

Công cụ Tự đánh giá VNPO – Gây quỹ

****

**GÂY QUỸ**

Các tổ chức phi lợi nhuận (NPOs) phụ thuộc khá nhiều vào những hoạt động gây quỹ để tồn tại và phát triển. Biết cách gây quỹ một cách có hiệu quả là nhân tố thiết yếu tạo nên sự thành công của một NPO.

Điều cần ghi nhớ khi lập chiến lược gây quỹ là để thành công, ngoài những thủ thuật tổ chức vận động gây quỹ thông thường, chúng ta còn cần có sự kết hợp của nhiều yếu tố khác. Về lâu dài, các tổ chức phi lợi nhuận biết cách gây quỹ thành công chắn chắn sẽ trở thành một tổ chức sáng giá. Chất lượng của các công đoạn từ việc điều hành, lãnh đạo, và lập chiến lược; khả năng quản lí tốt nguồn tài chính, cũng như nguồn nhân lực bao gồm nhân viên chính thức và các cộng tác viên; đến khả năng truyền thông với các bên liên quan trong từng giai đoạn sẽ có những ảnh hưởng to lớn đến sự thành công của hoạt động gây quỹ. Như một lẽ thông thường, các nhà tài trợ muốn đóng góp cho các NPO mà họ có thể tin cậy bằng sự quản lý tốt nguồn tài trợ, bởi điều đó củng cố niềm tin cho họ rằng nguồn tài trợ sẽ được sử dụng đúng mục đích.

Vì vậy, NPOs được khuyến khích tham khảo tất cả các mục trong bài hướng dẫn, không chỉ ở riêng mỗi phần gây quỹ này. Bằng cách tập trung vào tất cả những khía cạnh hỗ trợ cho sự phát triển năng lực, bạn sẽ bảo đảm được rằng tổ chức NPO của bạn được điều hành tốt và có sức hấp dẫn đối với các nhà tài trợ tiềm năng. Dưới đây là những ‘sự thật cơ bản’ của hoạt động gây quỹ:

**Sự Thật Nền Tảng 1**: Tổ chức không có quyền lợi để được hưởng hỗ trợ, họ phải kiếm được nó.

Mặc cho tổ chức có những hoạt động tốt, tổ chức đó phải chứng minh cho những ai muốn hỗ trợ nó giá trị của những hoạt động và hiệu quả từ việc cung cấp các hoạt động đó của tổ chức. Chìa khóa chính để gây quỹ thành công là sự tổ chức có chất lượng. Không có quyền lợi trong thế giới phi lợi nhuận.

**Sự Thật Nền Tảng 2**: Gây quỹ thành công không phải là trò ảo thuật huyền bí, nó là một nổ lực hết sức đối với những người đã chuẩn bị kỹ càng.

Không có cây đũa thần, phép thuật, hay câu thần chú nào. Bất cứ khi nào bạn nghe thấy một người nào đó có phương pháp gây quỹ kỳ bý, hãy cười. Không ai kéo một con thỏ cùng với toàn bộ trang trại rau diếp của nó ra khỏi chiếc mũ gây quỹ thần kỳ. Không một ai!

Lên kế hoạch và ý tưởng gây quỹ rất đơn giản, nhưng đó là việc làm đòi hỏi nhiều sức lực! Nó bao gồm lập kế hoạch, thực hiện, và đánh giá. Chú trọng đến từng chi tiết. Việc đó đòi hỏi tổ chức của bạn phải hiểu rõ mình và biết những gì mình đang và sẽ cần. Nó còn đòi hỏi sự hiểu biết đối tượng nào có tiền, và họ có thể đóng góp bao nhiêu.

**Sự Thật Nền Tảng 3**: Gây quỹ không phải là tăng trưởng số tiền; nó là tăng cường số bạn.

Những người không thích bạn sẽ không đóng góp cho bạn. Người biết một chút về tổ chức của bạn sẽ đóng góp một chút. Chỉ có những ai biết và thích bạn sẽ ủng hộ bạn thật nhiều. Tăng cường số người thích bạn và bạn sẽ dễ dàng tăng số tiền ủng hộ của họ.

**Sự Thật Nền Tảng 4**: Bạn không gây quỹ bằng cách xin tiền; bạn gây quỹ bằng cách bán tổ chức của mình cho người khác.

Không cần biết tổ chức bạn giỏi đến mức nào, dịch vụ có giá trị ra sao, hiệu quả thực hiện như thế nào, người khác sẽ không đưa tiền cho bạn trừ khi họ cảm thấy bị thuyết phục và muốn làm như vậy. Chức năng của nhân viên gây quỹ gần giống với nhân viên bán hàng và nhân viên tiếp thị trong thế giới kinh doanh. Vì vậy, hãy sẵn sàng, và có thể “bán” tổ chức của bạn cũng như các chương trình hoạt động bạn đang gây quỹ cho.

**Sự Thật Nền Tảng 5**: Nhà tài trợ không ký giấy và đưa tiền cho một tổ chức nào cả; họ phải được yêu cầu để cho

Không cần biết bạn bán tổ chức của mình như thế nào, hay người mua có bao nhiêu tiền để mua, hay cơ hội họ mua là cao hay thấp, họ phải được yêu cầu để mua. Sẽ đến lúc bạn phải đặt vấn đề và yêu cầu đóng góp tiền. Và hãy bảo đảm rằng bạn đang đề xuất một khoản nhất định. Đừng để nhà tài trợ quyết định số tiền tài trợ, hãy giới thiệu và đề nghị họ nên tài trợ bao nhiêu. Người có tiền để tài trợ đã quen với việc được yêu cầu tài trợ. Điều tệ nhất có thể xảy ra là họ sẽ nói không, và thậm chí sau đó, họ rất có thể sẽ ủng hộ, thậm chí cảm thấy có lỗi.

