

## 4. Involvement of stakeholders, Roadmapping, Air pollution, Funding opportunities and instruments for energy planning for municipalities / Участие на заинтересованите страни, пътна карта, възможности за финансиране Области на замърсяване на въздуха и инструменти за енергийно планиране за общините

- Legal package “Clean Energy for all Europeans” As a part of long-term Energy Development of the EU and transition to low carbon Economy / Законодателен пакет “Чиста енергия за всички европейци” като част от дългосрочното енергийно развитие и преход към нисковъглеродна икономика на ЕС. – Georgi Stefanov WWF Bulgaria
- Involving and motivating all stakeholders. Communications and working with local people / Въвличане и мотивиране на всички заинтересовани страни. Комуникации и работа с местните хора. Radostina Petrova WWF Bulgaria
- Preparing an Energy Profile. Vision, Roadmap, Action Plan / Изготвяне на енергиен профил. Визия, пътна карта, план за действие. Georgi Stefanov and Stanislav Yanev WWF Bulgaria
- **Alternative successful practices for fundraising and financing of Climate and Energy projects / Други успешни практики за фондонабиране и финансиране на проекти в областта на климат и енергетика. Georgi Stefanov WWF Bulgaria**

# Панел 2050

**МРЕЖАТА ЦИМУЕ - Централна и Източноевропейска мрежа за устойчива енергия**

**ДРУГИ УСПЕШНИ ПРАКТИКИ ЗА ФОНДОНАБИРАНЕ И ФИНАНСИРАНЕ НА ПРОЕКТИ В ОБЛАСТТА НА КЛИМАТ И ЕНЕРГЕТИКА**

**ОБУЧЕНИЕ ПЛЕВЕН 27.07.2018 г.**



This project has received funding from the European Union's Horizon 2020 research and innovation programme under grant agreement No 696173. Disclaimer: The sole responsibility for the content of this material lies with the authors. It does not necessarily represent the views of the European Union, and neither EASME nor the European Commission are responsible for any use of this material.



С какво се занимава Вашата организация?

Какви видове финансиращи институции има подходящи за Вас?

- Идентифициране на възможни дейности
  - Мислете в по-широка рамка – голяма част от програмите на ЕС харесват интердисциплинарният подход
    - Различни региони,
    - Различни видове организации,
    - Сфери на дейност
- Търсене на потенциални финансиращи програми и институции
- Намерете възможност  
[http://ec.europa.eu/regional\\_policy/en/atlas/programmes/2014-2020/bulgaria/2014bg16m1op001](http://ec.europa.eu/regional_policy/en/atlas/programmes/2014-2020/bulgaria/2014bg16m1op001)
- Проучете добре условията и изискванията за кандидатстване
- <http://www.interreg-danube.eu/calls/calls-for-proposals/second-call-for-proposals>

Каква ключова информация е необходимо да знаем преди да започнем писането на проектното предложение?

- Задължителен брой партньори
- Брой на участващите държави
- Минимум от задължителни дейности
- Приоритети на финансиращата програма
- Бюджетни ограничения
- Времева рамка
- С какви документи трябва да се запознаем
- Как се оценяват проектите и какви шансове имаме да получим финансиране?

Контакт с потенциални партньори (понякога чрез концептуална разработка)

- Дърво на решенията
- Логическа рамка
- Диаграма на Гант (**на последователностите**)
- Диграма ПЕРТ - техника за преглед и оценка на програми

