

# НАСТОЛЬНАЯ КНИГА РУКОВОДИТЕЛЯ ПРИЮТА ДЛЯ ЖИВОТНЫХ



Почти сто рецептов, как привлечь деньги, людей  
и сделать работу более стабильной.

РУСАЛ, являясь одним из крупнейших работодателей и налогоплательщиков, на протяжении многих лет вносит существенный вклад в развитие регионов. Ключевыми направлениями социальных инвестиций компании являются развитие инфраструктуры и создание комфортных условий для проживания и отдыха людей, а также поддержка волонтерства.

Придерживаясь принципов устойчивого развития, РУСАЛ реализует ряд добровольческих инициатив, направленных на решение проблем бездомных животных. Начало благотворительности такого рода инициировал основатель компании, промышленник и меценат Олег Дерипаска. Поддержку РУСАЛа одними из первых начали получать приюты для животных в Абакане, Иркутске, Красноярске и ряде других городов. В августе 2021 года стартовала программа комплексной помощи приютам, цель которой – формирование в обществе гуманного и ответственного отношения к животным.

Книга, представленная вашему вниманию, — ещё один шаг на пути к этой цели. В ней автор собрал и обобщил опыт других организаций, уникальные методики и доступные инструменты, которые будут полезны как руководителям приютов для животных, так и всем, кто неравнодушен к судьбе их подопечных.

# Оглавление

<b>Введение</b>	<b>7</b>
<b>Привлечение денег и ресурсов</b>	<b>10</b>
Финансовый отчет	11
CRM	11
<b>Онлайн-сервисы</b>	<b>14</b>
Оплата по QR-коду	14
Стикеры «Помочь просто»	15
TeddyFood.com	16
Добро Mail.ru	16
Плагин «Лейка»	17
Виджет «Goody»	17
Краудфандинг	18
Благо.ру	19
СберВместе	19
Пользуясь случаем	20
7715. Простой номер благотворительности	20
Автоплатеж	20
Сервисы для благотворительных фондов от Яндекса	21
Благотворительность ВКонтакте	22
<b>Другие способы</b>	<b>23</b>
«Десятка десятого»	23
«Хвостики для хвостиков»	23
Благотворительные мастер-классы	24
Благотворительная распродажа	25
Свадьба, день рождения: корм вместо подарков	25
Первое сентября и выпускной: корм вместо подарков	26
Розыгрыш	27
<b>Сбор ресурсов</b>	<b>28</b>
Список необходимого	28
#оставайтесьсытыми	28
«Килограмм каши»	29
«Книга за корм»	29
Сбор лекарств	30
Фотовыставка	31
<b>Комплексные события и пристрой животных</b>	<b>32</b>
Выставка-раздача животных	32
Встречи уже домашних дворняг и их породистых друзей	33
Фотогалерея и каталог	35
Гостевое участие	36

«Собака-обнимака»	36
Звери в городе	37
Концерт	37
Благотворительный забег с собакой	38
Поход с собакой	39
Благотворительный квиз	40
День открытых дверей	41
<b>Собственная коммерческая деятельность</b>	<b>42</b>
Ветеринарные услуги	42
Зоогостиница	42
Зооняни	42
Продажа сувениров, товаров с символикой приюта	43
Благотворительный маркетплейс	44
Мастер-классы и творческие встречи	45
Зоойога	46
Котокафе	46
Продажа рекламы	48
<b>Привлечение грантов</b>	<b>49</b>
<b>Поддержка от бизнеса</b>	<b>50</b>
Пункты сбора	50
«Корзина доброты»	50
Боксы для сбора денег или корма	51
Памятники-копилки	52
Натуральная помощь	53
Корпоративные подарки партнерам	53
Как вы можете поблагодарить партнеров	54
Корпоративные волонтеры	54
<b>Участие в конкурсах и закупках</b>	<b>57</b>
1. Регистрация НКО на официальном сайте единой информационной системы в сфере закупок	58
2. Работа на электронной торговой площадке	62
3. Основные этапы участия в закупке и заключение договора	63
<b>Работа с волонтерами</b>	<b>64</b>
Несистемные волонтеры	65
Медиаволонтеры	66
Медиаопекуны животных	67
IT-волонтеры	68
Опекуны животных	68
Выгуливатели	69
Грумеры	69

Фотографы	70
Водители	70
Ветеринары	71
Как привлекать зооволонтеров	72
Обучение зооволонтеров	73
Чаты для волонтеров	76
<b>Онлайн-сервисы для интеллектуального волонтерства</b>	<b>77</b>
ProCharity	77
Clearinghouse	77
IT-волонтер	77

### **Информационная кампания, медиа и отчеты о деятельности**

Контент-план	79
Чем наполнить аккаунт	80
Собственный сайт	81
Хештег	84
Телеграм-канал	85
Яндекс.Дзен	85
ТикТок	86
YouTube	86
Подкаст	87
E-mail-рассылка	88
Эфиры на местных телеканалах	89
Публичный календарь	90
Онлайн-курс	90

### **Работа с политическим окружением**

Общественный инспектор в области обращения с домашними животными	91
	92

### **Ликбез**

Законы, конвенции и постановления	93
Приказы, инструкции, разъяснения	94
Методические разработки	96
Опыт коллег	96

### **Приложение А**

Анализ динамики пожертвований через социальные сети	99
---	----

### **Приложение Б**

Кодекс зооволонтера	100
---------------------	-----

### **Приложение В**

Анкета для потенциальных зооволонтеров	101
--	-----

## Введение

Актуальность темы приютов для бездомных животных сегодня не вызывает сомнений. Приюты являются одной из ключевых составляющих защиты животных и выполняют четыре основных функции:

- оказание ветеринарной помощи животным;
- осуществление долгосрочной заботы о животном;
- поиск хозяина для животных, находящихся в приюте;
- поиск пропавших животных, усилия по воссоединению потерянного животного с его прежним хозяином.

Как показывает российская практика, приюты для бездомных животных должны быть открыты для волонтеров, активно привлекать благотворительные организации и граждан к участию в решении проблем брошенных или потерявшихся животных.

В 2001 году 17 разработчиков программного обеспечения встретились в американском городе Сноубёрд, чтобы поделиться идеями повышения эффективности работы над проектами. Итогом этой встречи стал документ, который сейчас принято называть Манифест Аджайл. Вот его основные пункты:

- люди и взаимодействие важнее процессов и инструментов;
- работающий продукт важнее исчерпывающей документации;
- сотрудничество с заказчиком важнее согласования условий контракта;
- готовность к изменениям важнее следования первоначальному плану.

То есть, не отрицая важности того, что справа, мы всё-таки больше ценим то, что слева.

Мы руководствовались манифестом, когда работали над этим пособием. Мы посчитали, что лучше дать вам набор работающих практик, описанных языком алгоритма с возможностью самим попробовать самые актуальные, адаптировать под свои реалии, развить идею во что-то большее. Или попробовать сочетать вместе несколько различных инструментов.

Мы понимали, что у вас, руководителей приютов для бездомных животных, нет времени разбираться со сложными концепциями и теоретическими выкладками. Нет времени на долгосрочное проектирование деятельности в разрезе 5–10 лет. Вам важно сейчас закрыть долги, оказать помощь животным, которые на этой неделе неожиданно оказались под вашей опекой. Мы считаем, что Манифест Аджайл очень точно отражает практику приютов для животных по всей стране.

Надеемся, что пособие вышло таким, что вы можете открыть его на любой странице, увидеть подходящий инструмент и попробовать внедрить его за очень короткое время. Все описанные здесь инструменты, акции, подходы, — практика ваших коллег со всей страны. Вполне возможно, что вы встретите собственное дело, которое мы ставим в пример.

Как вы можете работать с этим пособием:

1. Бегло просмотреть все рекомендации.
2. Выбрать две-три, которые, с вашей точки зрения, лучше всего работают на актуальные для вашей организации задачи.
3. По каждому выбранному «рецепту» найти ответы на вопросы:
  - Как адаптировать этот «рецепт» для нашей организации?
  - Какое минимальное количество действий надо сделать, чтобы получить первые результаты?
  - Что может пойти не так и как этого избежать?
4. Составить план действий и начать его осуществлять.
5. Постоянно отслеживать прогресс и вносить изменения в план.
6. Повторить алгоритм.

Мы очень надеемся, что вы поставите себе цель попробовать каждый из описанных здесь инструментов.

Дария Тютикова, директор по развитию БФ «Добрый мир»:

*«Мы верим в пролонгированный эффект каждого нашего действия. Мы не можем сразу оценить эффект. Иногда кажется, что какую-то фотосессию, мероприятие, которое мы сделали, мало кто его посетил. Или мы сделали видеоролик, и его сразу мало кто посмотрел. Но через несколько лет это всплывает, люди начинают это видео «вирусить», эту лекцию пересказывать. То, что на данный момент кажется бесполезным, наверняка принесет пользу через некоторое время. Я не могу сказать, что из того, что мы делали, что-то было совершенно бесполезным.»*

Все описанные в этом пособии подходы помогут вам с разных сторон подойти к решению проблем бездомных животных в вашем городе. Некоторые описанные в пособии инструменты являются жизненно необходимыми. Например, [финансовая отчетность](#), [системное обучение волонтеров](#) или [ведение CRM](#). Некоторые могут стать основной для грантовой заявки, например, [благотворительный забег](#) или [«Встречи уже домашних животных и их породистых друзей»](#). Но все они помогут вашему приюту работать более системно и стабильно, меньше зависеть от меняющихся обстоятельств, быстрее развиваться. Другими словами — сделать завтрашний день менее тревожным.

Каждый параграф пособия содержит:

- краткую информацию о затратах (временных и денежных) на организацию этого подхода, его сложность;
- описание того, что необходимо сделать;
- ссылки, благодаря которым вы сможете увидеть, как эту практику реализовали ваши коллеги.

В конце пособия вы найдете обширный список нормативных документов и методических разработок, которые очень важно знать для качественной работы приюта и избежания недопониманий с надзорными и проверяющими органами.

Мы будем рады получить ваши отклики на пособие, готовы обсудить любую его часть и можем добавить еще инструментов. По всем идеям и вопросам пишите Юрию Калашникову: [kalashnikov@kbbr.ru](mailto:kalashnikov@kbbr.ru)

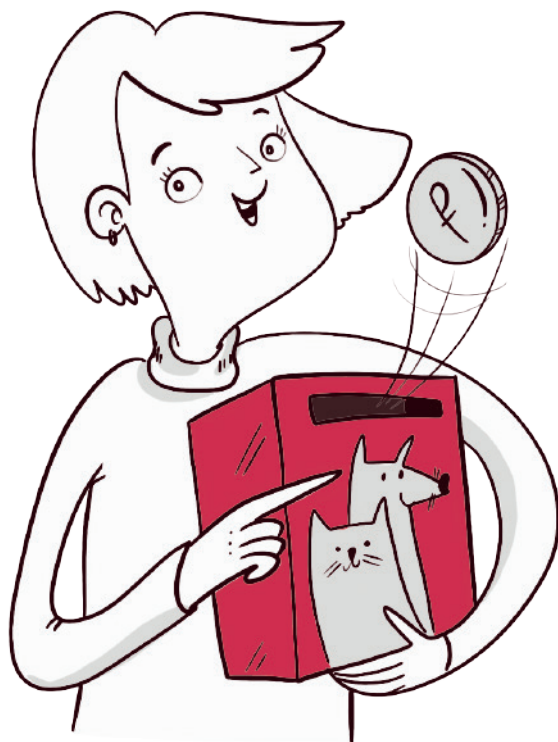
Все материалы этого пособия созданы на основании информации, находящейся в общем доступе, с указанием авторства и на основании личного опыта составителей. Описанные материалы могут свободно распространяться с указанием источника, а также модифицироваться и активно применяться на практике.

Составитель сборника: Юрий Калашников при поддержке Марины Бессоновой, Елены Головчанской, Наталии Носковой, Марии Курганской, Анастасии Перфильевой, Оксаны Пугачевой, Юлии Сергеевой, Любви Соловьевой, Елены Тарасовой, Анастасии Тимашевой.

Отдельное спасибо Юлии Герцик за доверие и возможность. А также Евгении Кузнецовой, Всеволоду Пуле, Дарии Тютиковой за экспертизу.







## ПРИВЛЕЧЕНИЕ ДЕНЕГ И РЕСУРСОВ

Мы решили начать пособие именно с инструментов привлечения денег и ресурсов как самой болезненной темы в работе любого приюта. В работе НКО, как и в бизнесе, и даже в личном домохозяйстве, одинаково важны два компонента:

- 1. Диверсификация источников ресурсов.** Чем больше различных источников денег и других ресурсов вы используете, тем более стабильной будет ваша деятельность, менее зависимой от меняющихся обстоятельств. В этом пособии мы собрали для вас готовые инструменты. Некоторые из которых вы сможете попробовать уже сегодня.
- 2. Прозрачная отчетность.** За каждую копейку необходимо опубликовать подробный отчет. И разместить его так, чтобы найти его не составило труда. Это необходимо для того, чтобы у потенциальных доноров не вызвала вопросов ваша честность. Например, проект [Добро Mail.ru](https://dobre.mail.ru) в первую очередь смотрит ваши отчеты.

Изучая практику фондов, мы выделили три основные проблемы в вопросах привлечения средств:

1. Жертвует лишь незначительная часть целевой аудитории.
2. Пожертвования нерегулярные.
3. Пожертвований недостаточно.

В августе 2019 года мы провели небольшое исследование, посвященное этой теме. Мы пришли к выводам, с которыми согласны многие руководители фондов, с кем мы общались во время подготовки этого пособия:

- На размер пожертвования практически не влияет ни день недели, ни месяц, ни вид животного, ни эмоциональный накал фотографий.
- Наибольший вклад носит цель поста. Если взять за 100% средний размер всех пожертвований, то на покрытие повседневных нужд приюта в среднем переводят лишь 71% рублей, на срочный сбор уже 104%, а на погашение долга уже 120%. Однако для стабильной работы приюта необходимо привлекать деньги именно на текущую деятельность.
- Срочный сбор собирает 56% всех денег, погашение долгов 25% и сбор на нужды приюта всего 19%.
- Люди готовы платить чаще и больше для решения какой-то срочной проблемы, но не для того, чтобы животные содержались в чистоте и комфорте.

Подробнее с итогами исследования вы можете ознакомиться в [приложении А](#).

Таким образом, перед вами стоят **три ключевые задачи**:

1. Постоянно увеличивать количество доноров.
2. Постоянно увеличивать долю регулярных пожертвований.
3. Постоянно увеличивать средний размер пожертвования.

Эти задачи друг другу несколько противоречат. Увеличив число доноров за счет разовых сборов (например, [«Десятка десятого»](#)), вы значительно снизите среднее пожертвование. Именно поэтому важно удерживать в своем внимании все три цели.

Обратите внимание на формулировки, мы специально вынесли в начало каждой цели конструкцию «постоянно увеличивать». Одномоментные усилия принесут лишь одномоментную выгоду. Мы с вами не охотники, которые стремятся добыть тушу и взять с нее мяса лишь столько, сколько сможем унести. Мы скорее фермеры: сейчас сеем, зная, что получим большой урожай, пусть и не сразу.

В этом разделе вы найдете «семена» — решения, благодаря которым вы регулярно сможете привлекать больше.

# Финансовый отчет

**Затраты:** бесплатно.

**Сложность:** средняя.

Каким бы образом вы ни собирали деньги, вам необходимо постоянно отчитываться о собранных и потраченных средствах. И речь не только о налоговой. Все доноры — существующие и будущие — должны видеть, как расходуются средства в вашем приюте. Отчет должен быть максимально подробным и опубликован на вашем сайте так, чтобы его можно было найти сразу. Без этого вы не сможете качественно выстраивать партнерские отношения ни с бизнесом, ни с частными лицами.

Примеры финансовых отчетов:

1. [Фонд «Добрый мир»](#). Обязательно посмотрите, ведь в течение последних нескольких лет фонд за них получает «Золотой стандарт» отчётности во [всероссийском конкурсе добровольных публичных годовых отчетов СО НКО](#).
2. [Приют для собак «Бескудниково»](#).
3. [Приют для бездомных животных «Искра»](#).
4. [Фонд помощи животным «Лапа дружбы»](#).
5. [«Приют Кожухово»](#).
6. [БФ «Помощь бездомным животным»](#).
7. [Мини-приют для котеек «Убежище»](#).
8. [Финансовые отчеты Фонда «Рэй»](#).
9. [Финансовый отчет Центра реабилитации животных «Юна»](#).

## CRM

**Затраты:** от «бесплатно» до «довольно дорого».

**Сложность:** высокая за счет того, что работать с ней надо постоянно.

CRM (от англ. Customer Relationship Management) — это инструмент для хранения информации о ваших партнерах. Что это может быть:

1. Блокнотик.
2. Электронная таблица, Гугл-таблица.
3. Специальное программное обеспечение.

Давайте разберемся с ними:

Инструмент	Достоинства	Недостатки
Блокнотик	Самый простой способ хранить информацию	Легко потерять Сложно ориентироваться Сложно поделиться с коллегами
Электронная таблица, Гугл-таблица	Очень сложно потерять, особенно если вы используете Гугл-таблицу Легко искать информацию Легко делиться с коллегами и совместно работать. Бесконечная Бесплатная	Зависит от электричества Требует хоть и самых начальных, но знаний Ограниченный функционал
Специальное ПО, например, <a href="#">Битрикс24</a> или <a href="#">АмоCRM</a>	Можно автоматизировать процессы (постановка и контроль задач, связь с партнером)	Сложно разобраться в функционале Дополнительные функции стоят денег

### Зачем вообще это нужно?

1. «Что не записано, то потеряно». Та часть мозга, которая отвечает за память, на самом деле отлично справляется с задачей стирания, а вот запоминание дается с трудом. Если у вас 2—3 партнера — вы еще можете это запомнить, но когда у вас 20 партнеров, сотня волонтеров, 1000 доноров, то удержать в голове эту информацию просто невозможно.
2. Когда, например, возникает экстренный сбор или необходимо срочно отвезти животное на операцию, нет времени вспоминать, кто из волонтеров заявлялся как тот, кто готов возить. Приходится делать пост с неизвестной эффективностью.
3. Отсутствие порядка и системы утомляет, дополнительно снижает вашу работоспособность.

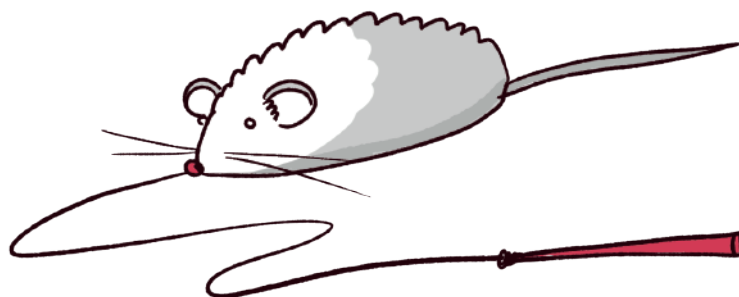
Если хотите больше узнать о задачах, которые можете решать при помощи CRM, то посмотрите вебинар от Теплицы социальных технологий [«Использование CRM для повышения лояльности целевой аудитории НКО: технологии и решения»](#).

Если у вас до сих пор нет CRM, то мы рекомендуем вам начать с базы на основе гугл-таблиц. Мало того, мы уже подготовили для вас [шаблон CRM](#). Как его получить:

1. Перейдите по [ссылке](#).
2. В случае необходимости авторизуйтесь из своего аккаунта на Гугле. Если у вас его нет, то вот [инструкция](#).
3. Внесите необходимые изменения в колонки.
4. Если вы планируете, что с этими данными будут работать коллеги, то поделитесь ссылкой на вашу таблицу. Вот [инструкция](#), как это сделать.
5. Внесите туда тех, с кем вы уже работаете.
6. Продолжайте вносить партнеров, волонтеров и доноров. В случае необходимости вы сможете без труда найти тех, кто придет вам на помощь.

Однако такая таблица не позволит вам качественно работать с базами данных. Быть может, стоит сразу рассмотреть специальные приложения. Среди самых популярных — [Битрикс24](#) и [АмоCRM](#). Оба сервиса не потребуют от вас установки программ на компьютер — все работает в облаке. Использование одного из этих инструментов позволит не только проще и быстрее обрабатывать данные, но и позволяет сконцентрировать все информационные каналы в одном месте — чаты в Инстаграме, вайбере, ВКонтакте, письма, Телеграмм и т.д. Также есть возможность постановки и контроля задач сотрудникам и автоматизации некоторых рутинных процессов.

Но главной сложностью является необходимость специально обучать и контролировать сотрудников, чтобы они этой системой пользовались, делали это дисциплинированно и постоянно.



# Онлайн-сервисы

Зачем изобретать велосипед и думать над тем, как собирать пожертвования, когда вы можете воспользоваться готовыми и очень удобными сервисами. Перед вами подборка таких решений. Не стесняйтесь, подайте заявки на все сервисы. Как мы уже писали — чем больше источников денег у вас есть, тем стабильнее сам приют и счастливее его «постояльцы». Все инструменты максимально дружелюбны к пользователям и не потребуют от вас каких-то специфических знаний. Если у вас все-таки возникли сложности, то вы всегда можете попросить помощи [IT-волонтеров](#) с установкой этих сервисов.

## Оплата по QR-коду

**Затраты:** от 0,6% до 1% с транзакции.

**Сложность:** низкая.

Если вы используете Сбербанк для сбора пожертвований (а мы в этом не сомневаемся), то вы можете создать уникальный QR-код для мгновенного платежа. Вы сможете размещать эти QR-коды на различных физических носителях, которые могут увидеть доноры: информационных плакатах, футболках волонтеров, упаковке сувениров, боксах.

[Здесь](#) вы найдете подробную информацию о том, как создать QR-код, а также сможете оставить заявку на подключение этой услуги. А вот примеры использования этого сервиса от [ЦЗЖ «Соседи»](#) и приюта [«Лучший друг»](#).

Учтите, что у такого способа оплаты есть три недостатка:

1. Оплата не всегда понятна пользователям. Путь может быть не очень простым и дружелюбным для пользователя.
2. Донор не сможет подписаться на регулярные платежи, а значит приют потеряет постоянного донора.
3. Контактные данные плательщика не передаются некоммерческой организации, что не дает вам возможности взаимодействовать с донором по другим проектам.

## Стикеры «Помочь просто»

**Затраты:** до 2,95% с транзакции.

**Сложность:** низкая.

Как мы писали [выше](#), у QR-кодов есть несколько недостатков. Избежать их позволит платежная инфраструктура [«Помочь просто»](#).

Что надо сделать:

1. Подайте заявку на сайте.
2. Заполните информацию об организации.
3. Получите уникальный QR-код.
4. Разместите его на всех поверхностях, с которыми могут взаимодействовать доноры: баннеры, буклеты, боксы для сборов, входные двери партнеров, автомобили волонтеров.

5. Собирайте пожертвования. Вам будет доступна страница с анализом полученных пожертвований.
6. Кроме того, вот что говорит о стикерах руководитель агентства Goody Иван Костров: *«Сам стикер «Помочь просто» — яркий и максимально лаконичный. На нем нет лишней информации, только QR-код и краткая инструкция, как можно сделать платеж. Мы старались упростить пользователям путь. Стикер должен быть заметным пятном с конкретным призывом, обращать на себя внимание не сложностью конструкции, а легкостью использования. Чтобы на пути от желания совершить пожертвование к действию пользователю ничего не помешало. На стикерах также нет логотипов или названий НКО.»*

[подавайте заявку](#) и начните размещать стикеры.

## TeddyFood.com

**Затраты:** бесплатно.

**Сложность:** низкая, однако потребуются найти того, кто поможет с подключением веб-камер.

Подключитесь к ресурсу [Teddy Food](#). Это сервис, где пользователи помогают бездомным собакам и кошкам из приютов по всей стране. При помощи сайта можно перечислять деньги на корм, уход, подарки животным и наблюдать за питомцами в режиме реального времени.

1. Чтобы подключиться к проекту, нужно прислать контакты и краткую информацию о приюте на почту [hi@teddyfood.com](mailto:hi@teddyfood.com).
2. Далее с вами свяжется специальный сотрудник, который отвечает за подключение. Он рассказывает подробности и договаривается о дальнейших действиях.

Приюты ничего не платят, подключение и трансляции осуществляются за счет проекта благодаря поддержке пользователей.

Выгода, которую получает приют, в первую очередь финансовая: пользователи Teddy Food осуществляют адресную помощь питомцам благодаря функционалу сайта. Вы получите переводы с детализацией. Также приют получает дополнительный пиар и более широкий географический охват, так как на сайт заходят люди со всей России и даже мира.

## Добро Mail.ru

**Затраты:** *минимальные.*

**Сложность:** *средняя.*

Онлайн-ресурс для работы с неравнодушными людьми со всего рунета. Что вы можете делать на этом ресурсе:

- Публиковать проекты помощи вашим подопечным.
- Получать пожертвования от тысяч людей и поддержку волонтеров.
- Развеивать мифы о благотворительности.
- Повышать профессиональный уровень на образовательных конференциях.
- Получать преимущества при работе с бизнесом.

В проекте могут участвовать только организации, зарегистрированные в качестве некоммерческих. Не могут стать партнерами сервиса Добро Mail.Ru:

- НКО, которые не публикуют развернутые годовые отчеты;
- НКО адресной помощи, которые не публикуют ежемесячные финансовые отчеты;
- многопрофильные организации адресной помощи, которые не общаются с профильными НКО и специалистами для принятия решения о поддержке граждан;
- НКО, у которых нет сайта и социальных сетей;
- НКО, которые ведут сбор средств на личные карты сотрудников организации.

Как стать партнером Добра Mail.Ru: ежегодно с 1 по 31 октября вы можете подать заявку от некоммерческих организаций. Каждая заявка пройдет ряд проверок:

1. проверка репутации фондом «Дорога вместе»;
2. проверка службой безопасности Mail.Ru Group;
3. собеседование с командой проекта;
4. проверка юристами и заключение договора.

