно высокой у руководящего звена).

Во время работы над документами у участников была высокая вовлеченность, они действительно хотели разобраться в изложенных постановлениях и актах. Исходя из задаваемых вопросов, было видно, что требуется дополнительная помощь в разборе некоторых формулировок. В процессе изучения документов чувствовалось ободрение, надежда и готовность их использовать. Из чего следует, что повышенная информированность и осведомлённость прибавляет уверенности, мотивации и готовности к изучению сложных законодательных актов и положений, помогающих в построении взаимоотношений некоммерческих организаций с государственным сектором.

9.«Школа равных консультантов от A до Я» - мотивация консультантов, темы обучения, трудоустройство

Перед государством и НКО, работающим в сфере профилактики и помощи людям, живущим с ВИЧ, стоит сложная задача - остановить эпидемию. Сделать это возможно только с помощью эффективных программ по раннему выявлению ВИЧ и профилактики его распространения. Особое внимание здесь стоит уделить такому инструменту, как равное консультирование. Равные консультанты — это люди с положительным ВИЧ-статусом, для которых помощь людям с таким же диагнозом является важной социальной миссией или основной работой. Конечно, консультант не может оказывать помощь и давать советы по таким вопросам, как: индивидуальные медицинские показатели и особенности, контроль иммунного статуса и вирусной нагрузки, назначение АРВТ. Однако сами медики говорят, что равные консультанты являются важным звеном в системе помощи людям с ВИЧ.

Равный консультант на собственном опыте узнал, что чувствует человек, узнавший о положительном результате своего теста на ВИЧ, имеет практический опыт решения не только медицинских, но даже психологических, социальных и правовых вопросов, которые могут возникнуть у человека, живущего с ВИЧ. Именно поэтому они вызывают доверие у людей, которые только что узнали своем позитивном статусе. Благодаря этому тысячи людей с ВИЧ справляются со стигматизацией заболевания, живут полноценной жизнью, рожают и воспитывают здоровых детей, работают и учатся.

Школа равных консультантов необходима для своевременной подготовки квалифицированных кадров для осуществления равного консультирования. Этот процесс непрерывный, требует вовлечения, мотивации, поддержки, наставничества и возможности трудоустройства. В благотворительном фонде «Вектор жизни» подготовка равных консультантов — это постоянная деятельность, обусловленная частым обновлением команды.

Цель блока: Обеспечение необходимой и достоверной информацией для получения знаний и навыков консультирования по ВИЧ.

Предлагаемая программа:

Этап программы	Краткое описание
Введение	Приветствие

Первичное обучение на онлайн платформе	Обучение на платформах, «Спутник» и «Доброволец» (Платформы разработаны РОФ «Новая жизнь»)
Офлайн практикум	Основы консультирования Скрининг на насилие Сообщение диагноза Расшифровка анализов APBT
Профессионализация консультантов	Программа стажировок на «горячей линии», «тест-мобиле», выездах

Кандидаты в равные консультанты попадают на обучение после того, как пройдут небольшое собеседование, в рамках которого представят аргументы и объяснят, зачем им нужна эта работа, и что они от нее ждут.

Здесь мы чаще всего сталкиваемся с такими ответами:

- хочу лучше разобраться в заболевании для себя, а также быть полезным другим ВИЧ-положительным;
- хочу помогать справляться со стигмой и дискриминацией, помню как мне было тяжело, рядом совсем никого не было;
- я бы хотел профессионально в этом разобраться, а если получится, работать и зарабатывать на жизнь;
- по-моему это прикольно, да и заняться сейчас нечем.

Но уже после первых выездов и консультаций стажёры начинают понимать, насколько нелёгкая работа у равного консультанта, за которая, к тому же, низкооплачиваема. Отсюда мы часто можем столкнуться с выгоранием, неоправданными ожиданиями и уходом консультантов из профессии. С профилактической целью уже на этапе подготовки равных консультантов мы озвучиваем, с чем им придётся столкнуться в работе.