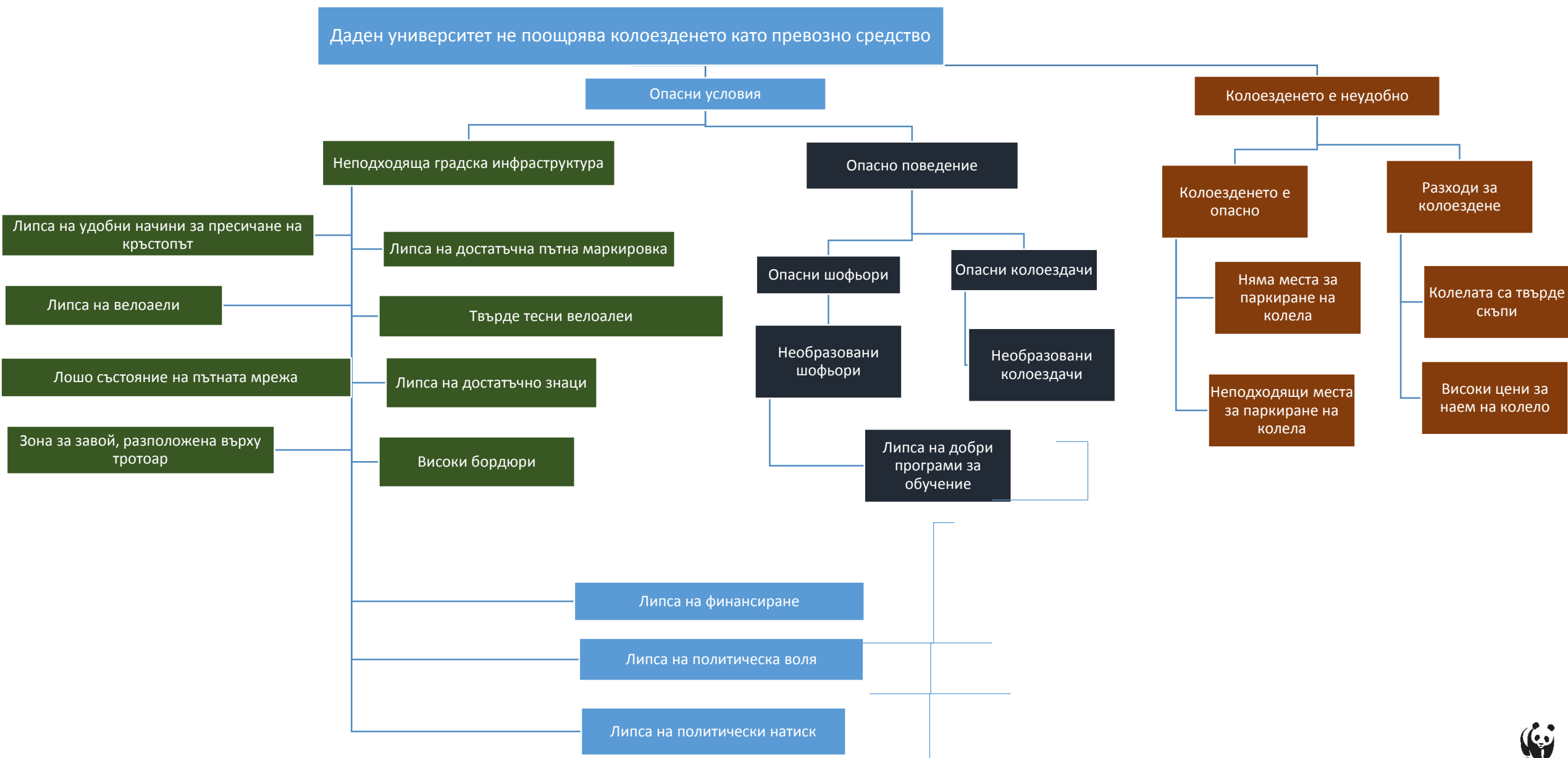
(PERT - Program Evaluation and Review Technique)

## Защо е необходим проектът?

- Какъв проблем се решава или предотвратява чрез него?
- От какви възможности се възползва проектът?
- Какви са причините за проблема?
- Какви са последиците от проблема?