[Подать заявку не очень просто](#), но оно того стоит.

## Плагин «Лейка»

**Затраты:** *комиссия за транзакцию зависит от выбранной платежной системы.*

**Сложность:** *средняя.*

Плагин от Теплицы социальных технологий, позволяющий собирать пожертвования. Достоинство этого сервиса в том, что он совершенно бесплатный, с ним легко работать, авторы постоянно добавляют к нему новые функции, которые упрощают работу как донорам, так и администраторам. Кроме того, вы можете выбрать одну из 11 платежных систем, чего нет, например, у [Goody](#) или [Благо.py](#).

Плагин [очень просто устанавливается](#) на сайты, созданные на базе Wordpress. Если же вы используете другую платформу, то надо будет [приложить немного усилий](#). Впрочем, оно того стоит.

На [официальном сайте плагина](#) вы найдете всю необходимую информацию, инструкции, а также [целый видеокурс](#), как пользоваться «Лейкой».



## Виджет «Goody»

**Затраты:** комиссия 3%.

**Сложность:** низкая.

Инструмент для простого приема пожертвований на сайте вашего приюта. Виджет органично размещается на сайте, привлекает внимание посетителей и позволяет принять пожертвование в 3 клика с любых банковских карт (VISA, MasterCard, МИР).

Виджет открывается из иконки в правом нижнем углу экрана сайта и превращается в красивую форму, готовую в 3 клика принять пожертвование. Деньги поступают на ваш расчетный счет уже на следующий день.

Виджет Goody не конкурирует с другими способами приема пожертвований и является дополнительным эффективным способом привлечения средств.

Преимущества Goody:

- нет минимального платежа и ограничений на вывод средств;
- все требования к приему пожертвований соблюдены;
- установка за 60 секунд— все автоматизировано;
- бесплатное использование и поддержка.

Однако есть **комиссия в размере 3%**. Она будет удержана с пожертвования.

Познакомиться подробнее с сервисом «Goody» можно на [официальном сайте](#).

## Краудфандинг

**Затраты:** средние.

**Сложность:** высокая. Для успешного краудфандинга необходимо пройти обучение.

Один из способов привлечения средств — краудфандинг, или народное финансирование (от англ. crowd funding, crowd — «толпа», funding — «финансирование»). Это коллективное сотрудничество людей (доноров), которые перечисляют деньги, чтобы поддержать какой-то проект. Вы можете собирать деньги на что угодно, но лучше это делать под максимально конкретное дело: [строительство вольеров](#), выпуск сувенирной продукции, приобретение автомобиля или [оборудования в ветеринарный кабинет](#). В рамках пособия мы не будем подробно описывать, как создавать и продвигать проект, для этого вы можете пройти специальные (и непродолжительные) курсы. Например, онлайн-курс [«Краудфандинговый проект за 60 минут»](#). Или онлайн-курс [«Мастер краудфандинга»](#).

Платформ для краудфандинга довольно много (можете посмотреть [небольшой обзор](#)), но в России наиболее популярные [Planeta](#) и [Boomstarter](#).

Общий алгоритм выглядит так:

1. Вы создаете проект: описываете, что вы хотите сделать, в какие сроки, сколько на это необходимо средств. Записываете видеообращение к донорам.
2. Продвигаете этот проект доступными вам средствами.
3. В случае успешного сбора вы получаете средства, создаете проект и благодарите всех доноров.

Несмотря на кажущуюся сложность, краудфандинг — мощный инструмент по привлечению средств на развитие деятельности приюта. Он входит в «золотую тройку» по популярности и эффективности, наравне с частными пожертвованиями и привлечением грантов. Обязательно посмотрите на благотворительные крауд-проекты на [Планете](#), [Благо.ру](#) и [Бумстартере](#).

## Благо.ру

**Затраты:** комиссия 6,1% от суммы пожертвования.

**Сложность:** средняя.

Краудфандинговая платформа [Благо.ру](#) специализируется только на работе с НКО. Платформа делает многое сама: продвигает сборы, оказывает информационную и техническую поддержку НКО-участникам, берет на себя ответственность за валидацию НКО и сборов и финансовый контроль. Но без активного сотрудничества с НКО достичь полноценных сборов или получить массовые подписки крайне сложно. Только благодаря совместной работе можно достичь выдающихся результатов.

Возможности Благо.ру:

- **Акции по сбору средств на осуществление конкретного мероприятия** в рамках своей деятельности с указанием суммы, которую требуется собрать. Акции ограничены во времени. Открытие сбора денежных средств на акцию, также как и информация об акции, размещается на сайте Благо.ру только после получения одобрения КАФ. НКО, объявляющие акцию, берут на себя обязательство, что в случае неполного сбора средств на осуществление мероприятия, оно реализуется с использованием собственных средств НКО.
- **Сбор средств на уставную деятельность организации.**
- **Благотворительная открытка:** донор совершает пожертвование в пользу выбранной/выбранных им НКО, выбирает благотворительную открытку и направляет ее на электронную почту выбранного им получателя открытки.

Присоединиться к portalу **могут** российские некоммерческие организации, зарегистрированные не менее двух лет в качестве юридических лиц на территории РФ, а также иностранные и международные НКО, осуществляющие свою деятельность через филиал или отделение, которые занимаются благотворительной или иной социально значимой деятельностью на территории РФ. КАФ стремится привлечь к участию в Программе Благо.ру наиболее эффективные некоммерческие организации, занимающиеся социально значимой деятельностью. **Не могут быть** благополучателями Программы Благо.ру: государственные и муниципальные организации, политические партии и религиозные организации, а также действующие без государственной регистрации общественные объединения и инициативные группы.

**Как стать участником?** БФ КАФ принимает заявления об участии в программе Благо.ру два раза в год: с 1 по 28 февраля и с 1 по 31 июля. НКО, желающие принять участие в программе Благо.ру в качестве благополучателей, должны в этот период заполнить заявление. Заявления будут рассматриваться по мере их поступления, максимальный срок

рассмотрения — 2 месяца. БФ КАФ отказывает в приеме в Программу Благо.ру без объяснения причин. НКО, в отношении которых будет принято положительное решение о включении в Программу Благо.ру, получают соответствующее уведомление. Рекомендуем ознакомиться с [положением](#).

Обратите внимание, **4% от суммы пожертвования** оставляет себе платформа. Эти деньги покрывают расходы по администрированию, в том числе, оплату комиссии банка, хостинг сайта и т.п. Кроме того, будет удерживаться комиссия оператора транзакции в размере **2,1%**. В разделе «Животные» на платформе пока всего 12 организаций (на момент написания этого параграфа). Надеемся, что вы пополните список авторизованных организаций и начнете привлекать средства с помощью этого инструмента.

## СберВместе

**Затраты:** комиссия до 1,9%.

**Сложность:** низкая.

Еще один краудфандинг-сервис, созданный исключительно для поддержки работы фондов. Заявки от новых благотворительных организаций принимаются два раза в год: с 15 по 31 мая и с 15 по 31 октября. В проекте могут участвовать только некоммерческие благотворительные организации, прошедшие валидацию и отвечающие всем требованиям. Узнать подробности и подать заявку можно на [официальном сайте проекта](#). Обязательно загляните в [раздел, посвященный помощи природе](#), посмотрите примеры сборов, подумайте, как максимально выгодно подать информацию о вашем приюте или его отдельных проектах.

## Пользуясь случаем

**Затраты:** бесплатно.

**Сложность:** низкая.

Дайте возможность вашим донорам самим создавать сборы для вашего фонда. Для этого подходит портал [«Пользуясь случаем»](#).

1. Зарегистрируйтесь на портале. Это довольно простая процедура.
2. Регулярно рассказывайте о том, что теперь доноры могут вместо подарков на свой день рождения/новый год/выпускной/иную значимую дату создавать сборы для вашего приюта. Сделайте простую и понятную инструкцию.
3. Всякий раз, когда кто-то создает сбор — рассказывайте об этом.

Рассказывайте об итогах сборов, о суммах, которые были перечислены вам от портала «Пользуясь случаем».

## 7715. Простой номер благотворительности

**Затраты:** комиссия от 5,6% от суммы пожертвования.

**Сложность:** низкая.

Инструмент, который позволяет вашим донорам быстро совершить пожертвование. Этот сервис предназначен для сбора добровольных пожертвований на благотворительные цели. Участники проекта — социально ориентированные некоммерческие организации, зарегистрированные на территории Российской Федерации, реализующие благотворительные инициативы в интересах гражданского общества. Короткий номер «7715» предназначен исключительно для сбора пожертвований, а сам проект бесплатный для участников. За время реализации проекта «7715. Простой номер благотворительности» (начиная с 2008 года) собрано и направлено на благотворительные цели более 205 миллионов рублей.

Как стать участником:

- Участником проекта могут стать любые некоммерческие организации, за исключением политических партий или движений.
- Необходимо [заполнить форму и приложить необходимые документы](#). После успешного рассмотрения заявки и документов заключается договор об участии в интерактивном проекте между организацией и оператором сервиса.
- После заключения договора организация получает уникальный префикс, например, «Друг». Донор отправляет сообщение на номер 7715, указывает в нем префикс организации и суммы пожертвования.

С правилами участия вы можете ознакомиться на [официальном сайте](#).

## Автоплатеж

**Затраты:** бесплатно.

**Сложность:** низкая.

Автоплатеж — это сервис, который есть практически у любого банка: клиент может настроить автоматическое списание определенной суммы на определенную статью.

Например, за ЖКХ или сотовую связь. Разумеется, задача вашего приюта — сделать так, чтобы как можно больше неравнодушных людей настроили автоплатеж и регулярно переводили деньги. Пусть даже это будут и небольшие суммы.

В своем [контент-плане](#) запланируйте регулярное оповещение подписчиков о том, насколько важно и ценно добавить автоплатеж на ваш приют.

Обязательно разместите на вашем сайте подробную инструкцию, как настроить этот автоплатеж. Вот [пример такой инструкции](#) от фонда «Лучший друг».

Продвижение автоплатежа позволит вам решить вторую задачу — **постоянно увеличивать долю регулярных пожертвований.**

## Сервисы для благотворительных фондов от Яндекса

Завершит эту подборку целый набор сервисов от Яндекса. Вам будет доступна широкая ИТ-инфраструктура Яндекса:

1. Яндекс.Диск. Сможете организовать хранение документов, фото и видео в облаке и совместную работу с ними. Материалы доступны всем сотрудникам и на компьютерах, и на мобильных устройствах. [Подробнее](#).
2. Yandex.Cloud. Сможете выстроить работу с данными быстрее, надежнее и безопаснее. [Подробнее](#).
3. Яндекс.Телефония. Ваши сотрудники и волонтеры будут всегда на связи. [Подробнее](#).
4. Яндекс.Трекер. Позволит управлять задачами, проектами и делами. [Подробнее](#).
5. Социальная реклама в Яндекс.Директе. Поможет обратить внимание на сборы и проекты. Объявления будут отмечены значком «Социальная реклама» и будут показываться на сервисах Яндекса и в Рекламной сети. [Подробнее](#).

С Яндексом уже сотрудничают 116 фондов (на момент написания параграфа).

Как получить поддержку от Яндекса:

1. Проверить свою организацию на соответствие [критериям](#).
2. Подать [заявку](#).
3. Пройти верификацию у партнеров. Верификация проводится ассоциацией «Все вместе» и Лабораторией социальной рекламы.
4. Получить доступ к личному кабинету.

Больше информации вы найдете на [официальной странице программы](#). Или посмотрите [небольшое видео](#) от Ильи Шарова, технического директора программы «Помощь рядом» (Яндекс).

Одна из сложностей, с которой могут столкнуться многие приюты, — Яндекс сотрудничает с НКО, которые не собирают средства на личные банковские карты и электронные кошельки физических лиц через сайт НКО, в ее социальных сетях, а также на личных страницах сотрудников или волонтеров организации и других связанных с НКО лиц (см. раздел 5 [положения](#) о скидках (грантах) на размещение социальной рекламы). Если вы хотите получить поддержку Яндекса, вам придется пересмотреть механизмы сбора средств, если вы до сих пор используете перевод на карту физического лица.

## Благотворительность ВКонтакте

Нет российского фонда и приюта, который не вел бы профиль во ВКонтакте. Поэтому важно знать о дополнительных возможностях, которые дает эта социальная сеть некоммерческим организациям:

- Образовательная программа для обучения специалистов некоммерческих организаций.
- Карта социально ориентированных некоммерческих организаций, верифицированных ВКонтакте.
- Конкурс грантов на бесплатное использование инструментов ВКонтакте для социальных проектов.

Разберемся с каждым элементом.

**Образовательная программа «Инструменты ВКонтакте для благотворительных проектов»** — бесплатный онлайн-курс, созданный в сотрудничестве с проектом «Лекториум», в котором вы узнаете о том, как правильно использовать инструменты ВКонтакте для продвижения проекта и в чем особенности ведения именно благотворительных сообществ. Программа состоит из пяти разделов:

1. Общая информация о ВКонтакте как о площадке.
2. Стратегия работы ВКонтакте.
3. Контент.
4. Общение с участниками сообщества.
5. Инструменты продвижения ВКонтакте.

Посмотреть все лекции вы можете [здесь](#), они в открытом доступе. Изучайте в удобном для себя режиме.

**Карта СО НКО** — это каталог организаций, верифицированных ВКонтакте. Пройдите процедуру верификации, получите специальную отметку возле названия своего сообщества. Такая отметка — хороший сигнал для потенциальных доноров. Посмотреть карту вы можете [здесь](#), а узнать, как пройти верификацию, [здесь](#).

**Грантовая поддержка** — вы можете бесплатно воспользоваться инструментами ВКонтакте для продвижения сообществ. Для этого необходимо подать заявку с подробным описанием деятельности. Гранты выдаются ежемесячно. Перед подачей заявки на грант лучше пройти образовательную программу, о которой мы писали выше. Оставить заявку на получение поддержки от ВКонтакте можно [здесь](#).

И обязательно вступите в сообщество [«Благотворительность ВКонтакте»](#), чтобы быть в курсе последних новостей и видеть вдохновляющие примеры. Как, например, сериал [«СуперВет»](#) — первое в России онлайн-реалити о спасении животных.

## Другие способы

### «Десятка десятого»

**Затраты:** бесплатно.

**Сложность:** низкая.

Ежемесячно проводите сбор на небольшую сумму. Его задача — вовлечь тех, кто не решается или не имеет возможности переводить вам большие суммы, но готов помочь. С одной стороны, вы соберете нецелевые деньги на нужды приюта. С другой — дадите возможность помочь каждому. С третьей стороны, если будете проводить такую акцию регулярно, то сможете создать более-менее стабильный приток денег. Хорошо, если вы будете продвигать идею настроить автоплатеж, чтобы условные 10 рублей автоматически списывались у донора каждого 10 числа.

Например, акция [«День столбника»](#) от приюта для бездомных кошек «Лучик» или акция [«Десятка десятого»](#) от приюта «Лучший друг».



### «Хвостики для хвостиков»

**Затраты:** бесплатно.

**Сложность:** низкая.

Периодически проводите подобную акцию: «Если на вашей карте, например, 1237 рублей, то у вас есть варианты для пожертвования: вы можете перевести 7 рублей, 37 рублей, 87 рублей, 137 рублей и т.д.»

Задача, как у «Десятки десятого» — вовлечь тех, кто не решается или не имеет возможности переводить вам большие суммы, но готов помочь.

Хорошо, если вы будете продвигать идею настроить автоплатеж, чтобы условный «хвостик» от регулярно поступающей суммы (зарплаты) автоматическим списывался у донора в день полочки.

[Пример](#) от «Кошкиного дома».

## Благотворительные мастер-классы

**Затраты:** бесплатно.

**Сложность:** средняя.

Суть акции: волонтеры проводят платные мастер-классы, вырученные средства направляются на цели приюта.

Что надо сделать:

1. Соберите информацию у волонтеров и партнеров. Узнайте, в чем они сильны, какие мастер-классы готовы провести. Кстати, эта информация может быть вам полезна в том числе для организации локаций на ваших [событиях](#). Обязательно сохраняйте информацию в вашей [CRM](#). Темы могут быть самые разнообразные — от дрессуры и режима питания домашних животных до финансовой грамотности школьников.
2. С каждым спикером обсудите тему, тайминг, что получат участники. Обсудите возможность видеозаписи. Обязательно проговорите, что участники будут платить за возможность пообщаться со спикером и что деньги пойдут на цели приюта.
3. Составьте план благотворительных мастер-классов. Например, вы можете проводить их через субботу. Очно или онлайн.
4. Запустите информационную кампанию. Для ее планирования используйте [контент-план](#).
5. Продумайте механизм регистрации участников, стоимость «входного билета» и способ сбора средств. Это может быть просто перевод на карту или вы можете воспользоваться каким-либо инструментом. Обратите внимание на [Timepad](#). В нем вы сможете не только регистрировать участников, но и продавать ограниченное количество билетов, а также собирать персональные данные, не нарушая 152-ФЗ.
6. Предусмотрите возможность продавать «подвешенные» билеты. Любой человек может купить билет не для себя, а для кого угодно, кто хочет послушать объявленную тему, но не может себе позволить купить билет.
7. Начните проводить мастер-классы. Иногда у вас будет мало участников, иногда много.
8. Вы можете записывать на видео прошедшие встречи и затем продавать возможность просматривать эти видеозаписи.
9. Если вы будете планомерно развивать это направление, то со временем у вас появится стабильная аудитория, в том числе и из других городов. А также вы сможете приглашать в качестве спикеров известных людей. Не стесняйтесь.



## Благотворительная продажа

**Затраты:** бесплатно.

**Сложность:** средняя.

Суть акции: партнеры перечисляют в пользу приюта процент с выручки или продажи определенной категории своих товаров. В обмен они получают информационную поддержку со стороны фонда и приток лояльных покупателей. Как запустить такую акцию:

1. Свяжитесь с теми своими партнерами, с кем у вас самые доверительные отношения. Для старта мы рекомендуем начать работу с одним партнером, хорошо если это сетевое предприятие, у которого есть филиалы. Так на старте вы можете обсуждать запуск только в одном магазине или организации. Нет никаких ограничений на то, какие это могут быть предприятия. Но лучше начать с работающих в сфере, близкой к домашним животным.
2. Обсудите возможность проведения такой акции. Обсудите размер отчислений и условия информационной поддержки со стороны вашего приюта.
3. В случае успешных переговоров заключите необходимые договоры.
4. Внесите изменения в свой [контент-план](#).
5. Начните информационную кампанию.
6. Отслеживайте реакцию аудитории, просите партнера отслеживать, по возможности, откуда пришли к нему покупатели и есть ли динамика благодаря вашим усилиям.
7. Регулярно встречайтесь с партнером, обсуждайте промежуточные итоги и способы их улучшения.

## Свадьба, день рождения: корм вместо подарков

**Затраты:** бесплатно.

**Сложность:** низкая.

Дайте возможность вашим самым активным волонтерам превратить любой свой значимый день в возможность помочь приюту.

1. Создайте на сайте специальный раздел, в котором расскажите, что любое значимое событие может стать поводом собрать корм для вашего приюта.
2. Опишите готовый сценарий:  
«Сделайте свой день рождения (свадьбу) праздником не только для себя, но и для всех питомцев нашего приюта. За несколько дней до вашего праздника напишите в своих социальных сетях, что вы будете рады получить в подарок не памятную безделушку, а корм, который будет передан в приют NNN.»
3. Также вы можете приложить картинки, которые можно использовать в своих информационных постах.
4. Рассказывайте о каждом таком случае, благодарите всех, кто принял участие и приглашайте всех присоединиться к такой инициативе.

Хорошо, если вы будете продвигать эту идею через организаторов и ведущих свадеб. Найдите каталоги со свадебными услугами. Они есть в ЗАГСх и в интернете. Напишите каждому ведущему предложение добавить такую идею в свой каталог. Посмотрите, как в Уфе [ребята отказались от цветов на свадьбу и получили в подарок 100 килограммов собачьего корма](#).

## Первое сентября и выпускной: корм вместо подарков

**Затраты:** бесплатно.

**Сложность:** средняя.

Дайте возможность школьникам и студентам сделать начало и финал учебы не только памятным, но и полезным.

1. Если у вас есть выход на родительские комитеты, чаты, классных руководителей, то предпримите несколько попыток, расскажите про эту идею.
2. Создайте на сайте специальный раздел, в котором расскажите, что любое значимое событие может стать поводом собрать корм для вашего приюта.
3. Опишите готовый сценарий:  
«Сделайте первые учебный день (или последний) праздником не только для себя, но и для всех питомцев нашего приюта. Договоритесь всем классом вместо цветов и модных нарядов, которые будут надеты один раз, подарить несколько сытых дней кошкам и собакам из приюта NNN. Если все согласны, то вы можете собрать деньги и перевести их по реквизитам ниже или купить что-то из списка. Представители приюта заберут это у вас. Спасибо, что остаетесь неравнодушными!»
4. Если школьники/студенты решили купить корм или перевести деньги вместо букета для своего преподавателя, то вы можете опубликовать на сайте шаблон Сертификата. Возможный текст:

**Сертификат  
выдан лучшему классному руководителю на свете**

-----

***Благодаря вам мы не только больше знаем о мире, но и становимся добрее и ответственнее. Вместо цветов, которые завянут, мы решили помочь приюту NNN. А вам дарим наши искренние улыбки и благодарность, что делаете нас лучше.***

**Любящие вас ученики N класса.**

5. Рассказывайте о каждом таком случае, благодарите всех, кто принял участие и приглашайте всех присоединиться к такой инициативе.

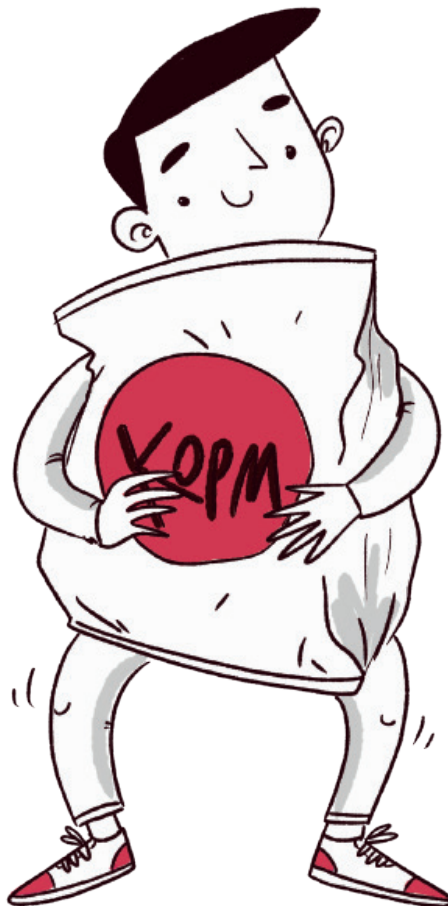
[Пример](#) подобной акции.

## Розыгрыш

**Затраты:** минимальные.

**Сложность:** средняя.

1. Для розыгрыша используйте какой-либо приз от партнера или вашу [сувенирную продукцию](#).
2. Расскажите подписчикам, как принять участие в розыгрыше. Как правило, необходимо перевести некоторую сумму на счет приюта и написать об этом в комментарии.
3. После определенной даты проведите в прямом эфире розыгрыш среди тех, кто принял участие.
4. Обязательно сделайте пост, когда будете вручать приз.
5. Несколько примеров розыгрышей: от [«Лучшего друга»](#) и ЦЗЖ [«Соседи»](#).



# Сбор ресурсов

Часто деньги — лишь инструмент для приобретения необходимого в жизни приюта. Вполне возможно, что вашим донорам проще передать искомое. Мы решили выделить в отдельную группу ряд инструментов, направленных именно на сбор неденежных ресурсов.

## Список необходимого

**Затраты:** *минимальные.*

**Сложность:** *низкая.*

Создайте список того, что необходимо вашему приюту, и разместите его там, где любой посетитель сразу увидит:

1. На сайте.
2. В закрепленном сообщении или в описании в сообществе в социальной сети ВКонтакте.
3. В закрепленном сообщении в Телеграме.
4. В описании в сообществе в Фейсбуке.

Рядом со списком дайте простые и понятные инструкции, как это необходимое можно передать в ваш приют.

## #оставайтесьсытыми

**Затраты:** *бесплатно.*

**Сложность:** *низкая.*

**Суть акции:** доноры покупают корм у ваших партнеров: в самих магазинах или через интернет. Партнеры передают корм в приют.

Что надо сделать:

1. Связаться с зоомагазинами и предложить им принять участие в акции.
2. В [контент-плане](#) предусмотреть активное продвижение акции.
3. Регулярно рассказывать о промежуточных итогах и благодарить партнеров и тех, кто покупает корм.

Посмотрите на [пример](#) от фонда «Ника».

## «Килограмм каши»

**Затраты:** бесплатно.

**Сложность:** низкая.

**Суть акции:** дайте возможность вашим донорам передать приюту крупы для питания животных.

Что надо сделать:

1. Договоритесь с партнерами о сборе на их территории корма. В качестве таких точек сбора подойдут любые организации со свободным входом: библиотеки, молодежные и волонтерские центры, ДК, зоомагазины. Хорошо, если для этой цели вы будете использовать вашу [CRM](#).
2. За пару недель начните информационную кампанию — расскажите подписчикам о том, что стоит приносить и по каким адресам вы ждете гостей. Запланируйте информирование в [контент-плане](#).
3. Во время самой акции активно рассказывайте о том, как все проходит, публикуйте фотографии и видео с теми, кто приносит корм.
4. По окончании акции расскажите, сколько было собрано корма. Поблагодарите партнеров.