Процесс обучения и набора новых кадров ведется постоянной основе. За период реализации проекта мы обучили более 50 консультантов. Это представители ключевых групп, погрузиться В специфику ВИЧ-инфекции пля реализации профессиональной деятельности. Из общего числа участников до стажировки дошли 73% участников, до консультирования 70%, к работе приступили 57,5% человек,10% отказались от работы.

Сбор данных

Для обеспечения сбора данных мы разработали несколько форм, позволяющих отражать необходимую информацию: наименование мероприятия; участников, принявших в нём участие; результаты, отражающие информацию о принадлежности к ключевой группе; наличие или отсутствие опыта подобной работы; контактные данные. Для ускоренной коммуникации был создан отдельный telegramчат, в котором отслеживается активность участников на обучениях, мероприятиях и стажировке. На данный момент в чате состоят 45 участников.



10. Консультации фандрайзера/юриста

При предоставлении возможности получить экспертные консультации у фандрайзера и юриста, мы учитывали самые разные аспекты и вопросы, с которыми к специалистам могут обратиться подопечные проекта, например, такими как: построение коммуникаций с точки зрения фандрайзинга, анализ грантовой заявки или проектного предложения для бизнес-партнеров, выбор интернет-платформ по сбору пожертвований, помощь в регистрации на них, помощь в создании проекта по сбору пожертвований на краудфайндинговой платформе, составление писем рассылок для частных доноров и т.д.

Основная задача консультаций: укрепление и развитие некоммерческих организаций, оказывающих помощь ВИЧ-положительным людям и ключевым группам, уязвимым к ВИЧ, с точки зрения привлечения ресурсов. Важно помнить, что фандрайзер – это не универсальный солдат, способный постоянно привлекать средства и связи в НКО. Чаще всего самые лучшие фандрайзеры и гранрайтеры вырастают внутри организации через повышение компетенций (и лучше, чтобы это были разные специалисты). Именно поэтому индивидуальные консультации эксперта помогут организациям получить стороннее профессиональное мнение, позволяющее, как выстроить в своей структуре схожее направление деятельности, так и подготовить заявку на конкурс по запросу.

Юридическая поддержка также крайне важна НКО, оказывающим услуги в ВИЧ-сервисе и работающим с ключевыми группами. Индивидуальные консультации с юристом предполагают собой:

- помощь молодым НКО в создании документов,
- выстраивании работы,
- регистрации новых организаций,
- разборе частных клиентских случаев и т.д.

Если предложить опытному специалисту, долгое время работающему в том или ином секторе, экспертные консультации фандрайзера и юриста, он согласится не раздумывая. Но у молодых кадров присутствует большое количество опасений, которые служат барьерами к получению профессиональной помощи. Вот некоторые, озвученные нам в формах обратной связи:

- а вдруг я не подам проект, но возьму консультации, не уверен, что у меня получится;
- у меня и команды то нет, я же не могу один работать;
- у нас организация неизвестно когда откроется, а там еще полгода до подачи заявки;

- а что может что-то случится работаем и работаем. Зачем юрист?
- oдной консультации мало, можно нам сразу 5 забронировать?

Не смотря на регулярную мотивацию к записи и прохождению консультаций, мы получили феномен «Последнего вагона». В течении проекта участники большое количество времени уделили сомнениям и планированию, что привело к «БУМу» спроса на консультации. Мы пошли на встречу подопечным и согласовали дополнительные пакеты сессий у экспертов. В итоге все желающие смогли получить грамотную и эффективную помощь.

Сбор данных

Сбор данных заключался в ведении экспертами журналов учёта консультаций. В них собиралась следующая информация: наименование организации или инициативной группы; ФИО представителя; направление деятельности; тема консультации; контактный телефон и дата.

Результаты:

- подготовлено и подано девять конкурсных грантовых заявок, четыре из которых одержали победу;
- открыта одна некоммерческая организация, еще две подготавливают пакет документов к открытию.



План развития организации

План развития некоммерческой организации представлен в виде документа или формы, описывающей опорные точки.