**Sự Thật Nền Tảng 6**: Nhân viên gây quỹ thành công không chỉ đề nghị giúp đỡ tiền, họ cũng làm cho người khác đưa ra đề nghị giúp đỡ.

Một chuyên viên gây quỹ chuyên nghiệp không thể là người duy nhất đề nghị nhà tài trợ tiềm năng đóng góp tiền. Khi họ đã xây dựng và tạo được lòng tin tưởng trong một nhóm những nhà tài trợ và tình nguyện viên, nhân viên đó rất có khả năng trở thành người vận động và gây quỹ cho tổ chức, nói chuyện với bạn bè cùng tham gia cho mục đích của mình và lan truyền thông tin.

**Sự Thật Nền Tảng 7**: Bạn không thể hôm nay ra quyết định gây quỹ và ngày mai làm yêu cầu tài trợ ngay; quá trình này cần có thời gian, lòng kiên nhẫn và kế hoạch gây quỹ

Khi quyết định để bắt đầu một chiến dịch gây quỹ trước khi có nhu cầu trở nên mạnh mẽ, điều đó cần có thời gian để phát triển và dẫn dắt một chiến dịch. Rất có thể là bạn sẽ chỉ có một cơ hội để trình bày về mình với mỗi nhà tài trợ tiềm năng. Hãy chuẩn bị. Nếu phần trình bày cho thấy sự chuẩn bị kém, bạn sẽ nhận câu trả lời Không.

**Sự Thật Nền Tảng 8**: Nhà tài trợ và những đối tượng tiềm năng không phải là mùa vụ tiền để thu hoạch; đối xử với họ như là với khách hàng của một doanh nghiệp

Không một doanh nhân thành công nào cư xử với khách hàng như thể họ phải có trách nhiệm mua hàng. Nhà tài trợ và những người có triển vọng tài trợ cần được chăm sóc nhẹ nhàng như thể bạn chăm sóc khách hàng vậy. Họ cần được biết tầm quan trọng của mình ra sao, cư xử với sự tôn trọng và lịch sự, và nếu bạn mong mỏi làm việc với họ một lần nữa, hãy tập nói Cảm Ơn.

Tất nhiên, chúng ta có vài ngoại trừ cho mỗi Sự Thật Nền Tảng; nhưng nếu bạn dựa vào những loại trừ này để hỗ trợ tổ chức của mình, bạn sẽ thấy chúng có rất ít và nguồn tiền thì hạn chế. Tóm lại, chúng ta gây quỹ từ những đối tượng sau:

* Có tiền
* Có khả năng tài trợ
* Mua được lợi ích của việc họ đang làm
* Sẽ không tài trợ cho chúng ta, trừ phi chúng ta yêu cầu
* Nhận sự tri ân và tôn trọng cho món quà của họ

Không cần phải là thiên tài mới có thể gây quỹ. Qui trình gây quỹ là một sự kết hợp các kiến thức phổ thông, sự chăm chỉ, chuẩn bị chu đáo, thái độ lịch sự, tinh thần tận tụy, nhiệt huyết, sự hiểu biết, và đức tin vào những điều bạn đang yêu cầu người khác giúp đỡ