# Дърво на решенията - причини



# Дърво на решенията - последици



**Кои са заинтересованите страни във вашият проект?**

- Те може да бъдат целевата аудитория на дейностите
- Те може да бъдат причината за проблема
- Те може да бъдат повлияни от последиците на проблема
- Те могат да помогнат за решаването на проблема
- Те може да помогнат за разпространение на резултатите от проекта до повече хора

# Как ангажираме заинтересованите страни в проекта (проектното предложение)?

- Те дават информация за проекта
- Те са партньори (пълноправни или асоциирани)
- Те са целева аудитория
- Те са част от плана за разпространение на резултатите от проекта
- Участват в Консултативния комитет

- Къде намираме партньори?
- Какви видове партньори има?  
(характеристика, форми, умения)
- Кой е водещият партньор?

# Логическа рамка

- **Първоначална информация / Ресурси**

- Налични или трябва да бъдат набавени за изпълнението на дейностите

- **Дейности / Действия**

- Предприемат се за постигането на желаните резултати

- **Цели / Резултати / Въздействия**

- Ясно показват, че проектът е постигнал краткосрочните си намерения

- **Краткосрочна цел**

- Това, което се надяваме да постигнем до края на проекта (води до постигане на дългосрочната цел)

- **Дългосрочна цел**

- Основната причина за проекта (може да не е реално постижима или да е определена от финансиращата програма)

- Представява графика, която позволява да се изобрази нагледно как ще се развива проектът.
- Полезна е, защото обвързва в едно логическо цяло различни елементи от проекта:
  - ✓ Голямата картина (дългосрочната цел)
  - ✓ Дейностите, които ще се изпълнят за постигането ѝ
  - ✓ Начините, по които ще се измерва прогреса на проекта
  - ✓ Крайните резултати от проекта.