Хорошо, если вы будете проводить эту акцию регулярно. Например, раз в 2—3 месяца. Обязательно посмотрите, как акцию [«Килограмм каши»](#) проводит приют «Верность».

## «Книга за корм»

**Затраты:** бесплатно.

**Сложность:** низкая.

**Суть акции:** люди приносят в библиотеки то, что необходимо для вашего приюта, и в благодарность получают книги.

1. Договоритесь с городскими и школьными библиотеками об участии в акции. Любой желающий может принести корм или что-либо другое из необходимого приюта, а в подарок получить книгу.
2. Помимо обмена книг на корм запланируйте мастер-классы, встречи с кинологами, ветеринарами, экспозицию фотографий питомцев приюта и т.п.
3. Создайте отдельную страницу для благотворительного марафона. На ней размещайте программу и информацию о партнерах события, список того, что необходимо приюту.
4. Начните продвигать событие.
5. По завершении расскажите, сколько удалось собрать корма и всего, что было в списке пожеланий.
6. Отблагодарите партнеров.

Посмотрите, как марафон [«Книга за корм»](#) проходит в Санкт-Петербурге.

## Сбор лекарств

**Затраты:** бесплатно.

**Сложность:** низкая.

**Суть акции:** дайте возможность донорам передать лекарства для вашего приюта.

Что надо сделать:

1. Договоритесь с партнерами о сборе лекарств на их территории. В качестве таких точек сбора подойдут любые организации со свободным входом: библиотеки, молодежные и волонтерские центры, ДК, зоомагазины. Но лучше всего подходят аптеки. Хорошо, если для этой цели вы будете использовать вашу [CRM](#).
2. За пару недель начните информационную кампанию — расскажите подписчикам о том, что стоит приносить, и по каким адресам вы ждете гостей. Запланируйте информирование в [контент-плане](#).
3. Во время самой акции активно рассказывайте о том, как все проходит, публикуйте фотографии и видео с теми, кто приносит лекарства.
4. По окончании акции расскажите, сколько было собрано лекарств.
5. Поблагодарите партнеров.

Хорошо, если вы будете проводить эту акцию регулярно. Например, раз в 2—3 месяца.

Обязательно посмотрите, как акцию «[Кошачья аптечка](#)» проводит котокафе «Котики и люди».



## ФОТОВЫСТАВКА

**Затраты:** незначительная.

**Сложность:** низкая.

**Суть акции:** разместите в общественных пространствах фотографии и информацию о ваших питомцах, а также информацию о том, как помочь вашему приюту.



Что надо сделать:

1. Договоритесь с возможными партнерами о размещении у них информации о ваших питомцах и приюте. Для этой акции хорошо подходят организации со свободным доступом: ДК, кинотеатры, торговые центры, библиотеки. Хорошо, если для этой цели вы будете использовать вашу [CRM](#).
2. Обновите фотографии ваших питомцев. Распечатайте. К каждой фотографии подготовьте небольшую информацию о питомце. Также подготовьте справку о приюте, расскажите, как можно ему помочь. Дайте ссылки на сайт и социальные сети, в том числе при помощи QR-кодов.
3. Разместите фотографии у партнера.
4. Расскажите в социальных сетях о том, что проходит акция.
5. Если благодаря акции кто-то из питомцев нашел себе дом, обязательно расскажите об этом. И сделайте пометку на фотографии, что теперь эта собака или кошка нашла себе новый дом. Но саму фотографию оставьте на выставке.

Или вы можете сделать из фотовыставки полноценное самостоятельное событие. Посмотрите, как это сделали [«Центр безнадзорных животных»](#) или фонд [«Возьми счастье в дом»](#).

# Комплексные события и пристрой животных

Проводите большие события, на которых вы сможете сразу решить несколько задач:

1. Информационный повод, чтобы попасть в информационную повестку и напомнить о себе жителям.
2. Привлечение ресурсов и денег.
3. Поиск подопечным нового дома и любящих хозяев.
4. Решение текущих задач: например, уборка или текущий ремонт.

Стремитесь к тому, чтобы такие события проходили регулярно. Некоторые из них вы можете развить в полноценные проекты и подать заявку на [грантовую поддержку](#).

Организация больших событий — довольно сложное дело, и вам никак не обойтись без поддержки волонтеров. Именно они смогут помочь вам провести событие на самом высоком уровне.

Ключевой риск больших событий — ужесточение требований к организации массовых событий из-за риска распространения инфекционных заболеваний. Вы, как организатор, должны учитывать эти риски и быть готовыми к тому, что событие придется проводить в более усеченном формате, или, к сожалению, отменять его.

Как в привлечении ресурсов, так и в пристрое важно сделать ставку на диверсификации каналов. Чем больше разных возможных вариантов вы будете использовать, тем выше вероятность того, что питомец найдет свой дом.

## Выставка-раздача животных

**Затраты:** минимальные, но потребует много времени для качественной подготовки.

**Сложность:** средняя.

Может стать элементом заявки на грантовый конкурс.

1. Составьте список возможных организаций-партнеров, на чьей территории можно провести выставку-раздачу. Это могут быть:
  - Зоомагазины.
  - Торговые центры.
  - Выставочные центры.
  - Учреждения дополнительного образования детей.
  - Учреждения культуры (ДК, библиотеки).
2. Также изучите план массовых событий и праздников на год.
3. Свяжитесь с каждым потенциальным партнером, предложите провести на их территории в выходной день выставку-раздачу.
4. Заблаговременно начните рассказывать подписчикам о предстоящем событии.
5. Продумайте, какие локации будут на этом мероприятии, и кто из ваших существующих партнеров их организует.



6. Подготовьте животных.
7. Проведите мероприятие. Подробно рассказывайте о том, как оно проходит, кто пришел. Сколько животных удалось пристроить.
8. Поблагодарите всех, кто принимал участие в событии.



## Встречи уже домашних дворняг и их породистых друзей

**Затраты:** минимальные, но потребует много времени для качественной подготовки.  
**Сложность:** средняя.

Может стать основой для заявки на грантовый конкурс.

Раз в полгода–год проводите поддерживающее событие для тех, кто взял у вас питомца, а также для волонтеров и всех-всех любителей животных вашего города.

Создайте пространство, в котором можно общаться, знакомиться, узнавать новое и полезное, а также узнать новости про ваш приют и помочь ему.

Мы рекомендуем скооперироваться с городским волонтерским или молодежным центром и вместе организовывать это событие.

Возможные площадки:

- общение с грумерами, ветеринарами, дрессировщиками;
- мастер-классы с ними же;
- продажа зоотоваров партнеров;
- продажа вашей [сувенирной продукции](#);
- конкурсы, розыгрыши призов от партнеров;
- зона аджилити;
- показательные выступления;
- выставка собак;
- конкурсы красоты, воспитания собак и кошек;
- выставка животных приюта;
- фотозоны;
- места для обмена зоотоварами;
- тактильные зоны, в которых можно погладить животных и близко пообщаться с ними;
- локации от партнеров.

И как можно больше локаций, посвященных помощи приюту:

- Возможность стать волонтером: узнать о формах помощи, записаться, сразу договориться о том, когда приехать и как помочь.
- Зона для сбора корма и всего, что необходимо приюту. Это может стать неформальным входным билетом.
- Фотовыставка с животными.
- Зона, в которой можно забрать себе животное, пройдя собеседование и заполнив необходимые документы.

Что надо сделать:

1. За несколько месяцев найдите площадку, на которой будет проходить событие. Это может быть сквер или парк, территория возле какого-либо молодежного или волонтерского центра.
2. Свяжитесь с собственником площадки, скорее всего, это будет районная администрация, и договоритесь о возможности проведения события.
3. Найдите ключевого партнера, вместе с которым вы будете организовывать это событие.
4. Свяжитесь со всеми партнерами, предложите им принять участие в событии. Если партнер — коммерческая фирма, то обязательно договоритесь о бартере. Например, зоомагазин за возможность продавать свою продукцию передаст вашему приюту корм на несколько недель или перечислит процент с выручки на событие.
5. Начните рассказывать о событии за несколько недель до его начала, приглашайте волонтеров к организации и подготовке события.
6. Активно вовлекайте СМИ в информационное сопровождение подготовки события. Постарайтесь сделать так, чтобы это событие стало общегородским.
7. Усиьте информационную кампанию за несколько дней до его начала.
8. Обязательно рассказывайте о том, что происходит во время события, в социальных сетях.
9. Поблагодарите со сцены всех партнеров и самых активных волонтеров приюта.
10. По завершении события в течение недели-полутора рассказывайте об итогах события: сколько собрано корма, сколько животных нашли свой дом. И еще раз благодарите партнеров и волонтеров.

Возможной датой проведения такого события может быть 21 августа — всемирный день бездомных животных.

**Хорошо**, если такие встречи будут проходить регулярно и станут городской традицией.

Для вдохновения изучите проект [«Тусовки #Гавпати»](#) от фонда «Подарок судьбы».

## Фотогалерея и каталог

**Затраты:** от незначительных до довольно больших.

**Сложность:** средняя.

Один из самых эффективных инструментов пристроя животных — публикация их фотографий в максимальном количестве пространств:

1. В электронном виде:
  - на вашем сайте,
  - в фотогалерее в ваших социальных сетях.
2. В виде отпечатанных фотографий:
  - на вольерах,
  - на ваших событиях,
  - в холлах и торговых залах ваших партнеров.

Хорошо, если каждая фотография будет снабжена небольшой справкой и QR-кодом, который ведет на сайт и/или на историю животного по хештегу. Такая справка может содержать:

- кличку,
- породу (если определяется/известна),
- характерные особенности,
- степень общительности с людьми и с другими животными,
- историю, как оказалась в приюте,
- специфическую информацию: возможные заболевания, предпочитаемый корм и т.д.,
- дату рождения,
- дату отлова/сдачи в приют,
- наличие и номер чипа,
- наличие прививок и стерилизации,
- контактный телефон ответственного за пристрой.

Что надо сделать:

1. Качественно сфотографировать животных. Оптимально привлечь для этого [волонтеров-фотографов](#). Хорошо, если вы будете проводить фотосессии раз в два — три месяца.
2. Опубликуйте или обновите фотографии на сайте и в социальных сетях.
3. Распечатайте фотографии и разместите их на вольерах.
4. Договоритесь с партнерами о размещении на их территории временной фотовыставки.

Вы можете размещать такие фотовыставки почти везде. Например, приют «Котодетки» разместили [фотографии своих питомцев](#) в одном из магазинов «Пятерочка».

Для вдохновения посмотрите несколько примеров:

1. [«Сообщество волонтеров Кожуховского приюта для собак»](#).
2. [«Алькин дом»](#).
3. [Центр реабилитации «Юна»](#).
4. [«Подарок судьбы»](#).
5. [Приют «Домашний»](#).
6. [«Умка»](#).

## Гостевое участие

**Затраты:** бесплатно.

**Сложность:** низкая.

Если у вас еще недостаточно опыта для проведения собственных больших городских событий, то самый простой вариант — организовать собственную локацию на любом большом празднике. А лучше — на каждом таком событии.

Что надо сделать:

1. Подписаться в социальных сетях на организации, которые проводят большие события. Это могут быть молодежные центры, большие библиотеки, управления культуры и молодежной политики.
2. Напишите каждому такому учреждению о том, что будете рады принять участие в любом большом событии, готовы привести на него своих питомцев, дать возможность гостям пообщаться с животными. Познакомьтесь лично с организаторами и обменяйтесь контактами.
3. Когда появится информация о планах проведения события, напомните о себе еще раз и договоритесь об участии.
4. Вы можете организовать одну или несколько локаций:
  - выставки животных;
  - фотовыставка;
  - сбор корма;
  - мастер-классы;
  - благотворительные ярмарки и розыгрыши призов от партнеров.
5. Добавьте в свой [контент-план](#) информацию о предстоящем событии.

Посмотрите, как приют «Друг» принял участие в [Городском пикнике](#).

## «Собака-обнимака»

**Затраты:** бесплатно.

**Сложность:** низкая.

Однодневный благотворительный фотопроjekt, в ходе которого за небольшое пожертвование всем желающим предлагается сфотографироваться с породистыми собаками зооволонтеров и из местных питомников.

Посмотрите, как приют «Матроскин» проводил [«Собаку—Обнимаку»](#).



## Звери в городе

**Затраты:** *средние.*

**Сложность:** *высокая.*

Подходит для заявки на грант.

Городской фестиваль, посвященный жизни и ответственному содержанию собак в мегаполисе. Цель фестиваля — популяризация гуманного, ответственного отношения к домашним животным и современной культуры пребывания с собакой в городе.

Вы можете проводить событие, посвященное определенному виду. Вот, например, фонд Рэй сделали событие только [про собак](#), а вот только [про кошек](#). Но вы можете сделать событие вообще про всех животных города.

Что надо сделать:

1. Определитесь с тематикой и сроками проведения события.
2. Подберите партнеров, кто может провести какую-либо активность на вашем событии.
3. Проведите переговоры, пригласите партнеров.
4. Сформируйте команду волонтеров, распределите обязанности.
5. За 2—3 недели до события начните информационную кампанию.
6. За день до события разместите все локации, убедитесь, что все будет происходить по плану.
7. После события поблагодарите всех участников, расскажите, что было сделано.
8. Начните готовить следующее событие.

## Концерт

**Затраты:** *средние.*

**Сложность:** *средняя.*

Подходит для заявки на грант.

Проведите благотворительный концерт, на котором можно послушать прекрасную музыку и пообщаться с вашими питомцами.

Что надо сделать:

1. Найти музыкальный коллектив или несколько коллективов. Рекомендуем привлечь партнера, который уже работает с музыкальными коллективами. Быть может, вам удастся пригласить известные коллективы или соединить в одной программе начинающих и опытных артистов. Или вообще привлечь настоящих звезд!
2. Найдите площадку.
3. Назначьте дату. Стремитесь к тому, чтобы у вас не было пересечений с другими городскими событиями.
4. Продумайте локации и активности перед, во время и после концерта. Привлеките всех своих партнеров.
5. Определитесь с ценой за билет. Стоимость должна перекрыть все расходы на организацию концерта и, по возможности, что-то должно остаться на цели приюта.

6. Начните информационную кампанию.
7. Проведите концерт.
8. Подведите итоги, сделайте серию постов.
9. Начните подготовку следующего события.

Вдохнитесь проектом «[Рок в защиту животных](#)». Быть может, вы договоритесь с ними и проведете это событие для своего приюта?

## Благотворительный забег с собакой

**Затраты:** *средние.*

**Сложность:** *высокая.*

Подходит для заявки на грант.

ЗОЖ и бег в частности с каждым годом все популярнее в России. Ваш приют может присоединиться к этой тенденции и организовать благотворительный забег. Вы можете организовать забег самостоятельно или подключив партнера — спортивную школу, частную школу бега, фитнес-центр и т.д.

Суть благотворительного забега: любой желающий регистрируется, платит организационный взнос, приходит в назначенные время и место, проходит дистанцию.

Обязательно бежать вместе с собакой. Перед стартом участники проходят медкомиссию, а собаки — ветеринарный контроль.

Можно зарегистрироваться со своей собакой или пройти дистанцию вместе с собакой из приюта. В таком случае участнику необходимо заранее пройти несколько совместных тренировок. Вы можете предусмотреть возможность «подвесить» участие в забеге: любой желающий может оплатить оргвзнос не для себя, а для любого, кто хочет участвовать, но не имеет возможности.

По прохождении дистанции каждому участнику вручается памятная медаль. Акция обладает высокой информационной привлекательностью.

Благотворительный забег может и должен стать хорошей традицией. Вы можете вводить элементы аджилити на дистанции, делать короткие и длинные маршруты, маршруты на пересеченной местности. Совмещать забег с плаггингом, привлекая в качестве партнеров НКО, которые занимаются темой экологии. Возможностей для развития этого события — множество.

Для вдохновения изучите проект [Russian extreme dog trail](#) или забег «[Хвостатая миля](#)».

## Поход с собакой

**Затраты:** средние.

**Сложность:** средняя.

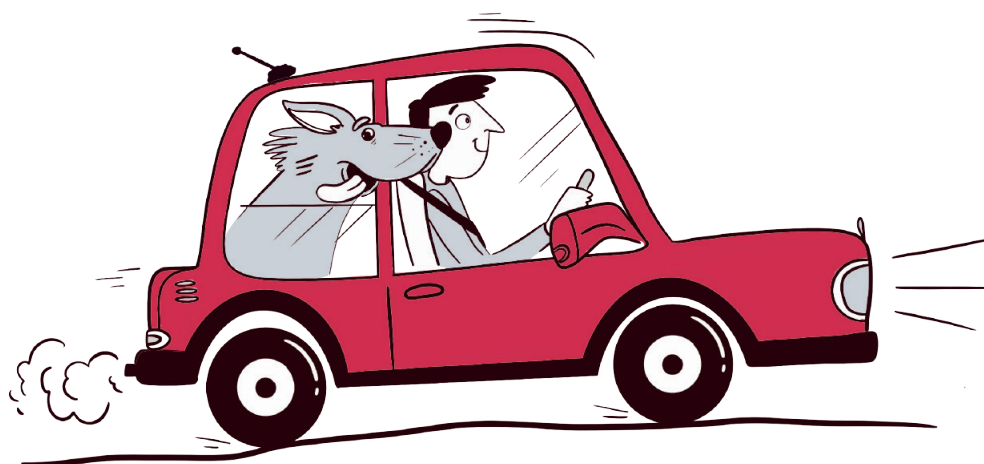
Подходит для заявки на грант.

**Суть события:** Непрофессиональные туристы идут в небольшой поход вместе с собаками из вашего приюта.

Что надо сделать:

1. Найти партнера: организацию или группу людей, которые проводят небольшие пешие туры.
2. Составить программу тура. Продолжительность маршрута зависит от того, кто в него пойдет (если это будут пожилые и/или дети, то маршрут должен быть довольно коротким, если взрослые люди, то более длинным). Также стоит учитывать выносливость собак. Хорошо, если маршрут будет пролегать по живописным местам — заодно он может содержать элементы краеведения или естествознания.
3. Хорошо, если к проведению тура вы привлечете разных партнеров, которые смогут сделать его более интересным как для участников, так и для вашего приюта.
4. Начните информационную кампанию. Формируйте группы и проводите туры. В качестве входного билета вы можете принимать от участников пожертвования или другие необходимые приюту ресурсы.
5. Привлекайте СМИ и самостоятельно подробно рассказывайте о прошедших и предстоящих турах.

Хорошо, если вам удастся создать традицию таких туров. Например, они могут проходить ежемесячно. Для вдохновения изучите проект [«В поход с собаками»](#).



## Благотворительный квиз

**Затраты:** минимальные.

**Сложность:** средняя.

**Суть события:** проведение квиза, все средства от участия направляются на нужды приюта.

**Что такое квиз?**

**Квиз** — это интеллектуально-развлекательная игра, в которой нужно отвечать на разные вопросы. В основном вопросы направлены на логику и эрудицию и охватывают большое количество тем в одной игре. Или можно назначить тему для игры, например, «Домашние животные». В игре принимают участие команды, обычно это от двух до десяти человек. Минимум необходимо три команды, максимум — сколько помещается в помещении. Средняя продолжительность игры: два—три часа. За это время команды дают ответы примерно на 40—50 вопросов. За каждый правильный ответ команда получает балл. Команда, набравшая максимальное количество баллов, получает призы.

Что надо сделать:

1. Идеальный вариант: привлечь к проведению квиза профессиональную команду, которая проводит подобные игры. Поищите их в социальной сети ВКонтакте и Инстаграме, наверняка найдете. Обговорите условия сотрудничества. Обсудите, что квиз благотворительный, собранные средства должны быть направлены на цели приюта, однако организаторы могут покрыть некоторые необходимые расходы.
2. Подготовьте вопросы. Определитесь с темой и наберите вопросы под нее.
3. Найдите помещение и договоритесь с владельцем. Как правило, квизы проходят в больших кафе, антикафе, лофтах, культурных пространствах.
4. Определитесь с размером организационного взноса, он может колебаться от 300 до 1500 рублей с одной команды. Как вариант: вы можете назначить минимальную цену, а команды могут заплатить и больше.
5. За 2—3 недели начните информационную кампанию. Не забудьте запланировать в вашем [контент-плане](#). Хорошо, если вы создадите отдельную посадочную страницу под это событие.
6. Регистрируйте команды.
7. Проведите игру.
8. Опубликуйте отчет.
9. Начните подготовку к следующей игре.

Посмотрите на [«Усы, лапы, квиз»](#) от фонда «В будущее».



## День открытых дверей

**Затраты:** минимальные.

**Сложность:** средняя.

**Суть акции:** раз в три месяца проводить большое событие на территории приюта. Для приюта это возможность напомнить о себе, разово решить какие-либо задачи (уборка, ремонт и строительство вольеров) силами волонтеров, а также пристроить животных, и, конечно, привлечь необходимые ресурсы. А также публично поблагодарить партнеров и самых активных волонтеров.

Что надо сделать:

1. Решите, чему будет посвящено это событие. Лучше выбрать два-три варианта помощи и сосредоточиться на них.
2. За месяц до начала изучите список своих партнеров, выберите тех, с кем можно организовать какую-либо активность на территории приюта: лекции, мастер-классы, игры, точки питания и т.д.
3. Проведите переговоры, пригласите партнеров.
4. За 2—3 недели до события начните информационную кампанию: рассказывайте о том, что будет происходить на территории приюта в этот день, кого вы ждете, как можно будет помочь приюту в этот день. Для информирования используйте не только социальные сети: разместите информацию у партнеров, подключите СМИ.
5. Оповестите всех волонтеров из вашей базы, пригласите их на событие.
6. За день до события разместите все локации, убедитесь, что все будет происходить по плану.
7. После события поблагодарите всех участников, расскажите, что было сделано.
8. Начните готовить следующее событие.
9. Посмотрите, как проходил [день открытых дверей](#) в приюте «Красная сосна».



# Собственная коммерческая деятельность

Пожалуй, это один из самых сложных способов привлечения денег в приюты. Не потому, что потребует каких-то сверхусилий. Качественно провести большое городское событие намного сложнее, чем запустить собственную линию [сувениров](#). Дело в том, что коммерческая деятельность потребует от вас немного иного способа думать. Мы не раз встречались с тем, что руководители НКО часто не могут решиться начать брать деньги за то, что они всегда делали бесплатно. Однако многие из исследованных нами приютов так или иначе ведут собственные коммерческие проекты. И это невероятно радует!

Про запуск коммерческого проекта невозможно рассказать в рамках одной главы.

Лучше пройдите бесплатный онлайн-курс Центра социальных программ РУСАЛа [«Социальное предпринимательство»](#) или скачайте книгу одного из авторов этого пособия Юрия Калашникова [«Хорошее дело. Социальное предпринимательство»](#).

Ниже мы описали несколько вариантов, которые вы можете попробовать. Если для запуска определенной бизнес-идеи у вас нет средств, попробуйте привлечь [грантовые деньги](#).

## Ветеринарные услуги

При наличии должного оборудования и специалистов вы можете оказывать весь спектр ветеринарных услуг. Если вы планируете открывать у себя ветеринарный кабинет, то база — первичный осмотр, прививки и стерилизация.

Если у вас появилась возможность для развития кабинета, то изучите рынок этих услуг и поймите, в чем состоит ключевой дефицит. Быть может, это рентген или анализ крови. Мы рекомендуем стараться закрывать именно самые актуальные для клиентов запросы.

## Зоогостиница

Дайте возможность оставить у вас свое животное на время отпуска или командировки.

Вся инфраструктура приюта позволяет без труда начать предоставлять такую услугу. Но главным барьером может стать высокий риск подхватить какое-либо заболевание. Домашние питомцы, как правило, содержатся в более «тепличных» условиях. Те заболевания, которые без труда переносятся бездомными животными, могут быть достаточно опасными для постояльцев гостиницы.

## Зооняни

Суть услуги: владелец животного передает своего питомца волонтеру приюта на время отпуска или командировки. Волонтер может взять животное к себе домой или навещать в квартире владельца. Услуга платная, полученные средства направляются на уставные цели приюта. Приют компенсирует возможные расходы на питание животного и другие расходы волонтера.

Зооняни — альтернатива зоогостинице. Или первый шаг к ее созданию. Запустив такой сервис, вы сможете проверить, есть ли среди жителей города спрос на такую услугу.

Что надо сделать:

1. Сформируйте команду волонтеров, которые готовы на время принять у себя животное.
2. Проведите обучение волонтеров. Даже если волонтер утверждает, что у него/нее многолетний опыт общения с животными, обязательным условием участия в проекте является прохождение обучения. Оно должно включать в себя:
  - питание;
  - уход;
  - выгул (для собак);
  - первую помощь.
3. Аттестуйте волонтеров. В аттестацию должно входить освоение образовательной программы, а также проверка соответствия дома волонтера условиям содержания животного.
4. Создайте каталог зоонянь: опишите человека, дом. Добавьте фотографии.
5. Только после того, как соберете несколько человек, запустите информационную кампанию. Создайте соответствующий раздел на сайте.
6. Для продвижения услуги вы можете начать сотрудничать с туристическими агентствами, разместив у них каталоги.
7. Обязательно заключайте трехсторонний договор на оказание услуги временного содержания животного между клиентом (владельцем животного), волонтером-зооняней и приютом. В договоре пропишите ответственность всех сторон.
8. Регулярно проводите повторные аттестации знаний и домов зоонянь.
9. Увеличивайте количество зоонянь. Опытных волонтеров делайте наставниками зоонянь — пусть они проводят обучение вновь принятых.

Посмотрите на пример — [котоняни](#) от котокафе «Котики и люди».

## **Продажа сувениров, товаров с символикой приюта**

Довольно трудоемкий инструмент, при помощи которого вы сможете не только привлечь дополнительные средства, но и выделиться на фоне других подобных вам организаций.