**PHẦN I: CÁC HỢP PHẦN CHÍNH CỦA GÂY QUỸ NPO**

| **HỢP PHẦN** | **NỘI DUNG** | **CÁC KHUYẾN NGHỊ TRONG VIỆC XÂY DỰNG CHƯƠNG TRÌNH GÂY QUỸ** | **TẦM QUAN TRỌNG** |
| --- | --- | --- | --- |
| 1. Xác định và nắm vững mục đích của NPO | Trước khi bắt đầu chương trình gây quỹ, việc nắm rõ nhiệm vụ cũng như các mục tiêu đo được cho năm sau là rất quan trọng. | **Các NPO mới thành lập và đang phát triển:**  Trước khi triển khai gây quỹ, NPO nên có một tuyên ngôn về sứ mệnh, thể hiện rõ những mục tiêu đặt ra cho chương trình trong năm tới. Các mục tiêu phải cụ thể để có thể xác định lượng tiền cần có nhằm đạt được mục tiêu chung.  **Các NPO lâu năm:**  Việc xây dựng một kế hoạch mang tính chiến lược trước khi triển khai gây quỹ sẽ rất hữu ích. Kế hoạch này sẽ cung cấp cho bạn bản tuyên ngôn về sứ mệnh cũng như mục tiêu S.M.A.R.T, đó là những chỉ tiêu đo được giúp bạn xác định số tiền cần gây quỹ. Xem Hướng Dẫn Xây Dựng Năng Lực VNPO và Công Cụ Tự Đánh giá *– Kế Hoạch Chiến Lược* để biết thêm chi tiết.  Bản tuyên ngôn về truyền thông cũng rất quan trọng. Đây là bản mô tả rõ ràng, chính xác những mục tiêu, các hoạt động và những thành tựu của tổ chức. Bản mô tả này là một phương tiện giao tiếp giữa tổ chức với các nhà tài trợ trong suốt quá trình gây quỹ. Xem Hướng Dẫn Nâng Cao Năng Lực VNPO và Công Cụ Tự Đánh Giá – Truyền Thôngđể biết thêm chi tiết. | Có những mục tiêu cụ thể, rõ ràng là :  -yếu tố cơ bản cho việc lên chiến lược cho các hoạt động NPO, truyền thông và gây quỹ.  -giúp ích cho các tổ chức NPO xác định lượng kinh phí cần có để gây quỹ  -giúp tổ chức liên lạc với các nhà tài trợ, những người luôn đặt sự quan tâm vào việc nguồn tài trợ sẽ đi đâu, cho các công việc gì. |
| 2. Xác định lượng tiền cần gây quỹ | Nhìn vào kinh phí bỏ ra của các NPO cho mỗi chương trình và hành chính tổng quan. Xác định những nguồn kinh phí đó sẽ thay đổi thế nào trong năm tới. Chúng sẽ tăng, giảm hay không thay đổi? | Nhìn vào nguồn kinh phí hiện tại của tổ chức bạn:   * Bạn chi bao nhiêu cho mỗi chương trình? * Bạn chi bao nhiêu cho các chi phí hành chính như: thuê chỗ, lương và phúc lợi cho nhân viên, cơ sở vật chất, thiết bị,…cho văn phòng?   Mức chi phí hiện tại có tương ứng với chi phí dự án vào năm tới? Nếu có, quỹ năm sau có thể không thay đổi so với năm nay.  Bạn có thể cần tăng nguồn quỹ để kích thích sự phát triển của các dự án, cùng với đó là sự tăng về tiền thuê, mua máy tính, hoặc những chi phí khác. Trong trường hợp này, chỉ tiêu gây quỹ phải tăng so với mức chỉ tiêu năm trước.  Hoặc bạn có thể sẽ phải giảm nguồn nhân lực, hoặc tạm ngưng dự án. Trong trường hợp này, bạn không cần đẩy mạnh các hoạt động gây quỹ như năm trước.  Xác định lượng tiền cần gây quỹ trong năm tới. Nhớ phải cộng các khoản chi phí chung vào lượng cần gây quỹ. Nếu bạn gây quỹ trên cơ sở từng chương trình, phải lưu ý đến phần chi phí chung vào tổng lượng tiền cần gây quỹ cho mỗi chương trình.  **Xem phần đính kèm 1a – bảng ví dụ mục tiêu gây quỹ**  **Xem phần đính kèm 1b – bảng mẫu mục tiêu gây quỹ** | Việc nắm rõ lượng tiền cần gây quỹ cho năm tới trước khi tiến hành gây quỹ là rất quan trọng. Điều này có thể giúp bạn tìm ra những chiến lược gây quỹ phù hợp nhằm thực hiện được mục tiêu gây quỹ. |
| 3. Phân tích nguồn thu hiện tại và tiềm năng | Liệt kê và đánh giá những nguồn thu hiện tại và tiềm năng NPO của bạn. | **Tất cả các NPO**: Cho mỗi nguồn thu hiện tại, nên xem xét lại những yếu tố sau:   * Bản liệt kê các nguồn thu ( nguồn tài trợ mang tính cá nhân, nguồn đóng góp từ các nhà lãnh đạo/ nhân viên trong tổ chức, trợ cấp chính phủ, nguồn tài trợ của các công ty…) * Tổng doanh thu từ nguồn thu này * Số lượng các đóng góp từ nguồn thu và kích cỡ trung bình của các nguồn đóng góp.   Sau đó liệt kê những nguồn thu tiềm năng:   * Bản liệt kê các nguồn thu tiềm năng * Tại sao những người đóng góp cho nguồn thu này lại quan tâm và ủng hộ NPO của bạn? Có những dự án nào có thể thu hút đặc biệt sự quan tâm của họ?   **Các NPO lâu năm**: Các tổ chức này cũng nên xem xét những yếu tố sau trong việc phân tích:   * Nguồn thu nào chiếm tỉ phần quan trọng nhất trong nguồn thu nói chung? Nguồn thu này sẽ thu hẹp lại? Tăng lên? Hay giữ nguyên? * Nguồn thu nào là đáng tin nhất? Và điều gì làm nên sự đáng tin đó? * Nguồn thu nào ít tin cậy nhất? Điều gì làm nguồn thu chỉ mang tính tạm thời? * Nguồn thu nào, bất kể kích cỡ lớn hay nhỏ, có tiềm năng phát triển nhất?   Đối với những nguồn thu tiềm năng:   * Lượng tiền mà các nguồn thu này có thể đóng góp là bao nhiêu? * Tổ chức NPO của bạn có hội đủ điều kiện để tiếp cận và sử dụng các nguồn này? (Ví dụ NPO có thỏa mãn những điều khoản đặt ra bởi nhà tài trợ và đáp ứng nguyện vọng của các nhà tài trợ này?) * Rủi ro tài chính nằm trong nguồn quỹ này là gì? (Ví dụ bạn phụ thuộc vào nguồn trợ cấp của một nguồn khá lớn trong tổng ngân quỹ, và nếu số trợ cấp đó không được thực hiện, việc vận hành của tổ chức có bị lung lay?) * Có những rủi ro về chính trị, đạo đức, danh tiếng và pháp luật nào với các nguồn quỹ không? (Ví dụ, NPO ủng hộ các chương trình về sức khỏe cộng đồng, sẽ có những rủi ro về đạo đức và tiếng tăm cho tổ chức nếu nhận nguồn tài trợ từ các công ty thuốc lá.)   **Xem phần đính kèm 2 – Bảng phân tích nguồn thu** | Việc đánh giá thực tế những rủi ro tiềm ẩn trong mỗi nguồn thu của tổ chức là thiết yếu.  Việc đánh giá có thể giúp bạn định hướng đúng đắn phát triển vào những nguồn tiềm năng nhất cho tổ chức của bạn. |