В основные аспекты развития НКО реализующих работу в ВИЧ-сервисе входят:

- Миссия и ценности организации;
- Анализ среды (внутренней и внешней определение сильных и слабых сторон, возможностей и угроз), для понимания текущей обстановки:
- Цели и ключевые показатели: установление конкретных, измеримых, достижимых, релевантных и ограниченных во времени целей, а также определение показателей эффективности, которые позволят отслеживать прогресс;
- Аудитория и стейкхолдеры: определение целевой аудитории и стейкхолдеров, включая доноров, партнёров, членов организации и т.д;
- Стратегические приоритеты: выбор конкретных направлений деятельности, соответствующих миссии и целям НКО;
- Финансовая устойчивость: разработка финансового плана, определение источников финансирования, а также стратегии по увеличению доходов;
- Коммуникационная стратегия: планирование коммуникационных мероприятий для увеличения осведомленности и привлечения поддержки;
- Управление рисками: идентификация потенциальных рисков и разработка стратегии их минимизации.

Каждый из пунктов плана отрабатывается участниками обучения на практике, зафиксирован отдельно на разных физических носителях. Полученные знания и их качество собирались и оценивались через online-формы. По окончании проекта представители команд получают результаты своей работы и могут презентовать их на заключительной сессии.

Заключение

Данное пособие является аналитической работой и неотъемлемой частью проекта благотворительного фонда «Вектор жизни» «Новый Вектор НКО. Развитие потенциала НКО, оказывающих услуги ЛЖВ и ключевым группам Самарской области». В его разработке принимали участие психологи, юристы, специалисты по коммуникациям, маркетологи, руководители организаций и проектов, координаторы и специалисты, практикующие проведение мероприятий. Несмотря на это, мы рекомендуем на регулярной основе, проводить мониторинг изменений в законодательстве, постановлениях, законопроектах, трендах, технологиях и т.д.

Каждый блок, представленный в данном пособии, может быть использован в качестве темы отдельного мероприятия, а также часть комплексной программы по подготовке молодых ВИЧ-сервисных НКО.

Здесь мы поделились результатами, рискованными ситуациями и способами их решения, методами сбора данных, позволяющими отразить эффективность проделанной работы. Предлагаем опираться на них при разработке и подготовке подобных программ. Будем рады, если данные материалы помогут вам при разработке своих программ и проектов, а также хотим напомнить, что работа с ключевыми группами требует особенного внимания, гибкости подходов, чёткой структуризации и планирования.

Если вам захочется расширить свои знания и умения, а также самостоятельно находить информацию по развитию организаций, рекомендуем пользоваться проверенными источниками. а не опираться на мнение сторонних лиц. Наша команда также рекомендует больше опираться на практические инструменты, подходящие под решение нестандартных задач и основанные на проверенных методиках, а в подборе инструментов, ориентироваться на мнение профессионалов, представляющих организации, на регулярной основе занимающихся интересующими вас вопросами. Вы также можете обратиться к специалистам благотворительного фонда «Вектор жизни», задав вопрос на сайте или электронной почте.



Список использованной литературы

Федеральный закон "О некоммерческих организациях" от 12.01.1996 N 7-ФЗ (последняя редакция)

ГОСУДАРСТВЕННАЯ СТРАТЕГИЯ противодействия распространению ВИЧ-инфекции в Российской Федерации на период до 2030 года РАСПОРЯЖЕНИЕ от 21 декабря 2020 г. № 3468-р

Постановление Главного государственного санитарного врача РФ от 28.01.2021 N 4 "Об утверждении санитарных правил и норм СанПиН 3.3686-21 "Санитарноэпидемиологические требования по профилактике инфекционных болезней"

«Путеводитель для НКО: что нужно знать, чтобы деятельность некоммерческой организации была успешной «Агентство социальной информации», 2021, НКО-СОКРАТ

Компоненты стратегии НКО СЕМИНАР «СТРАТЕГИЯ НКО» 25-26.01.2021, г. Новосибирск, Сибирский центр поддержки общественных инициатив

Особенности формирования коммуникационной стратегии некоммерческой организации

Пособие, О том, как пишутся заявки в фонды. Чад Т. Грин, Ивет Кастро-Грин

ОСНОВЫ ФАНДРАЙЗИНГА, Учебное пособие ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО ПО ОБРАЗОВАНИЮ Государственное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Уральский государственный университет им. А.М. Горького» исторический факультет, Екатеринбург, 2008