Что надо сделать:

1. Найти партнера — скорее всего, рекламное агентство или сервис по производству сувениров.
2. Разработать дизайн. Привлеките волонтеров-художников или устройте конкурс детских рисунков.
3. Изготовьте небольшую партию. Назначьте цену.
4. Разместите информацию о новых изделиях везде, где только можете.
5. Продавайте на сайте, в социальных сетях, в приютах, на событиях, у партнеров.
6. Проводите благотворительные розыгрыши. Награждайте лучших волонтеров.

Что Вы можете производить? Что угодно!

- Керамические кружки
- Термокружки
- Футболки
- Шопперы
- Ошейники
- Миски для воды/корма
- Поводки
- Брелоки
- Значки
- Ежедневники
- Стикерпаки



Вариантов очень много. Мы уверены, что ваш партнер вам подробно расскажет о том, что это может быть. Или изучите каталоги в интернете, например [вот этот](#).

Посмотрите, какую красоту уже делают ваши коллеги:

- стильные [кружки](#) и [футболки](#) от центра защиты животных «Соседи»;
- [игрушки ручной работы, раскраски, значки, кружки, чехлы для телефонов](#) от приюта для собак «Красная сосна»;
- [футболки, толстовки, носки, стикеры, шопперы](#) от «РусДога».

## Благотворительный маркетплейс

Дайте возможность вашей аудитории продавать свои изделия или услуги на вашей платформе. С каждой сделки вы оставляете некий процент на нужды приюта.

Что надо сделать:

1. Изучить возможности вашей аудитории. Есть ли среди них те, кто делают что-то своими руками, оказывают какие-нибудь услуги.
2. Свяжитесь с ними, предложите продавать эти товары или услуги в вашем благотворительном магазине.
3. Обсудите стоимость и размер комиссии. Кроме обычной продажи по фиксированной цене вы можете сделать аукцион. Их, кстати, несколько видов:
  - открытый аукцион — во время прохождения участники видят ставки всех своих оппонентов;
  - закрытый аукцион — во время прохождения участники не видят ставки своих оппонентов и не могут изменять свои ставки. Заявки подаются в закрытом виде (в конвертах) — каждый участник напрямую, не разглашая публично, сообщает аукционисту размер своей ставки;
  - английский аукцион — самый распространенный вид аукциона, который предусматривает, что покупатели предлагают за товар пошагово возрастающую цену, пока не останется один аукционер — победитель. Также его называют «аукцион на повышение»;
  - голландский аукцион — аукцион, на котором торг начинается с очень высокой цены и ведется с её понижением, пока не найдется покупатель, согласный купить по объявленной цене.

Источник: [Википедия](#).

4. Параллельно начните создавать этот магазин. Самый простой вариант — отдельное сообщество в социальной сети ВКонтакте и Инстаграме. Чуть сложнее создать онлайн-магазин. Проще всего это сделать при помощи [Тильды](#) или [Битрикс24](#).
5. Заключите договор между вашим НКО и продавцом, в котором оговорите условия передачи товара, процент комиссии, ответственность за претензии покупателей. Обратитесь к волонтерам-юристам за помощью в подготовке такого документа.
6. Разместите пробные товары и начните их активно продвигать.
7. Расширяйте ассортимент товаров и услуг вашего магазина.

Обязательно изучите проект [Сундучок добра ВЕЛЕС](#) общества защиты животных «ВЕЛЕС» (г. Вологда). Они выступают виртуальным блошиным рынком, на котором продается что угодно — от книг и горшечных цветов до зоотоваров. Все вырученные деньги идут на поддержку работы организации.

## Мастер-классы и творческие встречи

Организируйте мастер-классы по декоративно-прикладному творчеству на территории приюта или у партнеров.

При должной проработке проблемы может подойти для [гранта](#).

Что надо сделать:

1. Найдите преподавателей рисования или ДПИ. Начните среди волонтеров и подписчиков.
2. Предложите провести небольшой мастер-класс: скрапбукинг, флористика, вышивка, вязание, рисование в разных техниках, роспись по ткани, аппликации и т.д. Придумайте тему встречи: квартирник, поэзия, живопись и т.д. Подумайте, как включить во встречу ваших питомцев. Самый простой вариант — они будут служить моделями. Или создавать атмосферу: тереться об ноги участников, мурчать, грустно смотреть и требовать еды или почесов.
3. Определите стоимость мастер-класса. Нужно учесть стоимость материалов, услуги мастера (при условии, что он с вами не как волонтер) + дополнительные расходы, например, чай и печенье для участников.
4. Определитесь с местом проведения. Это может быть территория вашего приюта, если позволяют площади и есть необходимая мебель. Или пространство художественной школы. Или кафе. В таком случае необходимо договориться с владельцем помещения.
5. Начните информационную кампанию и сформируйте необходимую группу. Не постесняйтесь сказать, что участники могут принести на встречу то, что необходимо приюту.
6. Проведите встречу.
7. Подробно расскажите о ней в социальных сетях. Делитесь мнением участников.
8. Начните подготовку к следующей встрече.

Посмотрите, как «Котеешная №1» проводит [«Творческую арт встречу»](#) и [«Мастер-класс по японской живописи суми-э»](#).

## Зоойога

Организируйте занятия йогой на территории приюта или у партнеров. Почему йога? Из всех видов тренировок это самый низкокзатратный спорт, не требует специального дорогого оборудования и специальной подготовки аудитории. Однако вам важно подобрать профессионального тренера, который сможет выстроить тренировку исходя из способностей участников.

При должной проработке проблемы может подойти для [гранта](#).

Что надо сделать:

1. Найдите тренера йоги. Начните среди волонтеров и подписчиков.
2. Предложите провести тренировку. Подумайте, как включить во встречу ваших питомцев. Скорее всего, они будут просто находиться в зале и всячески общаться с участниками. Это может быть дога-йога или кото-йога.
3. Определите стоимость тренировки. Нужно учесть стоимость работы тренера (при условии, что он с вами не как волонтер), аренду ковриков, помещения, воду для участников.
4. Определитесь с местом проведения. Это может быть территория вашего приюта, если позволяют площади или партнерский спортзал. В таком случае необходимо договориться с владельцем помещения.
5. Начните информационную кампанию и сформируйте необходимую группу. Не постесняйтесь сказать, что участники могут принести на встречу то, что необходимо приюту.
6. Проведите занятие.
7. Подробно расскажите о нем в социальных сетях. Делитесь мнением участников.
8. Начните подготовку к следующей тренировке.

Посмотрите, как котокафе «Котики и люди» проводят [«Котойогу»](#).

## Котокафе

Создайте пространство, в котором люди смогут провести время друг с другом и с вашими котиками. Самый распространенный формат котокафе — это пространство, в котором посетители платят за время нахождения. Такой формат принято называть «антикафе». Посетителям бесплатно предоставляются чай, кофе, угощения, игры, книги. А самое главное — возможность общаться с кошками и котами, которые постоянно живут здесь. Посетители могут забрать понравившегося питомца домой.

На чем вы можете зарабатывать деньги:

1. Время пребывания в кафе. Вы можете назначать разные цены для разных дней недели и времени суток. Выходные и вечера будней могут стоить дороже, утренние часы — дешевле.
2. Проведение дней рождения, утренников с аниматорами.
3. Мастер-классы.
4. Угощения для котов.
5. Ваши сувениры и товары от партнеров.

Обязательно используйте пространство котокафе для знакомства с вашим приютом, его историей, сотрудниками, постояльцами, планами, проектами и нуждами.

Анализ котокафе показывает, что основной клиент — это девушки 20–27 лет. Именно на эту аудиторию вам необходимо ориентировать продвижение котокафе.

Есть расхожая фраза, что главное для бизнеса — это место, место и еще раз место.

Именно выбору места вам необходимо посвятить много времени. Вот возможные критерии:

1. Это должно быть изолированное помещение с отдельным входом. Если вы рассматриваете помещение в торговом комплексе или с общим коридором с другими торговыми или офисными помещениями, то будьте готовы к жалобам других арендаторов.
2. Наличие парковок и близость остановок общественного транспорта.
3. Наличие большого пешеходного потока на прилегающих улицах.
4. Идеальный вариант — вход в кафе находится на первой линии, то есть попасть в кафе можно сразу с улицы, а не через двор или арку.
5. Площадь помещения. Анализ котокафе показывает, что оптимальный размер — 50–150 кв.м.
6. Арендное помещение должно быть нежилым.
7. Наличие ремонта. Оптимальный вариант — помещение готово к тому, чтобы вы въехали в него в день подписания договора аренды.
8. Самый главный критерий — стоимость. Стремитесь к тому, чтобы размер арендной платы был минимальным. Во время переговоров делайте акцент на том, что котокафе — это не коммерческий, а социальный проект. Не стесняйтесь добиваться максимальной скидки.

Какие разрешительные документы вам могут понадобиться:

- Согласование с местным водоканалом, энергосбытом и МЧС. Чтобы получить соответствующие документы, необходимо составить технический и инженерный проекты объекта, провести монтаж вентиляции, системы противопожарных датчиков, электропроводки, канализации и водоснабжения. Скорее всего, все эти документы есть у арендодателя.
- Особых правил по организации кафе с живыми кошками Роспотребнадзор не вводил, но животные и кухня, где будет приготавливаться чай и печенье, должны иметь отдельные помещения. Вход животным на кухню и в кладовую должны быть закрыты.
- Каждому питомцу необходимо иметь ветеринарный паспорт. В документе указывается, когда прививалось животное, каким препаратом и в какие сроки выполняется дегельминтизация и обработка от блох.
- В штате котокафе обязательно должен быть ветеринарный врач. Копия диплома работника предоставляется при проверке Роспотребнадзора.
- Если кафе организовано в жилом доме, то потребуются письменные согласия соседей. Бумага составляется в произвольной форме, в ней прописывается, что такие-то физические лица, проживающие по такому-то адресу, не против, чтобы рядом открыли антикафе.

Для минимальной комплектации котокафе может потребоваться:

- Холодильник или охлаждаемая камера для хранения влажных кормов и подкормок (1 шт.).
- Столы разделочные кухонные (2 шт.).
- Чашки и блюдца для чая (30 шт.).

- Термопот на 3—10 литров.
- Стаканы для подачи холодных напитков (30 шт.) и ложки.
- Раздельные мойки для кошачьей посуды и кухонной (2 шт.).
- Зоотовары для кошек.
- Диваны для гостей (4 шт.).
- Полки или шкафы (5 шт.).
- Ковер или ковровое покрытие.
- Столики для игр (8 шт.).
- Настольные игры и книги для гостей.
- Стулья для взрослых и детей (20 шт.).
- Хозяйственные принадлежности.

#### Источник

Расходы на открытие котокафе составят от 400 000 рублей. Мы рекомендуем воспользоваться [грантами](#) и [краудфандингом](#) для привлечения средств.

При должном маркетинге вы сможете выйти на окупаемость основных средств за 8–18 месяцев. Затем котокафе будет приносить прибыль.

Главная сложность, с которой столкнулись все котокафе, — ограничения на работу во время пандемии коронавируса.

В России работают несколько десятков котокафе. Изучите [карту](#), свяжитесь с владельцами котокафе, расспросите о подводных камнях и проблемах, с которыми вы можете столкнуться во время создания такого проекта.

Кстати, можно открыть кафе, где посетители будут общаться с собаками! Обязательно изучите [песокафе «Гавстори»](#).

## **Продажа рекламы**

Подписчики в ваших социальных сетях — это ваш актив, который вы можете монетизировать. Начните продавать рекламные посты.

Что надо сделать:

1. Изучите стоимость размещения рекламы в городских сообществах, схожих с вашей тематикой и количеством подписчиков.
2. Проведите анализ интересов ваших подписчиков и их демографии (пол, возраст, образование и т.п.).
3. Разработайте коммерческое предложение и ознакомьте с ним потенциальных рекламодателей. Рекламодателями могут быть те предприятия, которые предлагают товары, схожие с интересами ваших подписчиков. Это точно будут ветеринарные клиники, магазины зоотоваров.
4. Опубликуйте коммерческое предложение на вашем сайте.
5. Каждый купленный пост пометайте как рекламный и не стесняйтесь говорить, что все средства от рекламы направляются на нужды приюта.

[Пример](#) рекламы от приюта «Лучший друг».



## Привлечение грантов

Гранты — важный источник ресурсов на развитие деятельности приюта. В этом пособии мы постарались привести примеры проектов, которые вы можете подать на грант. Мы встречали некоторые организации, которые принципиально не участвуют в грантовых конкурсах. На вопрос «почему?» они отвечали, что пару раз пробовали, не выиграли и перестали пытаться.

Такая позиция имеет место быть в условиях достаточного финансирования. Если вам повезло, то можете пропустить этот параграф. Если вам хочется привлекать больше грантовых средств, то сделайте следующее:

1. Начните следить за грантовыми конкурсами. Не пропускайте объявления новых конкурсов. Подпишитесь на обновления портала [«Все конкурсы»](#) и [«гранты.рф»](#).
2. Пройдите обучение проектированию. Подавайте грамотные заявки. Сейчас вы можете найти большое количество различных курсов. Мы рекомендуем бесплатный и очень полезный курс [«Социальное проектирование»](#) от Центра социальных программ РУСАЛа и [образовательные материалы](#) от Фонда президентских грантов.
3. Внимательно читайте положение о конкурсе, особое внимание уделяйте номинациям и критериям. Именно там заложены подсказки к победе.
4. Выделяйте время и людей на продумывание того, как может развиваться ваш приют. Именно эти идеи и должны лечь в основу грантовой заявки. Сам грант — не самоцель, он лишь средство для развития вашей деятельности.
5. Ключевой секрет — чтобы выиграть грант, вам надо подавать заявку на грант.

Участвуйте в различных конкурсах, набивайте руку. С каждым разом у вас будет получаться все проще и быстрее.



## Поддержка от бизнеса

В поиске ресурсов не стоит фокусироваться только на физических лицах.

Существенную поддержку вам могут оказать юрлица: бизнес, бюджетные учреждения и другие некоммерческие организации. Эта поддержка может быть:

1. материальной — помощь приюту деньгами и другими ресурсами;
2. интеллектуальной — помощь приюту профессиональной экспертизой;
3. организационной — помощь приюту другими возможными способами.

Как правило, виды поддержки между собой сочетаются.

### Пункты сбора

1. Составьте список возможных партнеров, где вы можете организовать пункты сбора помощи вашему приюту. Начните со своих знакомых предпринимателей, ядра волонтеров, а также зоомагазинов и ветеринарных клиник.
2. Свяжитесь с возможными партнерами и предложите им организовать на их территории пункты сбора. Это может быть постоянная точка или место для разовой акции. Независимо от результатов встречи обязательно спросите, к кому еще вам стоит обратиться с подобным запросом.
3. В случае успешных переговоров обсудите условия для организации точки сбора, ответственность сторон, информационное сопровождение.
4. Разверните пункт сбора в соответствии с условиями.
5. Регулярно сообщайте о пунктах сбора своим подписчикам и гостям.
6. Развивайте пункты сбора, чтобы донорам было максимально удобно помочь вам.
7. Регулярно адресно благодарите партнеров.

[Пример поста](#) о пунктах сбора от приюта «Лучший друг».

### Корзина доброты

**Суть акции:** клиент магазина-партнера может купить то, что нужно приюту, и оставить это в специальной корзине. Такая акция может быть первым, пробным событием перед тем, как устанавливать [бокс для сбора денег или корма](#). Как правило, такая акция краткосрочна и необходима для того, чтобы проверить, будут ли посетители оставлять что-то для приюта.

1. Составьте список потенциальных партнеров:
  - Зоомагазины.
  - Хозяйственные магазины.
  - Продуктовые магазины.
  - Аптеки.

Хорошо использовать для этой цели вашу [CRM](#).

2. Обратитесь к каждому партнеру с предварительным запросом на предоставление помощи.
3. Независимо от итогов встречи спросите, кто еще может стать партнером вашего

- приюта.
4. В случае успешных переговоров в прикассовой зоне или на выходе установите корзину/тележку для сбора корма, лекарств или других товаров, нужных вашему приюту. Обязательно снабдите эту корзину/тележку информацией о том, что проходит акция, какие товары вы ждете от равнодушных жителей города. И всю информацию о вашем приюте, включая реквизиты, контактные данные, ссылки на сайт и группы в социальных сетях.
  5. Регулярно рассказывайте о том, что проходит такая акция, в каких точках можно помочь.
  6. Делайте пост с благодарностью для каждого нового партнера и для каждого момента, когда помощь оказывается.
  7. Регулярно делайте посты, в которых благодарите партнеров и приглашайте новые организации поддерживать вашу деятельность.

Примеров таких сборов множество. Но мы рекомендуем обратить внимание на [одноименный проект фонда «Русь»](#). Свяжитесь с представителями фонда, пройдите авторизацию, и на сайте проекта любой желающий сможет оплатить корм для вашего приюта, а волонтеры фонда привезут его вам.

## Боксы для сбора денег или корма

Один из самых распространенных механизмов.

1. Узнайте у партнеров (юридических лиц) о возможности размещения у них таких боксов. Если это магазины, то боксы для сбора денег могут быть расположены в прикассовой зоне, а для сбора корма — по пути к выходу. Мы рекомендуем привлекать партнеров из разных районов вашего города. Кроме магазинов ими могут быть ветеринарные клиники, образовательные учреждения, волонтерские и молодежные центры, офисы других общественных организаций. Один бокс обязательно разместите на территории своего приюта.
2. Изготовить боксы могут мастерские, специализирующиеся на рекламных конструкциях. Для создания макетов вы можете привлечь волонтеров. На боксе должна быть указана информация:
  - сведения об организации, которая собирает пожертвования (название, почтовый адрес, ИНН, номер счета);
  - наименование программы или иного документа, в соответствии с которым проводится сбор;
  - сайт организации (при наличии);
  - контактные данные, по которым благотворитель может получить информацию;
  - инвентарный номер.
3. С теми партнерами, кто готов сотрудничать, необходимо заключить договор. Мы подготовили для вас [шаблон такого договора](#) со всеми приложениями. Но прежде чем его использовать, покажите этот документ вашему юристу.
4. После заключения договора установите боксы. По мере наполнения производите выемку, подписывая соответствующий акт.
5. Все адреса боксов обязательно опубликуйте на вашем сайте. Это не только поможет посетителям сайта узнать, где оказать вам помощь, но и соответствует [требованиям текущего законодательства](#).

6. Регулярно рассказывайте в социальных сетях про места расположения боксов, что туда стоит класть, а что не стоит.
7. Делитесь рекордами и самыми интересными вещами, которые вы обнаруживаете в боксах.
8. Регулярно благодарите партнеров.

Обязательно внимательно изучите постановление Правительства РФ от 1 октября 2020 г. N 1584 [«Об утверждении требований к ящикам для сбора благотворительных пожертвований, порядка их установки, использования и извлечения имущества собранного с их помощью»](#).

У боксов есть несколько недостатков:

- Из них могут быть похищены средства посетителями или сотрудниками организации.
- Сами боксы могут быть украдены.
- Люди все реже носят с собой наличные деньги.
- В качестве альтернативы или в дополнение к боксам рассмотрите вариант размещения.
- [QR-кодов](#) или использования специальных [стикеров](#).

## Памятники-копилки

Довольно редкий инструмент, однако он может помочь вам не только регулярно пополнять бюджет, но и привлекать внимание к проблемам обращения с животными.

**Суть инструмента:** создайте небольшой памятник и разместите его в городе. Памятник должен быть таким, чтобы любой желающий мог оставить небольшую сумму для целей приюта. Памятник должен иметь собственную историю или легенду.

Что надо сделать:

1. Найдите художника для изготовления памятника. Обсудите макет и смету.
2. Проект памятника должен предусматривать антивандальные элементы, чтобы сохранить собранные средства в безопасности.
3. Определите возможные места размещения памятника. Это должно быть проходимое место. Возможно, площадь в сквере или открытое пространство в торговом центре. Хорошо, если это место будет оборудовано видеонаблюдением, что снизит риски порчи памятника.
4. Получите разрешение на размещение памятника по согласованному эскизу с собственником земли или здания.
5. Начните сбор средств. Мы рекомендуем воспользоваться [краудфандингом](#) и [грантами](#). Привлеките внимание СМИ и своих подписчиков.
6. Изготовьте памятник.
7. Регулярно рассказывайте о памятнике в социальных сетях, публикуйте ответы о собранных средствах.

Посмотрите на памятник [Бездомному коту](#), который был установлен в Перми приютом «Матроскин». За 2020 год в Счастливчике накопилось почти 60 000 рублей. Но еще важно, что памятник посвящен проблеме жестокого обращения с животными.

## Натуральная помощь

1. Составьте список потенциальных партнеров:
  - Зоомагазины.
  - Ветеринарные клиники.
  - Хозяйственные магазины.
  - Волонтеры.Хорошо использовать для этой цели вашу [CRM](#).
2. Обратитесь к каждому партнеру с предварительным запросом на предоставление помощи.
3. Независимо от итогов встречи спросите, кто еще может стать партнером вашего приюта.
4. В случае успешных переговоров обсудите детали, регулярность поддержки, взаимную ответственность.
5. Сделайте пост с благодарностью для каждого нового партнера и для каждого момента, когда помощь оказывается.
6. Регулярно делайте посты, в которых благодарите партнеров и приглашаете новые организации поддерживать вашу деятельность.
7. Приглашайте жителей стать волонтерами и провести какое-то время с собакой, выгулять ее в парке. Мотивация — подвигаться и насладиться прекрасным местом, а заодно побыть рядом с животным. С собой можно привозить подарки (еду, лекарства, вещи и др.) [Пример, #волонтерские выходные](#). [Пример инструкции, как стать волонтером от Собаки Кожуховского приюта](#).

## Корпоративные подарки партнерам

Дайте возможность друзьям вашего приюта сделать памятные подарки своим партнерам и одновременно помочь вам.

Что надо сделать:

1. Придумайте форму, носитель. Самый простой способ: сделайте красивое шаблонное письмо с посланием: «От вашего имени было сделано пожертвование фонду N». С макетом этого письма вам могут помочь волонтеры. **Хорошо**, если у вас будет несколько разных макетов. Еще лучше, если носителем выступит ваша собственная [сувенирная продукция](#).
2. Найдите партнеров, кто готов изменить подход к корпоративным подаркам.
3. Найдите повод. Это должна быть дата, когда у партнеров принято делать друг другу подарки. Разумеется, Новый год. Отлично подходят любые профессиональные и отраслевые праздники: День металлурга, День Воздушного флота и т.д. Загляните в список [профессиональных праздников России](#).
4. Дайте знать, что ваш приют готов помочь сделать предстоящий праздник не только запоминающимся, но и подчеркнуть ответственность организации. Рассказывайте в социальных сетях, упоминайте о такой возможности на встречах. Делайте это заранее. Так, к Новому году компании начинают готовиться уже с сентября.
5. Каждый раз, когда кто-то из партнеров пользуется такой услугой, рассказывайте об этом (с согласия партнера, разумеется). Формируйте моду на такой тип подарков.

## Как вы можете поблагодарить партнеров

Работа с партнерами похожа на выращивание прекрасной яблони. Важно не только стремиться к тому, чтобы один раз собрать максимальный урожай, но делать так, чтобы яблоня росла, крепла, чувствовала себя отлично.

Регулярно встречайтесь с партнерами без повода, просто так. Пейте чай, беседуйте, узнавайте друг друга лучше. И благодарите. По поводу и без.

Вот как это можно сделать:

1. Рекламные посты. Рассказывайте о предприятии, давайте ссылки на аккаунты, телефоны, адреса.
2. Сделайте специальный раздел с упоминанием партнеров в аккаунтах и на сайте приюта. Посмотрите как это сделано у [Сообщества волонтеров Кожуховского приюта для собак](#).
3. Пишите отдельные благодарственные посты. Вот, например, [«Котеешная № 1»](#) или приют [«Лучик»](#).
4. Пишите классические бумажные благодарственные письма. Хорошо, если они будут оригинально оформлены, с использованием вашего фирменного стиля.
5. Дарите ваши [фирменные сувениры](#).
6. Создавайте и размещайте памятные плакетки на территории приюта, например, на вольерах.
7. Размещайте информацию на баннерах, роллапах во время проведения событий.

## Корпоративные волонтеры

*Параграф написан генеральным директором консалтинг-интегратора в области ESG «YouSocial» Евгенией Кузнецовой.*

Организация работы приюта требует решения оперативных задач и ежедневного погружения в текущие вопросы. К тому же вам необходимо держать в голове стратегическое видение дальнейшего развития организации. Выполнять все это самостоятельно сложно, лучше найти дополнительную точку опоры. Поддержкой вашей деятельности со стороны могут заниматься волонтеры, правда, работа с добровольцами тоже требует вложения ресурса. Чтобы оно окупилось, к такой работе нужно подходить системно. Давайте вместе рассмотрим взаимодействие с корпоративными волонтерами как один из каналов поддержки деятельности вашей организации.

Корпоративное волонтерство (КВ) — направление корпоративной социальной ответственности бизнеса, в рамках которого сотрудники организации добровольно участвуют в различных социальных программах при поддержке своей компании. В основном программы КВ существуют в крупных компаниях, работающих в разных сферах: металлургия, FMCG, ритейл, телеком, финансовая сфера и т.д. В этом случае у них есть свой координатор, выделенные ресурсы и утвержденный годовой план проектов. Иногда подобные программы поддерживаются средними и малыми предпринимателями, здесь организация команды и ее поддержка в большинстве случаев ложится на плечи самого активного сотрудника.

Плюсы взаимодействия с корпоративными волонтерами:

1. Зачастую КВ — это командная работа, сложенное и слаженное сообщество. Иногда волонтеры привлекают своих друзей и родных, что положительно сказывается на формате их работы;
2. У корпоративной волонтерской программы всегда есть лидер или координатор, соответственно, вам нужно поддерживать контакт на постоянной основе только с одним представителем от добровольческого движения;
3. В команде корпоративных волонтеров встречаются люди с разными компетенциями — их можно вовлечь, например, в фандрайзинговую кампанию, разработать новый дизайн для приюта или подключить к анализу финансового планирования.