| 4. Xác định nguồn thu sẽ tập trung phát triển trong những nỗ lực gây quỹ. | Dựa trên dữ liệu phân tích ở bước 3, xác định những nguồn cần đưa vào trọng điểm trong chiến lược gây quỹ của tổ chức | **Tất cả các NPO**: Dựa trên phân tích, liệt kê những nguồn thu hiện tại sẽ tập trung gây quỹ. Bên cạnh đó, liệt kê thêm những nguồn thu mới mà tổ chức thấy tiềm năng  Có nhiều nguồn thu khác nhau là chiến lược thông minh của tổ chức. Bởi làm vậy, tổ chức sẽ không phải phụ thuộc quá nhiều vào một nguồn thu đơn lẻ nào.  **Các NPO lâu năm**: Xem xét đặt mục tiêu cần gây quỹ bằng bảng nguồn thu, dựa vào số lượng và kích cỡ mỗi nguồn tài trợ, bạn sẽ định lượng được mục tiêu đạt được là nên ở mức nào.  **Xem đính kèm 1 – Bảng ngân quỹ** | Bằng cách liệt kê các nguồn thu mà tổ chức cần đặt trọng điểm, bạn sẽ có thể tập trung phát triển các hoạt động gây quỹ nhằm có được những tài trợ tiềm năng đó.  Liệt kê cũng sẽ giúp bạn tiết kiệm thời gian và nguồn lực so với việc dàn trải ở khắp các nguồn thu, bất kể nguồn thu đó là tiềm năng hay không.  NPOs lâu năm: Đặt những mục tiêu cho các nguồn thu giúp bạn hoạch định quy mô và chiến lược gây quỹ. Bạn có thể định hướng đúng cho các hoạt động gây quỹ tiềm năng nhất.  Có những mục tiêu gây quỹ, cũng có thể giúp bạn đánh giá hiệu quả gây quỹ. Nếu bạn tập trung vào nguồn tài trợ chiếm 75% nguồn thu của tổ chức, bạn sẽ rơi vào khó khăn nếu nguồn tài trợ vì một lí do nào đó, không thực hiện được. Vì vậy, bạn nên đặt những mục tiêu cho các nguồn thu khác, tiềm năng và đáng tin hơn, để bảo đảm rủi ro không xảy ra. |
| 5. Xác định chiến lược gây quỹ tốt nhất cho mỗi nguồn thu. | Xác định chiến lược nào có tính hiệu quả cao nhất cho mỗi đối tượng nguồn thu. Ngoài ra, cũng phải bảo đảm các chiến lược đó trong khả năng của tổ chức, trên phương diện pháp lý cũng như năng lực hoạt động.  Chiến lược thu hút các nhà tài trợ là cá nhân và doanh nghiệp nhỏ là rất khác với chiến lược mời gọi các nhà doanh nghiệp lớn, hoặc các cá nhân là thương gia giàu có.  Khi xác định chiến lược gây quỹ, cũng cần phải lưu ý đến các yêu cầu cũng như những điều ngăn cấm trong pháp luật Việt Nam về vấn đề gây quỹ ở các tổ chức phi lợi nhuận. | Chiến lược gây quỹ bao gồm, chứ không hạn chế những yếu tố sau:   * Mời gọi trực tiếp các cá nhân, đơn vị tổ chức, chính phủ, công ty,… * Gửi kế hoạch đề xuất, khi các tổ chức tài trợ yêu cầu. * Nộp mô tả ngắn gọn hay đề xuất tài trợ, khi không được yêu cầu . * Tổ chức sự kiện gây quỹ * Tổ chức các hoạt động tạo nguồn thu cho tổ chức.   Khi lập chiến lược gây quỹ, cần xem xét đến lượng thu có thể đạt được với chi phí gây quỹ bỏ ra. Ví dụ, nếu không lên kế hoạch chi tiết, chi phí cho việc tổ chức sự kiện gây quỹ có thể vượt mức thu sau đó.  Xem lại bản ghi nhớ ở đính kèm 8 để bảo đảm chiến lược gây quỹ đáp ứng những yêu cầu và điều khoản trong luật pháp Việt Nam  **Xem đính kèm 3 – bảng liệt kê những mục cần kiểm tra cho chiến lược gây quỹ**  **Xem đính kèm 4 – Làm thế nào để bắt đầu lên kế hoạch tổ chức sự kiện gây quỹ**  **Xem đính kèm 5 – Chuyển các nhà tài trợ tiềm năng thành thực tế**  **Xem đính kèm 6 – Đăng ký nhận quỹ hỗ trợ của chính phủ, các doanh nghiệp**  **Xem đính kèm 7 – Các hoạt động gây quỹ của các tổ chức phi lợi nhuận theo pháp luật Việt Nam.** | Chiến lược mà NPO của bạn sử dụng sẽ quyết định sự thành bại của việc gây quỹ. Các hoạt động gây quỹ cần được lên kế hoạch chi tiết, từ việc tiếp cận các nhà tài trợ tiềm năng đến việc thuyết phục họ tài trợ cho tổ chức của bạn.  Thêm vào đó, việc gây quỹ sẽ có những chi phí nhất định. Việc xem xét các chi phí này trong mỗi lần lên kế hoạch gây quỹ là điều vô cùng quan trọng.  Các hoạt động gây quỹ của tổ chức cần tuân theo những điều khoản trong pháp luật Việt Nam. |
| 6. Phát triển thông điệp gây quỹ của bạn | Xác định thông điệp nào mà bạn sẽ nhắn gửi đến cho nhà tài trợ để tạo cảm hứng cho họ, khiến họ đóng góp cho NPO của bạn.  Tất cả những thông điệp sẽ chứa đựng thông tin cơ bản giống nhau về sứ mệnh và hoạt động của NPO của bạn. Tuy nhiên, độ dài, điểm nhấn và nội dung của thông điệp sẽ khác nhau tùy thuộc vào nhà tài trợ là ai, mối quan tâm, sở thích của họ là gì, và cách họ được liên lạc như thế nào. | Thông điệp gây quỹ của bạn nên bao gồm:   * Sứ mệnh của NPO bạn là gì? – Bạn đang cố gắng giải quyết vấn đề gì và đã thực hiện như thế nào? * Tại sao những vấn đề mà bạn đang cố gắng giải quyết lại có vai trò quan trọng? * NPO của bạn đã tạo ra những tác động nào có thể đo lường được đối với các vấn đề mà bạn đang cố gắng giải quyết? * Bạn muốn đạt được những tác động nào có thể đo lường được? * Bạn muốn nhận được tài trợ vì mục đích gì? Bạn cần khoản tài trợ bao nhiêu? * Người được gọi tên có thể giúp gì cho bạn?   Để phát triển thông điệp gây quỹ của bạn, hãy cân nhắc các điều sau:   * Những nhà tài trợ tiềm năng biết gì về NPO của bạn? * Họ cảm thấy thế nào về vấn đề mà NPO của bạn đang giải quyết? * Họ muốn biết điều gì về NPO của bạn để cảm thấy tự tin hơn cho việc tài trợ? * Bạn mong đợi họ sẽ tài trợ số tiền hợp lý là bao nhiêu?   Thông điệp gây quỹ của bạn đôi khi có thể được thể hiện qua văn bản hoặc trực tiếp. Bạn có thể cân nhắc độ dài ngắn của thông điệp tùy theo nhu cầu của nhà tài trợ triển vọng (ví dụ, một quỹ tài trợ cần được trình bày chi tiết hơn một nhà tài trợ cá nhân).  **Xem đính kèm 8 – Trình bày 30 giây trong thang máy dành cho các tổ chức phi lợi nhuận**  **Xem đính kèm 9 – Thư giới thiệu của LIN “Rút ngắn khoảng cách” gửi đến các doanh nghiệp** | Chỉ liên lạc với các nhà tài trợ triển vọng thôi chưa đủ. Bạn phải gửi thông điệp tạo cảm hứng để khiến họ tài trợ cho NPO của bạn. |