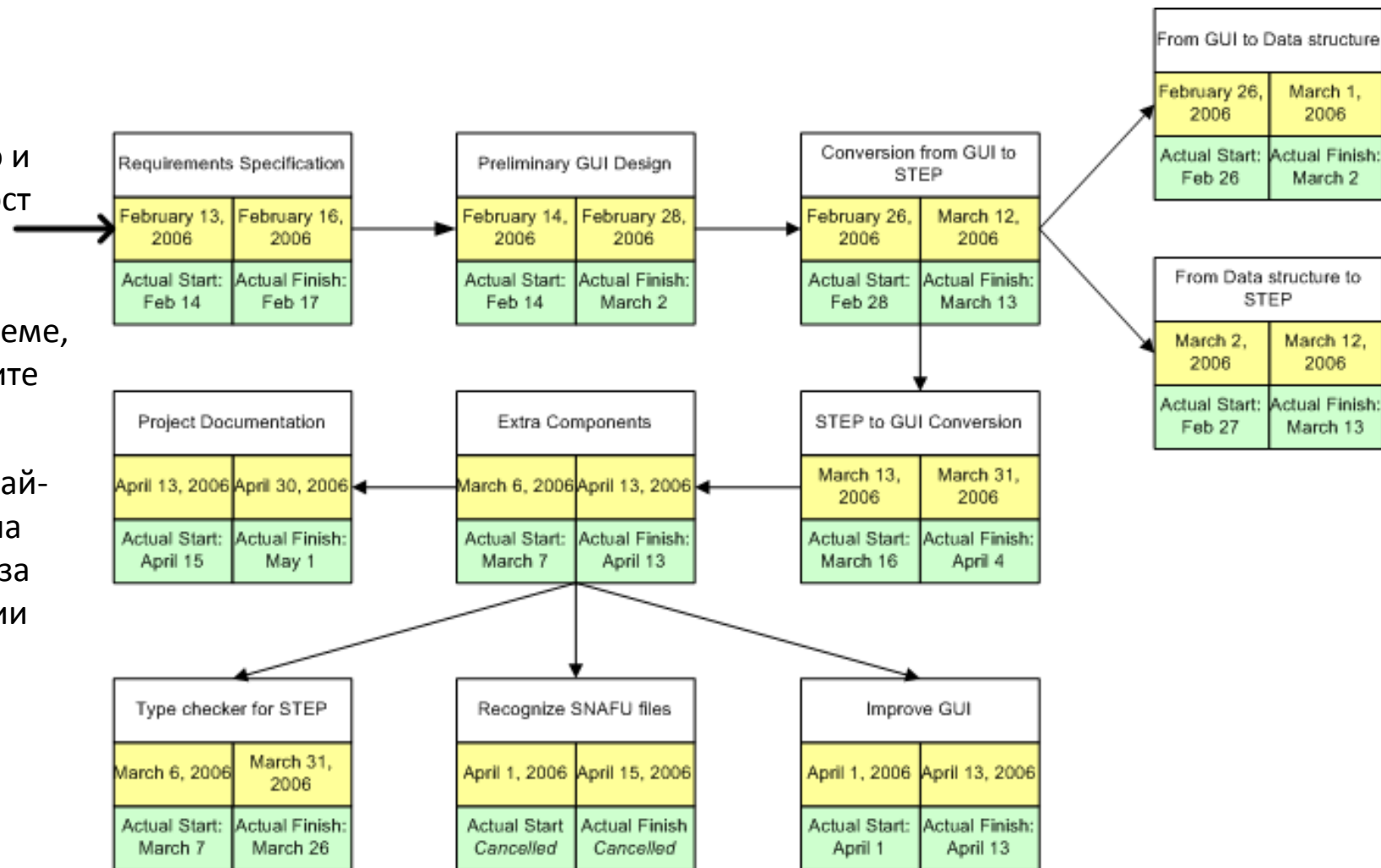


Структура на проекта	Описание	Обективно измерими индикатори (ключови индикатори на изпълнение) (ключови етапи - кога?)	Методи за верификация (Доказателства)	Допускания
<b>Цел (Дългосрочна)</b>	○ Тя обикновено е по-обща и не е нещо, което ще бъде конкретно постигнато в рамките на проекта.			
<b>Цел (краткосрочна)</b>	○ Целта, която искаме да постигнем <u>в рамките на проекта</u> . ○ Тя трябва да бъде свързана с дългосрочната цел. Ако не е, то тогава това не може да е краткосрочна цел. ○ Например, за да постигнем дългосрочната цел за елиминиране на бедността, краткосрочната цел може да бъде създаването на програма за обучение и намиране на работа.			
<b>Цели Резултати Ефекти Крайни продукти</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Как да разберем дали сме постигнали целта си?</li> <li>○ Чрез предварително определени резултати или ефекти, които понякога се наричат крайни продукти (deliverables).</li> <li>○ Реализирането на резултатите и ефектите показва, че сме постигнали целта си – или поне че сме на път да я постигнем.</li> <li>○ Резултатът обикновено е материален продукт, например уебсайт или книга</li> <li>○ Въздействието или ефектът от проекта е промяна в същността на нещо.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ <b>Данни, които показват, че резултатите са постигнати:</b></li> <li>○ <b>Количествени показатели:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Колко</li> <li>● Колко често</li> <li>● Повишение или намаление в стойност</li> </ul> </li> <li>○ <b>Качествени показатели:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Колко добре</li> <li>● Удовлетворение, мнения</li> <li>● Умения за взимане на решения</li> <li>● Промяна в нагласи</li> </ul> </li> <li>○ <b>Индикаторите трябва да са обективни</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Да са измерими, за да може всички да ги видят</li> <li>● Да не са субективни мнения</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Как да измерим прогреса на проекта</li> <li>○ Какви доказателства може да предоставим (материални или други)</li> <li>○ Какво трябва да предприемем, за да набавим тези доказателства?</li> <li>○ Някои типове доказателства са по-приемливи от други</li> <li>○ Ако имаме количествени индикатори, добре е да имаме и система за тяхното измерване/броене.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Какви условия трябва да бъдат налични, за да можем да измерим индикаторите и да постигнем целта си</li> <li>○ Един от начините е прилагането на метода за <u>оценка на риска</u></li> <li>○ Какво може да ни попречи да изпълним желаните дейности?</li> <li>○ Ако сме изпълнили дейностите, какво може да ни попречи да постигнем необходимото въздействие?</li> </ul>