Главная особенность взаимодействия с корпволонтерами — необходимость учитывать пожелания самой компании. Например, разрешить фото — и видеосопровождение или выбрать дату проведения мероприятия, удобную для добровольцев. Однако не стоит рассчитывать, что получится запросить конкретное количество помощников в нужный вам день.

Как найти такие команды волонтеров?

**Сценарий № 1: у вашего приюта есть волонтеры, и они готовы стать вашими «проводниками» в своей компании.**

Здорово узнать, в каких организациях работают люди, знакомые с вашей деятельностью и нуждами. Вы можете обратиться за помощью именно в эти компании, заручившись поддержкой неравнодушных. Не исключено, что в них уже развивают программы корпоративного волонтерства, тогда ваше учреждение может стать их полноценным партнером. Возможно, в организациях есть грантовая поддержка волонтерских проектов, и вместе с корпдобровольцами вы сможете продвинуть свою деятельность, получив средства на ее качественное развитие. Или в компаниях давно хотят начать социальную программу в рамках КСО, в таком случае вы и ваши готовые решения могут очень пригодиться.

Корпоративные волонтеры — отличная возможность для построения первичной коммуникации с любой компанией: это создает доверие к вам и вашей деятельности, упрощает переговоры. Повышается возможность положительного итогового решения о сотрудничестве.

**Сценарий № 2: вы решили расширить круг своих волонтеров и самостоятельно познаться с компаниями в регионе.**

Для начала посмотрите список компаний в вашем городе и выберите те, которые относятся к крупному бизнесу или градообразующим предприятиям. Возможно, в городе уже есть компании, которые заявили о своей приверженности социальным ценностям и входят в Национальный совет по корпоративному волонтерству (см. вкладку «участники» на сайте <https://nccv.ru/>). Сделайте выборку и свяжитесь с ответственным лицом, отвечающим за социальную повестку. В более крупных компаниях это представители отдельной функции корпоративной социальной ответственности (КСО) или устойчивого развития (УР), в некоторых — сотрудники HR, PR или маркетингового департамента.

### **Переговорный процесс**

Будьте опорой менеджерам для развития корпоративного добровольчества и во время переговоров ориентируйтесь на пересечение интересов приюта, компании и сотрудников.



Со своей стороны предлагайте разные варианты помощи своей организации. Пусть компания получит шанс выбрать то, что откликается больше всего. Кроме физической помощи, есть масса вариантов: медиаволонтерская поддержка, сбор пожертвований, передача гуманитарной помощи (корм, поводки или миски для питания).

У каждой компании может быть свой запрос на развитие программы КВ — это возможность наладить горизонтальное взаимодействие между сотрудниками из разных департаментов, снизить «текучесть кадров», внести свой вклад в социальное развитие регионов. Для лучшего взаимодействия вам, в первую очередь, необходимо понять основные цели и задачи программы со стороны компании.

Для сотрудников это способ оказать помощь нуждающимся, выйти из рутины, укрепить уважение в своих глазах и глазах своих детей, провести время в кругу единомышленников, также волонтерство приносит дополнительные смыслы в жизнь людей.

Понять готовность сотрудников и то, как они могут помогать, поможет опрос, который можно запустить внутри компании. Результаты помогут и вам, и ответственному менеджеру предложить актуальные варианты взаимодействия и поддержать желание сотрудников. Программы, созданные на пересечении интересов сторон, являются наиболее устойчивыми в долгосрочной перспективе.

Итак, у вас уже есть корпоративный партнёр и добровольцы. Что дальше? После уточнения целей и задач всех участников действуйте.

Во-первых, выстраивайте взаимодействие с волонтерами с учетом их интересов и запросов. Ведь люди безвозмездно оказывают помощь в свое свободное время и ожидают уважения и разделения общих ценностей.

Во-вторых, как правило, в коллективе добровольцев всегда есть те, кто готов вкладываться сильнее остальных. Постарайтесь уделять внимание таким людям. Предлагайте им чуть большую зону ответственности, отмечайте их вклад в работу вашего учреждения, делитесь важностью их участия с компанией-работодателем. Также важно выделять лидеров-коммуникаторов, которые способны масштабировать помощь приюту, собрав вокруг себя еще больше равнодушных людей из своего коллектива.

В-третьих, будьте открыты изменениям. Особое внимание уделяйте тем предложениям и идеям, что идут от самих волонтеров. Возможно, именно вашим животным будет посвящена реклама в городском автобусе и именно о вашем приюте будут рассказывать новым сотрудникам во время ознакомительного дня.

### **Топ-3 ошибок и рекомендаций в работе с корпоративными волонтерами**

#### **1 – Отсутствие организации процесса**

Приют – это ваша территория, а вы в ней хозяин. Принимайте волонтеров как гостей и не отпускайте в «свободное плавание». Во-первых, надо спланировать объем работы заранее, иначе помощь может превратиться в развлечение. Во-вторых, учтите, чтобы она была посильной и не вызвала переутомления. В-третьих, будьте доброжелательны, дарите людям положительные эмоции. И, в-четвертых, всегда проводите инструктаж, особенно если на мероприятии присутствуют дети.



## 2 – Слабое понимание запросов сторон

На любом из этапов взаимодействия помните, что волонтеры не всегда разбираются в деталях и тонкостях процесса. Погружайте добровольцев в свою работу, рассказывайте о том, какой результат вы от них ждете. Кроме того, обращайтесь внимание на все доступные виды волонтерства. Поэтому разговаривайте, наблюдайте и предлагайте разные варианты помощи.

Вид волонтерской деятельности	Пример
Традиционное волонтерство	Выгул собак, поддержка вольеров
Интеллектуальное волонтерство	Создание и обновление сайта, юридическая помощь
Событийное волонтерство	Организация фестиваля или гуманитарного сбора
Медиаволонтерство	Поддержка приюта в соц сетях и региональных СМИ

## 3 – Завышенные ожидания

Помните, что нельзя обрушивать на добровольцев все ваши планы и нужды. Волонтеры — это не сотрудники вашего приюта. Они настроены помогать, но вряд ли смогут сделать все необходимое.

Безусловно, работа с корпоративными волонтерами имеет свои особенности. Вам нужно будет общаться с руководителями направлений в компании; думать над тем, как сделать совместную работу интересной и эффективной. Однако дружба с корпоративными волонтерами откроет перед приютом большое количество возможностей благодаря системной и разнообразной поддержке.

# Участие в конкурсах и закупках

*Параграф написан специалистами АНО «Краевой центр поддержки и развития общественных инициатив» при личной поддержке исполнительного директора Центра Анны Кузнецовой.*

В настоящее время одним из наиболее перспективных способов поиска потенциального Заказчика услуг, предусмотренных уставом некоммерческой организации, является официальный сайт единой информационной системы в сфере закупок – [zakupki.gov.ru](http://zakupki.gov.ru).

Основной тенденцией современных государственных закупок является проведение таких закупок в электронной форме. Заказчики в большинстве случаев выбирают электронную форму проведения процедуры закупки, практически вытесняя подачу заявок на бумажном носителе. Для того, чтобы НКО полноценно принимать участие в государственных закупках в электронной форме, необходимо совершить ряд действий по получению квалифицированной электронной подписи и регистрации НКО с помощью электронной подписи с правами поставщика, исполнителя услуг на официальном сайте единой информационной системы в сфере закупок. В этом параграфе мы подробно расскажем, как некоммерческой организации стать участни-

ком государственных закупок.

## 1. РЕГИСТРАЦИЯ НКО НА ОФИЦИАЛЬНОМ САЙТЕ ЕДИНОЙ ИНФОРМАЦИОННОЙ СИСТЕМЫ В СФЕРЕ ЗАКУПОК

Что необходимо сделать участнику закупки – юридическому лицу Российской Федерации для участия в электронных процедурах.

### 1.1. Получение электронной цифровой подписи в аккредитованных удостоверяющих центрах.

В целях регистрации НКО на официальном сайте единой информационной системы в сфере закупок руководитель некоммерческой организации должен обратиться с заявлением о выдаче цифровой подписи на электронном носителе (далее – ЭЦП) в организации, являющиеся удостоверяющими центрами, имеющими аккредитацию в Минкомсвязи России (Список аккредитованных организаций размещен на [сайте Минкомсвязи](#)).

Чтобы заключить договор на получение ЭЦП, вам потребуются следующие документы:

1. Копия Свидетельства о внесении записи в ЕГРЮЛ, заверенная нотариусом или лицом, действующим от имени юридического лица без доверенности.
2. Копия Свидетельства о постановке на учет в налоговом органе (ИНН), заверенная нотариусом или лицом, действующим от имени юридического лица без доверенности.
3. Основной документ, удостоверяющий личность (общегражданский паспорт) владельца сертификата. Предоставляется копия 2 и 3 страницы, заверенная нотариусом или лицом, действующим от имени юридического лица без доверенности. Иностранные документы представляются с нотариально заверенным переводом на русский язык.
4. Копия документа, подтверждающего правомочия представителя обращаться от имени юридического лица за получением квалифицированного сертификата (копия приказа, доверенность, для руководителя — копия протокола или решения), заверенная нотариусом или лицом, действующим от имени юридического лица без доверенности.
5. Копия страхового свидетельства обязательного пенсионного страхования физического лица-владельца сертификата, заверенная нотариусом или лицом, действующим от имени юридического лица без доверенности.

Выписка из ЕГРЮЛ скачивается в электронном виде с [сайта ФНС РФ](#), печатать и заверять ее не нужно. Она направляется на электронную почту аккредитованной организации в электронном виде в формате PDF с подписью ФНС РФ. Но это лучше уточнить заранее.

Все копии документов заверяются нотариусом или лицом, действующим от имени юридического лица без доверенности (данное лицо определено в выписке из ЕГРЮЛ).

### 1.2. Получение электронной цифровой подписи в удостоверяющих центрах Федеральной налоговой службы.

С 1 января 2022 года на ФНС России возлагаются функции по выпуску квалифицированной электронной подписи для юридических лиц (лиц, имеющих право действовать от имени юридического лица без доверенности — руководители организации).

В рамках проведения пилотного проекта по выпуску квалифицированной электронной подписи (КЭП), начиная с 01.07.2021 года, квалифицированную электронную подпись можно получить в Удостоверяющем центре ФНС России (УЦ ФНС России) в порядке, предусмотренном приказом ФНС России от 30.12.2020 г. № ВД-7-24/982.

Для получения ЭЦП в органах Федеральной налоговой службы (Удостоверяющий центр ФНС,

УЦ ФНС) установлен следующий порядок и перечень документов:

1. Создание квалифицированного сертификата ключа проверки электронной подписи (далее – КСКПЭП) осуществляется на основании заявления (форма заявления не утверждена, заявление заполняется в месте его подачи) на КСКПЭП, которое формируется:

- а) в месте выдачи КСКПЭП УЦ ФНС России по месту нахождения владельца КСКПЭП на бумажном носителе;
- б) с использованием личного кабинета налогоплательщика при формировании электронного документа, подписанного КСКПЭП УЦ ФНС России, при наличии действующего КСКПЭП;
- в) в иных информационных системах.

В пунктах выдачи УЦ ФНС России заявителем предоставляется носитель ключевой информации, оснащенный интерфейсом универсальной последовательной шины (ТИП А) – это USB накопитель. Удостоверяющий центр создает ключ ЭП и ключ проверки ЭП для заявителя в соответствии с правилами пользования средствами криптографической защиты информации.

2. В заявлении на выдачу КСКПЭП указываются:

- фамилия, имя, отчество (при наличии) лица, обратившегося за получением КСКПЭП;
- полное наименование заявителя – юридического лица (для юридического лица);
- реквизиты основного документа, удостоверяющего личность лица, обратившегося за получением КСКПЭП;
- идентификационный номер налогоплательщика заявителя физического лица (для индивидуального предпринимателя или лица, имеющего право без доверенности действовать от имени юридического лица);
- идентификационный номер налогоплательщика юридического лица (для юридического лица);
- страховой номер индивидуального лицевого счета лица, обратившегося за получением КСКПЭП;
- основной государственный регистрационный номер (для юридического лица);
- основной государственный регистрационный номер записи о государственной регистрации физического лица в качестве индивидуального предпринимателя (для индивидуального предпринимателя);
- адрес электронной почты заявителя (при наличии).

Заявление на выдачу КСКПЭП подписывается лицом, обратившимся за получением КСКПЭП. Идентификация проводится при личном присутствии по основному документу, удостоверяющему личность лица, обратившегося за получением КСКПЭП, или без личного присутствия с использованием действующей КСКПЭП и с применением информационных технологий путем предоставления сведений из единой системы идентификации и аутентификации и единой информационной системы персональных данных, обеспечивающей обработку, сбор и хранение биометрических персональных данных, их проверку и передачу информации о степени их соответствия предоставленным биометрическим персональным данным физического лица (далее – идентификация).

Идентификация заявителя при первом получении КСКПЭП в УЦ ФНС России осуществляется в месте выдачи при его личном присутствии.

КСКПЭП выдается заявителю в течение 5 календарных дней после даты получения им уведомления о прохождении проверок. В случае неявки заявителя в указанный срок заявление на выдачу КСКПЭП аннулируется.

КСКПЭП создается после подтверждения достоверности представленных сведений в течение 15 минут с момента подачи заявления на КСКПЭП и прилагаемых документов. Срок создания КСКПЭП может быть увеличен до пяти календарных дней в случае несвоевременного получения сведений, необходимых для создания КСКПЭП и находящихся в распоряжении государственных органов.

КСКПЭП выдается в форме электронного документа УЦ ФНС России после идентификации лица, обратившегося за получением КСКПЭП.

При получении КСКПЭП лицо, обратившееся за получением КСКПЭП, должно быть ознакомлено под расписку с информацией, содержащейся в КСКПЭП.

Одновременно с выдачей КСКПЭП владельцу КСКПЭП предоставляется руководство по обеспечению безопасности использования КСКПЭП и средств квалифицированной электронной подписи.

Некоммерческой организации необходимо обратиться в один из налоговых органов, список которых размещен на [официальном сайте Федеральной налоговой службы](#).

ЭЦП можно приобрести на физическое лицо или юридическое лицо, если некоммерческая организация уже создана и внесена в единый государственный реестр юридических лиц. В последнем случае ЭЦП должна содержать сведения об организации и ее руководителе, соответствующие единому государственному реестру юридических лиц.

### **1.3. Получение электронной цифровой подписи в удостоверяющих центрах территориальных органов Федерального казначейства.**

Получение квалифицированного сертификата ключа проверки электронной подписи с помощью онлайн-сервиса возможно только при наличии действующего квалифицированного сертификата ключа проверки электронной подписи, и вам необходимо продлить срок.

Для получения квалифицированного сертификата ключа проверки электронной подписи (далее – сертификат), созданного Удостоверяющим центром Федерального казначейства (далее – УЦ ФК) впервые, необходимо:

1. Получить средство электронной подписи (КриптоПро CSP версии 4.0) в случае его отсутствия и установить на автоматизированное рабочее место.
2. Настроить рабочее место для работы в онлайн-сервисе подачи документов для получения сертификатов в соответствии с требованиями, размещенными на сайте Федерального казначейства.
3. Сформировать с использованием онлайн-сервиса подачи документов для получения сертификатов ключ электронной подписи, запрос и заявление на сертификат.
4. Представить в Управление комплект документов для получения сертификата электронной подписи (копии учредительных и удостоверяющих документов, оригинал заявления сформированный при подаче в электронной форме).
5. Получить в Управлении сертификат и Руководство по обеспечению безопасности использования квалифицированной электронной подписи и средств квалифицированной электронной подписи.

### **1.4. Регистрация личного кабинета в единой информационной системе идентификации и аутентификации (ЕСИА).**

После получения электронной подписи НКО необходимо зарегистрировать личный кабинет в ЕСИА (Единая система идентификации и аутентификации) — это информационная система, разработанная для подтверждения подлинности введенного вами логина и пароля. Регистра-

ция проходит [здесь](#). Сама процедура регистрации организации – юридического лица состоит из четырех этапов:

1. После входа на портал Госуслуг необходимо нажать кнопку «+ Добавить организацию»;
2. Затем система предложит ознакомиться с инструкцией и произойдет проверка установленного для работы плагина веб-браузера;
3. Заполнить реквизиты юридического лица. Основную часть реквизитов система считывает с электронного ключа и заполнит автоматически. Останется указать еще некоторую информацию: адрес электронной почты, ИНН физического лица – руководителя или уполномоченного лица организации, служебные телефон и электронный почтовый адрес, а также организационно-правовую форму (выбирается из открывающегося справочника);
4. Далее остается немного подождать, пока пройдут проверки всех данных, и при отсутствии ошибок личный кабинет юридического лица будет создан.

Подробная информация о процессах регистрации и авторизации в ЕСИА представлена в Руководстве пользователя ЕСИА, размещенного [здесь](#). В случае возникновения ошибок при регистрации или авторизации в ЕСИА необходимо обращаться в службу поддержки ЕСИА по телефону 8-800-100-70-10 или в [чат на сайте](#).

После успешного прохождения регистрации в ЕСИА и подтверждения своей учетной записи любым из доступных в ЕСИА способов, руководитель организации определяет в ЕСИА уполномоченных лиц юридического лица — НКО — путем их прикрепления к организации в ЕСИА.

После прохождения всего алгоритма действий по получению электронной подписи и регистрации в ЕСИА можно приступить к регистрации в ЕИС.

### **1.5. Регистрация личного кабинета на портале государственных закупок на официальном сайте единой информационной системы в сфере закупок (ЕИС).**

Для регистрации личного кабинета в ЕИС руководителю организации или уполномоченному лицу необходимо:

1. Осуществить вход в личный кабинет участника закупок в ЕИС (при входе автоматически осуществляется идентификация и аутентификация пользователя в ЕСИА);
2. Наделить в ЕИС уполномоченных лиц участника закупок (из перечня сотрудников, прикрепленных к организации в ЕСИА) полномочиями на осуществление действий в ЕИС и на электронной площадке с применением усиленной квалифицированной подписи;
3. Заполнить в ЕИС регистрационные данные участника закупок (часть сведений заполняется автоматически на основании данных из ЕГРЮЛ), приложить необходимые документы;
4. Участник закупок регистрируется в ЕИС путем подписания квалифицированной электронной подписью предоставленной информации и документов, после чего сведения об участнике закупок автоматически размещаются в едином реестре участников закупок;
5. Сведения о зарегистрированном участнике закупок автоматически направляются на все электронные площадки;
6. Оператор электронной площадки автоматически аккредитует участника закупок на электронной площадке не позднее рабочего дня, следующего за днем его регистрации в ЕИС;
7. Уполномоченные лица участника закупок входят на ЭТП (с прохождением идентификации и аутентификации в ЕСИА) для подачи заявок на участие в электронных процедурах.

## 2. РАБОТА НА ЭЛЕКТРОННОЙ ТОРГОВОЙ ПЛОЩАДКЕ

После завершения всех этапов получения электронной подписи и регистрации в ЕСИА и ЕИС некоммерческая организация становится полноправным участником государственных закупок, осуществляемых в электронной форме, и может начинать подбор закупок, соответствующих по предмету уставным целям и задачам НКО, для подачи заявки в электронной форме на участие в закупке.

Закупки в электронной форме осуществляются на электронных площадках, выбранных Заказчиком для размещения информации о такой закупке.

Перечень Федеральных электронных площадок, на которых происходит размещение основной массы государственных закупок:

- [sberbank-ast.ru](http://sberbank-ast.ru) Сбербанк-АСТ
- [etp.roseltorg.ru](http://etp.roseltorg.ru) Единая электронная торговая площадка
- [zakazrf.ru](http://zakazrf.ru) Система Электронных Торгов
- [www.etp-ets.ru](http://www.etp-ets.ru) Национальная электронная площадка
- [www.rts-tender.ru](http://www.rts-tender.ru) РТС-Тендер
- [gz.lot-online.ru](http://gz.lot-online.ru) РАД
- [etpgpb.ru](http://etpgpb.ru) Газпромбанк
- [www.tektorg.ru](http://www.tektorg.ru) ТЭК-Торг

Существует большое количество коммерческих площадок, на которых осуществляется размещение государственных закупок.

Заказчик самостоятельно определяет, на какой площадке размещает свои закупки. Информацию о площадке, на которой необходимо подавать заявки на закупку и на которой будет проводиться вся процедура в электронной форме, можно увидеть на сайте в ЕИС, когда вы нашли интересующую закупку и открыли извещение, нажав на номер извещения. Внизу формы извещения будет размещено наименование электронной торговой площадки, на которой проводится закупка.

Как правило, дополнительной регистрации на электронной площадке для подачи документов не требуется, информация о регистрации автоматически формируется на основании сведений об организации, указанных в ЕИС.

Однако стоит обратить внимание на то, что на каждой электронной площадке имеется свой регламент работы, который необходимо учитывать при работе на каждой конкретной площадке.

При подаче заявки на участие в закупке со стороны поставщика, исполнителя на электронных площадках может взиматься плата. Поэтому прежде чем получать аккредитацию и подавать заявку на электронной площадке, необходимо изучить регламент работы площадки или, что намного эффективнее, связаться со специалистом горячей линии, который поможет разрешить все Ваши вопросы.

Электронная торговая площадка (ЭТП) — это сайт, который обеспечивает взаимодействие заказчиков и поставщиков. Организаторы закупок размещают на нем условия закупки и требования к участникам. Процедура выбора прозрачна, критерии отбора победителей известны заранее.

На [ЭТП](#) поставщики ищут интересные им закупки. Процедура поиска простая: набираете в строке поиска на главной странице ЕИС или ЭТП ряд слов, характеризующих предмет закупки,



интересный вашей организации, например – «Оказание услуг по отлову и содержанию безнадзорных домашних животных на территории Емельяновского района Красноярского края», далее проходите по ссылке выбранной закупки, знакомитесь с требованиями организатора и подаете заявки на участие. Все этапы торгов проходят дистанционно, документы участник подает в электронном виде. Результаты доступны, их можно проверить и при необходимости обжаловать.

Все документы, которыми обмениваются участники торгов, должны быть подписаны квалифицированной подписью, что гарантирует юридическую силу документов и обеспечивает безопасность сделок.

### 3. ОСНОВНЫЕ ЭТАПЫ УЧАСТИЯ В ЗАКУПКЕ И ЗАКЛЮЧЕНИЕ ДОГОВОРА

После того как некоммерческая организация осуществила выбор закупки, необходимо подробно ознакомиться с извещением, документацией и иными документами такой закупки.

Извещение и документация о закупке содержат исчерпывающий перечень документов, которые участник закупки обязан подать для участия в закупке посредством электронной торговой площадки.

После оформления заявки на закупку с приложением всех документов, которые установлены в извещении и документации на закупку Заказчиком, некоммерческая организация загружает все документы на электронную торговую площадку и подписывает их электронной подписью.

В извещении о закупке указаны сроки проведения процедуры, в том числе срок окончания подачи заявок и определения победителя закупки.

После окончания подачи заявок, Заказчик определяет победителя закупки и размещает итоговый протокол закупки на электронной торговой площадке и в ЕИС. Таким образом, в личный кабинет некоммерческой организации придет уведомление об итогах определения поставщика.

В случае определения вашей организации победителем Закупки, Заказчик формирует проект контракта (договора) и в сроки, установленные в извещении и документации, направляет вам проект договора на электронной торговой площадке.

При просмотре проекта договора необходимо установить соответствие всех условий договора условиям, размещенным в извещении и документации на закупку, а также соответствие внесенных реквизитов организации победителя закупки. В случае, если никаких нарушений не установлено, вы можете подписывать контракт (договор) и направлять документ на подпись Заказчику.

Подписание договора происходит в электронной форме, с помощью электронной подписи на электронной торговой площадке.

После того, как Заказчик подпишет договор со своей Стороны, договор считается заключенным, и Стороны обязаны следовать договорным условиям и принятым на себя обязательствам.

Таким образом, некоммерческие организации могут принимать участие в государственных закупках, стать более узнаваемыми и конкурентными на рынке услуг, которые относятся непосредственно к уставной деятельности некоммерческих организаций.



## РАБОТА С ВОЛОНТЕРАМИ

Сложно представить работу приюта без волонтеров. Им вы можете поручить самые разные задачи. В том числе организацию и проведение многих практик этого документа.

Кто может стать волонтером?

1. Профессионалы: ветеринары, фотографы, юристы, smm-специалисты и пр. Они могут оказывать помощь приюту в рамках своих профессиональных компетенций.
2. Частные лица. Любой житель может быть полезен приюту, выполняя простую работу: строительство и ремонт вольеров, выгул, уборку, приготовление пищи и т.д.
3. Корпоративные волонтеры. Эта группа включает в себя как профессионалов, так и просто неравнодушных людей. Мы выделили эту категорию отдельно, поскольку вы будете взаимодействовать не только с отдельными людьми, но и с компанией, в которой есть программы поддержки инициатив сотрудников, советы молодежи, движение корпоративных волонтеров. В первую очередь речь идет о крупном сетевом бизнесе: ритейл, производства. Неожиданно, но по этим параметрам подходят детские образовательные учреждения, Российское движение школьников и т.п.