«ФАНДРАЙЗИНГ И ГРАНТОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ КАК РЕСУРС РАЗВИТИЯ, ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ» ЧАСТЬ 1. ФАНДРАЙЗИНГ КАК СРЕДСТВО ПОИСКА И СБОРА СРЕДСТВ, Пополитова Ольга Витальевна доцент Центра образовательного менеджмента, ГАУ ДПО ЯО «Институт развития образования», к.п.н.

ПРИЛОЖЕНИЕ

приложение 1

Оценка знаний по теме «Эффективные инструменты развития лидерских и профессиональных качеств. Оценка потенциала НКО/лидерство»

Эту анкету вы заполняете: До/после тренинга

- По каким компонентам может складывается потенциал развития НКО Перечислите все варианты, которые считаете верными
 - Стратегия
 - Потребности клиента
 - Качество услуг
 - Мониторинг
 - Менеджмент
 - Партнерства
 - Человеческие ресурсы
 - Финансы
 - Все верно
 - Затрудняюсь с ответом

2) Лидер - это

Выберите верный на Ваш взгляд вариант ответа

- Представитель группы, которого остальные ее члены наделяют правом принимать решения и действовать от лица коллектива
- Идейный вдохновитель
- Это человек в организации, который наделен полномочиями и отвечает за принятие и осуществление важных решений
- Все выше перечисленное верно
- Затрудняюсь с ответом
- 3) Какими качества должен обладать лидер?

Выберете качества, которые вы считаете подходящими для этой роли

- Трудолюбие
- Ответственность
- Коммуникабельность
- Экспертность
- Развитые организаторские способности
- Гибкость
- Напористость
- Целеустремленность
- Креативность
- Инициативность
- Харизматичность
- Высокий интеллект
- Смелость
- Хитрость
- 4) Оцените по шкале от 1 до 7 сессию следующим критериям

- Информативность
- Интерактивность

- Понятность
- Новизна информацииПолезность информации
- Организация тренингаОбщее впечатление
- 5) По желанию, оставьте пожалуйста отзыв о сессии

Оценка знаний по теме «Как создать НКО: с чего начать, как написать устав, законодательное поле работы ВИЧ-сервисных некоммерческих организаций»

Юридический блок

- 1) Оцените по шкале от 1 до 7 сессию следующим критериям Где 1 совсем не удовлетворен, 7 удовлетворен полностью (Заполняется на последнем этапе)

 - Информативность
 - Интерактивность
 - Понятность
 - Новизна информации
 - Полезность информации
 - Организация тренинга
 - Общее впечатление
- 2) По желанию, оставьте пожалуйста отзыв от сессии

Оценка знаний по теме «Концепция стратегического плана НКО»

Эту анкету вы заполняете: По/после тренинга

1)Основные компоненты стратегии НКО

Перечислите все варианты, которые вы считаете верными

- Миссия
- Должностные инструкции сотрудников
- Виление
- Стратегически цели
- Стратегические направления
- Все варианты верны
- Затрудняюсь с ответом

2) Миссия - это

Выберите верный на Ваш взгляд вариант ответа

- Миссия организации никогда не меняется, выбирается один раз, и все сотрудники должны принимать ее
- Миссия (основное предназначение) определение смысла существования организации. Объясняет, ради чего существует НКО
- Миссия может включать описание ценностей и/или принципов
- Миссия это поставленная кем-то вышестоящим задача
- Все выше перечисленное верно
- Затрудняюсь с ответом

3) Ценности организации

Выберете качества, которые отражают ценности Вашей организации (не более 5)

- Инвестиции в будущее
- Активная гражданская позиция
- Информационная открытость
- Доверие
- Профессионализм
- Результативность
- Стремление к развитию
- Общественное благо
- Высокое качество услуг
- Командная работа
- Приверженность одному вектору развития
- Развитие НКО сектора России
- Инновации и творчество
- Законопослушность

