

Kapitola čtvrtá

- o tom, kdo jsme my

Každá dobročinná organizace vzniká jako **reakce na nějakou lidskou nebo společenskou potřebu**. To, jak účinně na tuto potřebu dokáže reagovat, určuje její věrohodnost. Objem její činnosti je rozhodujícím argumentem při tom zda ji podpořit, či ne.

Prvním a nezbytným krokem při získávání finančních prostředků je **definování poslání organizace, schopnost toto poslání výstižně vyjádřit** a nabídnout každému, kdo by nám mohl poskytnout finanční podporu.

Zdá se to být na první pohled jasné a přesto se stále znovu setkáváme s organizacemi, které se v nejlepší víře pustí do fundraisingu, aniž by si dali tu práci a připravili si jasně formulované poslání organizace a nashromáždili přesvědčivé argumenty, proč je třeba jejich činnost podporovat.

Většina z nás si myslí, že ví, co dělá a proč jeho organizace existuje. Ve chvíli, kdy se nás na to někdo zeptá, však často vykoktaváme neučesané věty, chrlíme zbytečné argumenty a vysvětlujeme (a někdy i omlouváme) své jednání s pocitem přistihnutého dítěte. Stonásobně se vyplatí, připravit se na takové chvíle dopředu, naučit se mluvit a psát o sobě a své organizaci sebevědomě a s jistotou, že to co děláme je správné. Důvodem pro "trénink" takových situací je i fakt, že málokdo je ochoten nám naslouchat delší dobu, nebo číst "romány" o naší činnosti. Krátké a srozumitelné sdělení je klíčem k lidem, kteří nás zajímají, a které bychom chtěli motivovat k tomu, abychom my zajímali je.

Jak?

Jak reagujete na tuto potřebu, co děláte pro její naplnění, co je předmětem vaší činnosti?

Vystříhejte se podrobného popisu vaší činnosti. Snažte se vyjádřit to hlavní, co pro vyřešení vytýčeného problému děláte. Nepokoušejte se dárce omráčit množstvím práce, hledejte spíš kvalitu než kvantitu.

Kdo?

Jakou právní formu má vaše organizace, kdo vlastně jste - jednotlivec, skupina lidí, skupina organizací....?

Důvěru u dárce nám pomůže vybudovat i řada dalších materiálů, které jsou ve světě běžnou nutností a u nás stále více a více žádaným standardem.

Výroční zpráva organizace -

zpracovává se za období uplynulého roku (v České republice většinou od ledna do prosince). Je vhodné, když se podaří ji vydat co nejdříve, nejlépe do konce dubna roku následujícího (pozdní uzávěrka je většinou závislá na zpracování hospodářské uzávěrky, auditu a výroční hospodářské zprávy, která je druhým klíčovým dokumentem každé organizace).

Přehledně vyjadřuje to, co vaše organizace udělala, **jakou činností se zabývala a jakých výsledků dosáhla**. Její součástí je samozřejmě **poslání vaší organizace, komu vaše organizace slouží, kdo řídí vaši organizaci, kdo v ní pracuje a kdo pomáhá, poděkování všem, kteří se o úspěchy organizace zasloužili a výčet dárců**. Hezkým doplňkem může být **slovo předsedy organizace či jiné významné osobnosti, posudek nezávislého pozorovatele či reakce těch, kterým organizace slouží**. Obrázky, fotografie, grafy, mapky a lákavý design může vaší zprávě dodat na atraktivitě.

Není jednotný návod na to, jak zpracovat výroční zprávu. Cení se její **stručnost, výstižnost, lákavost i neotřelost**. Samozřejmostí musí být její naprostá **pravdivost**.

Pamatujte, že málokdo ji bude číst od začátku do konce, přizpůsobte tomuto faktu její formu. Snažte se, aby odpovídala na nejčastější dotazy, které vám lidé kladou.

Plány do budoucna -

představují konkrétní postupy **plnění vašich cílů**. Obsahují váš program, projekty, které realizujete a budete realizovat. Je vhodné vypracovat **podrobné plány toho, co budete realizovat v příštím roce či dvou** a v ideálním případě **výhledy vaší činnosti do příštích pěti let**.

Možná si řeknete: "Á, zase tu máme známé pětiletky". Vaše plány by s nic neříkajícím výčtem ideálů neměly mít moc společného. Měly by být praktickým **podkladem pro tvorbu rozpočtů, plánu rozvoje finančního kapitálu vaší organizace**. Samozřejmostí by mělo být jejich **schválení vedením organizace**, ať už je to vaše správní rada, výbor, členská schůze nebo poradní sbor. Jejich součástí musí být i :

Personální a technické zabezpečení organizace -

Všeobecná nedůvěra v akceschopnost a dlouhodobou existenci nevýdělečných nevládních organizací je známá. Kdo z nás neslyšel argumenty typu : " Ale vy jste přece nevládní organizace, tak jak to chcete zodpovědně zabezpečit" apod.

Přesvědčivou odpovědí může být **přehledné nastínění personálního zajištění vašich činností a popis prostorového a technického zázemí**. Že nemáte dostatek profesionálních pracovníků a peníze na jejich zaplacení? **Pojem "dobrovolník" je běžný** ve spojení s nevládními organizacemi

všude ve světě. Přehledným výčtem jejich činností, odpracovaných hodin a předpokládaným objemem jejich práce do let příštích přesvědčíte řadu "pochybovačů".

Nedostatek velkoplošných kanceláří a špičkové techniky také není na závadu. Poučte se od některých firem, které, když jim trochu nahlédnete pod pokličku, trpí stejným nedostatkem. Ve světě businessu se musí tvářit špičkově. Vaší obrovskou výhodou je to, že se tento nedostatek může, při správné argumentaci, stát výhodou.

Skromné podmínky, ale akceschopnost, neplacená profesionalita, přirozené nadšení schopných pracovníků a dobrovolníků - to vše se může stát vaší účinnou zbraní proti těm, kteří vás podceňují. Nakonec, srovnáme-li efektivitu nevládních nevýdělečných skupin s efektivitou některých státních institucí, které se zabývají podobnou činností, dojdeme k nevyhnutelnému závěru, že **řada nevýdělečných organizací pracuje efektivněji a reaguje pružněji na situace a problémy,** které se ve společnosti objevují.