Направления волонтерской помощи:

- помощь приютским животным – выезды волонтеров в приют под руководством наставников из зооволонтерского объединения после предварительного инструктажа, в рабочее или не рабочее время;



- просветительские мероприятия для потенциальных зооволонтеров – проведение цикла лекций о возможных способах помощи безнадзорным/приютским животным, в том числе об участии в зооволонтерстве на территории организации-партнера;
- благотворительное участие организаций-партнеров в помощи приюту с целью сбора определенной, заранее установленной договором суммы, которая перечисляется на расчетный счет зооволонтерского объединения или непосредственно со счета организации-партнера идет на оплату конкретных нужд;
- разговор с потенциальными хозяевами, выдача животных;
- лечение животных;
- помощь в пиаре и устройстве собак и кошек приюта;
- дизайн, верстка, иллюстрации;
- написание текстов (статьи, посты, текст для пиара животных);
- участие в организационной работе (проведение мастер-классов, обучающих занятий, тренингов);
- помощь в организации и проведении мероприятий приюта;
- финансовая поддержка;
- привлечение средств (нужны опыт общения с первыми лицами компаний, грамотная речь, эмоциональная устойчивость);
- помощь транспортом (перевозка грузов и/или животных);
- информирование населения о том, как можно помогать бездомным животным, о том, как правильно заботиться о своих домашних животных.

В декабре 2021 года появился [стандарт](#) волонтерства, направленный на помощь домашним животным в приютах. Он определяет нормативно-правовые основания для привлечения добровольцев к присмотру, уходу и оказанию помощи животным, виды работ, выполняемых зооволонтерами, а также общие требования, предъявляемые к зооволонтерам. Он был разработан компанией Mars Petcare совместно с Ассоциацией Волонтерских Центров и благотворительным фондом "Я свободен". Обязательно скачайте и изучите этот документ.

## Несистемные волонтеры

Помогите приносить пользу тем, кто переживает за бездомных животных, но не видит у себя сил на постоянное волонтерство. В качестве примера изучите проект [Котошеф](#).

- Разработайте инструкции, как помогать уличным животным и не приносить им вреда. Хорошо, если вы сделаете инструкции для различных ситуаций: [что делать, если кошку закрыли в подвале дома](#), [как поймать уличную собаку или кошку](#), [что делать, если укусила собака](#).
- Помогите людям быстрее находить места, куда можно принести то, что нужно приютам. Например, акция [«Килограмм каши»](#).
- Дайте людям простые инструменты для разовой финансовой или иной помощи вашему приюту. Например, акция [«Десятка десятого»](#).

## Медиаволонтеры

Ваша главная задача — распространение информации о сайте приюта и о животных, находящихся там в данный момент. Чем больше людей узнает о вашем сайте и зайдёт на него, тем выше шанс у ваших питомцев найти свой новый дом.

О чем можно попросить медиаволонтеров:

1. Делиться информацией о вас в социальных сетях. Для упрощения на каждой странице сайта вы можете сделать кнопки социальных закладок. «Расскажите своим друзьям и знакомым в социальных сетях ВКонтакте, Мой мир, Одноклассники, Facebook или ЖЖ о нашем сайте и нашей организации!»
2. Разместить объявления о наших питомцах на своей страничке в социальной сети. Пусть все друзья волонтеров смогут узнать о животных, ищущих новый дом.
3. Разместить у себя на сайте или в блоге ваши информеры. «Скопируйте код понравившегося баннера и вставьте его прямо в материал, не выключая редактор». [Пример](#).



## Медиаопекуны животных

**Затраты:** *минимальные.*

**Сложность:** *низкая.*

Возможно, это самый простой способ помощи приюту, который вы можете предложить. Но он может увеличить количество пристраиваемых животных. Предложите подписчикам стать медиаопекуном. Что это значит: человек берет под свою медиаопеку любое животное, фотографирует, собирает информацию, наблюдает за ним. И делает посты о нем для того, чтобы питомца нашли любящие хозяева.

Это довольно простой инструмент, который позволит включить больше людей в жизнь приюта, разнообразит содержание ваших постов, увеличит вероятность пристроя животных.

Что надо сделать:

1. Запланируйте серию постов о такой возможности.
2. По необходимости сделайте отдельный чат для медиаопекунов, проводите с ними встречи. Допустим, раз в месяц.
3. Отслеживайте посты по специальному хэштегу. Или просите отправлять вам тексты и фотографии для размещения.
4. Отслеживайте динамику пристроя животных в разрезе квартала–полугода в сравнении с прошедшими годами.

[Посмотрите](#), как такую программу запустил приют «Доброе сердце».

## IT-волонтеры

Сейчас невозможно представить работу приюта без качественного IT-сопровождения. Вам нужен удобный и красивый сайт, в котором удобно искать информацию как через ПК, так и через смартфон. Вам нужны системы учета пожертвований, вам нужна CRM и контент-план.

Наш опыт подсказывает, что среди учредителей и сотрудников приютов нет специалистов, которые на профессиональном уровне закроют все эти задачи. Значит, надо таких людей нанимать, или привлекать волонтеров.

Специфика IT, в отличие от ветеринарии, состоит в том, что волонтеру необязательно физически присутствовать в приюте. Мало того, он (она) даже может быть из другого города или страны.

Чтобы найти такого волонтера, вы можете периодически рассказывать об IT-задачах и приглашать к их решению подписчиков или знакомых подписчиков. Также воспользуйтесь одним или всеми [онлайн-сервисами для поисков волонтеров](#) в конце этой главы.

## Опекуны животных

**Затраты:** минимальные.

**Сложность:** средняя.

Если посетители приюта не готовы взять домой кого-то из подопечных, предложите им стать опекунами для тех питомцев, которые им наиболее симпатичны.

Опекуны могут навещать подопечного, помогать ежемесячными пожертвованиями на его содержание и лечение, сопровождать в клинику и на мероприятия, помогать в поиске семьи для питомца и др.

1. Сообщите (лично, информационными рассылками, в социальных сетях) потенциальным опекунам о возможности взять под опеку животных и соберите заявки от желающих.
2. Заключите договор с опекуном.
3. На вольере опекаемого животного разместите табличку с данными опекуна.
4. Один раз в месяц направляйте опекунам новости о жизни подопечного, фото/видео.
5. Сформируйте базу опекунов, регулярно обновляя ее (ФИО, контакты). Пример такого [предложения от центра реабилитации животных «Юна»](#).

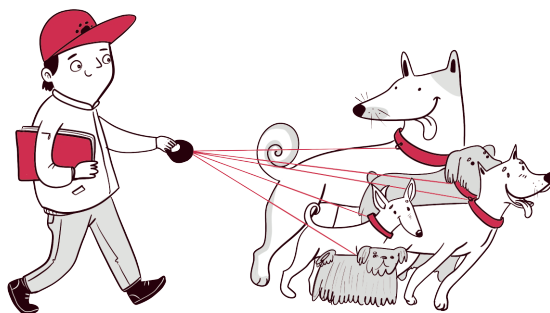
## Выгуливатели

Приглашайте всех заинтересованных людей провести немного времени с вашими собаками, познакомиться с ними поближе и провести время на свежем воздухе.

Старайтесь фиксировать всех волонтеров в вашей CRM.

Для регистрации выгуливателей вы можете использовать [Гугл-формы](#) или [Яндекс.Формы](#).

Вот [пример](#) от приюта «Красная сосна».



## Грумеры

**Затраты:** бесплатно.

**Сложность:** средняя.

1. Соберите базу грумеров в вашем городе (ФИО, контакты, ссылки на социальные сети).
2. Напишите каждому с предложением сотрудничества. Это может быть:
  - разовое или нерегулярное посещение приюта. Стрижка одного или нескольких животных;
  - регулярный уход за одним или несколькими животными;
  - участие в неделе/месяце красоты. Несколько грумеров объединяются и в течение ограниченного времени ухаживают за животными.
3. Активно рассказывайте о тех грумерах, кто сотрудничает с вами. Показывайте процесс, разницу «до и после». Делитесь контактами грумеров с подписчиками.

Посмотрите, [как работает с грумерами](#) приют «Лучший друг».

Хорошо, если будете вести информацию о грумерах в вашей [CRM](#).

## Фотографы

**Затраты:** бесплатно.

**Сложность:** низкая.

Вам всегда нужны качественные фотографии и видеоматериалы ваших питомцев. Это помогает наполнять группы в социальных сетях качественным контентом. С хорошими фотографиями у питомцев больше шансов обратить на себя внимание и обрести дом, например, благодаря [фотовыставкам](#). В качестве волонтеров-фотографов могут выступать профессиональные фотографы, например сотрудники СМИ, фотографы-фрилансеры, а также учащиеся фотокурсов.

1. Создайте публикацию или рассылку с предложением сотрудничества не только опытным мастерам, но и начинающим фотографам.
2. По поисковому запросу «Фотограф город N» найдите фотографов и свяжитесь с ними с предложением стать фотографом-волонтером вашего приюта.
3. Помощь может быть как разовой, так и на постоянной основе.
4. Разовая помощь предполагает участие в каком-либо событии или проведение одной фотосессии. Постоянная помощь предполагает регулярное участие в жизни приюта и его проектах.
5. После съемки поделитесь, как все проходило. Любой бекстейдж всегда интересен подписчикам.

Посмотрите, [как работает с фотографиями](#) фонд «Вера-Надежда-Любовь». И изучите проект [«Taily Photo»](#).

Хорошо, если будете вести информацию о фотографах в вашей [CRM](#).

## Водители

**Затраты:** бесплатно.

**Сложность:** низкая.

Водители, как правило, нужны неожиданно. Вдруг у вас появляется информация о том, что где-то нашли сбитую собаку. Или необходимо срочно вывести кошек со стройки потому что «сторож сегодня до 21, а потом их выкинут на улицу, где злые собаки».

Кроме того, ваших питомцев надо вывозить на обследования и операции, если в вашем приюте нет соответствующего оборудования. Или на различные события. Как правило, эти задачи решаются умоляющими постами в социальных сетях. Разумнее системно формировать базу зооволонтеров-водителей.

1. Создайте публикацию или рассылку с предложением сотрудничества всем, кто водит машину. Опишите, что помощь может потребоваться в любой момент.
2. Всех, кто откликнулся, зафиксируйте в вашей [CRM](#).
3. В случае необходимости оповестите водителей.
4. Каждый раз адресно благодарите тех, кто помог, и добавляйте к посту с благодарностью приглашение присоединиться к отряду зооволонтеров-водителей.

Хорошо, если вы придумаете какое-то вдохновляющее и классное название для зооволонтеров-водителей. Еще лучше, если самым верным волонтерам-водителям вы будете дарить небольшую и стильную наклейку на заднее стекло автомобиля от вашего приюта.

Для вдохновения изучите [проект социального зоотакси «Рэймобиль»](#). Быть может, вы сможете на его основе подать заявку на грант и создать подобный сервис у себя в городе.

## Как привлекать зооволонтеров

Встречи и общение с ними должны быть направлены на общее просвещение по опросам особенностей собак и кошек, их роли в жизни человека, ухода за ними в домашних условиях, возможностей помощи бездомным животным, а также на привитие слушателям общечеловеческих ценностей, основанных на гуманизме и ответственном отношении к своим поступкам и окружающему миру.

Возможные темы для встречи с будущими зооволонтерами-детьми:

- Правила безопасного общения с незнакомыми животными.
- Любим, бережем, заботимся!
- Мои друзья – кошка и собака.
- Уважение + взаимопонимание = дружба.
- Породы кошек и собак.
- Профессии собак.
- Кошки и собаки в книгах и на экране.
- Собаки в космосе.
- Собаки – герои Отечества.
- Кошки и собаки помогают людям.
- Люди помогают кошкам и собакам.

Спикеры/лекторы: действующие зооволонтеры просвещения, канистерапевты, педагоги.

Возможные темы для встречи с будущими зооволонтерами-подростками:

- Правила безопасного общения с незнакомыми животными (в том числе о необходимости профилактики заражения от бездомных животных, о вакцинации волонтеров).
- Почему в нашем городе много бездомных животных и как с этим быть.
- Что значит быть зооволонтером: возможные способы помощи.
- Основы помощи бездомным животным.
- Основы помощи приютским животным.
- Основы оказания первой помощи животному, попавшему в беду (отравления, травмы, раны, ожоги, укусы, тепловой удар, падение с высоты, ДТП и тд.).
- Непростой выбор: породы кошек и собак.
- 5 свобод домашнего питомца.
- Моя будущая профессия (для профильных образовательных учреждений).
- Введение в кинологию (для профильных образовательных учреждений).
- Введение в ветеринарию (для профильных образовательных учреждений).

Спикеры/лекторы: действующие зооволонтеры просвещения, кинологи, ветеринарные врачи.

Возможные темы для встречи с будущими взрослыми зооволонтерами:

- Правила безопасного общения с незнакомыми животными (в том числе о необходимости профилактики заражения от бездомных животных, о вакцинации волонтеров).
- Почему в нашем городе много бездомных животных и как с этим быть.
- Что значит быть зооволонтером: возможные способы помощи (о направлениях зооволонтерства).
- Основы помощи бездомным животным.
- Основы помощи приютским животным.
- 5 свобод домашнего питомца.

Спикеры/лекторы: действующие зооволонтеры просвещения.

Источник тем: «Методические рекомендации от АСИ по работе с безнадзорными животными».

Вы можете организовать общение с ними в:

- в школах на классных часах или на общих собраниях;
- в учреждениях дополнительного образования;
- в волонтерских ресурсных центрах;
- у организаций-партнеров;
- на городских событиях и праздниках;
- или на собственных событиях обязательно создавайте отдельные локации, чтобы рассказать о том, как можно помочь вашему приюту и что получит каждый человек от волонтерской работы с вами.

Вы можете воспользоваться готовой разработкой [«DogУрок»](#). Это серия интерактивных познавательных уроков по 20 различным темам, касающимся бережного и ответственного отношения к домашним питомцам, бездомным животным и экологии города в целом.

## Ветеринары

**Затраты:** бесплатно.

**Сложность:** средняя.

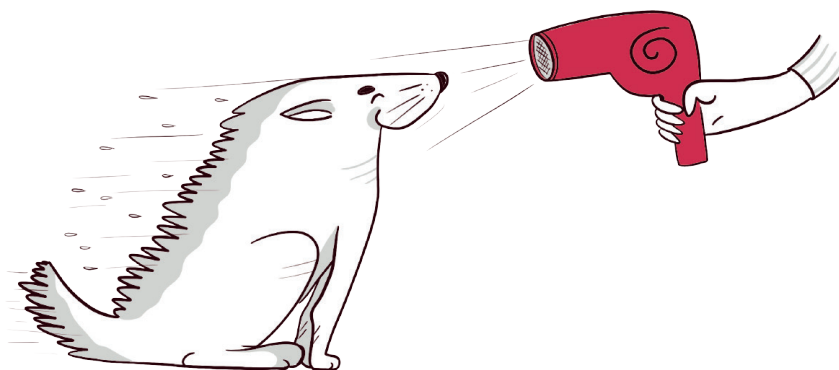
1. Соберите базу ветеринаров в вашем городе (ФИО, контакты, ссылки на социальные сети).
2. Напишите каждому с предложением сотрудничества. Это может быть:
  - разовое или нерегулярное посещение приюта, обучение волонтеров, разовая помощь животному;
  - регулярный уход за одним или несколькими животными.
3. Активно рассказывайте о ветеринарах, которые сотрудничают с вами.

Хорошо, если будете вести информацию о ветеринарах в вашей [CRM](#).

## Обучение зооволонтеров

Чтобы привлечь зооволонтеров, вам необходимо выстроить их системное обучение по различным темам.

Пример системного обучения зооволонтеров — деятельность фонда «Подарок судьбы». [Обязательно посмотрите, как они это делают](#). Также заслуживает внимания Школа зооволонтера фонда «Рэй» — обучающий и просветительский проект для действующих волонтеров и тех, кто хотел бы помогать животным и только пробует себя в этой роли. Занятия доступны в виде видеолекций и очных практикумов. [Посмотрите](#), как ваши коллеги реализовали свою школу.



### НОВИЧКИ

Занятия с новичками направлены на формирование основ зоопсихологии, безопасной коммуникации и помощи различным категориям животных и этике зооволонтерской деятельности.

Возможные темы для новичков:

- Эпизоотическая безопасность в регионе: касается каждого (в том числе о необходимости профилактики заражения от бездомных животных, о вакцинации волонтеров). Спикер: представитель регионального Департамента ветеринарии.
- Что значит быть зооволонтером: возможные способы помощи (о направлениях зооволонтерства).
- Основы помощи безнадзорным животным.
- Основы помощи приютским животным.
- Основы оказания первой помощи животному, попавшему в беду (отравления, травмы, раны, ожоги, укусы, тепловой удар, падение с высоты, ДТП и тд.).
- Основы коммуникации с безнадзорными и приютскими животными.
- Лучшие практики зооволонтерства. Спикеры: авторы и организаторы лучших практик.
- Этика зооволонтерства: права и обязанности зооволонтера в приюте.

Спикеры/лекторы: представители органов исполнительной власти, организаторы зооволонтерства, действующие зооволонтеры просвещения, кинологи, зоопсихологи, ветеринарные врачи, авторы и организаторы лучших практик.



## **ДЕЙСТВУЮЩИЕ ЗООВОЛОНТЕРЫ**

Занятия с ними направлены на более глубокое погружение в вопросы зоопсихологии, ветеринарной помощи животным и другие аспекты зооволонтерской деятельности.

Возможные темы для действующих зооволонтеров:

- Эпизоотическая безопасность в регионе: касается каждого (в том числе о необходимости профилактики заражения от бездомных животных, о вакцинации волонтеров). Спикер: представитель регионального Департамента ветеринарии.
- Диагностика и профилактика заболеваний безнадзорных и приютских животных. Спикер: практикующий ветеринарный врач, имеющий соответствующий опыт.
- Вакцинация и профилактические обработки безнадзорных и приютских животных. Спикер: практикующий ветеринарный врач, имеющий соответствующий опыт.
- Лекция от профильного ветеринарного врача: диетология и иммунология.
- Лекция от профильного ветеринарного врача: онкология и ее профилактика.
- Лекция от профильного ветеринарного врача: травматология и ортопедия.
- Основы социализации приютских животных: работа с дичками. Спикер: кинолог, практикующий данную деятельность на базе приюта.
- Продвинутая социализация приютских животных: выездные мероприятия, фотосессии. Спикер: кинолог, практикующий данную деятельность на базе приюта.
- Основы фелинологии.
- Успешное пристройство животных: как избежать ошибок. Спикер: успешный в этом направлении действующий волонтер или организатор зооволонтерства.
- Лучшие практики зооволонтерства. Спикеры: авторы и организаторы лучших практик.
- Просветительская деятельность в зооволонтерстве.
- Профилактика эмоционального выгорания. Спикер: практикующий психолог.
- Фандрайзинг и PR как основа эффективной помощи животным. Спикеры: практикующие специалисты.
- Юридическая поддержка зоозащиты. Спикер: практикующий юрисконсульт, имеющий опыт судебных разбирательств по вопросам жестокого обращения с животными.

Спикеры/лекторы: представители органов исполнительной власти, организаторы зооволонтерства, кинологи, фелинологи, зоопсихологи, ветеринарные врачи, психологи, фандрайзеры, авторы и организаторы лучших практик, юрисконсульты.

Организаторы зооволонтерства. Встречи с ними направлены на развитие их профессиональных и организаторских компетенций для повышения эффективности деятельности зооволонтерских объединений.

Возможные темы для организаторов зооволонтерства:

- Развитие зооволонтерства: актуальные законодательные и нормативно-правовые акты. Спикер: представитель уполномоченного органа исполнительной власти.
- Методы развития добровольческой деятельности. Спикер: представитель волонтерского ресурсного центра.
- Собирательство vs благотворительность (почему важно вести прозрачную финансовую деятельность и управленческий учет в качестве зарегистрированного юридического лица).

- Легализация зооволонтерского объединения: регистрируем юридическое лицо. Спикер: руководитель зооволонтерского объединения в статусе зарегистрированного юридического лица или практикующий юрисконсульт, имеющий опыт работы с зооволонтерскими объединениями.
- Юридическая поддержка зооволонтерства. Спикер: практикующий юрисконсульт, имеющий опыт работы с зооволонтерскими объединениями.
- Фандрайзинг и PR как основа эффективной помощи животным. Спикеры: практикующие специалисты.
- Лучшие практики зооволонтерства. Спикеры: авторы и организаторы лучших практик.
- Профилактика эмоционального выгорания. Спикер: практикующий психолог.

Спикеры/лекторы: представители органов исполнительной власти, волонтерских ресурсных центров, организаторы зооволонтерства, психологи, фандрайзеры, авторы и организаторы лучших практик, юрисконсульты.

Источник тем: «Методические рекомендации от АСИ по работе с безнадзорными животными».

В каких форматах могут проходить встречи:

- Лекция.
- Мастер-класс.
- Решение задач/кейсов.
- Викторина.
- Имитационная игра.
- Дискуссия.

Загляните в [«Школу начинающего хозяина»](#).

## Чаты для волонтеров

**Затраты:** бесплатно.

**Сложность:** низкая.

Чтобы все волонтеры были в курсе новостей, могли сами что-то рассказать и чувствовали некую избранность, создайте несколько групповых чатов:

1. Новости приюта. Держать всех в курсе происходящего. Не все волонтеры внимательно следят за социальными сетями. Этот чат нужен для того, чтобы все знали о текущих делах и предстоящих проектах. В этом чате вы можете смело писать про то, что будет сделано, какие задачи надо будет решить и предлагать вакансии.
2. Срочные дела. Если вдруг случилось что-то очень срочное, то пишите в том числе в этот чат.
3. Просто беседы. Этот чат необходим для неформального общения, поздравлений с днями рождения, обмена фотографиями, мемами, видео и всем, из чего состоит любое виртуальное человеческое общение.
4. Вы можете сделать отдельные тематические чаты только для водителей, только для фотографов.

Выбор платформы чата зависит от того, что более популярно в вашем городе. Как правило, выбор состоит из трех платформ: Вотсап, Вайбер или Телеграм. Что выбрать? Спросите у волонтеров, они подскажут. Но лучше, чтобы все чатики располагались на одной платформе. С технологической точки зрения Вотсап самая слабая платформа. Там нет возможности проводить голосования, закреплять или редактировать сообщения. Поэтому мы рекомендуем делать групповые чаты в Вайбере или Телеграме.

# Онлайн-сервисы для интеллектуального волонтерства

В главе про деньги мы сделали [обзор](#) готовых решений для НКО по привлечению денег. Аналогичные сервисы есть и для работы с интеллектуальным волонтерством.

По своей сути эти сервисы похожи: вы регистрируете свою организацию, создаете некую задачу, и за нее берутся эксперты-волонтеры, авторизованные на портале.

## ProCharity

Платформу интеллектуального волонтерства ProCharity создали фонд «Друзья» и Mastercard в 2017 году.

Платформа дает возможность профессионалам своего дела помочь некоммерческим организациям в вопросах, которые требуют специальных знаний и опыта.

Пользоваться ProCharity очень просто. НКО размещают на платформе задания в сфере маркетинга и коммуникаций, юридических услуг, стратегического консалтинга, финансов и фандрайзинга, обучения и тренингов, дизайна и вёрстки, IT, фото и видео, переводов. А волонтеры откликаются на те, которые им интересны. Фонд выбирает подходящего исполнителя. За выполнение задания волонтер получает виртуальные баллы, которые можно обменять на ценные бонусы от партнеров проекта и, конечно, обратную связь от фонда. На портале зарегистрировано свыше 1300 специалистов и свыше 500 фондов.

Категории заданий, которые вам помогут решить на ProCharity:

1. Дизайн и верстка.
2. Маркетинг и коммуникации.
3. Переводы.
4. Менеджмент.
5. Обучение и тренинги.
6. Финансы и фандрайзинг.
7. Фото и видео.
8. Юридические услуги.
9. Стратегический консалтинг.

Всю подробную информацию и форму для регистрации вашего фонда вы найдете на [официальном сайте](#).

## Clearinghouse

Платформа-интегратор, объединяющая НКО и юристов. Особенность платформы — в ее узкой направленности, а также в наличии международной практики.

Подробную информацию и форму для создания запроса вы найдете на [официальном сайте](#).

## IT-волонтер

Сервис «[it-волонтер](#)» от Теплицы социальных технологий позволит вам найти: программиста, дизайнера, журналиста, копирайтера или фоторедактора. Просто регистрируйтесь на портале и создавайте новую задачу. Модераторы помогут найти специалиста для решения вашей задачи. Обязательно назначайте форму благодарности за оказанную помощь.

Вы можете решить задачи по следующим категориям:

- Веб-сайты и разработка.
- Дизайн и оформление.
- Маркетинг и коммуникации.
- Фото и видео.
- Юридические услуги.

[Регистрируйтесь на портале](#) и начните искать тех, кто сделает ваш приют более современным и технологичным. А для вдохновения посмотрите на [задачи](#), которые есть на этом портале. Скорее всего вы скажете: «О! Нам тоже такое надо!». Как минимум, it-волонтеры могут вам понадобиться, чтобы разобраться в описанных выше [онлайн-инструментах для сбора пожертвований](#).



## Информационная кампания, медиа и отчеты о деятельности

Мы изучили не один десяток аккаунтов приютов для бездомных животных. Несмотря на то, что они из разных городов, с разной историей и опытом, объединяет их одно: они наполнены болью и криками о помощи. Если опустить эмоции и взглянуть на ситуацию отстраненно, то становится ясно, что такая медиастратегия продуктивна только в краткосрочной перспективе.

Руководители фондов должны стремиться не только закрывать текущие платежи, но и формировать ядро системных волонтеров, доноров, партнеров, которые будут постоянно помогать организации и животным. Для этого информационная политика должна быть более позитивной и конструктивной. В этой главе мы собрали для вас подходы и примеры того, как можно рассказывать о приюте. Дарите вашим подписчикам не только негативные эмоции. Давайте им полезные материалы. Радуйте их. Делайте это постоянно и вскоре вы увидите, что количество подписчиков растет, а вслед за ними растут как сборы, так и волонтеры.

Мы не стали оговаривать, что вам необходимо создать аккаунты в Инстаграме, ВКонтакте, Одноклассниках и Фейсбуке, поскольку это общее место и мы надеемся, что у вас есть аккаунты на всех четырех платформах. Это позволяет вам обращаться к разной целевой аудитории и эффективнее достигать своих целей. Скорее всего, на разных площадках вы

размещаете идентичный контент, и это нормально, так делают почти все. Однако стоит понимать, что у каждой социальной сети своя аудитория со своими специфическими интересами, которые стоит учитывать при формировании плана публикаций. Вот краткая справка:

1. ВКонтакте. Платформа ежемесячно охватывает 73 млн пользователей, и каждый из них проводит в соцсети 30–35 минут. 67 млн заходят во ВКонтакте с мобильного. В социально-демографическом профиле доминируют женщины, в основном рабочие и специалисты. Больше всего здесь людей в возрасте 25–34 года.

2. Инстаграм. 59,4 млн пользователей, из которых 28,3 млн заходят в соцсеть ежедневно. В среднем в Инстаграме россияне проводят 26 минут в день и в основном с телефона (84% трафика). Основными пользователями являются женщины, причем с большим отрывом — 19%. Больше всего на платформе специалистов, рабочих и служащих 25–34 и 35–44 лет.

3. Одноклассники. Летом 2020 г. аудитория сервиса оценивалась в 50,2 млн россиян, причем 20,8 млн посещают свои страницы и группы каждый день.

Средняя продолжительность сессии составляет 22 минуты, 60% трафика идет с мобильных. Причем 84% мобильного трафика — это Apple и только 16% пользуются для посещения сервиса андроидом. В социально-демографическом профиле главную скрипку играют пользователи 50+, причем женщин почти на 30% больше. Здесь тоже много специалистов и рабочих, но так же много и неработающих — в основном, за счет людей пенсионного возраста.

4. Фейсбук. Пятая по посещаемости социальная сеть России. Ею ежедневно пользуются порядка 39 млн россиян, но проводят они на платформе всего 9 минут. 27,5 млн заходят в соцсеть с мобильного — через браузер или приложение. Здесь тоже явный перевес женской аудитории и пользователей с тем же родом занятий, что в остальных соцсетях. Зато доход выше среднего у 41% пользователей — это на 7–8% больше, чем у пользователей YouTube, VK, Instagram и «Одноклассников».

[Источник данных.](#)

Высший пилотаж — планирование уникального контента для каждой платформы, с которой вы работаете.

## Контент-план

**Затраты: бесплатно.**

**Сложность: средняя, потребует дисциплины и формирования привычки.**

Контент-план — это график публикации информационных материалов на определенный срок (неделя или месяц). Крайне ценный инструмент, который помогает предотвратить кризис идей, выстроить стратегию общения с целевой аудиторией, а также добиться необходимых целей. Например сделать так, чтобы выросли пожертвования или интенсивнее продавались ваши сувениры, или больше людей пришло на предстоящее событие.

В контент-плане нет ничего сложного. Это таблица, в которой вы отмечаете, в каких социальных сетях, в какое время какой выйдет пост. Работа с этим инструментом позволит вам подходить к информационному сопровождению более системно. А также упростит делегирование задачи медиа-волонтерам.

Мы подготовили для вас шаблон контент-плана. Как его получить:

1. Перейдите по [этой ссылке](#). Будет автоматически создана копия контент-план на ваш гугл-диск.

2. Если вы не авторизованы в вашем Гугл-аккаунте, то прежде откроется форма для авторизации. Если у вас нет аккаунта на Гугле, то заведите его, вот [инструкция](#).
3. В ячейке B1 (она подкрашена серым) введите сегодняшнюю дату.
4. Удалите или добавьте информационные каналы, которыми вы пользуетесь.
5. Посмотрите на примеры, которые мы оставили. Удалите их.
6. Начните заполнять, публиковать и достигать целей!

Благодарим медиаменеджера, редактора и медиатренера [Всеволода Пулю](#) за исходный шаблон контент-плана.

## Чем наполнить аккаунт

Изучив множество аккаунтов приютов, мы собрали возможные варианты наполнения:

1. Информация об отдельных животных. Нрав, поведение, привычки. Цель — пристроить животное. Рассказать историю уже пристроенного животного в серии постов. [Пример](#) такого поста от приюта «Полянка».
2. История жизни животного, как оно появилось в приюте. [Пример](#) от «Котеешной №1», [пример](#) от котокафе «Котики и люди», [пример](#) от приюта «Друг».
3. Информация о деятельности приюта. Как устроена работа, какие есть процессы и дела, что уже сделано, что планируется сделать в ближайшее время. Цель — сделать приют менее абстрактным, познакомить подписчиков с инфраструктурой, целями и задачами. [Пример](#) от котокафе «Котики и люди», [пример](#) от приюта «Друг».
4. Информация о сотрудниках приюта. Кто в нем работает, почему он/она здесь, личная история. Цель — сделать приют менее абстрактным, познакомить с отдельными людьми. [Пример](#) от фонда «Ника», [пример](#) от ЦЗЖ «Соседи».
5. Информация о волонтерах приюта. Кто эти люди, что ими движет, что они получают от работы с приютом. Цель — познакомить с людьми, показать героям их значимость, показать, насколько разные люди смогут найти себя в работе с приютом. [Пример](#) от ЦЗЖ «Соседи».
6. Информация о сборах денег, еды и прочего на нужды приюта. [Пример](#) от сообщества волонтеров Кожуховского приюта для собак, [пример](#) от мини-приюта для котеек «Убежище».
7. Информация об известных людях (актерах, певцах, которые любят животных) + фото с питомцем. [Пример](#) от «Котеешной №1».
8. Информация о пропавших/найденных животных. [Пример](#) от сообщества «Лапушки».
9. Информация владельцам животных: как ухаживать, воспитывать, как подготовиться к наступающему сезону (морозов, слякоти, клещей, жары и пр.). Цель — предоставить ценную и применимую информацию для подписчиков.
10. Юмор: видео, мемы. Цель — показать, что всегда есть место для улыбки. [Пример](#) от «Котеешной №1», [пример](#) от котокафе «Котики и люди».
11. Фотографии семей, пар, детей, которые приютили животное. [Пример](#) от сообщества «Территория добра».
12. Приглашения на мероприятия, которые проходят в приюте/кафе для животных. [Пример](#) от фонда «Ника».



13. Розыгрыши подарков среди подписчиков (совместно с другими компаниями, зоомагазинами). [Пример](#) от сообщества «50pets».
14. Приглашение погулять с собаками в ботаническом саду. [Пример](#) от Котокафе.
15. Приглашение к партнерству, виды партнерства. [Пример](#) от фонда «Ника».
16. Обучение детей обращению с животными. [Пример](#) от фонда «Рэй».

Тем может быть еще очень много. Все зависит от вашей фантазии. Главное — помните о том, что ваши подписчики хотят получить эмоции, полезную информацию и помочь вашему приюту по мере своих сил.

Возможные форматы подачи тем:

1. История.
2. Интервью. В том числе в формате «10 глупых вопросов».
3. Постер.
4. Инфографика.
5. Подкаст.
6. За кулисами. Расскажите, как работает ваша организация. Это может быть видео или фотоотчет, интервью.
7. Один день из жизни... волонтера, питомца, ветеринара, руководителя приюта.
8. Чек-лист.
9. Рейтинг/хит-парад.
10. Мем.
11. Гостевой пост. Подробная статья на тему от ваших экспертов (партнеров или волонтеров).
12. Обзор проблемной ситуации.
13. Рецензия на книгу, фильм, сериал, передачу.
14. Мозговой штурм. Пригласите подписчиков подумать над решением какой-либо актуальной задачи. Например, как повысить сбор корма в боксах.
15. Стрим, онлайн-трансляция, лайвы.
16. Заповеди/постулаты/законы.
17. Вредные советы.
18. Рецепты/алгоритмы действий.
19. Кейс. Проблема, с которой столкнулся приют, и как она была решена.
20. Ньюсджекинг, или реакция на актуальную информационную повестку. Вот [подробная статья](#) об этом от проекта Kislorod.io
21. Анекдот.
22. Разоблачение мифа.
23. Сравнение «было/стало».
24. Игра «Найди отличия», [пример](#) от сообщества «Найди Друга».
25. Расследование.
26. Сценка.
27. Страшилка.
28. Прогноз.
29. Цитата. Или список цитат.
30. Советы и лайфхаки.
31. Игра. В том числе головоломки, ребусы, кроссворды, загадки.

32. Опрос.
33. Тизер/превью.
34. Новости и события по теме зоозащиты.
35. Часто задаваемые вопросы.
36. Мастер-класс/DIY. Расскажите, как сделать что-то своими руками.
37. История успеха/провала.
38. Рефлексия/подведение итогов.

Возможных форматов еще много.

Что делать с этими списками:

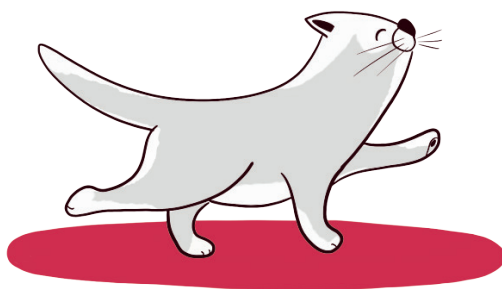
1. Соберите команду, в том числе волонтеров.
2. На большом листе нарисуйте таблицу, в которой строки — форматы, колонки — темы.
3. На пересечениях форматов и тем придумайте, каким будет пост. Не все пересечения окажутся удачными, но в некоторых кроется настоящий жемчуг!
4. Выберите лучшее, что удалось придумать.
5. Запланируйте публикации. Разумно в один день публиковать информацию на разные темы и поданные разными форматами.

Это упражнение позволит вам сделать ваши публикации более разнообразными и интересными для подписчиков. Повторяйте такую работу раз в 3–6 месяцев.

**Мы подготовили для вас эту матрицу в электронном виде.** Как ее получить:

1. Перейдите по [этой ссылке](#). Будет автоматически создана копия документа на ваш гугл-диск.
2. Если вы не авторизованы в вашем Гугл-аккаунте, то прежде откроется форма для авторизации. Если у вас нет аккаунта на Гугле, то заведите его, то вот [инструкция](#).
3. Откройте лист «Матрица идей». Мы решили совместить в одном документе матрицу идей и [контент-план](#) как очень связанные между собой явления.
4. Начните заполнять, публиковать и достигать целей!

Хорошо, если каждый раздел будет иметь собственный хэштег, благодаря этому подписчик сможет изучить определенную тему подробнее. Для инстаграма по каждому разделу можно завести отдельный раздел в Избранном.



## Собственный сайт

Собственный сайт — не роскошь, а жизненная необходимость. Одних только аккаунтов в социальных сетях недостаточно. Вам необходимо место, в котором хранится важная информация. Важная для тех, кто планирует вам помочь, но хочет убедиться, что его деньги будут потрачены как следует. Важная для доноров, чтобы они знали, как перечислить вам деньги, что привезти в приют при следующей встрече. Важная для потенциальных и существующих партнеров, чтобы проверить организацию, ее сотрудников, а также увидеть, кто уже сотрудничает с приютом.

Какие разделы точно должны быть на вашем сайте:

1. Информация о приюте: реквизиты, устав, история.
2. Информация о сотрудниках: небольшая справка о каждом/каждой.
3. Информация о партнерах: кто уже систематически и долго сотрудничает с партнерами.
4. Информация о предоставляемых услугах. Если таковые есть.
5. Информация о том, как помочь приюту:
  - по каким реквизитам перечислять деньги,
  - список того, в чем нуждается приют,
  - как можно помочь в роли волонтера.
6. Информация о животных.
7. Информация о том, как забрать животное домой.
8. Финансовые отчеты.
9. Ссылки на все ваши социальные сети, адреса, телефоны, электронное почты.

Главное отличие сайта от аккаунтов в социальных сетях в том, что на сайте можно найти очень важную, но более статичную информацию. Один раз подробно опишите алгоритм выдачи животных на руки и просто давайте ссылку на страницу вместо того, чтобы каждый раз делать это заново.

Возможностей создать сайт невероятное количество. Лучшие варианты: конструкторы сайтов: «[Тильда](#)» и «[Кандинский](#)». Если у вашей команды недостаточно времени или умений, то воспользуйтесь помощью [IT-волонтеров](#).

И для вдохновения посмотрите на прекрасные сайты коллег:

- [Матроскин](#)
- [Подарок судьбы](#)
- [Юна](#)
- [Келтские ангелы](#)
- [Я свободен](#)
- [Ника](#)
- [Рэй](#)
- [Котошеф](#)
- [Алькин дом](#)

## Хештег

Затраты: *бесплатно*.

Сложность: *минимальная*.

Каждому животному присваивается уникальный хештег, по которому можно отследить историю. Возможный способ создания тэга: **Кличка\_Название** приюта. Например: **#Граф\_Верность**. Вместо названия приюта можно указать **город** или **код региона**: **#Малыш\_24**, **#Радость\_Омск**. Главное, чтобы тэг был уникальным.

Хорошо, если из ссылки, которая показывает историю постов по определенному хештегу, вы сделаете QR-код. Этот код разместить на вольере. Это позволит тем, кто хочет узнать подробности о животном, просканировать код и изучить информацию.

## Телеграм-канал

Затраты: *бесплатно*.

Сложность: *как и ведение любого аккаунта*.

[Телеграм](#) — не только очередной мессенджер, но и гибкая платформа для информирования своей аудитории. Для этого в Телеграме есть так называемые «каналы». По сути это групповой чат, однако публиковать информацию в нем может только ограниченное количество людей. Кто угодно может подписаться на ваш канал и получать информацию о вас. Главное преимущество канала в Телеграме перед сетями ВКонтакте, Инстаграм и Фейсбук в том, что если кто-то подписан на ваш канал, он (или она) точно увидит ваше сообщение. А социальные сети могут не показывать ваши посты в ленте новостей.

Вы можете устраивать голосовые и видеозвонки с подписчиками или приглашенными экспертами. Платформа стремительно развивается. Так, в самом популярном канале «Фильмы Сериалы Кино» (на момент написания этого параграфа) почти два миллиона подписчиков. Все каналы вы сможете найти в [официальном каталоге](#).

Демография пользователей Телеграма: 61% мужчин, 39% женщин, с ростом аудитории доля женщин тоже увеличивается. Почти 31% пользователей — люди от 26 до 36 лет, пользователей 18–24, 35–44 и 45–64 лет примерно одинаковое количество — в пределах 20%. 60% пользователей получили высшее образование, причем четверть из них продолжили учиться и после — получая степень магистра или второе высшее.

Около 11% пользователей получают высшее образование прямо сейчас, всего 7% еще учатся в школе. Больше половины пользователей зарабатывают до 60 тысяч рублей в месяц — что согласуется и с государственными статистическими данными. Зато с 2019 года подросла доля тех, кто зарабатывает больше 200 тысяч: таких пользователей уже 8.7%. Каждый пятый пользователь Telegram зарабатывает больше 90 тысяч — в Telegram стабильно высока доля среднего класса и даже «премиальной» аудитории, несмотря на рост популярности мессенджера в регионах и среди специалистов сфер, обычно менее доходных, чем IT.

[Источник данных](#).

Если вам интересно выходить на эту целевую аудиторию — заведите свой телеграм-канал.

## Яндекс.Дзен

**Затраты:** *бесплатно.*

**Сложность:** *как и ведение любого аккаунта.*

Создание канала на [Яндекс.Дзен](#) — хорошая альтернатива социальным сетям, наравне с каналом в Телеграме. По сути, это платформа для персональных и корпоративных блогов, тут они называются «Каналы».

В 2017 году Яндекс объявил о запуске платформы, позволяющей компаниям и независимым авторам публиковать медиаконтент (статьи, фото, видео). У постов Яндекс.Дзена есть одно большое преимущество перед постами в социальных сетях и на вашем телеграм-канале: они индексируются поисковиками. Это означает, что через публикацию постов в Яндекс.Дзен вы можете привлечь к своему приюту новую аудиторию.

[Здесь](#) вы найдете инструкцию, как создать и начать вести свой канал. Платформа также позволяет создателям контента зарабатывать на своих материалах, подключив рекламу. За 2019 год компания выплатила авторам более 1 млрд рублей.

[Здесь](#) вы найдете подробную справку о монетизации своего канала.

## ТикТок

**Затраты:** *бесплатно.*

**Сложность:** *сложнее, чем ведение любого аккаунта, необходимы навыки работы с видео.*

[TikTok](#) — стремительно растущая площадка, сейчас он напоминает Инстаграм несколько лет назад. Им пользовались только школьники и никто не понимал, зачем это нужно. Уверены, что сейчас именно в Инстаграме у вас очень много подписчиков.

Так может стоит обратить внимание на ТикТок? Его ежемесячный охват в России составляет 20,4 млн, и сессия в среднем длится не меньше 20 минут. Специфика ТикТока — доминирование мобильного трафика (91%). Им пользуются подростки и молодежь, но по 10–12% занимают люди 30+ и 40+. Смешные ролики и обзоры смотрят и снимают все те же рабочие, специалисты и служащие. Правда, на диаграмме их слегка опережают учащиеся — основная аудитория мобильного приложения ([источник](#)).

Если вы понимаете, что вам интересны люди этого возраста, например, в роли волонтеров, то задумайтесь о создании аккаунта.

Для начала мы рекомендуем посмотреть запись встречи медиаклуба «[Российские НКО в TikTok: как это работает?](#)»

Что надо сделать:

1. Поймите, какие задачи приюта будет решать аккаунт в ТикТоке.
2. Составьте план видео на одну-две недели.
3. Снимите их. Привлеките для этой цели волонтеров. Поэкспериментируйте с форматами.
4. Опубликуйте видео. Расскажите об этом своим подписчикам.
5. В течение одного-трех месяцев соберите обратную связь. Если аудитория положительно воспринимает ваши ролики, и вы достигаете поставленных целей — продолжайте.

Вдохновитесь приютами, которые уже работают с ТикТоком и собирают по нескольким десяткам тысяч просмотров:

- [Территория спасения](#);
- [Жизнь собак в приюте](#);
- [zootimebaku](#);
- [priyutsobak](#).

## YouTube

Затраты: **бесплатно**.

Сложность: **сложнее, чем ведение любого аккаунта, необходимы навыки работы с видео**.

YouTube в России — первый по данным [Mediascope](#). По объему трафика он уступает только Google и Яндекс. Охват аудитории 82,8 млн человек. Женщины преобладают на площадке, их около 52,8%, 47,4% — мужчины. Больше всего пользователей в возрасте 25–34 года, в разрезе дохода — со средним (40%) и выше среднего (32%).

На конец 2019 года на YouTube загружено 1,1 млрд видеороликов. На просмотр видео пользователи ежедневно тратят 1 млрд часов. Всего за одну минуту в YouTube загружается 500 часов видео.

Пользователи часто используют ролики в YouTube, чтобы чему-то научиться. Согласно данным в блоге Think with Google, четыре из пяти опрошенных утверждают, что видео в YouTube позволяет снять стресс и получить новые знания.

Менеджер по работе с ключевыми клиентами Google Inc. Наталья Тихомирова [делится секретами](#) аккаунтов НКО на YouTube:

*«Видео о работе фонда или социальной проблеме должно быть эмоциональным, близким каждому человеку — это мотивирует людей больше интересоваться темой. Не менее важно вдохновлять и развлекать аудиторию веселыми историями.*

*В качестве примера посмотрите видео популярных блогеров и используйте похожие приемы для привлечения внимания.*

*Желательно разместить на канале главное видео, которое видно при входе на страницу НКО, и истории реальных людей: подопечных, волонтеров, сотрудников фонда. Многие пользователи, особенно молодые люди, используют YouTube как поисковик. Поэтому здесь также популярны инструкции и обучающие видео.*

*Популярные темы, флешмобы, мемы помогут «засветиться» в ленте YouTube и привлечь новых зрителей. Охватить дополнительную аудиторию можно и с помощью влиятельных людей, например, блогеров. Они могут рассказать своим зрителям о фонде и привлечь посетителей на видеоканал НКО».*

Мы рекомендуем вам создать собственный канал на этой платформе. Привлеките волонтеров для этой задачи.

Что надо сделать:

1. Поймите, какие задачи приюта будет решать канал на YouTube.
2. Составьте тематический план двух-трех видео.
3. Снимите их. Привлеките для этой цели волонтеров. Поэкспериментируйте с форматами.
4. Опубликуйте видео. Расскажите об этом своим подписчикам.
5. В течение одного-трех месяцев соберите обратную связь. Если аудитория положительно воспринимает ваши ролики и вы достигаете поставленных целей — продолжайте.

Для вдохновения изучите профили приютов на YouTube:

- [Котоблог Матроскина](#);
- [Приют «Дари добро»](#);
- [Приют для животных «ДОРА»](#);
- [«Омские хвостики»](#);
- [«Центр для кошек МУРКОША»](#);
- [«Хвостатое счастье»](#).

## Подкаст

**Затраты:** *на хостинг.*

**Сложность:** *как и ведение любого аккаунта.*

Подкасты — это аудиоблог вашей организации. Если хотите — собственная радиостанция. Записывайте волонтерские истории, беседы с экспертами.

Рассказывайте о своих питомцах.

Что надо сделать:

1. Определитесь с целью. Какие задачи приюта вы будете решать с помощью этого инструмента?
2. Составьте тематический план двух-трех выпусков, с которых вы начнете свой подкаст. Поэкспериментируйте с разными форматами: интервью, новости, истории из жизни. Список форматов вы найдете в параграфе [«Чем наполнить аккаунт»](#).
3. Найдите оборудование для записи. Пообщайтесь с волонтерами, почти наверняка вы найдете хороший микрофон и помещение с высокой звукоизоляцией. Для старта больше и не нужно.
4. Запишите и смонтируйте первый выпуск.
5. Придумайте название. Например, возьмите название вашего приюта.
6. Разместите подкаст на платформах.
7. Соберите обратную связь. Если аудитория положительно воспринимает ваши подкасты и вы достигаете поставленных целей — продолжайте.

Вот [очень подробная инструкция](#) со всеми необходимыми разъяснениями и ссылками от Льва Пикалева, основателя студии Подкастерская.

Для вдохновения послушайте подкаст [«Твое собачье дело»](#).



## E-mail-рассылка

**Затраты:** в соответствии с тарифом сервиса.

**Сложность:** как и ведение любого аккаунта.

Общение с аудиторией через рассылки электронных писем — очень эффективный, но почему-то не очень популярный инструмент для НКО. Сообщайте важные новости из жизни приюта, собирайте пожертвования и приглашайте на проекты и события.

Что надо сделать:

1. Начните собирать адреса электронных ящиков ваших подписчиков. Добавьте этот пункт во все анкеты, сделайте всплывающее уведомление на вашем сайте. Для хранения адресов используйте вашу [CRM](#).

2. Выберите сервис для рассылок:

**[Mailchimp](#)**. Самый популярный и самый используемый сервис e-mail рассылки как в коммерческом секторе, так и в некоммерческом. Ограничения бесплатной версии: до 2000 адресов в базе и до 12000 писем в месяц. **Платная версия:** от \$20 в месяц. **Интерфейс и поддержка:** на английском. **Шаблоны для писем:** много + возможность создать свои. **Интеграция:** со всеми возможными приложениями и сайтами. **Уровень безопасности и анти-спама:** высокий.

**[SendPulse](#)**. Второй по популярности сервис. Простая и интуитивная площадка. Множество дополнительных функций. Большое количество HTML-шаблонов и удобный блочный конструктор писем. Ограничения бесплатной версии: до 2500 адресов в базе и до 15000 писем в месяц. **Платная версия:** от \$30 в месяц. **Интерфейс и поддержка:** на русском. **Шаблоны для писем:** много + возможность создать свои. **Интеграция:** со всеми возможными приложениями и сайтами. **Уровень безопасности и анти-спама:** высокий.

**[SendSay](#)**. Очень надежный сервис. Находится в «белых списках» почти всех e-mail служб. Но подойдет очень небольшой НКО с маленькой аудиторией подписчиков. Ограничения бесплатной версии: до 200 адресов в базе и до 1000 писем в месяц. **Платная версия:** от \$12 в месяц. **Интерфейс и поддержка:** на русском. **Шаблоны для писем:** всего 2 + возможность создать свои. **Интеграция:** со всеми возможными приложениями и сайтами. **Уровень безопасности и анти-спама:** очень высокий.

**[Sendinblue](#)**. Очень простой и комфортный сервис. Его главное преимущество и отличие от других площадок – в отсутствии ограничения по адресам в бесплатной версии. Ограничения бесплатной версии: до 9000 писем в месяц. **Платная версия:** от \$25 в месяц. **Интерфейс и поддержка:** на английском. **Шаблоны для писем:** много + возможность создать свои. **Интеграция:** со всеми возможными приложениями и сайтами. **Уровень безопасности и анти-спама:** высокий.

**[UniSender](#)**. Популярный сервис российского производства. Множество функций и удобный интерфейс. Единственный минус – самое маленькое допустимое число подписчиков в бесплатной версии. Зато на логотипе у них собачка. Ограничения бесплатной версии: до 100 адресов в базе и до 1500 писем в месяц. **Платная версия:** от \$12 в месяц. **Интерфейс и поддержка:** на русском. **Шаблоны для писем:** много + возможность создать свои. **Интеграция:** со всеми возможными приложениями и сайтами. **Уровень безопасности и анти-спама:** высокий.



[Источник](#).

3. Составьте план рассылки на один месяц.
4. Запустите пробную рассылку.
5. Соберите обратную связь. Если аудитория положительно воспринимает ваши письма и вы достигаете поставленных целей — продолжайте.

Посмотрите [небольшое видео](#), в котором Сергей Исаков из фонда «Вера» рассказывает про e-mail рассылки.

## Эфиры на местных телеканалах

Договоритесь с местными СМИ о регулярной рубрике в развлекательных передачах. Приводите ваших питомцев, рассказывайте о них. Хорошо, если такие эфиры будут проходить регулярно, например, раз в месяц, или раз в неделю. Ничто так не радует зрителя, как собака или кошка.

Чтобы внести разнообразие в эфиры, приглашайте ваших экспертов-волонтеров: ветеринаров, дрессировщиков, фотографов. Пусть они раскроют свои небольшие профессиональные секреты, как ухаживать за животными, как правильно их фотографировать, как их воспитывать. И всегда приглашайте равнодушных людей к себе в приют и на предстоящие проекты.

Что надо сделать:

1. Составьте список развлекательных передач в местных СМИ.
2. Свяжитесь с редакциями, предложите сотрудничество. Если редактор сомневается, предложите один-два пробных визита.
3. После эфира/публикации обсуждайте с редактором реакцию аудитории и что можно сделать, чтобы ваше сотрудничество было еще более полезным для всех.

[Посмотрите](#), как представители приюта «ПовоДог» пришли в эфир красноярского телеканала ТВК.

## Публичный календарь

Затраты: **бесплатно**.

Сложность: **низкая**.


Чтобы ваши волонтеры и все заинтересованные лица знали о ваших планах, создайте публичный календарь. Мы рекомендуем сделать это при помощи Гугл-календаря.

Если сделать календарь общедоступным, другие пользователи смогут:

- Находить ваш календарь на вашем сайте. [Здесь](#) подробно рассказано, как встроить календарь на ваш сайт.
- Находить его через поисковые системы, если сайт, на котором он размещен, индексируется.
- Синхронизировать ваш календарь со своими календарями.
- Подписываться на ваш календарь и просматривать его.

Открывая общий доступ к календарю, вы можете или разрешить просматривать все данные ваших мероприятий, или открыть лишь информацию о свободном и занятом времени.

Как сделать общедоступный календарь:

1. Откройте [Google Календарь](#) на компьютере.
2. Создайте новый календарь.
3. В правом верхнем углу нажмите на значок  Настройки.
4. Нажмите на название календаря, доступ к которому хотите открыть.
5. Нажмите Разрешения на доступ.
6. Установите флажок Сделать общедоступным.
7. Если вы не хотите, чтобы другие пользователи могли видеть подробные сведения о ваших мероприятиях, в раскрывающемся списке справа от этого флажка выберите «Доступ только к информации о свободном времени».

Подробности вы найдете по [этой ссылке](#).

## Онлайн-курс

**Затраты:** *затратно ресурсно, умственно, физически.*

**Сложность:** *высокая.*

Запуск онлайн-курса или онлайн-школы для заводчиков/организаторов приютов/котакафе:

1. Набор кураторов курса или школы.
2. Определение целевой аудитории: для кого проводится онлайн-курс или школа?
3. Определение цели — в чем суть курса или школы?
4. Определение тем, которые необходимы затронуть в рамках курса/школы.
5. Работа со спикерами, подбор специалистов в области зоологии, обсуждение форматов курса/школы.
6. Разработка полиграфии: лого, брендинг.
7. Разработка платформы/сайта или приложения.
8. Видеосъемка курса, разработка и описание домашних заданий.
9. Набор учеников курса/школы.
10. Проведение курса.
11. Сбор обратной связи.





## Работа с политическим окружением

В настоящее время в Российской Федерации еще не так много примеров эффективного взаимодействия органов исполнительной власти и уполномоченных ими организаций с зооволонтерским сообществом. В большинстве субъектов РФ такая работа не проводится в принципе. Однако есть примеры, которые показывают, что подобная работа может вестись и приносить свои плоды.

Среди успешных практик стоит отметить опыт Санкт-Петербурга, где с 2007 года работа с зооволонтерским сообществом выстроена на уровне муниципалитетов, что позволяет оперативно решать все вопросы, связанные не только с безнадзорными, но и с владельческими животными. В каждой из 18 районных администраций города назначено уполномоченное лицо (на уровне не ниже заместителя главы администрации), курирующее вопросы отношения к домашним и безнадзорным животным, в обязанности которого входит в том числе сотрудничество с зооволонтерами для решения данных вопросов. Данная деятельность контролируется [Общественным советом при Правительстве Санкт-Петербурга по вопросам отношения к домашним животным](#), членами которого являются представители органов государственной власти, заинтересованных общественных, государственных, образовательных и научных организаций, граждане Российской Федерации, активно участвующие в решении вопросов, входящих в компетенцию совета ([zoosovet.spb-gov.ru](http://zoosovet.spb-gov.ru)). Общественный совет рассматривает спорные вопросы и конфликтные ситуации, возникающие в сфере содержания, разведения и использования животных, в том числе при решении проблемных ситуаций, вызываемых наличием животных без владельцев в Санкт-Петербурге, выдает заинтересованным лицам заключения по спорным вопросам, носящие рекоменда-

тельный характер, направляет обращения заинтересованных лиц в исполнительные органы государственной власти для рассмотрения.

*Источник: «Методические рекомендации от Агентства стратегических инициатив по работе с безнадзорными животными».*

## Общественный инспектор в области обращения с домашними животными

Один из инструментов более весомой позиции: зарегистрировать кого-либо из сотрудников приюта в качестве общественного инспектора в области обращения с домашними животными. Этот статус позволит вам более тесно взаимодействовать с органами государственного надзора в области защиты прав животных, проводить проверки.

Федеральный закон от 27 декабря 2018 г. N 498-ФЗ «Об ответственном обращении с животными и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации», статья 20 «Общественный контроль в области обращения с домашними животными» гласит, что: Инспекторы на добровольной и безвозмездной основе могут осуществлять общественный контроль в области обращения с домашними. Инспектор имеет право:

1. фиксировать правонарушения в области обращения с домашними животными и направлять соответствующие материалы в органы государственного надзора;
2. содействовать органам государственного надзора в предупреждении и выявлении нарушений законодательства в области обращения с домашними животными;
3. подготавливать по результатам осуществления общественного контроля в области обращения с домашними животными итоговый документ и направлять его на рассмотрение в органы государственной власти.

При осуществлении общественного контроля в области обращения с домашними животными **запрещается устанавливать ограничения осуществления общественными инспекторами в области обращения с домашними животными фото- и видеосъемки**, а также применения средств звукозаписи (аудиозаписи). При осуществлении общественного контроля в области обращения с домашними животными общественным инспекторам в области обращения с домашними животными **должен быть обеспечен доступ на территорию приюта для животных и в его помещения.**

Порядок присвоения статуса общественного инспектора установлен [приказом Минприроды России от 12.08.2020 №591](#). Для получения удостоверения общественного инспектора по охране окружающей среды необходимо обратиться в территориальный орган Росприроднадзора по месту жительства.

Всю подробную информацию вы найдете в [специальном разделе](#) на сайте Росприроднадзора.



## Ликбез

Изучайте и знайте необходимые нормативные документы и опыт коллег.

### Законы, конвенции и постановления

1. Федеральный закон от 27.12.2018 №498-ФЗ [«Об ответственном обращении с животными и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации»](#).
2. [Европейская конвенция о защите домашних животных](#) (ETS №125) (заключена 13.11.1987, г. Страсбург, вступила в силу 1 мая 1992 года). **Россия не ратифицировала данный документ.**
3. [Европейская конвенция о защите позвоночных животных, используемых для экспериментов или в иных научных целях](#) (вместе с «Руководством по размещению и заботе о животных», «Статистическими таблицами и пояснительными записями») (ETS N 123) (заключена 18.03.1986 с изм. От 22.06.1998, г. Страсбург), **Россия не ратифицировала данный документ.**
4. Приказ Министерства природных ресурсов и экологии Российской Федерации от 12.08.2020 № 591 [«Об установлении порядка организации деятельности общественных инспекторов в области обращения с животными, порядка взаимодействия таких инспекторов с органами государственного надзора в области обращения с животными, порядка выдачи удостоверения, и его формы»](#).
5. Постановление Правительства РФ от 1 октября 2020 г. N 1584 [«Об утверждении требований к ящикам для сбора благотворительных пожертвований, порядка их установки, использования и извлечения имущества, собранного с их помощью»](#).
6. Постановление Правительства РФ от 30 декабря 2019 г. № 1938 [«Об утверждении Положения о лицензировании деятельности по содержанию и использованию животных в зоопарках, зоосадах, цирках, зоотеатрах, дельфинариях и океанариумах»](#).
7. Постановление Правительства РФ от 30 декабря 2019 г. № 1937 [«Об утверждении требо-](#)

[ваний к использованию животных в культурно-зрелищных целях и их содержанию».](#)

8. Постановление Правительства РФ от 30 ноября 2019 № 1560 [«Об утверждении Правил организации и осуществления государственного надзора в области обращения с животными».](#)

9. Постановление Правительства РФ от 23 ноября 2019 г. № 1504 [«Об утверждении методических указаний по организации деятельности приютов для животных и установлению норм содержания животных в них».](#)

10. Постановление Правительства Российской Федерации от 23 ноября 2019 г. № 1498 [«О внесении изменения в Правила содержания общего имущества в многоквартирном доме».](#)

11. Постановление Правительства Российской Федерации от 18 сентября 2019 г. № 1212 [«Об утверждении перечня случаев, при которых допускается использование животных в культурно-зрелищных целях вне мест их содержания или за пределами специально предназначенных для этого зданий, сооружений, а также на необособленных территориях».](#)

12. Постановление Правительства РФ от 10 сентября 2019 г. N 1180 [«Об утверждении методических указаний по осуществлению деятельности по обращению с животными без владельцев».](#)

13. Постановление Правительства Российской Федерации от 29 июля 2019 № 974 [«Об утверждении перечня потенциально опасных собак».](#)

14. Постановление Правительства РФ № 961 от 25 июля 2019 г. [«Об установлении перечня случаев, при которых допускается использование домашних животных в предпринимательской деятельности».](#)

15. Постановление Правительства РФ от 11 июля 2019 от 11 июля 2019 № 882 [«О внесении изменений в некоторые акты Правительства Российской Федерации по вопросу осуществления федеральными органами исполнительной власти отдельных полномочий в области обращения с животными».](#)

16. Постановление Правительства Российской Федерации от 27 июня 2019 № 819 [«Об утверждении перечня случаев, при которых допускаются содержание и использование животных, включенных в перечень животных, запрещенных к содержанию».](#)

17. Постановление Правительства Российской Федерации от 22 июня 2019 №795 [«Об утверждении перечня животных, запрещенных к содержанию».](#)

18. Федеральный закон от 27.12.2018 № 498-ФЗ [«Об ответственном обращении с животными и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации».](#)

19. Федеральный закон от 20.12.2017 № 412-ФЗ [«О внесении изменений в статьи 245 и 258-1 Уголовного кодекса Российской Федерации и статьи 150 и 151 Уголовно-процессуального кодекса Российской Федерации».](#)

20. Минсельхоз РФ. [ОБ УТВЕРЖДЕНИИ ПЕРЕЧНЯ ВИДОВ ЖИВОТНЫХ, ПОДЛЕЖАЩИХ ИДЕНТИФИКАЦИИ И УЧЕТУ.](#)

21. «Уголовный кодекс Российской Федерации», ст.245 [«Жестокое обращение с животными».](#)

22. Закон РФ [«О животном мире».](#)

23. «Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая)» от 30.11.1994 N 51-ФЗ. Статья 137. [Животные.](#)

24. Закон РФ от 14.05.1993 N 4979-1 [«О ветеринарии»](#) (с изменениями на 13 июля 2020).

Кроме того, есть некоторое количество нормативных документов, принятых в вашем субъекте и городе. Найти их вы можете на официальных сайтах.

## Приказы, инструкции, разъяснения

1. Приказ Федеральной службы по ветеринарному и фитосанитарному надзору от 23.12.2020 № 1384 [«Об утверждении Административного регламента Федеральной службы по ветеринарному и фитосанитарному надзору по предоставлению государственной услуги по лицензированию деятельности по содержанию и использованию животных в зоопарках, зоосадах, цирках, зоотеатрах, дельфинариях и океанариумах»](#).
2. Приказ Федеральной службы по ветеринарному и фитосанитарному надзору от 07.12.2020 № 1311 [«Об утверждении Административного регламента осуществления Федеральной службой по ветеринарному и фитосанитарному надзору государственного надзора в области обращения с животными в части соблюдения требований к содержанию и использованию животных в культурно-зрелищных целях»](#).
3. Приказ Минтранса России от 19 октября 2020 № 427 [«Об утверждении правил перевозки животных железнодорожным транспортом»](#).
4. Приказ Министерства природных ресурсов и экологии Российской Федерации от 12.08.2020 № 591 [«Об установлении порядка организации деятельности общественных инспекторов в области обращения с животными, порядка взаимодействия таких инспекторов с органами государственного надзора в области обращения с животными, порядка выдачи удостоверения, и его формы»](#) (Зарегистрирован 21.09.2020 № 59967).
5. [Полномочия Россельхознадзора в рамках государственного надзора в области содержания и использования животных в культурно-зрелищных целях](#)
6. [Информация для владельцев животных-компаньонов, необходимая для перевозки домашних питомцев](#). Разъяснения Россельхознадзора.
7. [Правила продажи отдельных видов товаров](#).

## Методические разработки

1. [Стандарт организации работы с безнадзорными животными в регионах](#) от Агентства стратегических инициатив.
2. [DogУрок](#) — серия интерактивных познавательных уроков по 20 различным темам, касающимся бережного и ответственного отношения к домашним питомцам, бездомным животным и экологии города в целом.
3. [Методическое пособие по ОСВВ](#). Авторы Ю. Беляева, Т. Королева.
4. [Методические рекомендации](#) от Агентства стратегических инициатив по работе с безнадзорными животными.
5. [Техническое задание на разработку типового проекта приюта для безнадзорных животных и центра стерилизации и отлова](#) от Агентства стратегических инициатив.
6. Боровик М.А., Михель Д.В. [Движения по защите животных: история, политика, практика](#) // Журнал исследований социальной политики. – №8, 2010.
7. Капытина Т.П. [Особенности становления и развития отечественного зооволонтерства](#).
8. Левченко Н.В. [Российские зоозащитники: кто они и как действуют?](#) // Социологические исследования
9. Методические рекомендации по организации работы с безнадзорными животными в субъектах Российской Федерации, 2017 год.
10. [Стандарт работы зооволонтера](#).



## Опыт коллег

Подпишитесь на аккаунты коллег, начните общаться с ними, делитесь своими достижениями и просите совета.

Вот список приютов, чей опыт мы изучали во время подготовки этого материала:

Организация	Ссылки
Лучший друг, Ставрополь	<a href="https://www.instagram.com/p/CPxGHsvhYAr/">https://www.instagram.com/p/CPxGHsvhYAr/</a>
ЦЗЖ Соседи, Красноярск	<a href="https://www.instagram.com/p/CSVuLHtib2C/">https://www.instagram.com/p/CSVuLHtib2C/</a>
Подарок судьбы, Москва	<a href="https://vseposobake.ru/">https://vseposobake.ru/</a>
Верность, Красноярск	<a href="https://vk.com/priutvernost">https://vk.com/priutvernost</a>
Хочукота, Киев	<a href="https://www.facebook.com/xochukota/">https://www.facebook.com/xochukota/</a>
Хочусобаку, Киев	<a href="https://www.facebook.com/xochysobaky/">https://www.facebook.com/xochysobaky/</a>
Друг, Омск	<a href="https://dog-omsk.ru/">https://dog-omsk.ru/</a>
Дом добра, Московская область	<a href="https://www.facebook.com/priutpodvorieDomDobra/">https://www.facebook.com/priutpodvorieDomDobra/</a>
Вера-Надежда-Любовь, Ленинградская область	<a href="https://www.instagram.com/pomogi_drugu/?utm_medium=copy_link&amp;fbclid=IwAR3seoTF1fPdIYq-5ESLyJRwWqF4xc6STAvn0n_ycabHTUD6hX-AYIbLxNA">https://www.instagram.com/pomogi_drugu/?utm_medium=copy_link&amp;fbclid=IwAR3seoTF1fPdIYq-5ESLyJRwWqF4xc6STAvn0n_ycabHTUD6hX-AYIbLxNA</a> <a href="http://priut-vnl.ru/">http://priut-vnl.ru/</a>
Полянка, СпБ	<a href="https://www.instagram.com/priut_polyanka/?utm_medium=copy_link&amp;fbclid=IwAR23mnlalFjyzQgjqCdFWcHXyrl7hj5lKFRzKKBILypYf78WyDb7wlsZYw">https://www.instagram.com/priut_polyanka/?utm_medium=copy_link&amp;fbclid=IwAR23mnlalFjyzQgjqCdFWcHXyrl7hj5lKFRzKKBILypYf78WyDb7wlsZYw</a> <a href="https://vk.com/priut_polanka">https://vk.com/priut_polanka</a>
Котеешная#1, Москва	<a href="https://www.facebook.com/koteeshnayaN1/">https://www.facebook.com/koteeshnayaN1/</a>
Котокафе «Котики и Люди», Москва	<a href="https://www.instagram.com/kotocafe/?utm_medium=copy_link&amp;fbclid=IwAR2WQMRXw-Li1l2gwpGvSd92Wn0V8gzBj9vT0rOB39Nh4bk0-llWc6oSPIQ">https://www.instagram.com/kotocafe/?utm_medium=copy_link&amp;fbclid=IwAR2WQMRXw-Li1l2gwpGvSd92Wn0V8gzBj9vT0rOB39Nh4bk0-llWc6oSPIQ</a>
Матроскин, Пермь	<a href="https://vk.com/zzzperm?fbclid=IwAR3seoTF1fPdIYq-5ESLyJRwWqF4xc6STAvn0n_ycabHTUD6hX-AYIbLxNA">https://vk.com/zzzperm?fbclid=IwAR3seoTF1fPdIYq-5ESLyJRwWqF4xc6STAvn0n_ycabHTUD6hX-AYIbLxNA</a>
Юна, Московская область	<a href="https://yunacenter.ru/">https://yunacenter.ru/</a>
Villalobos Rescue Center, Новый Орлеан	<a href="https://www.facebook.com/VillalobosRescueCenter/">https://www.facebook.com/VillalobosRescueCenter/</a>
Доброе сердце, Пермь	<a href="https://www.facebook.com/dobroeperm/">https://www.facebook.com/dobroeperm/</a>
Островок надежды, Пермь	<a href="https://www.facebook.com/ostrovokdog/">https://www.facebook.com/ostrovokdog/</a>
Лучик, Дубна	<a href="https://vk.com/luchik_dubna">https://vk.com/luchik_dubna</a>
Добрый дом, Хабаровск	<a href="https://www.facebook.com/ddkhv/">https://www.facebook.com/ddkhv/</a>
Собаки Кожуховского Приюта, Московская область	<a href="https://www.facebook.com/Собаки-Кожуховского-Приюта-544364349324782/">https://www.facebook.com/Собаки-Кожуховского-Приюта-544364349324782/</a>
Убежище, Санкт-Петербург	<a href="https://vk.com/ubezz">https://vk.com/ubezz</a>



Келтские ангелы, Ленинградская область	<a href="https://vk.com/kelts_shelter">https://vk.com/kelts_shelter</a> , <a href="https://www.kelts-shelter.com/">https://www.kelts-shelter.com/</a>
Подбери друга, Химки	<a href="https://www.instagram.com/moscow_shelters/?utm_medium=copy_link">https://www.instagram.com/moscow_shelters/?utm_medium=copy_link</a>
Самый уютный приют, Москва	<a href="https://www.instagram.com/p/CBs1NQRpf22/">https://www.instagram.com/p/CBs1NQRpf22/</a>
Я свободен, Санкт-Петербург	<a href="https://iamfreefund.online/">https://iamfreefund.online/</a>
БФ Домашний	<a href="https://takedog.ru/">https://takedog.ru/</a>
Бирюлево, Москва	<a href="https://izpriuta.ru/">https://izpriuta.ru/</a>
50pets, Московская область	<a href="https://vk.com/public52884364">https://vk.com/public52884364</a>
АлабайХэлп, Москва и МО	<a href="https://www.instagram.com/alabaihelp/?utm_medium=copy_link">https://www.instagram.com/alabaihelp/?utm_medium=copy_link</a>
Бим, Москва	<a href="http://www.moscowbim.ru/">http://www.moscowbim.ru/</a>
Ника, МО	<a href="https://www.fond-nika.ru/">https://www.fond-nika.ru/</a>
Рэй, Москва	<a href="https://rayfund.ru/contacts/">https://rayfund.ru/contacts/</a>
Приют «Красная сосна»	<a href="https://www.instagram.com/redpineshelter/">https://www.instagram.com/redpineshelter/</a>
Фонд «Умка», Владивосток	<a href="https://fondymka.ru/">https://fondymka.ru/</a>
Фонд «Лапа дружбы», Москва	<a href="http://lapadruzhby.ru/">http://lapadruzhby.ru/</a>
Проект «Котошеф»	<a href="https://koto-shef.ru/">https://koto-shef.ru/</a>
Общество защиты животных, г. Вологда «ВЕЛЕС»	<a href="https://vk.com/sunduchokdobra_veles">https://vk.com/sunduchokdobra_veles</a>
Приют «Алькин дом», г. Красноярск	<a href="https://alkindom2019.ru/">https://alkindom2019.ru/</a>
Приют «Ковчег надежды», г. Красноярск	<a href="https://vk.com/club138680271">https://vk.com/club138680271</a>
Приют «Новая жизнь», г. Минусинск	<a href="https://vk.com/newanimallife">https://vk.com/newanimallife</a>



# Приложение А

## Анализ динамики пожертвований через социальные сети

Исследование было проведено в августе 2019 года.

Объект: [Приют собачьих сердец «Верность»](#) (г. Красноярск).

### Вопросы:

- Кто соберет больше денег — кошки или собаки?
- В какой день недели лучше разместить пост, чтобы собрать больше денег?
- Правда ли, что летом люди перестают жертвовать?
- Если на фото много жутких кадров с открытыми ранами, сказывается ли это на сборах?

**Метод:** сбор комментариев под постами за один календарный год (август 2018 — июль 2019 г.). Было просмотрено 127 постов, зафиксированы пожертвования (2144 шт.)

### Выводы:

- Средний размер пожертвования — 407,90 руб. На него практически не влияет ни день недели, ни месяц, ни вид животного, ни эмоциональный накал фотографий.
- Наибольший вклад носит цель поста. На повседневный сбор средств в среднем переводят 288 руб, на срочный сбор уже 423 руб., а на погашение долга 489 рублей.
- Срочный сбор собирает 56% всех денег, погашение долгов 25%, и сбор на нужды приюта всего 19%.
- Люди готовы платить чаще и больше за решение какой-то срочной проблемы, но не на то, чтобы животные содержались в чистоте и комфорте.

Подробную аналитику и интерактивные графики вы найдете [здесь](#). Вы можете кликать, настраивать фильтры и изучать зависимости.

# Приложение Б

## Кодекс зооволонтера

1. Зооволонтерство – это добровольный, осознанный и ответственный труд во благо безнадзорных или приютских животных, а также других людей, помогающих им.
2. Зооволонтер помогает безнадзорным или приютским животным с учетом их потребностей и видоспецифичных особенностей.
3. Зооволонтер уважает принципы командной работы, соблюдает правила и регламент организации или сообщества, в сотрудничестве с которыми он осуществляет свою деятельность.
4. Зооволонтер согласовывает свои действия в отношении подопечных животных с соратниками.
5. Зооволонтер не вредит своим действием или бездействием ни взятым под опеку животным, ни соратникам-зооволонтерам, ни членам общества.
6. Зооволонтер является примером ответственного отношения к животным, не потворствует пополнению рядов бездомных животных и аргументированно призывает к зооответственности окружающих людей.
7. Зооволонтер не потворствует «черному» и бесконтрольному разведению животных – не покупает животных у разведенцев и сообщает потенциальным заводчикам о последствиях таких приобретений.
8. Зооволонтер постоянно повышает свою квалификацию, посещая тематические обучающие мероприятия и изучая лучшие практики помощи животным.
9. Зооволонтер выдвигает свои предложения и предлагает идеи для совершенствования текущих и реализации новых проектов.
10. Зооволонтер относится к другим людям с достоинством и уважением, невзирая на их отношение к зооволонтерам и помощи животным.

*Источник: Методические рекомендации от Агентства стратегических инициатив по работе с безнадзорными животными*

# Приложение В

## Анкета для потенциальных зооволонтеров

ФИО

---

Телефон

---

E-mail

---

Учебное заведение (место работы)

---

Какое направление Зооволонтерства заинтересовало вас больше всего? (обведите направление и подчеркните конкретные заинтересовавшие вас действия, указанные в скобках).

- Помощь животным на улицах (кормление, другая посильная помощь, организация стерилизации/кастрации, помощь в спасении из труднодоступных условий, готовность предоставить передержку для кошки/собаки).
- Помощь приютским животным (выгул, гигиенический уход, хозяйственная помощь, социализация, организация фото/видео съемки, транспортное сопровождение, сопровождение без транспорта, помощь в поиске дома).
- Благотворительность (помощь финансовыми средствами, материальными ресурсами).
- Информационное Зооволонтерство (посты/репосты/ведение аккаунта Зооволонтерского объединения в социальных сетях, участие в подготовке печатных изданий, афиш, листовок, иное \_\_\_\_\_).
- Событийное Зооволонтерство (организация/участие в мероприятии в пользу приютских животных, иное \_\_\_\_\_).
- Просветительское Зооволонтерство (организация/ведение просветительских мероприятий для детей/подростков/взрослых, иное \_\_\_\_\_).
- Транспортное Зооволонтерство (организация транспортных услуг для нужд Зооволонтерства, иное \_\_\_\_\_).
- Интеллектуальное или профессиональное Зооволонтерство (pro bono) – укажите, что именно \_\_\_\_\_

Я даю свое согласие на обработку персональных данных

\_\_\_\_\_ (ФИО, подпись)

СПАСИБО!

*Источник: Методические рекомендации от Агентства стратегических инициатив по работе с безнадзорными животными.*