| 7.Phát triển dự án gây quỹ cho NPO của bạn | Phát triển một kế hoạch gây quỹ chi tiết. Với mỗi nguồn thu, hãy thể hiện:   * Nguồn thu mà bạn đang nhắm tới (tài trợ cá nhân, doanh nghiệp, trợ cấp, vv.) * Phương pháp gây quỹ cho từng nguồn thu * Hoạt động cụ thể, bao gồm các chứng từ chuyển nhượng và thời gian. | **Các NPO mới thành lập và đang phát triển:** Kế hoạch nên nhắm vào cả nhà tài trợ hiện tại và các nhà tài trợ tiềm năng mới.  Đối với các nhà tài trợ hiện tại:   * Thiết lập mục tiêu để tiếp tục có được tài trợ. (Ví dụ, 80% các nhà tài trợ hiện tại sẽ tiếp tục tài trợ trong năm tới) * Mô tả phương pháp liên hệ với các nhà tài trợ hiện tại. Nhớ rằng phương pháp của bạn có thể khác nhau tùy thuộc vào loại nhà tài trợ. * Nhận diện các hoạt động cụ thể liên quan đến việc tiếp cận các nhà tài trợ hiện tại, kèm theo chứng từ chuyển nhượng và các thời hạn.   Đối với các nhà tài trợ tiềm năng mới:   * Lập ra chỉ tiêu cho các nhà tài trợ mới về nguồn thu, (Ví dụ, chúng ta sẽ có 20 nhà tài trợ mới, 5 nhà tài trợ là doanh nghiệp, tập đoàn và 1 nhà tài trợ là tổ chức.) * Mô tả phương pháp liên lạc với các nhà tài trợ hiện tại. Hãy nhớ rằng phương pháp của bạn có thể khác nhau tùy thuộc vào loại nhà tài trợ. * Nhận diện các hoạt động cụ thể liên quan đến việc tiếp cận các nhà tài trợ triển vọng, kèm theo chứng từ chuyển nhượng và thời hạn.   **Các NPO lâu năm:** Phát triển một kế hoạch cho thấy các hoạt động gây quỹ lớn cho mỗi nguồn thu. Bạn có thể sẽ cần phát triển kế hoạch chi tiết cho các hoạt động cụ thể.   * Ví dụ, nếu bạn đang dự định tổ chức một sự kiện gây quỹ lớn, bạn nên chuẩn bị một kế hoạch chi tiết cụ thể cho sự kiện đó. * Một ví dụ khác, nếu bạn đang tìm kiếm một quỹ tài trợ, bạn cần chuẩn bị một kế hoạch chi tiết để lên lịch và phân công công việc liên quan đến việc thực hiện nghiên cứu về quỹ tài trợ, dự thảo đề xuất tài trợ. (Hãy nhớ rằng đối với những người soạn thảo đề xuất tài trợ thuộc tổ chức, việc gây quỹ nên được hoàn thành từ 12 đến 18 tháng trước khi quỹ được dùng đến.)   **Xem Đính kèm 10 – Biểu mẫu kế hoạch tổ chức sự kiện gây quỹ -- Ý tưởng cho sự kiện tháng 7** | Việc gây quỹ hiệu quả yêu cầu các bước kết hợp với nhau trong khoảng thời gian dài.  Kế hoạch gây quỹ sẽ giúp bảo đảm những bước này được thực hiện đúng như dự định. |
| 1. Phát triển và duy trì cơ sở dữ liệu gây quỹ. | Phát triển và duy trì cơ sở dữ liệu của mọi nhà tài trợ và nhà tài trợ tiềm năng, theo dõi ngày liên lạc, số tiền tài trợ và các thông tin thích đáng khác. | **Các NPO mới thành lập và đang phát triển:** Cơ sở dữ liệu gây quỹ có thể là định dạng bảng tính Excel đơn giản. Nên có một người được phân công để duy trì và bảo đảm cho việc cập nhật.  **Các NPO lâu năm:** Dùng phần mềm quản lý quan hệ khách hàng để giúp quản lý thông tin và liên lạc với nhà tài trợ. Một số công ty cung cấp phần mềm miễn phí hoặc với giá hữu nghị cho các NPO có đăng kí và/hoặc hoàn thành quy trình đăng kí như yêu cầu.  Phần mềm quản lý quan hệ khách hàng sắp xếp thông tin của các nhà tài trợ và giúp cho việc theo dõi các nhà tài trợ được dễ dàng hơn. Nó giúp bạn dễ dàng nhận diện các nhà tài trợ thân thiết, theo dõi thời gian tài trợ của mỗi nhà tài trợ, và lọc các khoản tài trợ theo chương trình, nguồn thu, hoặc các tiêu chuẩn khác.  **Xem Đính kèm 11 – Cơ sở dữ liệu gây quỹ mẫu** | Một cơ sở dữ liều về nhà tài trợ giúp bạn nhận ra ngay ai đang tài trợ cho NPO của bạn và với số tiền là bao nhiêu. Nó giúp bạn theo dõi xem các nhà tài trợ tiềm năng đã được liên lạc chưa, vào lúc nào, các thông tin về sở thích, mối quan tâm của nhà tài trợ. Các thông tin này là điều kiện quan trọng giúp bạn kiểm soát được những nỗ lực gây quỹ của bạn và đánh giá hiệu quả của nó. |
| 1. Tỏ lòng biết ơn với các nhà tài trợ | Luôn phải cảm ơn các nhà tài trợ về những đóng góp của họ. | **Tất cả các NPO:** Bạn phải cảm ơn các nhà tài trợ bằng văn bản. Bạn phải soạn thảo văn bản cảm ơn cho từng khoản tài trợ bằng hình thức thư, thiệp hoặc email. Bạn nên đề tên cụ thể của nhà tài trợ. Một lời cảm ơn trực tiếp là điều cần thiết, ngay cả khi bạn sử dụng các phương pháp liệt kê dưới đây.  Việc cảm ơn nhà tài trợ bao gồm các cách được bổ sung sau đây. Ngoài ra còn có những cách khác không nằm trong danh sách này:   * Liệt kê tên các nhà tài trợ trong báo cáo dự án. * Liệt kê các nhà tài trợ trong báo cáo hàng năm của NPO. * Giấy khen. * Liệt kê các nhà tài trợ trên trang web của NPO. * Công nhận trong các bản tin.   **Các NPO lâu năm:** Việc tiếp tục thể hiện lòng biết ơn qua thư cảm ơn, các cuộc gọi cá nhân, các cuộc họp và/ hoặc các thiệp mời nhà tài trợ tham gia các lễ bế mạc dự án.  Một số NPO tổ chức các sự kiện để cảm ơn nhà tài trợ và thông báo cho họ biết về các hoạt động của NPO. | * Cảm ơn nhà tài trợ là phép lịch sự thông thường. Các nhà tài trợ sẽ cảm thấy hài lòng khi họ được biết ơn về khoản tài trợ của mình. * Thường xuyên cảm ơn các nhà tài trợ bằng văn bản sẽ làm cho NPO của bạn trở nên khác biệt theo hướng tích cực so với những NPO không gửi lời cảm ơn hay biên nhận tài trợ. * NPO của bạn nên gửi biên nhận tài trợ để xác nhận là đã nhận tiền tài trợ. * Các nhà tài trợ của bạn có thể cần đến các biên nhận này để bổ sung tài liệu tài trợ của họ. |