Структура на проекта	Описание	Обективно измерими индикатори (ключови индикатори на изпълнение) (ключови етапи - кога?)	Методи за верификация (Доказателства)	Допускания
		<ul style="list-style-type: none"> <li>○ <b>Индикаторите трябва да бъдат обвързани с</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>● целевата група (кой)</li> <li>● време/времетраене (кога / колко дълго)</li> <li>● местонахождение (къде)</li> </ul> </li> <li>○ <b>Обективно измеримите индикатори могат да бъдат преки и непреки:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Преки = ефект върху участници в проектна дейност <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Например, при проект за повишаване грамотността на ученици - тестване на учениците преди и след дадена дейност</li> </ul> </li> <li>● Непреки = логически свързани с проектна дейност <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Например, брой на книгите, които се взимат от училищната библиотека, които се покачва вследствие на дейности за повишаване грамотността на учениците</li> </ul> </li> <li>● Непреките индикатори се използват, когато: <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Не са налични преки индикатори</li> <li>○ Трудно е да се измерят преките индикатори (пример – качество на живот)</li> <li>○ Измерването на преките индикатори е много скъпо</li> </ul> </li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Ако индикаторите са количествени, тогава трябва да се определи начин за обективното им измерване. Например, тестване преди и след</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Ако успешно се справим с изработването на конкретните резултати от проекта, какво би ни попречило да постигнем своята краткосрочна цел?</li> <li>● Ако краткосрочната цел е постигната, какво би ни попречило да постигнем дългосрочната цел?</li> </ul>
Действия (Задачи)		○	○	●

# Диграма ПЕРТ – (Техника за преглед и оценка на програмите = Program Evaluation Review Technique)

- Дава по-реалистична представа за времевата рамка на проекта
- Базира се възможностите за най-ранно и най-късно стартиране на дадена дейност
- Внася гъвкавост в графика на проекта
- Показва най-краткото и най-дългото време, за което може да се изпълнят дейностите
- Полезен метод при необходимост от прогнози, защото може да се измери най-дългото време за изпълнение на дадена дейност като така се даде възможност за разрешаване на непредвидени ситуации
- Помага на проектния ръководител да разбере дали закъснението в дадена дейност е приемливо или би могло да застраши целия проект



Фондонабирането от други  
източници, като инструмент за  
разнообразяването на средствата  
от публичните донори

- Кои източници на финансиране имаме понастоящем?
- Кои източници на финансиране бихме искали да получаваме?

- Кой прави набирването на средства при нас?
- Колко плащаме за набирването на средства?

**1. Кой е отговорен за набирането на средства от различните източници?**

- Служители
- Потребители
- Управляващ борд/съвет
- Доброволците
- Външни изпълнители

**2. Колко ще похарчим за усилията за набиране на средства?**

- Трябва да бъде достатъчно, за да изпълни необходимите дейности и цели
- Различните дейности за набиране на средства имат различни разходи. Предвидете ги...

- **F2F** - обикновено от по-заможни хора или малки дарения от много лица
- **Благотворителни дарения** - сезонни, периодични, редовни, уебсайтове
- **Събития за набиране на средства**
- **Корпоративно спонсорство – Събитие**
- **Даряване по ведомост от корпоративни служители** - даряват служители на фирмата
- **CRM** - причина Свързана маркетингова кампания - някой друг продава продукт или услуга
- **Активност на предприятието/общината/заинтересованата страна** - продажба на продукт или услуга
- **Искане за безвъзмездни средства** / Предложение за проект - Фондация / Корпорация / Правителство / Публични фондове



## Да се разработи календар с прогнозирано събиране на средства за:

- За нови предложения / проекти
- Кога се очакват да отворят донорите
- Колко време е необходимо за подготовката? (1 седмица или 1 месец?)
- Кога са крайните срокове
- Кога са дати на одобрение
- Коя цел ще финансират
- Колко пъти на годишна база ще търсите финансиране
- Ще имате ли средства за всички планирани събития/дейности и цели
- Колко време ще се изисква да се подготвите

**Защо донор (човек, фирма или публичен донор) трябва да ви даде точно на вас пари?**

**Много важен въпрос!**

- **Връзка с проблема** - те са (пряко) засегнати
- **Връзка с искащия** - Те са (непосредствено) свързани
- **Връзка с бизнес целите като** - Достъп до нови клиенти, увеличаване на продажбите, маркетингова възможност / Добра публичност
- **Корпоративна социална отговорност** - Или фирмата реши (или държавата изисква) фирмата да "допринесе" за общността
- **Правителственото съответствие** - държавата изисква някакъв вид дейност / поведение
- **Данъчни облаги** - Хората / компаниите могат да изключат сумата на дарението от своите данъци и да приспадат дарението от доходите си, за да намалят данъчното си бреме

- **Защото са като нас** - по-вероятно е да помогнем на тези, които смятаме, че са подобни на нас
- **Възприети обществени норми** - социалното одобрение, което човек/донор получава от придържането към дадена цел
- **Съобщенията за съпричастност** – съчувствие като фактор трябва да е достатъчно мощно, за да предизвикат съпричастност, но не толкова силно, че да са е в ущърб на дарителя
- **Страх / съпричастност / вина**
- **Социална справедливост** - ако сме свидетели на несправедливо страдание, тяхната вяра в справедлив свят е застрашена - следователно те ще бъдат мотивирани да предприемат действия, за да възстановят своята вяра в справедлив свят
- **Престиж** - дарители, които искат признание за своето дарение, може би като начин да се получи достъп до социална група или да се издигне в нея.
- **"Да правиш разлика"** - като рисковата филантропия - където дарителите не искат да дават, освен ако не вярват, че те могат да окажат значително влияние върху даден проблем (да започнем нещо иновативно, да създадем модел за другите, да достигнем до много хора и т.н.)

- **Наблегнете на малките суми, че са много важни.** (работи по-добре в лице в лице F2F) - полезна за привличане на хора да даряват за различни каузи
- **Колкото по-силни са взаимоотношенията,** толкова по-успешно е набирането на средства
- **Предложете нещо друго,** като например подарък (или възможност за общи събития/дейности)
- **Мащабът за помощ е важен** – Винаги казвайте колко средства искате да съберете и колко имате до момента (*с други думи ви това помага да получите възможно най-много от всеки донор*)

Кой ще се възползва от дарението?

**Как се показват и/или обсъждат получените средства. На кой се помага и как това ще окажат влияние върху донорите вземащи решенията за даване на средства.**

- Експлоитивен или манипулативен - Ако се окаже, че се възползвате от получените средства
- Колко състоятелни са бенефициентите?
- Атрактивните хора се възприемат като по-достойни от непривлекателни хора
- Отговорността на получателите за тяхното собствено състояние

- Банки и финансови институции
- Компании които са заложили на CSR (Corporate Social Responsibility)
- Компаниите на които това е ново поле за развитие
- Западни компании, силни брандове, които ги има в нашия регион, област или имат интерес да инвестират.
- Други



# Благодаря за вниманието и участието!

Георги Стефанов,  
WWF България,

Ръководител програма  
„Климатични промени и Зелена икономика“

[gstefanov@wwfdcp.bg](mailto:gstefanov@wwfdcp.bg)

+359 889 517 976