4) Видение

Выберете наиболее подходящую формулировку. Видение - это

- Способность видеть результат деятельности
- Образ будущего обобщенное описание того, как будет выглядеть организация и/или как изменится к лучшему мир в результате ее деятельности
- Адекватная оценка своих рисков и возможностей
- Затрудняюсь ответить

5) Стратегические цели

Выберете наиболее верную на ваш взгляд формулировку

- Описание всех полученных результатов, достигнутых в результате реализации стратегии
- Описание главных долгосрочных результатов, которые будут достигнуты в случае успешной реализации стратегии
- Затрудняюсь с ответом

6) Оцените по шкале от 1 до 7 сессию следующим критериям

- Информативность
- Интерактивность
- Понятность
- Новизна информации
- Полезность информации
- Организация тренинга
- Общее впечатление
- 7) По желанию, оставьте отзыв от сессии

Оценка знаний по теме «Коммуникационная стратегия НКО»

- ФИО
- Телефон
- Почта
- 1) Эту анкету вы заполняете: До/после тренинга
- 2) Что такое коммуникационная стратегия?

Дайте короткое определение термина (в свободной форме) Если затрудняетесь, оставьте поле пустым

3) Кто ваша целевая аудитория?

Перечислите аудитории, на которые направлена работа вашей организации. Если затрудняетесь, оставьте поле пустым

4) Какие цели вы ставите при общении с целевыми аудиториями?

Если затрудняетесь, оставьте поле пустым

5) Оцените по шкале от 1 до 7 сессию следующим критериям:

- Информативность
- Интерактивность
- Понятность
- Новизна информации
- Полезность информации
- Организация тренинга
- Общее впечатление
- 6) По желанию оставьте отзыв от сессии

Оценка знаний по теме «Фонд социального капитала»

1)Оцените по шкале от 1 до 7 сессию следующим критериям

- Информативность
- Интерактивность
- Понятность
- Новизна информации
- Полезность информации
- Организация тренинга
- Общее впечатление
- 2) По желанию, оставьте пожалуйста отзыв от сессии

Оценка знаний по теме «Фандрайзинг и Я»

- 1) Эту анкету вы заполняете: До/после тренинга
- 2) Что такое фандрайзинг?

Дайте определение термина (в свободной форме) Если затрудняетесь, оставьте поле пустым

Виды фандрайзинга

Перечислите все способы привлечения средств и ресурсов, которые вы знаете. Если затрудняетесь, оставьте поле пустым

4) Корпоративный фандрайзинг. Какие ресурсы открывает?

Перечислите пожалуйста, что по вашему мнению можно приобрести блягодаря развитию корпоративного фандрайзинга. Если затрудняетесь, оставьте поле пустым

 Частный фандрайзинг. С чего, по вашему мнению, необходимо развивать это направление?

Если затрудняетесь, оставьте поле пустым

6) Оцените по шкале от 1 до 7 сессию следующим критериям

- Информативность
- Интерактивность
- Понятность
- Новизна информации
- Полезность информации
- Организация тренинга
- Общее впечатление
- 7) По желанию, оставьте отзыв от сессии

Оценка собственных знаний полученных по теме «Грантрайтинг»

ΟΝΦ

- 1)Как бы вы оценили свои знания по теме подготовки грантовых заявок? Оцените по шкале от 1 (нет знаний), 7 (экспертное знание)
 - Особенности конкурса, Фонда президентских грантов. Формальные критерии подачи заявок
 - Краткое содержание проекта
 - Социальная значимость
 - Качественные индикаторы
 - Количественные индикаторы
 - Команда
 - Календарный план
 - Бюджет

2) Вопрос спикеру

Если уже сейчас вы готовы задать вопрос, напишите его здесь

Издано в 2024 году в рамках проекта «Новый Вектор НКО. Развитие потенциала НКО, оказывающих услуги ЛЖВ и ключевым группам, в Самарской области» Благотворительного фонда помощи людям, затронутым ВИЧ и другими социально значимыми заболеваниями, «Вектор Жизни», при поддержке Благотворительного фонда «Гуманитарное действие»