| 1. Giúp cho những nhà tài trợ luôn nắm bắt thông tin về tổ chức của bạn | Luôn thông báo về các hoạt động trong cả năm của NPO của bạn cho nhà tài trợ và làm cho họ luôn liên quan đến các hoạt động này để họ sẵn sàng tiếp tục tài trợ trong tương lai. | **Tất cả các NPO:** Luôn thông báo các hoạt động và thành quả của NPO của bạn cho các nhà tài trợ để họ biết được tác động của khoản tài trợ. Điều này bao gồm việc gửi cho nhà tài trợ bản tin của NPO và các ấn phẩm được cập nhật khác và mời họ đến các sự kiện của NPO.  **Các NPO lâu năm:** Có những cách để nhận ra nhà tài trợ nào có thể hợp tác lâu dài với NPO của bạn, bao gồm:   * Soạn thảo một bài viết về tác động từ sự đóng góp của nhà tài trợ. * Công nhận đóng góp của nhà tài trợ đối với NPO trên các trang phương tiện truyền thông xã hội của NPO. * Công nhận đóng góp của nhà tài trợ đối với NPO trên các trang phương tiện truyền thông xã hội của nhà tài trợ. * Khi bạn được phỏng vấn trên các phương tiện truyền thông, hãy nhắc đến những đóng góp của nhà tài trợ. | Bằng cách thông báo và làm cho nhà tài trợ liên quan đến các hoạt động của NPO, bạn sẽ làm tăng khả năng họ sẽ tiếp tục tài trợ. |
| 1. Luyện tập chính sách đãi ngộ nhà tài trợ | Tìm hiểu xem các nhà tài trợ lớn muốn liên quan đến NPO của bạn như thế nào, và tôn trọng sở thích của họ. | **Các NPO lâu năm:** Lượng thông tin được gửi đến các nhà tài trợ lớn nên dựa vào mức độ quan tâm của họ. NPO của bạn có thể phát triển các phương án hợp tác và trao đổi với nhà tài trợ. (Nên nhớ rằng các phương án phải có khả năng thực hiện được đối với NPO của bạn.)  Ví dụ, trước khi nhận tài trợ, bạn có thể hỏi nhà tài trợ rằng:” Bạn muốn được thông báo về dự án như thế nào? Phương án thứ nhất là nhận báo cáo dự án giữa kỳ và cuối kỳ; Phương án 2 là nhận cả báo cáo và bản tin hàng tháng qua mạng; và phương án 3 là nhận báo cáo, bản tin và gặp trực tiếp chúng tôi vào mỗi quý. Phương án nào là tốt nhất cho bạn?” Hãy cố gắng tìm hiểu sở thích của nhà tài trợ thông qua văn bản trên giấy hoặc thỏa thuận tài trợ hoặc email xác nhận.  Đối với một số NPO, việc cung cấp các gói phúc lợi cho nhà tài trợ có thể đem lại hiệu quả. Có những phúc lợi mà nhà tài trợ nhận được dựa vào quy mô tài trợ. Ví dụ, một tổ chức nghệ thuật có thể cung cấp cho các nhà tài trợ đã ủng hộ 4 triệu VND hoặc hơn những tấm vé miễn phí xem những buổi biểu diễn; và đối với những nhà tài trợ đã ủng hộ 5 triệu VND sẽ được đề tên trong danh sách vinh dự ở thính phòng. Để xem ví dụ về gói phúc lợi của các nhà tài trợ, xem  **Đính kèm 9 – Thư giới thiệu LIN “Rút ngắn khoảng cách” gửi đến các doanh nghiệp.** | Chính sách tốt để đãi ngộ nhà tài trợ sẽ giúp phát triển mối quan hệ hiệu quả giữa NPO và nhà tài trợ chính. Bằng cách tôn trọng sở thích của nhà tài trợ qua lượng thông tin mà họ nhận được, bạn có thể bảo đảm rằng họ cảm thấy được thông báo và được tham gia . Bạn cũng chắc chắn rằng bạn không cung cấp cho họ nhiều thông tin hơn họ muốn.  Các nhà tài trợ đáng tin cậy có thể giúp giới thiệu cho NPO của bạn những tổ chức khác có nhã ý muốn tài trợ cho NPO của bạn. Điều này giúp NPO của bạn phát triển bền vững và tăng số tiền tài trợ dài hạn. |
| 1. Điểm lại quá trình gây quỹ và điều chỉnh kế hoạch gây quỹ nếu cần. | Giám sát khoản tài trợ nhận được và so sánh chúng với ngân sách nguồn thu cho dự án. | Nếu số tiền thu được từ các nguồn thu không đạt được mục tiêu trong ngân sách nguồn thu của bạn, bạn hãy cố gắng xác định lại nguyên nhân.   * Bạn có thực hiện kế hoạch gây quỹ đúng như dự định không? * Nếu bạn đang thực hiện kế hoạch gây quỹ đúng như dự định, bạn có thể thay đổi những gì trong phương pháp để tạo ra nguồn thu nhiều hơn? * Việc tìm hiểu về sự hài lòng của nhà tài trợ có thể giúp bạn nhận ra những điểm chưa đúng và cách để sửa chữa nó. Các nhà tài trợ có vui lòng không? Hãy xin những nhận xét từ những nhà tài trợ lần đầu tiên, những nhà tài trợ thân thiết, và – nếu có thể -- những nhà tài trợ cũ không còn tài trợ cho NPO của bạn nữa. * Nếu không thể đạt được mục tiêu của một loại nguồn thu, bạn có thể bù lại bằng cách tăng nguồn thu loại khác không? * Nếu bạn không thể xin thêm tài trợ, bạn sẽ giảm các chi phí như thế nào để bù đắp sự thiếu hụt trong ngân sách? | Việc chủ động giám sát quá trình gây quỹ giúp bạn hiểu về sự hiệu quả của quá trình gây quỹ, từ đó bạn có những thay đổi nếu không đạt được kết quả mong muốn. Bằng cách học hỏi từ những thất bại trong việc gây quỹ ngay từ ban đầu, bạn có thể có những điều chỉnh cần thiết trong ngân sách để tránh việc thiếu hụt ngân sách. |

**PHẦN II: DANH MỤC TÀI LIỆU ĐÍNH KÈM**

|  |  |
| --- | --- |
| TÀI LIỆU ĐÍNH KÈM | CHỦ ĐỀ |
| Đính kèm 1A | Ví Dụ Bản Kế Hoạch Gây Quỹ |
| Đính kèm 1B | Biểu Mẫu Bản Kế Hoạch Gây Quỹ |
| Đính kèm 2 | Bản Đánh Giá Nguồn Thu Nhập |
| Đính kèm 3 | Bản Liệt Kê Chiến Lược Gây Quỹ |
| Đính kèm 4 | Mẹo Để Tổ Chức Một Sự Kiện Gây Quỹ |
| Đính kèm 5 | Chuyển Nhà Tài Trợ Tiềm Năng Thành Thực Tế |
| Đính kèm 6 | Nộp Đơn Xin Khoản Tài Trợ Lớn Từ Các Quỹ Tài Trợ, Chính Phủ Và Tập Đoàn |
| Đính kèm 7 | Hoạt Động Gây Quỹ Của Các Tổ Chức Phi Lợi Nhuận Theo Luật Pháp Việt Nam |
| Đính kèm 8 | Trình Bày 30 Giây Trong Thang Máy Cho tổ Chức Phi Lợi Nhuận |
| Đính kèm 9 | Thư Giới Thiệu “Rút Ngắn Khoảng Cách” Của LIN Gửi Cho Doanh Nghiệp |
| Đính kèm 10 | Biểu Mẫu Tổ Chức Sự Kiện Gây Quỹ - Ý Tưởng Cho Sự Kiện Tháng 7 |
| Đính kèm 11 | Hồ Sơ Nhà Tài Trợ Và Bảng Theo Dõi |

**PHẦN III: TÀI LIỆU THAM KHẢO HỮU ÍCH VỀ LẬP KẾ HOẠCH CHIÊN LƯỢC**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| TÁC GIẢ VÀ TIÊU ĐỀ | NGUỒN TÀI LIỆU | NỘI DUNG TÀI LIỆU  THAM KHẢO |
| Công Cụ Xây Dựng Năng Lực Và Tự Đánh Giá VNPO – Kế Hoạch Chiến Lược |  | Bao gồm những thông tin chi tiết về xây dựng Tuyên bố sứ mệnh và mục tiêu SMART. Việc có Tuyên bố sứ mệnh rõ ràng và mục tiêu SMART quan trọng cho kế hoạch gây quỹ và truyền thông về NPO của bạn cho những nhà tài trợ tiềm năng. |
| Grant writing 101 and 102 | www.guidestar.com | Bao gồm các mẹo và tài liệu tham khảo cho việc viết đề xuất tài trợ |
| Raise Funds.com | www.raise-funds.com | Cung cấp các thông tin và nguồn toàn diện về gây quỹ cho tổ chức phi lợi nhuận |

**PHẦN IV: BẢNG TỰ ĐÁNH GIÁ CHO NPO: GÂY QUỸ**

NPO của bạn có thể dùng bảng dưới đây để đánh giá Chương Trình Gây Quỹ. Bảng này được thiết kế để giúp bạn xác định những thế mạnh và những phần bạn có thể cải thiện năng lực.

Cho mỗi hợp phần của Chương Trình Gây Quỹ, chọn ô phù hợp để mô tả hợp phần đã được đáp ứng đầy đủ, đáp ứng một phần, hay chưa có trong NPO của bạn

| **HỢP PHẦN CỦA CHƯƠNG TRÌNH**  **GÂY QUỸ** | **ĐÁP ỨNG ĐẦY ĐỦ** | **ĐÁP ỨNG MỘT PHẦN** | **CHƯA CÓ** | **NHẬN XÉT** |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 1. Người liên quan đến việc gây quỹ hiểu rõ sứ mệnh của NPO, cũng như mục tiêu đo được cho năm sau |  |  |  |  |
| 1. Chúng tôi đã xác định lượng tiền cần gây quỹ cho mỗi chương trình, và các chi phí chung |  |  |  |  |
| 1. Chúng tôi đã phân tích nguồn thu hiện tại và tiềm năng của NPO, và xác định tập trung vào nguồn thu nào để gây quỹ |  |  |  |  |
| 1. Chúng tôi đã xác định chỉ tiêu của các nguồn thu |  |  |  |  |
| 1. Chúng tôi đã xác định phương hướng gây quỹ cho từng nguồn thu |  |  |  |  |
| 1. Chúng tôi có kế hoạch chi tiết để thực hiện gây quỹ (sẽ thực hiện cái gì, ai thực hiện, khi nào) |  |  |  |  |
| 1. Chúng tôi biết rõ pháp luật Việt Nam về vấn đề gây quỹ ở các tổ chức phi lợi nhuận |  |  |  |  |
| 1. Chúng tôi đã phát triển thông điệp gây quỹ rõ ràng, hướng tới sự hứng thú và quan tâm của nhà tài trợ tiềm năng mà NPO hướng tới |  |  |  |  |
| 1. Tất cả mọi người liên quan đến việc gây quỹ của NPO đều biết cách truyền tải thông điệp gây quỹ. Không chỉ bao gồm nhân viên mà còn tình nguyện viên, nhà tài trợ lâu năm, và những người có thể lan tỏa NPO của bạn. |  |  |  |  |
| 1. Nếu chúng tôi đang cân nhắc việc nộp đề xuất tài trợ, chúng tôi đa nghiên cứu kĩ về tổ chức tài trợ tiềm năng |  |  |  |  |
| 1. Khi nộp đề xuất tài trợ, chúng tôi đã có bảng biêu thời gian cụ thể cho việc chuẩn bị đề xuất tài trợ, với sự phân công trách nhiệm rõ ràng |  |  |  |  |
| 1. Chúng tôi có cơ sở dữ liệu gây quỹ để kiểm soát tiến trình của chiến dịch gây quỹ |  |  |  |  |
| 1. Đối với NPO lâu năm, chúng tôi sử dụng phần mềm CRM để quản lý thông tin và liên lạc với nhà tài trợ |  |  |  |  |
| 1. Tất cả nhà tài trợ đều nhận được thư cảm ơn bằng văn bản |  |  |  |  |
| 1. Nhà tài trợ nhận được thông tin và cập nhật định kì về NPO |  |  |  |  |
| 1. Chúng tôi sử dụng thêm các cách để công nhận nhà tài trợ, như nhắc đến họ trên các trang xã hội liên kết, bài báo, giấy chứng nhận, vv |  |  |  |  |
| 1. Đối với NPO lâu năm, chúng tôi luyện tập chính sách đãi ngộ nhà tài trợ, làm việc với các nhà tài trợ chính để đảm bảo thông tin chúng tôi cung cấp phù hợp với nhu cầu của họ |  |  |  |  |
| 1. Chúng tôi thường xuyên điểm lại quá trình gây quỹ và điều chỉnh kế hoạch gây quỹ nếu cần |  |  |  |  |
| 1. Chúng tôi tiếp tục với các nhà tài trợ mới, thân thiết, cũ về kinh nghiệm tài trợ cho NPO của chúng tôi và sử dụng thông tin đó để cải thiện chương trình gây quỹ |  |  |  |  |

**PHẦN V. TÓM TẮT KẾT QUẢ ĐÁNH GIÁ VÀ NHỮNG BƯỚC TIẾP THEO**

Chọn ít nhất hai hợp phần Gây Quỹ từ Bảng Tự Đánh Giá ở PHẦN 3 và hoàn thành bảng sau

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **HỢP PHẦN ĐƯỢC ƯU TIÊN** | **SẼ THỰC HIỆN CÁI GÌ** | **AI CHỊU TRÁCH NHIỆM THỰC HIỆN** | **NGÀY DỰ ĐỊNH BẮT ĐẦU VÀ KẾT THÚC** |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |