

FUNDUSZE W NGO

Pozyskiwanie środków na
działalność organizacji
pozarządowych

Publikacja współfinansowana
ze środków Unii Europejskiej
w ramach Europejskiego
Funduszu Społecznego.

Publikacja dystrybuowana
bezpłatnie w ramach projektu:
„Centrum Wspierania
Organizacji Pozarządowych
z terenu aglomeracji
wrocławskiej SEKTOR 3”

Autorki publikacji dołożyły wszelkich starań, aby
opublikowane informacje były zgodne z najnowszym
stanem wiedzy w chwili pisania.

Wrocław 2012



KAPITAŁ LUDZKI
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI
FUNDUSZ SPOŁECZNY



W Polsce jest dostępnych ponad 4000 źródeł finansowania działań o szeroko rozumianym wymiarze społecznym. Niełatwo jest odnaleźć się w gąszczu informacji o dostępnych funduszach. Dlatego potrzebne są umiejętności zarządzania informacją, a przede wszystkim aktualna wiedza z tego zakresu. Pomocne w tym okazują się szkolenia, portale internetowe czy poradniki, takie jak ten. W niniejszej publikacji pragnęliśmy zawrzeć za praktyczne dla działalności organizacji pozarządowych. Korzystając z własnych doświadczeń, przekazujemy w Twoje ręce nie tyle księgę funduszy, ile przewodnik po tym, jak się w świecie funduszy poruszać. Kim jest fundraiser i jak jego świat lepiej zrozumieć? Jak skutecznie planować i wdrażać strategie fundraisingowe?

O czym warto pamiętać? Przybliżamy terminologię związaną z tematem, metodę tworzenia projektów i wypełniania wniosków, dobre praktyki współpracy z sektorem publicznym, biznesowym, darczyńcami indywidualnymi. Podajemy przykłady różnych form wsparcia finansowego. Znajdziesz tu informacje na temat grantów krajowych i zagranicznych, a także pozagruntowych źródeł finansowania działalności organizacji. Sporo miejsca dedykujemy tzw. ofercie realizacji zadania publicznego, czyli formularzowi wniosku dotacyjnego, prezentując przykład gotowej oferty wraz z praktycznymi wskazówkami dotyczącymi jej wypełniania. Liczymy, że przekazane informacje przyczynią się do polepszenia sytuacji ekonomicznej polskich organizacji pozarządowych.

Autorki

. sektor

Spis treści

Sytuacja ekonomiczna organizacji pozarządowych w Polsce	Str. 4
Czym jest fundraising ?	Str. 5
Rodzaje sponsorów i ich motywacje	Str. 7
Planowanie działań fundraisingowych	Str. 9
Pozadotacyjne źródła finansowania działalności organizacji pozarządowych	Str. 11
Dotacyjne formy finansowania działalności organizacji pozarządowych	Str. 16
Finansowanie działalności ze środków organizacji prywatnych	Str. 17
Krajowe środki publiczne – rządowe i samorządowe źródła finansowania działalności organizacji pozarządowych	Str. 18
Finansowanie działalności organizacji pozarządowych z funduszy unijnych	Str. 26
Przykładowe programy unijne dostępne dla organizacji pozarządowych	Str. 29
Finansowanie działalności organizacji pozarządowych w ramach bezzwrotnej pomocy zagranicznej	Str. 31
Współpraca ze sponsorami indywidualnymi	Str. 32
Współpraca z sektorem biznesu	Str. 33
Projekt a wniosek	Str. 36
Tworzenie budżetu	Str. 39
Przyjrzyj się dobrym praktykom	Str. 41
Załącznik – przykład oferty realizacji zadania publicznego	Str. 43
Linkownia	Str. 57
Bibliografia	Str. 58
Autorki publikacji	Str. 59

Sytuacja ekonomiczna organizacji pozarządowych w Polsce

Badanie *Kondycja sektora organizacji pozarządowych w Polsce 2012* realizowane przez Stowarzyszenie Klon/Jawor podaje najświeższe dane dotyczące sytuacji ekonomicznej polskich organizacji pozarządowych (NGO). Wśród organizacji występuje duże zróżnicowanie dotyczące posiadanych rezerw finansowych, majątku czy dostępu do lokalu. Co prawda, zdarzają się organizacje „zamożne”, jednak większość albo wcale nie posiada majątku, albo też jego wartość nie przekracza kilkuset złotych lub kilku tysięcy złotych rocznie. Deklarowany majątek najczęściej obejmuje sprzęt i wyposażenie biurowe czy specjalistyczne, rzadziej – oprogramowanie, licencje, własny lokal czy samochód. Niski dochód uniemożliwiający swobodne i skuteczne działanie jest najczęściej wskazywaną przeszkodą w funkcjonowaniu organizacji pozarządowych, co potwierdza wiele wcześniejszych badań i raportów. Trzy czwarte organizacji nie zatrudnia na stałe żadnego płatnego personelu. Wśród najczęstszych problemów wymienianych przez działaczy organizacji znajdują się: zła sytuacja finansowa, trudności w zdobywaniu funduszy, nadmiernie rozbudowana biurokracja administracji publicznej, skomplikowane formalności związane z dostępem do grantodawców, sponsorów, funduszy UE. Powyższe argumenty stanowią wystarczające wyjaśnienie dla faktu, że w 2011 roku z funduszy unijnych – jakże szeroko w Polsce promowanych – korzystało zaledwie 11% organizacji pozarządowych. Przyglądając się źródłom finansowania,

z których korzystają polskie NGOsy, można zaobserwować kilka tendencji. Po pierwsze – sektor publiczny stanowi najistotniejsze źródło finansowania działalności organizacji z punktu widzenia generowanej przez nie puli przychodów, na drugim miejscu plasuje się działalność gospodarcza i odpłatna działalność pożytku publicznego. Po drugie – składki członkowskie i przychody pochodzące z dobroczynności (tj. z darowizn, zbiórek publicznych, akcji charytatywnych) stanowią z jednej strony najpowszechniejsze, z drugiej jednak – najmniej zasobne źródło dokapitalizowywania organizacji. Nie odgrywają więc znaczącej roli w funkcjonowaniu organizacji. Po trzecie – organizacje niedostatecznie dywersyfikują źródła przychodów, co oznacza, że opierają się w głównej mierze na jednej lub dwóch formach pozyskiwania funduszy, a tym samym skazują się na małą elastyczność finansową. Mamy więc cztery zasadnicze typy organizacji – bazujące przede wszystkim na dobroczynności, finansujące swoją działalność ze środków publicznych, utrzymujące się głównie ze składek członkowskich oraz wypracowujące przychód poprzez prowadzenie działalności gospodarczej lub odpłatnej działalności pożytku publicznego. Ponadto nieliczne organizacje mogą pozwolić sobie na zatrudnienie fundraisera, czyli wyspecjalizowanego pracownika odpowiedzialnego za pozyskiwanie funduszy. Budowanie kapitału materialnego organizacji odbywa się więc często w chaotyczny, mało profesjonalny sposób i wielokrotnie kończy się porażką. Organizacje uczą się pozyskiwania funduszy w praktyce – samodzielnie wyszukując potencjalne źródła finansowania, próbując opanować sztukę przygotowywania wniosków aplikacyjnych w ramach konkursów grantowych, umawiając się na spotkania z władzami lokalnymi. W miarę możliwości działacze NGO korzystają także z oferty coraz bardziej popularnych – nie tylko w dużych miastach – centrów wspierania organizacji pozarządowych, które zapewniają liczne, często bezpłatne szkolenia i doradztwo w zakresie pozyskiwania funduszy na działalność.

Czym jest fundraising?

Fundraising (z ang.: *fund* – fundusz; *raising* – zbieranie) to zaplanowany i zorganizowany proces pozyskiwania funduszy na rzecz danej organizacji czy przedsięwzięcia społecznego. Proces ten wymaga planowania, metodycznego podejścia, wiedzy, doświadczenia i czasu. Fundraising nie ogranicza się – co pokazuje zarówno teoria, jak i praktyka – wyłącznie do zbierania środków finansowych. Przedmiotem zainteresowania tzw. **fundraisera** jest zdobywanie różnego typu zasobów m.in. sprzętu, usług, zniżek, dostępu do pomieszczeń, nieodpłatnej reklamy, darmowej pomocy eksperckiej czy pożyczek. Jednakże „zdobywanie”, „zbieranie”, „pozyskiwanie” to niejedyne oblicze fundraisingu. Istotne są jeszcze pozostałe zjawiska towarzyszące fundraisingowi, a mianowicie:



Nie bez przyczyny o fundraisingu mówi się: „**sztuka prośnienia i dziękowania**”. Sztuka ta wymaga szeregu cech osobowościowych, ale także kierowania się w życiu określonymi postawami, wartościami. Wzorcowy fundraiser wykazuje się wysoko rozwiniętymi zdolnościami interpersonalnymi, komunikatywnością, empatią, odwagą, siłą przebicia, konsekwencją w działaniu, cierpliwością, kulturą osobistą, uczciwością, słownością, odpornością na stres i porażki. Wierzy w siebie i innych, a także w sens celu, dla którego pozyskuje sponsorów. Dalece identyfikuje się ze swoją organizacją i jej misją. Lubi ludzi i swoją pracę. Jak twierdzi Robert Kawałko, prezes Polskiego Stowarzyszenia Fundraisingu, *fundraising powinien być trzecim, czwartym, piątym zawodem w życiu*^{*}. Jednym słowem – skuteczny fundraiser to osoba dojrzała, doświadczona życiowo, ustabilizowana (również w sensie finansowym – przynajmniej do pewnego stopnia), ciesząca się autorytetem, posiadająca liczne kontakty w różnych środowiskach. Kolejne oblicze tego zawodu to umiejętność postawienia się „po drugiej stronie” – *fundraiser powinien wiedzieć, jak to jest, gdy się pomaga, ale też gdy nikt nie dziękuje za pomoc, gdy proszą za często lub o zbyt wiele*^{*}. Fundraiser powinien cały czas mieć przekonanie, że daje ludziom szansę zrobienia czegoś wartościowego, z czego będą dumni. Warto podkreślić, że wytrwałość to podstawa działań fundraisera – w wywiadzie Kawałko powołuje się na wypowiedź Janiny Ochojskiej, szefowej Polskiej Akcji Humanitarnej, która zwykle prosi do skutku – *ponoć nikt jeszcze nie odmówił więcej niż 12 razy*^{*}.

^{*} Kawałko R., Wywiad *Poproś 12 razy*, *Gazeta Wyborcza*, 19.07.2009

Międzynarodowa Deklaracja Zasad Etycznych w Fundraisingu, dokument uchwalony 16.10.2006 r. przez przedstawicieli organizacji fundraisingowych z 24 państw, precyzuje **5 uniwersalnych zasad**, którymi powinni kierować się fundraiserzy:

- **Uczciwość** – fundraiserzy powinni zawsze działać uczciwie i chronić zaufanie społeczne oraz dbać, aby ich darczyńcy i beneficjenci nie byli wprowadzani w błąd.

- **Szacunek** – fundraiserzy powinni zawsze działać z szacunkiem dla ich zawodu i ich organizacji oraz z szacunkiem dla darczyńców i beneficjentów.

- **Konsekwencja** – fundraiserzy będą działać w sposób jawny, mając na względzie zaufanie społeczne, powinni ujawniać istniejące lub potencjalne konflikty interesów i unikać niewłaściwego postępowania w sferze osobistej i zawodowej.

- **Empatia** – fundraiserzy będą promowali dzieło, dla którego pracują i zachęcali innych do angażowania się w to dzieło oraz do stosowania tych samych zawodowych standardów, powinni szanować prywatność, wolność wyboru i różnorodność we wszelkich jej formach.

- **Przejrzystość** – fundraiserzy powinni sporządzać przejrzyste sprawozdanie ze swej pracy, prezentując w sposób dokładny i zrozumiały zasady gospodarowania darowiznami oraz poniesione koszty i wydatki.¹

Oprócz czynników związanych bezpośrednio z osobą fundaisera czy organizacją, którą on reprezentuje, należy wziąć pod uwagę inne uwarunkowania wpływające na skuteczność fundraisingu. Chodzi o występowanie pewnych zjawisk, ich brak lub niedostateczny poziom. Dotyczy to takich zagadnień jak: ustawodawstwo, polityka państwa wobec organizacji społecznych, zamożność obywateli, koniunktura gospodarcza, poziom rozwoju społeczeństwa obywatelskiego, konkurencja wśród organizacji pozarządowych, dostępność narzędzi komunikacji, moda na tzw. filantropię.

DEKALOG zbierania funduszy:

1. Na zbieranie pieniędzy potrzebne są pieniądze – zaplanuj je w swoim budżecie.
2. Bądź wierny misji oraz celom swojej organizacji i nigdy nie naginaj ich do potrzeb sponsora.
3. Nie ma jednej najlepszej strategii zdobywania funduszy, jest ich tyle, ile działań.
4. Znalezienie dużego sponsora wymaga więcej czasu niż znalezienie kilku małych sponsorów.
5. Małe kwoty możesz zebrać/duże kwoty musisz wypracować.
6. Uważaj, aby zbieranie pieniędzy nie stało się główną działalnością twojej organizacji.
7. Sponsoring rządzi się prawami rynku – to czy się im podporządkujesz, zależy tylko od ciebie.
8. Dobór sponsora jest decyzją moralną każdej organizacji i zależy od tego, jakim wartościom ona hołduje.
9. Wszyscy musimy mieć oczy i uszy otwarte na informacje o funduszach, ale dobrze jest, gdy jest jedna osoba odpowiedzialna za zbieranie funduszy.
10. Jeśli więc możesz, wyznacz jedną osobę w swojej organizacji odpowiedzialną za zbieranie funduszy.²

¹ Na podstawie: www.fundraising.org.pl/0-fundraisingu/etyka [dostęp: 10.12.2012]

² Na podstawie: www.fundusze.ngo.pl/; *Rady dla szukających pieniędzy; Podstawy strategii zbierania funduszy* [dostęp: 10.12.2012]

Rodzaje sponsorów i ich motywacje

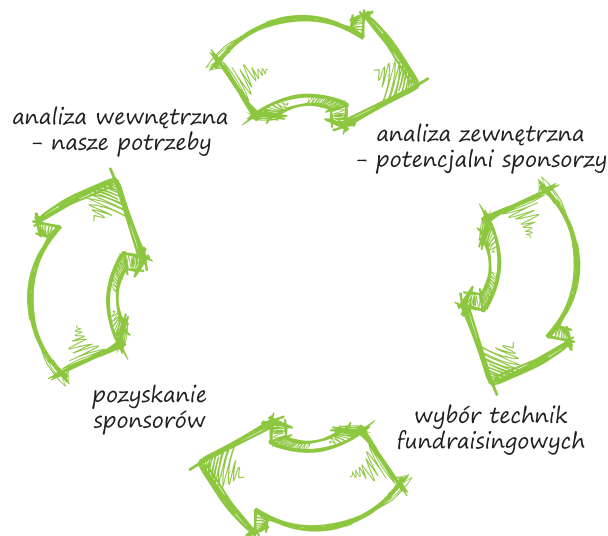
Analizując zjawisko fundraisingu, możemy spotkać się z takimi określeniami jak darczyńca, donator czy sponsor. Są to pojęcia zbliżone w swoim znaczeniu. **Darczyńca** to osoba lub podmiot, który dobrowolnie i nieodpłatnie przynosi korzyści materialne lub niematerialne na obdarowanego, przekazując mu swoją własność i nie chcąc nic w zamian. **Donator** przekazuje dotację, czyli bezzwrotną pomoc finansową. **Sponsor** za wsparcie materialne oczekuje zwykle świadczeń promocyjnych od sponsorowanego. (Dla ułatwienia w naszej publikacji będziemy posługiwać się pojęciem sponsor na określenie wszystkich powyższych kategorii osób i podmiotów znajdujących się w obszarze oddziaływania fundraisingu.) Warto przyrzeć się jeszcze kilku dodatkowym podziałom sponsorów oraz najczęściej występującym motywacjom, które kierują ich decyzjami.

RODZAJE SPONSORÓW	Charakterystyka
<i>indywidualni vs. instytucjonalni/korporacyjni</i>	W tym przypadku wyznacznikiem jest podział na osoby fizyczne i prawne. Sponsorzy indywidualni to osoby fizyczne, które zgodnie z obowiązującym prawem mają możliwość przekazania na rzecz innych osób lub organizacji zasobów, w których posiadaniu się znajdują – m.in. w formie składek członkowskich (w przypadku stowarzyszeń), darowizn rzeczowych lub finansowych, datków w ramach zbiórek publicznych. Sponsorzy instytucjonalni/korporacyjni to osoby prawne (instytucje publiczne lub przedsiębiorstwa), które zgodnie z obowiązującym prawem mają możliwość przekazania swoich zasobów na rzecz innych osób lub organizacji – m.in. w formie dotacji, sponsoringu, darowizn rzeczowych lub finansowych oraz stypendiów.
<i>publiczni vs. prywatni</i>	W tym przypadku wyznacznikiem jest podział na sektory funkcjonujące we współczesnym państwie, a zarazem – pochodzenie środków, którymi dysponuje dany sponsor. Pozyskiwanie i wykorzystywanie środków publicznych wiąże się zwykle z licznymi „obwarowaniami” prawnymi i rozbudowaną biurokracją. Sponsor prywatny – bez względu na to, czy jest nim osoba fizyczna czy prawna – ma możliwość swobodnego, elastycznego decydowania o przeznaczeniu swojego kapitału i sposobach rozliczenia obdarowanego z jego wykorzystania.
<i>krajowi vs. zagraniczni</i>	W tym przypadku wyznacznikiem podziału jest miejsce siedziby/adres zamieszkania sponsora. Kontakt ze sponsorem krajowym może okazać się dla nas pod względem organizacyjnym o wiele łatwiejszy niż ze sponsorem zagranicznym, jednakże szyki może nam pokrzyżować działająca na tym samym „terenie” konkurencja. Współpraca ze sponsorem z zagranicy zwykle wymaga znajomości języka obcego czy też wiedzy z zakresu funkcjonowania określonego systemu prawnego. Na naszą korzyść może działać natomiast fakt, że jesteśmy np. jedyną organizacją z danego kraju, która zwróciła się z prośbą o wsparcie.

Planowanie działań fundraisingowych

Budowanie strategii fundraisingowej warto oprzeć o tzw. **metodę K3**¹. Metoda ta zakłada kompleksowy trzystopniowy rozwój organizacji obejmujący trzy rodzaje kapitałów: ludzki, społeczny i materialny. **Kapitał ludzki** to zespół osób, które angażują się w działalność organizacji, posiadają pożądaną wiedzę i umiejętności, kierują się określonymi postawami i zasadami, są gotowe poświęcać swój czas, energię i pomysły, wspólnie wypracowują misję, jaką kieruje się organizacja i identyfikują się z tą misją. **Kapitał społeczny** to sieć kontaktów międzyludzkich, łączących ludzi i instytucje, opierająca się na zaufaniu, wspólnych wartościach i gotowości do wymiany informacji. **Kapitał materialny** to nie tylko pieniądze, to również lokal, sprzęt, a także możliwość uzyskania rabatów. Jeśli myślimy o rozwoju naszej organizacji, musimy pamiętać o podstawowej zasadzie: im silniejszy kapitał ludzki i społeczny, tym silniejszy kapitał materialny. Dlatego budowanie stabilności materialnej stowarzyszenia czy fundacji zaczynamy od postawienia fundamentu rozumianego jako „ludzie i relacje między nimi”. Rozwijanie kapitału ludzkiego powinno odbywać się poprzez komunikację **do wewnątrz organizacji** (do jej członków, pracowników i współpracowników) przy wykorzystaniu **metod human resources (HR)**². Rozwijanie kapitału społecznego organizacji powinno z kolei następować poprzez komunikację **na zewnątrz organizacji** (do jej otoczenia – interesariuszy, czyli m.in. partnerów, beneficjentów, społeczności lokalnej) z wykorzystaniem **metod public relations (PR)**³. Dopiero stabilny kapitał ludzki i społeczny daje nam podstawy do budowania kapitału materialnego przy wykorzystaniu **metod fundraisingowych (FR)**, które opiszemy w niniejszej publikacji.

Przed zaplanowaniem działań fundraisingowych warto uświadomić sobie, że powinny one być następstwem pewnych analiz, które stanowią element tzw. **cyklu fundraisingowego** prezentowanego na schemacie zamieszczonym poniżej.



Analiza wewnętrzna pozwala nam na określenie, jakie są potrzeby finansowe i pozafinansowe (pieniądze, lokal, sprzęt, ludzie, usługi etc.) niezbędne do realizacji naszych zamierzeń. Analiza zewnętrzna polega natomiast na tzw. **segmentacji sponsorów**, czyli na dokonaniu wśród nich podziału na grupy wraz z dokładnym opisem (liczebność grup, dominujące motywacje, preferowane kanały komunikacji etc.).

¹ *Metoda K3 a planowanie strategii pozyskiwania funduszy*, Stafiej-Bartosik A., Łukasiak P., w: *Wiedza i doświadczenie, Moduł 2. Akademia Rozwoju Filantropii w Polsce*, Warszawa 2006

² Zagadnienie to analizowaliśmy w jednej z naszych publikacji: *Zarządzanie w NGO. Zarządzanie zasobami ludzkimi w organizacjach pozarządowych*.

³ Pisaliśmy o nich w kolejnej z naszych publikacji: *Public relations w NGO. Budowanie wizerunku organizacji pozarządowych*.

Proces realizacji zorganizowanych działań fundraisingowych dobrze jest przeprowadzić w 3 krokach:

1. PROJEKT. Przygotuj założenia projektu zgodnie z metodyką tworzenia projektów – m.in. opisz cele, rezultaty, sporządź harmonogram, budżet, listę zasobów. (> Więcej o tworzeniu projektów na str. 36)

2. ANALIZA ZASOBÓW. Ustal potrzeby finansowe i pozafinansowe niezbędne do realizacji projektu, czyli rodzaj i wartość zasobów, które musisz pozyskać z zewnątrz.

3. PLAN POZYSKIWANIA FUNDUSZY/ZASOBÓW. Ustal cele fundraisingowe, działania, terminy ich realizacji, techniki fundraisingowe i osoby odpowiedzialne za realizację poszczególnych elementów planu. Plan powinien zawierać szczegóły dotyczące realizacji poszczególnych celów fundraisingowych (np. nazwy i terminy konkursów dotacyjnych/programów grantowych; szczegółowy opis grup docelowych, komunikatów i narzędzi zaplanowanych w ramach kampanii fundraisingowych; szczegóły ofert skierowanych do sponsorów prywatnych etc.).

Przykład planu pozyskiwania funduszy/zasobów:

Plan pozyskiwania funduszy i zasobów dla projektu pn.:

Planowany termin realizacji projektu:

Szacunkowa kwota „do pozyskania” w zł:

Cele i działania	Czas – miesiące lub tygodnie												Osoba/osoby odpowiedzialne	Zasoby potrzebne do zrealizowania działań fundraisingowych	
	I	II	III	IV	V	VI	VII	VIII	IX	X	XI	XII			
Cel fundraisingowy 1:															
Działanie 1:															
Działanie 2:															
Działanie 3:															
Cel fundraisingowy 2:															
Działanie 1:															
itd.															
Cel fundraisingowy 3:															
Działanie 1:															
itd.															

Pozadotacyjne źródła finansowania działalności organizacji pozarządowych

Fundusz założycielski jest to majątek zadeklarowany przez fundatorów – założycieli danej fundacji – w formie finansowej lub pozafinansowej (pieniądze, ruchomości, nieruchomości, papiery wartościowe). Jego forma i wartość powinny zostać określone w statucie i akcie fundacyjnym. Prawo określa minimalną wymaganą wartość tego majątku – 1000 zł – tylko w przypadku fundacji prowadzących działalność gospodarczą. W pozostałych przypadkach fundatorzy deklarują zwykle kwotę rzędu kilkuset do kilku tysięcy złotych. Tego rodzaju majątek może stanowić bazę dla utworzenia kapitału żelaznego organizacji. Fundusz założycielski nie jest wymagany przy rejestracji stowarzyszeń.

Kapitał żelazny, inaczej zwany **wieczystym**, to środki gromadzone przez organizację po to, by czerpać zyski na realizację jej celów statutowych. Aby kapitał ten spełniał swoją funkcję, należy stosować się do dwóch zasad: stale go pomnażać (np. poprzez inwestowanie) i uczynić go nienaruszalnym (tzn. wykorzystywane są wyłącznie zyski otrzymane z inwestowania, a nie kapitał sam w sobie). Dobrze zorganizowane zarządzanie tego typu kapitałem stanowi ważne, stabilne i trwałe źródło finansowania działań podejmowanych przez organizację. Kapitał żelazny nie jest pojęciem prawnie zdefiniowanym

w Polsce, dlatego zasady jego tworzenia i wykorzystywania są regulowane poprzez przepisy wewnętrzne organizacji oraz ogólne regulacje prawne obowiązujące wszystkie stowarzyszenia czy fundacje. Organizacje pozarządowe mogą inwestować swój kapitał bez konieczności odprowadzania podatku poprzez zakup bonów i obligacji emitowanych przez Skarb Państwa i jednostki samorządu terytorialnego, zakup jednostek uczestnictwa w funduszach inwestycyjnych, a także zakup innych papierów wartościowych (w tym ostatnim przypadku – wyłącznie za pośrednictwem wyspecjalizowanych firm).

Podobną formą zarobkowania organizacji są tzw. **dochody z majątku**. Jeśli organizacja posiada własny lokal, nieruchomości, grunty, środki transportu, sprzęt lub inne prawa majątkowe, może pomnażać swój kapitał poprzez ich wynajem czy dzierżawę. Dozwolone jest także posiadanie udziałów w różnego typu spółkach.

Odpłatna działalność pożytku publicznego to działalność powadzona przez organizację pozarządową – w ramach jej działalności statutowej – w sferze pożytku publicznego określonej w art. 4 *Ustawy o działalności pożytku publicznego i o wolontariacie* (>> patrz str. 20), za którą organizacja pobiera wynagrodzenie, tj. opłaty od adresatów – tzw. beneficjentów (np. uczestników szkoleń). Jest nią także sprzedaż towarów lub usług wytworzonych lub świadczonych przez osoby bezpośrednio korzystające z działalności pożytku publicznego, w szczególności w zakresie rehabilitacji oraz przystosowania do pracy zawodowej osób niepełnosprawnych oraz reintegracji zawodowej i społecznej osób zagrożonych wykluczeniem społecznym (np. sprzedaż kartek świątecznych przygotowanych przez podopiecznych warsztatów terapii zajęciowej). Prowadzenie tego typu działalności musi być określone w statucie lub w innym akcie wewnętrznym. Stwarza organizacji możliwość pobierania wy-

grodzenia za wytworzone produkty lub świadczone usługi bez konieczności rejestrowania działalności gospodarczej. Należy jednak pamiętać, że nie można prowadzić działalności odpłatnej pożytku publicznego i równocześnie działalności gospodarczej w tym samym zakresie – przedmiot tych dwóch typów działalności musi być różny. Działalność odpłatna nie może przynosić zysku finansowego, powinna się za to bilansować, co oznacza, że jej koszty bezpośrednie i pośrednie muszą być równe przychodom. Dozwolone jest ewentualnie przekroczenie kosztów w stosunku do przychodów, natomiast organizacja nie może na działalności „zyskać” w sensie finansowym. Ponadto średnie wynagrodzenie osoby fizycznej zatrudnionej przy działalności odpłatnej liczone za okres ostatnich 3 miesięcy nie może przekroczyć 3-krotności przeciętnego wynagrodzenia w sektorze przedsiębiorstw ogłoszonego przez prezesa GUS za rok poprzedni. Średnie wynagrodzenie w sektorze przedsiębiorstw za rok 2011 wyniosło 3 604,68 zł brutto – jego 3-krotność, czyli limit na 2012 rok, wynosi 10 814,04 zł brutto. Warto być świadomym konsekwencji niestosowania się do powyższych zasad, ponieważ działalność odpłatna pożytku publicznego może zostać uznana za działalność gospodarczą i wymagać rejestracji w sądzie. Niezgłoszenie organizacji do rejestru przedsiębiorców może skutkować nałożeniem przez Krajowy Rejestr Sądowy grzywny. Dodatkowym problemem może okazać się także konieczność zwrotu dotacji otrzymanej od danej instytucji publicznej z przeznaczeniem na realizację zadania publicznego. Wynika to z faktu, że dotowaniu podlegają wyłącznie nieodpłatna i odpłatna działalność pożytku publicznego, natomiast dotacja nie może być udzielona na przedsięwzięcia prowadzone w ramach działalności gospodarczej.¹

Działalność gospodarcza to zarobkowa działalność wytwórcza, budowlana, handlowa, usługowa oraz poszukiwanie, rozpoznawanie i wydobywanie kopalin

ze złóż, a także działalność zawodowa, wykonywana w sposób zorganizowany i ciągły. Może być prowadzona bezpośrednio przez organizację pozarządową lub w formie wydzielonych spółek lub zakładów jako pomocnicza, uzupełniająca w stosunku do podstawowej działalności statutowej, pod warunkiem, że zostanie uwzględniona w statucie organizacji i zarejestrowana w Rejestrze Przedsiębiorców w Krajowym Rejestrze Sądowym. Osiągany zysk finansowy organizacja musi przeznaczyć na cele statutowe. Oznacza to, że w przypadku stowarzyszeń dochody nie mogą być przeznaczane do podziału między jego członków, a w przypadku fundacji – działalność gospodarcza jest dozwolona w rozmiarach służących realizacji jej celów. W świetle prawa stowarzyszenie czy fundacja staje się w tym przypadku przedsiębiorcą i obowiązują je takie same zasady jak innych przedsiębiorców.²

Składki członkowskie to obowiązkowe wpłaty członków stowarzyszenia na rzecz stowarzyszenia przeznaczane na jego działalność statutową. Wpłaty te dotyczą zarówno stowarzyszeń rejestrowych, jak i zwykłych, a także związków stowarzyszeń i innych osób prawnych. W przypadku stowarzyszeń zwykłych – składki członkowskie są jedynym dozwolonym prawnie źródłem pozyskiwania funduszy na działalność. Składki członkowskie nie podlegają opodatkowaniu pod warunkiem, że nie są przeznaczone na działalność gospodarczą organizacji. Wysokość i terminy wpłat, a także informacje o tym, kto zbiera składki i jakie są konsekwencje ich niepłacenia powinny wynikać z zapisów statutowych, regulaminowych bądź uchwał władz stowarzyszenia. Mimo że

¹ Szczegółowe wyjaśnienie i przykłady prawidłowego kalkulowania działalności odpłatnej pożytku publicznego przytaczamy w jednej z naszych publikacji: *Finanse w NGO. Zarządzanie finansowe w organizacjach pozarządowych*.

² Więcej o obowiązkach formalno-prawnych i finansowo-księgowych organizacji prowadzących działalność gospodarczą w naszych publikacjach: *Prawo w NGO. Aspekty prawne działalności organizacji pozarządowych* i *Finanse w NGO. Zarządzanie finansowe w organizacjach pozarządowych*.

z założenia na członkach organizacji ciąży obowiązek regulowania składek członkowskich, nie istnieje instrument prawny służący ich egzekwowaniu. Podobnie w ustawodawstwie brak aktów prawnych określających sankcje wobec stowarzyszeń, które składek nie zbierają.

Wiele organizacji korzysta z możliwości, jakie daje przeprowadzenie **zbiórki publicznej**. Pod tym sformułowaniem kryje się wszelkie publiczne zbieranie ofiar w gotówce lub naturze na pewien z góry określony cel. W szczególności dotyczy to celów religijnych, państwowych, oświatowych, zdrowotnych, kulturalno-społecznych i społeczno-opiekuńczych. Przeprowadzenie zbiórki wymaga pozwolenia właściwego decydenta – wójta, burmistrza lub prezydenta miasta (jeżeli zbiórka ma być przeprowadzona na obszarze gminy lub jej części), starosty (jeżeli zbiórka ma być przeprowadzona na obszarze powiatu lub jego części obejmującej więcej niż jedną gminę), marszałka województwa (jeżeli zbiórka ma być przeprowadzona na obszarze województwa lub jego części obejmującej więcej niż jeden powiat), ministra właściwego do spraw wewnętrznych (jeżeli zbiórka ma być przeprowadzona na obszarze obejmującym więcej niż jedno województwo). Organizacja nie musi uzyskać pozwolenia w przypadku kilku rodzajów zbiórek – zbiórki kościelnej (prowadzonej na terenach należących do Kościoła lub w trakcie uroczystości kościelnych), zbiórki prowadzonej w drodze loterii pieniężnej lub fantowej nieprzeprowadzanej w miejscu publicznym, zbiórki koleżeńskiej prowadzonej w gronie znajomych w prywatnym lokalu. Zbiórki prowadzone w szkole wśród dzieci i młodzieży wymagają wyłącznie zgody władz szkolnych, podobnie – zgoda przełożonych wystarczy, aby przeprowadzić zbiórkę w instytucji publicznej wśród jej pracowników. Istnieje wiele możliwości dokonywania wpłat – na konto bankowe, do puszek kwestarskich czy skarbon stacjonarnych. Do promocji zbiórki wykorzystywane są także nowo-

czesne narzędzia komunikacji – organizacje nawiązują do wpłat poprzez portale internetowe, linie telefoniczne, smsy. W terminie 1 miesiąca od zakończenia zbiórki należy złożyć sprawozdanie z jej wyników wraz z informacją o przeznaczeniu tzw. ofiar. Sprawozdanie składa się do urzędu, który wydał pozwolenie na przeprowadzenie zbiórki. Na organizacji ciąży także obowiązek publicznego ogłoszenia wyników zbiórki poprzez ogłoszenie publikowane w prasie obejmującej swym zasięgiem co najmniej ten sam obszar, na którym zbiórka została przeprowadzona.

Zdarza się, że lokalne festyny czy imprezy szkolne wzbogacają tzw. **charytatywne loterie fantowe**, które są okazją do przekazania symbolicznych nagród uczestnikom poprzez sprzedaż losów. Dochód ze sprzedaży przeznaczony jest na cel społeczny. Wartość wygranej nie może być niższa od ceny losu/wpłaconej kwoty, a ogólna wartość wygranych nie może być niższa niż 30% łącznej ceny przeznaczonych do sprzedaży losów. O loterii musi zostać powiadomiona stosowna izba celna. W każdym roku określana jest wartość puli nagród, która wymaga wyłącznie bezpłatnego zgłoszenia loterii (limit ten dla roku 2012 to 3560,83 zł) – jest ona wtedy traktowana jako tzw. mała loteria. Przekroczenie tej wartości wiąże się po pierwsze z koniecznością starania się o zezwolenie izby celnej na przeprowadzenie loterii, a po drugie – z odpłatnością. Organizator jest zwolniony z podatku w przypadku małych loterii, w pozostałych przypadkach należy uiścić podatek od gier stanowiący 10% sumy wpływów ze sprzedaży losów. Wzory dokumentów i adresy izb celnych znajdują się na stronie Ministerstwa Finansów. Czasochłonność i kosztowność uzyskania zezwolenia na przeprowadzenie tego typu przedsięwzięcia jest argumentem, dla którego warto zamienić większą loterię na kilka mniejszych, wymagających wyłącznie zgłoszenia. Do taktyki tej przychyliła się samo Ministerstwo Finansów. Z kolei zorganizowanie loterii charytatywnej bez zezwolenia

lub zgłoszenia jest traktowane jak przestępstwo lub wykroczenie skarbowe, za które grożą kary w wysokości 100% przychodu z loterii.

Darowizna to forma umowy dwustronnej, w której darczyńca (osoba fizyczna lub prawna) zobowiązuje się do bezpłatnego świadczenia na rzecz obdarowanego kosztem swego majątku, nie chcąc nic w zamian, a obdarowany decyduje się na przyjęcie świadczenia będącego przedmiotem darowizny. W ramach darowizny mogą być przekazywane pieniądze, nieruchomości, ruchomości, prawa majątkowe (np. prawo użytkowania wieczystego). Jako darowiznę traktuje się także przekazanie rzeczy, która ma powstać w przyszłości, czy też zwolnienie obdarowanego z długu, jaki ma on wobec darczyńcy. Darczyńca może zastrzec sobie obowiązek przekazania danej darowizny na konkretny cel – jest to tzw. obciążenie obdarowanego poleceniem. Zasadniczo darowizna powinna zostać przeznaczona na realizację tych celów społecznych, które dana organizacja zapisała w swoim statucie. Warto zaznaczyć, że – aby otrzymać darowiznę – organizacja nie musi posiadać statusu organizacji pożytku publicznego (OPP). Udzielenie darowizny może się odbyć w różnych formach w zależności od rodzaju świadczeń – forma pisemna umowy nie jest każdorazowo wymagana. Środki pieniężne wystarczy wpłacić na konto bankowe organizacji. Pozostałe darowizny mogą zostać przekazane w formie umowy cywilno-prawnej. Darowanie nieruchomości wymaga jednakże sporządzenia aktu notarialnego, przy czym warto pamiętać, że darowizna przyjęta na podstawie aktu notarialnego podlega opodatkowaniu. Dokumentem potwierdzającym przekazanie darowizny jest umowa, pokwitowanie odbioru lub wykaz z banku obrazujący dokonaną na konto wpłatę. Wartość darowanej rzeczy powinna zostać rzetelnie oszacowana – nie może być zawyżona lub zaniżona. Organizacja pozarządowa ma obowiązek rozliczenia się z otrzymanych darowizn poprzez złożenie odpowiedniego formularza do

urzędu skarbowego.¹ Istotną zaletą przekazania darowizny jest dla darczyńcy możliwość jej odliczenia od podstawy opodatkowania w rocznym rozliczeniu PIT w wysokości nie wyższej niż 6% uzyskanego dochodu (w przypadku osób fizycznych) i nie wyższej niż 10% uzyskanego dochodu (w przypadku osób prawnych).

Stowarzyszenie i fundacja może przyjąć **spadek** lub **zapis testamentowy**. Nie podlegają one opodatkowaniu. W ramach dziedziczenia testamentowego może zostać przekazany organizacji-spadkobiercy spadek, tj. określone prawa i obowiązki majątkowe. Natomiast poprzez zapis w swoim testamencie spadkodawca ma możliwość zobowiązania spadkobiercy (np. członka swojej rodziny) do spełnienia danego świadczenia majątkowego na rzecz określonej osoby lub podmiotu (np. organizacji pozarządowej). Spadkodawca może także ustanowić w testamencie nową fundację, przekazując jej część lub całość swojego majątku. Fundacja ta musi zostać wpisana do Krajowego Rejestru Sądowego w ciągu 2 lat od ogłoszenia testamentu.

Odpis 1% podatku dochodowego od osób fizycznych na rzecz organizacji pożytku publicznego dotyczy natomiast wyłącznie organizacji posiadających status OPP wpisanych do wykazu uprawnionych, publikowanego na stronie Ministerstwa Pracy i Polityki Społecznej. „Jeden procent” mogą przekazywać podatnicy podatku dochodowego od osób fizycznych (w tym m.in. podatnicy uzyskujący dochody z odpłatnego zbycia papierów wartościowych), podatnicy opodatkowani ryczałtem od przychodów ewidencjonowanych, podatnicy prowadzący jednoosobową działalność gospodarczą i korzystający z liniowej 19-procentowej stawki podatku. Ponieważ podatki należą się państwu, instrumentu finansowego zwanego „jednym procentem” nie należy traktować w kategoriach doro-

¹ O czym pisaliśmy w naszej publikacji: *Finanse w NGO. Zarządzanie finansowe w organizacjach pozarządowych*.

wizny, ofiarności czy filantropii. Decydując o przyznaniu danej organizacji swojej części podatku, obywatel jedynie wspomaga Ministra Finansów w dystrybucji środków publicznych. Warto wspomnieć, że odpis ten nie wyklucza możliwości dokonywania przez podatnika odpisów z tytułu darowizn. Uzyskane dochody z 1% organizacja musi przekazać na działalność pożytku publicznego.

Wymiana barterowa może być narzędziem stosowanym przez organizacje pozarządowe prowadzące działalność gospodarczą. Jest to rodzaj transakcji bezgotówkowej pomiędzy organizacją i przedsiębiorstwem lub między organizacjami, polegający na wymianie jednego towaru lub usługi na inny/inną. Każda ze stron jest jednocześnie nabywcą i sprzedawcą. Instrument ten pozwala obu stronom zaoszczędzić pieniądze – każdy poświęca nadmiar swoich zapasów, aby uzyskać produkty lub usługi potrzebne do swojego rozwoju. Świadczenia powinny zostać rzetelnie wycenione (ich wartość nie może być zawyżona lub заниżona) i wzajemnie się bilansować, co obrazują wystawione przez obie strony faktury VAT.

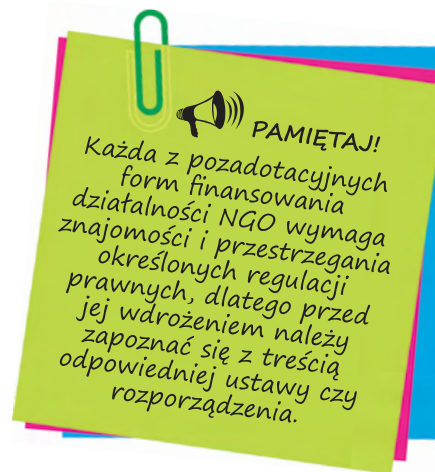
Odpisy od wynagrodzeń pracowników (*ang. pay-roll*) to mało rozpowszechniona w Polsce forma finansowego wspierania organizacji pozarządowych i programów społecznych. Angażuje ona zarówno pracowników danej firmy, instytucji czy organizacji, jak i samych pracodawców. Jest to niezwykle korzystne z punktu widzenia fundraisera, który zabiega o stopniowe poszerzanie grona darczyńców organizacji. Zgodnie z wzorcowym modelem *pay-rollu*, regularnie (np. raz w miesiącu) na podstawie pisemnej deklaracji pracownikowi potrącona zostaje na rzecz organizacji określona kwota wynagrodzenia (końcówka pensji). Dobrą praktyką jest podwojenie tej kwoty przez pracodawcę. Odpis od wynagrodzenia jest dla danego pracownika zwykle mało odczuwalny, tymczasem w przypadku współpracy z korporacją organizacja otrzymuje na swoje konto zwykle pokaźną sumę, którą może wykorzystać na cele statutowe.

Sponsoring jest formą współpracy oznaczającą wza-

jemne zobowiązanie dwóch stron – sponsor przekazuje zasoby finansowe, rzeczowe lub usługi sponsorowanemu w zamian za świadczenia promocyjne ze strony sponsorowanego. Sponsoring jest formą darowizny i nie funkcjonuje jako wydzielone prawnie pojęcie – zasady współpracy oraz rodzaj, wielkość, czas i sposób wykonania świadczeń przez każdą ze stron powinny zostać uwzględnione w umowie cywilno-prawnej – tzw. umowie sponsoringowej.

Umowa o współpracy z firmą pozwala na wspólne zaplanowanie i przeprowadzenie przedsięwzięcia społecznego przy zaangażowaniu potencjału kadrowego i/lub materialnego obu stron. Stanowi ona alternatywę dla tych organizacji, które nie prowadzą działalności gospodarczej ani odpłatnej działalności pożytku publicznego, przez co nie mają możliwości otrzymania wynagrodzenia za świadczone usługi, a zatem nie wchodzi w ich przypadku w grę wymiana barterowa.

Marketing wiązany, inaczej zwany **sprzedażą związaną**, polega na przekazywaniu przez firmę na określony cel społeczny części pieniędzy uzyskanych ze sprzedaży danego produktu, co sprzyja wzbudzeniu wśród konsumentów pozytywnych postaw wobec niego oraz budowaniu wizerunku firmy jako zaangażowanej społecznie.



Dotacyjne formy finansowania działalności organizacji pozarządowych

Grant – rodzaj wsparcia udzielanego w formie finansowej na realizację danego projektu, np. edukacyjnego, artystycznego, naukowego, społecznego, dzięki któremu ma zostać osiągnięty określony w projekcie cel. Grant może być udzielony osobie fizycznej bądź organizacji. Granty przyznawane są przez uczelnie wyższe, związki wyznaniowe, rozmaite fundacje, stowarzyszenia, organizacje międzynarodowe, instytucje państwowe i samorządowe lub fundacje prywatne, działające przy firmach i korporacjach. Udzielają one najczęściej wsparcia finansowego dotyczącego przedmiotu ich działalności. Obecnie większość dostępnych źródeł finansowania to dotacje od organizacji i firm, które posiadają złożone systemy konkursowe przyznawania grantów, oparte o regulamin lub wytyczne zawierające ścisłe zasady ich pozyskiwania i rozliczania.

Dotacja – z łaciny *subsidium*, oznacza *wsparcie, pomoc*. Dotacja jest synonimem słowa grant i odnosi się do przyznania bezzwrotnej płatności na czas określony w związku z konkretną inwestycją, działaniem lub jest to przekazanie kwoty osobie, firmie lub organizacji na pokrycie niektórych albo wszystkich swoich kosztów ogólnych bądź kosztów na podjęcie konkretnych działań, takich jak badania, szkolenia itp. Dotacją przedmiotową nazywa się dotację udzie-

laną wszystkim podmiotom wytwarzającym pewien rodzaj towarów lub usług. Wykaz dotacji przedmiotowych ustalany jest corocznie w ustawie budżetowej przez Ministra Finansów. Dotacje podmiotowe są z góry kierowane do jednego, określonego podmiotu (np. szkoły, ośrodka kultury).

Fundusz – wydzielona pula środków w budżecie instytucji lub organizacji w celu rozdysponowania i udzielenia grantów bądź dotacji na projekty realizujące konkretny cel lub z danej dziedziny życia, np. ochrony środowiska. Fundusz jest zazwyczaj tworzony poprzez gromadzenie środków – tak jak w przypadku funduszy europejskich. *Środki finansowe Unii Europejskiej gromadzone są przez państwa członkowskie i przekazywane do unijnego budżetu. Według prawa środki te stanowią zasoby własne Unii Europejskiej.**

Program operacyjny – to dokument planistyczny zawierający zbiór działań, celów i kierunków wspierania i rozwijania danego obszaru, np. kapitału ludzkiego lub regionu (województwa). Programy spełniają funkcję operacyjną, polegającą na obsługiwaniu poszczególnych funduszy. Treść programów podzielona jest na priorytety, działania i poddziałania. Te pierwsze określają cele dotacji w poszczególnych zakresach, te drugie zawierają typy projektów podlegających dotowaniu. Ze względu na swój dość ogólny charakter, każdy program ma opracowane dodatkowe dokumenty rozwijające jego zapisy, z których możemy się m.in. dowiedzieć, jakie są kryteria kwalifikowania wniosków o dotację i jakie warunki musi spełnić organizacja, by stać się podmiotem dotowanym w ramach danego programu.

* www.funduszeuropejskie.gov.pl [dostęp: 16.12.2012]



Finansowanie działalności ze środków organizacji prywatnych

W ostatniej dekadzie duże znaczenie ma współpraca wielosektorowa, szczególnie istotnym jest angażowanie do niej świata biznesu. Powstają partnerstwa publiczno-prywatne, lokalne grupy działania, partnerstwa trój- i dwusektorowe. Dzięki temu biznes może współuczestniczyć w rozwiązywaniu ludzkich problemów i zaspakajaniu potrzeb społecznych. Zjawisko to przyczyniło się do powstawania przy korporacjach, bankach i instytucjach prywatnych fundacji dających wsparcie o różnym charakterze, tym samym pokazuje współodpowiedzialność biznesu za społeczeństwo i zmienia jego wizerunek w gospodarce. Nastawienie na zysk staje więc w koalicji z dzieleniem się zyskiem.

Przykłady fundacji korporacyjnych udzielających wsparcia finansowego:

Fundacja BRE Banku – wspiera działania służące podnoszeniu poziomu wiedzy i edukacji w społeczeństwie oraz wyrównywaniu szans. Udziela pomocy finansowej i rzeczowej organizacjom społecznym oraz wspiera realizację konkretnych projektów.

Szczegóły: www.brebank.pl/pl/fundacjabrebanku/wsparcie

Fundacja Bankowa im. dr Mariana Kantona – przy Banku Pekao. Prowadzi działalność charytatywną i społeczną.

Szczegóły: www.pekao.com.pl/o_banku/odpowiedzialnosc/fundacja_kantona

Fundacja Bankowa im. Leopolda Kronenberga – przy Citi Handlowy – wspiera działania na rzecz dobra publicznego w zakresie edukacji i rozwoju lokalnego. Fundacja Kronenberga udziela dofinansowań instytucjom non-profit na przedsięwzięcia o charakterze lokalnym – obejmujące swoim zasięgiem maksymalnie jedno województwo – oraz projekty ponadlokalne – realizowane na obszarze większym niż jedno województwo.

Szczegóły: www.citibank.pl/poland

Fundacja Banku Zachodniego WBK – prowadzi działalność charytatywną, kulturalną, oświatową i wychowawczą w ramach dofinansowania projektów z dwóch programów: *Bank Dziecięcych Uśmiechów* – dedykowany dzieciom z rodzin niezamożnych, dysfunkcyjnych oraz *Bank Ambitnej Młodzieży* – dedykowany młodzieży, która chce się angażować w inicjatywy edukacyjne, obywatelskie, kulturowe.

Więcej na: www.fundacja.bzwbk.pl

Fundacja BGŻ wspiera ideę wolontariatu oraz autorskie projekty dotyczące rozwoju lokalnych środowisk. Udziela wsparcia na inicjatywy w zakresie rozwoju edukacji, nauki, kultury, pomocy społecznej i ochrony zdrowia, służące podnoszeniu poziomu edukacyjnego społeczeństwa, w szczególności wyrównywaniu szans rozwoju intelektualnego, edukacyjnego i zawodowego utalentowanej młodzieży z różnych środowisk, przede wszystkim z regionów i rodzin dotkniętych ubóstwem.

Szczegóły: www.fundacja.bgz.pl

Tu znajdziesz więcej informacji o organizacjach prywatnych udzielających wsparcia finansowego:

- » Fundacja PZU – www.pzu.pl/grupa-pzu/fundacja-pzu
- » Fundacja ORANGE – www.fundacja.orange.pl
- » Fundacja Polska Miedź KGHM SA – www.kghm.pl/index.dhtml?category_id=293
- » Fundacja im. Stefana Batorego, członek Forum Darczyńców w Polsce – www.batory.org.pl
- » Fundacja Wspomagania Wsi, członek Forum Darczyńców w Polsce – www.fundacjawspomaganiawsi.pl
- » Polska Fundacja Dzieci i Młodzieży, członek Forum Darczyńców w Polsce – www.pcyf.org.pl
- » Fundacja POLSAT – www.fundacjapolsat.pl
- » Fundacja Narodowego Banku Polskiego – www.nbportal.pl/pl/edukacja
- » Fundacja PricewaterhouseCoopers *Podaruj siebie* – www.pwc.pl/fundacja
- » Fundacja Dobroczynności Atlas – www.atlas.com.pl
- » Fundacja Orlen Dar Serca – www.orlendarserca.pl
- » Fundacja Ronalda McDonalda – www.frm.org.pl

Krajowe środki publiczne – rządowe i samorządowe źródła finansowania działalności organizacji pozarządowych

Organizacje pozarządowe mają możliwość **realizowania zadań publicznych we współpracy z organami administracji publicznej**, przy udziale środków publicznych z budżetu rządowego i budżetu samorządów terytorialnych. Zadania publiczne to działania na rzecz obywateli, do których realizacji są zobowiązane instytucje publiczne. Środki finansowe na realizację zadań publicznych są przekazywane w formie **dotacji**, czyli bezzwrotnej pomocy finansowej.

Zasadniczo z krajowych środków publicznych mogą być finansowane wszystkie koszty bezpośrednio i pośrednio związane z realizacją danego zadania publicznego określonego w umowie dotacyjnej. Za kwalifikowalne uznaje się te koszty, które są:

- bezpośrednio związane z realizowanym projektem i niezbędne dla jego realizacji;
- uwzględnione w zaakceptowanym przez umowę budżecie projektu;
- racjonalnie skalkulowane w oparciu o ceny rynkowe;
- faktycznie poniesione;
- skalkulowane proporcjonalnie dla przedsięwzięcia (np. część wynagrodzenia księgowego, jeżeli wykonuje on w ramach godzin pracy również inne zadania, niezwiązane z obsługą projektu);
- poniesione w okresie określonym przez umowę;
- poparte właściwymi dowodami księgowymi oraz prawidłowo odzwierciedlone w ewidencji księgowej.

Ze środków publicznych nie może być natomiast finansowana, prowadzona przez organizacje pozarządowe, działalność polityczna, religijna, gospodarcza, organizacyjna (np. koszty walnych zebrań, posiedzeń zarządu lub komisji rewizyjnej, wynagrodzeń dla członków zarządu za pełnienie funkcji w zarządzie), a także koszty zakupu gruntów, budowy bądź zakupu budynków lub lokali, tworzenia funduszy kapitałowych, podatków z wyłączeniem PDOF i VAT.

W ogłoszeniach konkursowych mogą pojawić się również inne ograniczenia, np. zakaz finansowania z dotacji kosztów zakupu środków trwałych, zakupów i wydatków inwestycyjnych, remontów i adaptacji pomieszczeń, działań, których celem jest prowadzenie badań, analiz i studiów, przyznawanie dotacji i stypendiów dla osób prawnych lub fizycznych, prowadzenia konta bankowego i przelewów, paliwa do samochodu, koordynacji.

Zakres i formy współpracy organizacji pozarządowych z tzw. sektorem publicznym wyznacza zasadniczo **Ustawa z dnia 24 kwietnia 2003 r. o działalności pożytku publicznego i o wolontariacie** (którą będziemy w dalszej części nazywać skrótowo: Ustawą), ale także szereg innych aktów prawnych.

Na poziomie krajowym są to **ustawy i rozporządzenia** (m.in. ustawy o: samorządzie gminnym, powiatowym, województwa, finansach publicznych, naruszeniu dyscypliny finansów publicznych czy *Rozporządzenie Ministra Pracy i Polityki Społecznej z dnia 15 grudnia 2010 r. w sprawie wzoru oferty i ramowego wzoru umowy dotyczących realizacji zadania publicznego oraz wzoru sprawozdania z wykonania tego zadania*).

Na poziomie lokalnym są to **uchwały i zarządzenia** (m.in. programy współpracy jednostek samorządu terytorialnego z organizacjami pozarządowymi).

Warto jednocześnie wspomnieć o kilku zasadach, którymi w tej międzysektorowej współpracy powinny kierować się obie strony:

- **Zasada pomocniczości**, inaczej **subsydiarności**, uporządkowuje relacje między sektorami. Zakłada przekazywanie realizacji zadań przez jednostki wyższe jednostkom niższym. Państwo powinno jak najwięcej spraw zlecać samorządom terytorialnym, a te z kolei – wspólnotom lokalnym i środowiskowym (m.in. organizacjom pozarządowym). Jednostki wyższe mają równocześnie obowiązek wspierania – w tym finansowego – jednostek niższych.

- **Zasada proporcjonalności** nakazuje stosować instrumenty prawne tylko w takim zakresie i intensywności, jakie są niezbędne do osiągnięcia celu. Zapewnia to ograniczenie interwencji państwa.

- **Zasada suwerenności stron** polega na tym, że sektory mają prawo do niezależności i odrębności w samodzielnym definiowaniu i poszukiwaniu sposobów rozwiązywania problemów i zadań.

- **Zasada partnerstwa** oznacza, że strony podejmuje, jako podmioty równoprawne, współpracę w identyfikowaniu i definiowaniu problemów i zadań, współdecydowaniu o umieszczeniu środków na ich realizację oraz wypracowywaniu najlepszych sposobów ich realizacji.

- **Zasada efektywności** polega na wspólnym dążeniu do osiągnięcia możliwie najlepszych efektów w realizacji zadań publicznych.

- **Zasada uczciwej konkurencji** oraz **zasada jawności** zakładają kształtowanie przejrzystych zasad współpracy dzięki istnieniu równych i jawnych kryteriów wyboru realizatora zadania publicznego.

Dany organ administracji publicznej ma możliwość przekazać do realizacji **zadania publiczne ze sfery pożytku publicznego** wymienione w art. 4 Ustawy (>> pełna lista na kolejnej stronie). Należy pamiętać, że Rada Ministrów może określić dodatkowe zadania jako należące do tej sfery, *kierując się ich szczególną społeczną użytecznością oraz możliwością ich wykonywania (...) w sposób zapewniający wystarczające zaspokajanie potrzeb społecznych*.

Sfera pożytku
publicznego obejmuje
– zgodnie z Ustawą –
zadania z zakresu:

- 1) pomocy społecznej, w tym pomocy rodzinom i osobom w trudnej sytuacji życiowej oraz wyrównywania szans tych rodzin i osób;
- 1a) wspierania rodziny i systemu pieczy zastępczej;
- 2) działalności na rzecz integracji i reintegracji zawodowej i społecznej osób zagrożonych wykluczeniem społecznym;
- 3) działalności charytatywnej;
- 4) podtrzymywania i upowszechniania tradycji narodowej, pielęgnowania polskości oraz rozwoju świadomości narodowej, obywatelskiej i kulturowej;
- 5) działalności na rzecz mniejszości narodowych i etnicznych oraz języka regionalnego;
- 6) ochrony i promocji zdrowia;
- 7) działalności na rzecz osób niepełnosprawnych;
- 8) promocji zatrudnienia i aktywizacji zawodowej osób pozostających bez pracy i zagrożonych zwolnieniem z pracy;
- 9) działalności na rzecz równych praw kobiet i mężczyzn;
- 10) działalności na rzecz osób w wieku emerytalnym;
- 11) działalności wspomagającej rozwój gospodarczy, w tym rozwój przedsiębiorczości;
- 12) działalności wspomagającej rozwój techniki, wynalazczości i innowacyjności oraz rozpowszechnianie i wdrażanie nowych rozwiązań technicznych w praktyce gospodarczej;
- 13) działalności wspomagającej rozwój wspólnot i społeczności lokalnych;
- 14) nauki, szkolnictwa wyższego, edukacji, oświaty i wychowania;
- 15) wypoczynku dzieci i młodzieży;
- 16) kultury, sztuki, ochrony dóbr kultury i dziedzictwa narodowego;
- 17) wspierania i upowszechniania kultury fizycznej;
- 18) ekologii i ochrony zwierząt oraz ochrony dziedzictwa przyrodniczego;
- 19) turystyki i krajoznawstwa;
- 20) porządku i bezpieczeństwa publicznego;
- 21) obronności państwa i działalności Sił Zbrojnych Rzeczypospolitej Polskiej;
- 22) upowszechniania i ochrony wolności i praw człowieka oraz swobód obywatelskich, a także działań wspomagających rozwój demokracji;
- 23) ratownictwa i ochrony ludności;
- 24) pomocy ofiarom katastrof, klęsk żywiołowych, konfliktów zbrojnych i wojen w kraju i za granicą;
- 25) upowszechniania i ochrony praw konsumentów;
- 26) działalności na rzecz integracji europejskiej oraz rozwijania kontaktów i współpracy między społeczeństwami;
- 27) promocji i organizacji wolontariatu;
- 28) pomocy Polonii i Polakom za granicą;
- 29) działalności na rzecz kombatanatów i osób represjonowanych;
- 30) promocji Rzeczypospolitej Polskiej za granicą;
- 31) działalności na rzecz rodziny, macierzyństwa, rodzicielstwa, upowszechniania i ochrony praw dziecka;
- 32) przeciwdziałania uzależnieniom i patologiom społecznym;
- 33) działalności na rzecz organizacji pozarządowych oraz podmiotów wymienionych w art. 3 ust. 3, w zakresie określonym w pkt 1-32.



O realizację zadań ze sfery pożytku publicznego we współpracy z administracją publiczną mogą starać się nie tylko organizacje pozarządowe, ale także podmioty kościelne i wyznaniowe, stowarzyszenia jednostek samorządu terytorialnego, spółdzielnie socjalne oraz spółki akcyjne, spółki z o.o., kluby sportowe działające w formie spółek (*te trzy wymienione jako ostatnie – jedynie pod pewnymi warunkami*). Lista konkurentów organizacji pozarządowych jest więc dość obszerna. Konkurentami organizacji pozarządowych w tym zakresie nie mogą być natomiast partie polityczne, związki zawodowe, organizacje pracodawców, samorządy zawodowe czy fundacje utworzone przez partie polityczne.

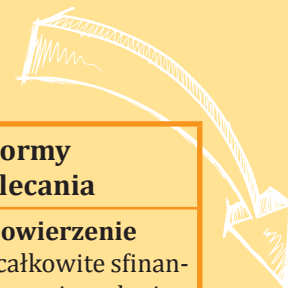
Pozyskanie funduszy od sektora publicznego nie powinno dla organizacji stanowić celu samego w sobie. Warto zdawać sobie sprawę z szeregu **korzyści**, jakie wiążą się z tą współpracą. Stwarza ona przede wszystkim możliwość włączenia się w „system” realizacji zadań publicznych, co daje organizacji poczucie sprawstwa i partycypacji w rozwiązywaniu problemów społecznych. Organizacje pozarządowe współpracujące z lokalnym samorządem czy organami administracji rządowej uzyskują szansę na uwiarygodnienie swojej działalności – budują swój wizerunek jako podmiotu ważnego, uznanego, godnego zaufania. Taka współpraca zawsze prowadzi do rozwoju instytucjonalnego organizacji, m.in. zwiększa się zakres jej działalności, rozpoznawalność w otoczeniu, działacze organizacji zdobywają doświadczenie i kontakty, które mogą owocować nowymi przedsięwzięciami, utworzone zostają miejsca pracy.

Z drugiej jednak strony warto być świadomym **zagrożeń**, jakie mogą pojawić się w kontekście współpracy z sektorem publicznym. Można wśród nich wymienić chociażby odpowiedzialność, jaka ciąży na zarządach organizacji, związaną z dysponowaniem środkami publicznymi. Droga od zdobycia do ostatecznego rozliczenia dotacji często nie jest pozbawiona różnego

rodzaju „pułapek”, tymczasem władze organizacji odpowiadają za ewentualne naruszenie tzw. dyscypliny finansów publicznych w przypadku wydatkowania funduszy niezgodnie z ich przeznaczeniem. Działaczy NGO często zniechęca do współpracy nadmierna biurokracja i formalizm w kontaktach z urzędnikami. Nakład pracy i energii włożonych w przygotowanie i rozliczenie danego projektu bywa bowiem nieproporcjonalny – zarówno do kwoty dotacji, jaka przekazywana jest organizacji, jak i do efektów danego zadania publicznego wykonywanego na zlecenie rządu czy samorządu. Czasami pojawia się dylemat związany z groźbą utraty suwerenności, wynikający z konieczności przyjęcia pewnych warunków realizacji zadania publicznego narzuconych przez dany organ administracji publicznej. W skrajnych przypadkach skutkuje to zatraceniem misji danej organizacji, która wykorzystuje każdą okazję zdobycia funduszy, przystępując do niezliczonej liczby konkursów dotacyjnych i ostatecznie podejmując się zadań „do wzięcia”, zamiast działać zgodnie z własnymi strategiami i wartościami.

Problemem doświadczanym przez niektóre organizacje jest nadmierne przywiązanie się do danego źródła finansowania działalności (np. do dotacji uzyskiwanej rokrocznie z urzędu gminy), co może powodować zastój w działaniach organizacji, gdy źródło to z różnych przyczyn „wygaśnie”. Warto wspomnieć także o konsekwencjach konkurencji o środki publiczne między organizacjami pozarządowymi – zamiast przejawów współpracy obserwuje się czasami postawy obojętności, a w skrajnych przypadkach – wrogości i zawiści.

Zlecenie realizacji zadań publicznych z budżetu krajowego lub samorządowego może – zgodnie z Ustawą – odbyć się zasadniczo poprzez jeden z trzech trybów: otwarty konkurs ofert, procedurę pozakonkursową lub inicjatywę lokalną. Na następnej stronie przybliżymy każdą z tych procedur.



Otwarty konkurs ofert

	Charakterystyka procedury	Przebieg procedury	Formy zlecenia
	<p>Konkurs trwa minimum 21 dni. Może obejmować więcej niż jedno zadanie publiczne. Informacja zostaje umieszczona w siedzibie organizatora konkursu, w <i>Biuletynie Informacji Publicznej</i> oraz na stronach WWW organizatora. Ogłoszenie konkursu na zadania przyszłoroczne może nastąpić na podstawie projektu uchwały budżetowej. W komisjach konkursowych powinni brać udział przedstawiciele organu administracji i organizacji pozarządowych oraz innych podmiotów wymienionych w Ustawie, a także eksperci. Dobrą praktyką jest podawanie do publicznej wiadomości rocznych harmonogramów ogłaszania konkursów. Konkurs może zostać rozstrzygnięty nawet w przypadku wpłynięcia jednej oferty. Dotacja może zostać przyznana więcej niż jednej organizacji, chyba że ogłoszenie konkursowe zakłada wybór jednego oferenta. Wyniki konkursu zostają podane do wiadomości publicznej (tak jak konkurs) niezwłocznie po rozstrzygnięciu. Ogłoszenie wyników zawiera nazwę oferenta i zadania publicznego oraz wysokość przyznanych środków. Każdy może żądać uzasadnienia wyboru lub odrzucenia oferty. Po ogłoszeniu wyników organizator zawiera umowę bez zbędnej zwłoki. Możliwe jest zainicjowanie konkursu przez organizację pozarządową poprzez tzw. złożenie wniosku z własnej inicjatywy. Wniosek ten może dotyczyć zadań nowych lub już realizowanych w inny sposób, m.in. zadań realizowanych przez organy administracji publicznej. W ciągu 1 miesiąca organ administracji publicznej rozpatruje celowość realizacji zaproponowanego zadania w oparciu o następujące minimalne kryteria: zgodność z programem współpracy, jakość wykonania, dostępność środków w budżecie, korzyści wynikające z realizacji zadania. Organizacja zostaje poinformowana o decyzji, a w przypadku stwierdzenia celowości – o terminie ogłoszenia otwartego konkursu ofert. Organizacja bierze w nim udział, taką możliwość mają także inne organizacje i podmioty.</p>	<ul style="list-style-type: none"> •Złożenie oferty realizacji zadania publicznego (wniosku dotacyjnego) na konkurs. •Rozpatrzenie oferty w oparciu o m.in. następujące kryteria: możliwość realizacji, kalkulacja kosztów, jakość wykonania i kwalifikacje osób – realizatorów, udział środków własnych, wkład rzeczowy i osobowy, rzetelność, terminowość i prawidłowość rozliczenia przy realizacji innych zadań publicznych. •Rozstrzygnięcie konkursu. •Podpisanie umowy dotacyjnej ze zleceniobiorcą. •Złożenie przez zleceniobiorcę sprawozdania z realizacji zadania publicznego. 	<p>powierzenie (całkowite sfinansowanie zadania przez instytucję dotującą)</p> <p>lub</p> <p>wsparcie (częściowe sfinansowanie zadania przez instytucję dotującą)</p>



Procedura pozakonkursowa

Procedura pozakonkursowa – tzw. **procedura małych dotacji** – może być stosowana wyłącznie przez jednostki samorządu terytorialnego (tzn. nie mogą jej stosować ministrowie, szefowie urzędów centralnych, wojewodowie). Warunki: realizacja zadania jest potrzebna lokalnej społeczności (zadanie o charakterze lokalnym lub regionalnym), wysokość dotacji nie przekracza 10 000 zł, zadanie zostanie zrealizowane w ciągu maks. 90 dni. Jedna organizacja/podmiot może w jednym roku kalendarzowym otrzymać maksimum 20 000 zł w ramach tej procedury, a wysokość środków przyznanych przez urząd nie może przekroczyć 20% dotacji planowanych do przekazania organizacjom/podmiotom w danym roku kalendarzowym. Procedura pozakonkursowa może być także stosowana w pewnych **sytuacjach szczególnych**. Zadania publiczne mogą być przekazywane z pominięciem otwartego konkursu ofert: przez jednostki samorządu terytorialnego i administrację rządową w przypadku klęski żywiołowej, katastrofy naturalnej, awarii technicznej w kraju lub za granicą, w celu zapobieżenia skutkom; przez Prezesa Rady Ministrów – jeśli jest to niezbędne ze względu na ochronę życia lub zdrowia ludzkiego lub ważny interes społeczny/publiczny; przez Ministra Spraw Wewnętrznych w przypadku zadań z zakresu ochrony ludności i ratownictwa (dotyczy wyłącznie specjalistycznych stowarzyszeń o zasięgu ogólnokrajowym, jednostek ochrony przeciwpożarowej, PCK).

- **Złożenie oferty realizacji zadania publicznego** przez organizację/podmiot.
- Burmistrz, prezydent miasta, wójt ma 7 dni na **decyzję**, czy wesprzeć zadanie.
- **Opublikowanie oferty** w biuletynie informacji publicznej, w siedzibie urzędu na tablicy ogłoszeń i na stronie www urzędu.
- **Zbieranie uwag do oferty** przez 7 dni.
- **Rozpatrzenie uwag i decyzja** o podpisaniu umowy lub odmowie.
- **Podpisanie umowy.**
- **Złożenie sprawozdania z realizacji zadania publicznego.**

powierzenie (całkowite sfinansowanie zadania przez instytucję dotującą)

lub

wsparcie (częściowe sfinansowanie zadania przez instytucję dotującą)

Inicjatywa lokalna

Może być stosowana wyłącznie przez jednostki samorządu terytorialnego w przypadku określonych zadań (budowa, rozbudowa lub remont dróg, kanalizacji, sieci wodociągowej, budynków oraz obiektów architektury stanowiących własność jednostki samorządu terytorialnego, działalność charytatywna, podtrzymywanie i upowszechnianie tradycji narodowej, pielęgnowanie polskości oraz rozwoju świadomości narodowej, obywatelskiej i kulturowej, działalność na rzecz mniejszości narodowych i etnicznych oraz języka regionalnego, kultury, sztuki, ochrony dóbr kultury i dziedzictwa narodowego, promocji i organizacji wolontariatu, edukacji, oświaty i wychowania, działalność w sferze kultury fizycznej i turystyki, ochrony przyrody, w tym zieleni w miastach i wsiach, porządku i bezpieczeństwa publicznego). Mieszkańcy podejmują ją samodzielnie lub za pośrednictwem organizacji pozarządowej lub innego podmiotu wymienionego w Ustawie. We wniosku o przeprowadzenie inicjatywy lokalnej deklaruje się świadczenia wolontariackie, pieniężne i/lub rzeczowe.

- **Złożenie wniosku** w ramach konkursu lub naboru ciągłego do jednostki samorządu terytorialnego, na terenie której mieszka/ma siedzibę wnioskodawca.
- **Rozpatrzenie** w oparciu o szczegółowe kryteria, w szczególności: celowość z punktu widzenia potrzeb lokalnej społeczności oraz wkład pracy społecznej.
- **Zawarcie umowy o wykonanie inicjatywy lokalnej.**

Wnioskodawca nie otrzymuje dotacji – samorząd pokrywa niezbędne wydatki – wnioskodawca otrzymuje zasoby rzeczowe lub zakupione przez samorząd.

Współpraca z administracją publiczną może jednakże przyjąć nie tylko formę finansową. Przedstawiciele organizacji pozarządowych są często zachęcani przez samorządy do:

- » konsultowania aktów prawnych (w tym: rocznych i wieloletnich programów współpracy samorządu z NGO),
- » wchodzenia w skład komisji konkursowych oceniających wnioski dotacyjne,
- » przygotowania wspólnych projektów finansowanych ze środków zewnętrznych (np. funduszy strukturalnych).

W ramach swojej oferty skierowanej do organizacji pozarządowych instytucje publiczne – w szczególności samorządowe – często zapewniają bezpłatnie szkolenia i spotkania informacyjne, działania promocyjne, udostępnianie informacji z baz danych, udzielanie patronatów dla różnorodnych przedsięwzięć, pomoc w nawiązaniu współpracy międzynarodowej z miastami i regionami partnerskimi, pomoc w przygotowaniu wniosków aplikacyjnych, dostęp do lokali na preferencyjnych warunkach czy możliwość uzyskania rekomendacji odnośnie dotychczasowej współpracy.

Poniżej prezentujemy kilka wskazówek, które pomogą Waszej organizacji **przygotować się do współpracy z administracją publiczną**.

- » Poznajcie możliwości, prawa, procedury, źródła informacji, strukturę danego urzędu.
- » Myślcie i działajcie projektowo.
- » Starajcie się spełnić wszystkie wymagane warunki.
- » Przyjrzyjcie się innym organizacjom pozarządowym, które już zostały włączone w „system”.
- » Dbajcie o profesjonalizm w dziedzinie, która jest domeną Waszej organizacji.
- » Starajcie się zapewnić alternatywne źródła finansowania działalności i inne niezbędne zasoby.
- » Umówcie się na spotkanie w danym urzędzie i przedstawcie swoje pomysły na współpracę.
- » Bądźcie elastyczni.

Nie istnieje jeden zbiorczy portal internetowy czy newsletter, w którym byłyby publikowane wszystkie informacje dotyczące zlecenia realizacji zadań publicznych z krajowych środków publicznych. Dlatego warto zaglądać na strony poszczególnych urzędów (*linki do stron instytucji podajemy poniżej – zestawienie nie zawiera adresów stron WWW urzędów gmin z terenu aglomeracji wrocławskiej*). Przeglądając portale rządowe i samorządowe, najlepiej wejść od razu w tzw. *Biuletyn Informacji Publicznej*.

- » Ministerstwo Pracy i Polityki Społecznej – www.mpips.gov.pl
- » Fundusz Inicjatyw Obywatelskich – www.pozYTEK.gov.pl
- » Ministerstwo Spraw Zagranicznych – www.msz.gov.pl
- » Ministerstwo Edukacji Narodowej – www.men.gov.pl

- » Ministerstwo Sportu i Turystyki – www.msport.gov.pl
- » Ministerstwo Kultury i Dziedzictwa Narodowego – www.mkidn.gov.pl
- » Ministerstwo Obrony Narodowej – www.mon.gov.pl
- » Ministerstwo Nauki i Szkolnictwa Wyższego – www.nauka.gov.pl
- » Ministerstwo Administracji i Cyfryzacji – www.mac.gov.pl
- » Ministerstwo Finansów – www.mf.gov.pl
- » Ministerstwo Gospodarki – www.mg.gov.pl
- » Ministerstwo Rolnictwa i Rozwoju Wsi – www.minrol.gov.pl
- » Ministerstwo Rozwoju Regionalnego – www.mrr.gov.pl
- » Ministerstwo Skarbu Państwa – www.msp.gov.pl
- » Ministerstwo Spraw Wewnętrznych – www.msw.gov.pl
- » Ministerstwo Sprawiedliwości – www.ms.gov.pl
- » Ministerstwo Środowiska – www.mos.gov.pl
- » Ministerstwo Transportu, Budownictwa i Gospodarki Morskiej – www.transport.gov.pl
- » Ministerstwo Zdrowia – www.mz.gov.pl
- » Państwowy Fundusz Rehabilitacji Osób Niepełnosprawnych – www.pfron.org.pl
- » Urząd do Spraw Kombatantów i Osób Represjonowanych – www.udskior.gov.pl
- » Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów – www.uokik.gov.pl
- » Narodowy Fundusz Ochrony Środowiska i Gospodarki Wodnej – www.nfosigw.gov.pl
- » Fundusz Pomocy Pokrzywdzonym oraz Pomocy Postpenitencjarnej – www.ms.gov.pl
- » Państwowa Agencja Rozwiązywania Problemów Alkoholowych – www.parpa.gov.pl
- » Senat – www.senat.gov.pl
- » Dolnośląski Urząd Wojewódzki – www.duw.pl
- » Dolnośląski Ośrodek Polityki Społecznej – www.dops.wroc.pl
- » Urząd Marszałkowski Województwa Dolnośląskiego – www.umwd.dolnyslask.pl
- » Powiat wrocławski – www.powiatwroclawski.pl
- » Powiat oławski – www.starostwo.olawa.pl
- » Powiat oleśnicki – www.powiat-olesnicki.pl
- » Powiat średzki – www.powiat-sredzki.pl
- » Powiat świdnicki – www.powiat.swidnica.pl
- » Powiat trzebnicki – www.powiat.trzebnica.pl
- » Powiat wołowski – www.powiatwolowski.pl
- » Powiat strzeliński – www.powiatstrzelinski.pl
- » Powiat milicki – www.milicz-powiat.pl
- » Gmina Wrocław – www.wroclaw.pl

Finansowanie działalności organizacji pozarządowych z funduszy unijnych

Środki finansowe Unii Europejskiej są przekazywane do unijnego budżetu przez państwa członkowskie. Duża część przychodów budżetu Unii Europejskiej uzależniona jest od wysokości PKB danego członka. Oznacza to, że państwa biedniejsze wpłacają mniej niż państwa bogatsze, ale od Unii nie otrzymują mniej funduszy na rozwój. Dotacja, którą może otrzymać Twoja organizacja z funduszy europejskich, nie pochodzi w całości ze środków Unii Europejskiej, lecz częściowo finansowana jest ze środków krajowych. Oznacza to zachowanie zasady dodatkowości, czyli że nasze władze muszą wydać 1 złotówkę dotacji, aby otrzymać kolejne 4 złote z Unii Europejskiej. Z punktu widzenia twojego projektu, maksymalne dofinansowanie, jakie możesz na niego uzyskać, to 100 procent. W przypadku niektórych projektów konieczne będzie jednakże zapewnienie wkładu własnego.

W bieżącym okresie programowania najwięcej środków unijnych przeznaczanych jest na politykę konkurencyjności i spójności, następnie na rolnictwo, ochronę środowiska i rybactwo. Najmniej środków przeznaczono dotychczas na kulturę, walkę z terroryzmem i nielegalną imigracją. Z budżetu finansowane są również koszty administracyjne utrzymania instytucji Unii Europejskiej. W 2007 roku do Polski

trafiło 7,8 mld euro, co stanowi 7,4% wszystkich wydatków Unii Europejskiej¹. Przykładowo w województwie dolnośląskim zawarto umowy o dofinansowanie na kwotę ponad 27,3 mld zł, w tym ponad 13,5 mld zł stanowią środki Unii Europejskiej.²

Rok 2013 jest rokiem finałowym w pozyskiwaniu dotacji z tzw. okresu programowania 2007-2013. Na szczeblu rządowym trwają konsultacje i ustalenia dotyczące dziedzin, na które mają być rozdysponowane środki w nowym okresie finansowania. Jaki on będzie? Trudno jednoznacznie na to pytanie odpowiedzieć, gdyż każdy program, który do tej pory funkcjonuje, zapewne będzie modyfikowany i dostosowywany do bieżącej sytuacji (np. danego regionu) i dopracowywany w oparciu o konsultacje z beneficjentami. Dlatego też w województwach, w związku z nowym okresem programowania, trwają prace nad regionalnymi strategiami rozwoju. To właśnie na ich podstawie dokładnie będzie wiadomo, co w danym regionie jest potrzebne i co dane województwo chce osiągnąć w ciągu kilku najbliższych lat. Wypracowane wizje pozwolą rozstrzygnąć o celach i priorytetach.

W przyszłym okresie środki unijne nie będą inwestowane w dowolne dziedziny. Skupimy się na wsparciu najważniejszych potencjałów – także regionalnych – oraz na rozwiązywaniu najpoważniejszych problemów. Fundusze Europejskie będziemy koncentrować na obszarach, które zapewnią nam rozwój na wiele lat. Około 60% środków z Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego oraz Europejskiego Funduszu Społecznego będzie zarządzane przez regiony. – mówił wiceminister Paweł Orłowski podczas regionalnych Konsultacji Założeń Umowy Partnerstwa³.

¹ Dane z: www.funduszeuropejskie.gov.pl [dostęp: 11.12.2012]

² Informacja prasowa MRR z dnia 4 grudnia 2012; *Wykorzystanie funduszy europejskich na Dolnym Śląsku* [dostęp: 11.12.2012]

³ Głos Dolnego Śląska w sprawie przyszłości funduszy unijnych, www.funduszeuropejskie.gov.pl, Kategoria: Wiadomości, Szkolenia/Konferencje | Dotyczy: Fundusze Europejskie na lata 2014-2020 [dostęp: 11.12.2012]

Z informacji prasowych Ministerstwa Rozwoju Regionalnego (*zamieszczonych na stronie www.funduszeuropejskie.gov.pl*) wynika, że fundusze unijne w latach 2014-2020 będą wdrażane za pomocą 16 programów regionalnych, w których pieniędzmi będą dysponować marszałkowie województw. Z tych programów będzie można finansować realizację projektów inwestycyjnych oraz miękkich (np. szkoleniowych). Na poziomie kraju będzie wdrażanych osiem programów, którymi będą zarządzać odpowiednio ministrowie rozwoju regionalnego i rolnictwa, w tym jeden program ponadregionalny, który obejmie Polskę Wschodnią, czyli województwa: lubelskie, podkarpackie, podlaskie, świętokrzyskie i warmińsko-mazurskie. Planuje się również wdrażanie programów współpracy terytorialnej.

Sektor społeczny może się więc przygotować na realizację projektów, które m.in. przyczyniają się do:

- rozwoju kapitału ludzkiego (np. poprzez wdrażanie głównych zasad uczenia się przez całe życie, tzw. *life long learning*, podnoszenie jakości szkolnictwa wyższego);
- rozwoju cyfrowego (np. poprzez zapewnienie dostępu do szybkiego Internetu szerokopasmowego, rozwój e-gospodarki, rozwój cyfrowych kompetencji, w szczególności wśród dzieci i młodzieży);
- zwiększenia dostępności i jakości edukacji na różnych poziomach (w tym przedszkolnej);
- zwiększenia aktywności zawodowej (np. poprzez dostosowanie do potrzeb rynku pracy);
- zwiększenia poziomu zatrudnienia, szczególnie wśród grup defaworyzowanych na rynku pracy (np. osoby młode, niepełnosprawne, w wieku 50+);
- zmniejszenia poziomu zagrożenia ubóstwem i wykluczeniem społecznym (np. poprzez aktywizację społeczno-zawodową);
- zwiększenia dostępności transportowej poprzez łączenie mniejszych węzłów komunikacyjnych z infrastrukturą TENT (docelowo maks. 60 minut do miasta wojewódzkiego);
- poprawy jakości środowiska naturalnego;
- włączenia cyfrowego (np. poprzez edukację grup narażonych na wykluczenie);
- rozwoju gospodarczego obszarów wiejskich (np. poprzez ułatwianie podejmowania działalności pozarolniczej, zwiększenie mobilności zawodowej mieszkańców, zwiększenie dostępności i jakości edukacji, zdrowia, kultury na tych obszarach);
- rewitalizacji i przeciwdziałania degradacji społeczno-gospodarczej na obszarach niektórych miast i wybranych dzielnic;
- partnerstwa podmiotów publicznych, społecznych i prywatnych;
- rozwoju e-usług publicznych.

FUNDUSZE UNIJNE 2014-2020

Podstawowym dokumentem determinującym kształt polityki spójności Unii Europejskiej na lata 2014-2020 jest dokument *Strategia Europa 2020*.

Programy dostępne na poziomie unijnym:

1. Zintegrowany Program Erasmus dla wszystkich łączy cały szereg odrębnych dotychczas programów w dziedzinie szkolnictwa wyższego (*Erasmus, Erasmus Mundus, Tempus*, dwustronne programy z innymi krajami lub kontynentami), szkolnictwa podstawowego i średniego (*Comenius*), kształcenia i szkolenia zawodowego (*Leonardo da Vinci*), kształcenia dorosłych (*Grundtvig*) i młodzieży (*Młodzież w działaniu*), studiów nad integracją

- europijską (*Jean Monnet*), a nowym elementem programu będzie sport lokalny^{1,2}
2. Program Kreatywna Europa
 3. Program Europa dla obywateli
 4. Program Zdrowie na rzecz wzrostu gospodarczego, trzeci wieloletni program działań UE w dziedzinie zdrowia na lata 2014-2020
 5. Program na rzecz nowych umiejętności i zatrudnienia
 6. Europejska agenda cyfrowa
 7. Program Life
 8. Unijny Mechanizm Ochrony Ludności

Programy zarządzane przez Ministra Rozwoju Regionalnego:

1. EUROPEJSKI FUNDUSZ ROZWOJU REGIONALNEGO

- program dotyczący innowacyjności, badań naukowych i ich powiązań ze sferą przedsiębiorstw
- program dotyczący rozwoju cyfrowego
- program dla Polski Wschodniej
- program pomocy technicznej
- programy dotyczące współpracy terytorialnej (EWT)

2. EUROPEJSKI FUNDUSZ ROZWOJU REGIONALNEGO I FUNDUSZ SPÓJNOŚCI

- » Program dotyczący ochrony środowiska, przeciwdziałania i adaptacji do zmian klimatu, transportu i bezpieczeństwa energetycznego

3. EUROPEJSKI FUNDUSZ SPOŁECZNY

- » Program operacyjny dotyczący rozwoju kompetencji i umiejętności, włączenia społecznego oraz dobrego rządzenia

Programy zarządzane przez województwa:

1. EUROPEJSKI FUNDUSZ SPOŁECZNY

- » 16 Regionalnych Programów Operacyjnych

2. EUROPEJSKI FUNDUSZ ROZWOJU REGIONALNEGO

- » 16 Regionalnych Programów Operacyjnych

Programy zarządzane przez Ministra Rolnictwa i Rozwoju Wsi:

1. EUROPEJSKI FUNDUSZ ROLNY NA RZECZ ROZWOJU OBSZARÓW WIEJSKICH

- » program dotyczący rozwoju obszarów wiejskich

2. EUROPEJSKI FUNDUSZ MORSKI I RYBACKI

- » program dotyczący rozwoju obszarów morskich i rybackich

Wstępnie mówi się, że najwięcej środków przeznaczonych będzie na realizację działań walki z bezrobociem, aktywizację zawodową i edukację, a najmniej na rozwój turystyki. Jaki to jest przysłowiowy kawałek tortu? Obecnie trwają negocjacje polskiego rządu i wspólnoty europejskiej na temat wysokości środków.

¹ www.europarl.europa.eu/committees/en/cult/studiesdownload.html?languageDocument=PL&file=74275

² Wśród państw członkowskich UE istnieje sprzeciw włączeniu edukacji pozaformalnej do jednego dużego programu edukacyjno-młodzieżowego. Polska, Niemcy, Austria, Czechy, Słowacja, Szwecja, Dania, Holandia, Finlandia stanęły na stanowisku, że program *Młodzież w Działaniu* ze względu na cele, zakres działania oraz grupy docelowe powinien zachować dotychczasową odrębność. Jego strukturę na najbliższą przyszłość w momencie tworzenia publikacji nie jest ostatecznie rozstrzygnięta.

Przykładowe programy unijne dostępne dla organizacji pozarządowych

W tej publikacji chcemy zwrócić szczególną uwagę na dwa programy unijne, które rozwijają i wspierają działania trzeciego sektora.

Program Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2007-2013 (PROW)

PROW 2007-2013 jest programem, który finansuje działania przyczyniające się do rozwoju obszarów wiejskich – w tym małych miast i miasteczek do 20 tysięcy mieszkańców. Z programu tego mogą korzystać rolnicy, ośrodki kultury, samorządy lokalne, osoby prowadzące działalność gospodarczą, a także organizacje pozarządowe. PROW jest zarządzany przez Ministerstwo Rolnictwa i Rozwoju Wsi, a wdrażany przez urzędy marszałkowskie i Agencje Restrukturyzacji i Modernizacji Rolnictwa. Celem PROW 2007-2013 jest poprawa stanu środowiska i krajobrazu poprzez racjonalną gospodarkę ziemią oraz warunków życia ludności wiejskiej i promocja dywersyfikacji działalności gospodarczej. **W ramach PROW 2007-2013 realizowane jest podejście LEADER.** Leader został samodzielnie uruchomiony przez Unię Europejską w 1991 roku, jako jedna z inicjatyw finansowanych przez fundusze strukturalne. Komisja Europejska podjęła decyzję, że nadzór nad wdrażaniem programu Leader na szczeblu lokalnym (dla skutecznego skoncentrowania się na rozwoju małych środowisk, w tym wsi) będą sprawować **Lokalne Grupy Działania (LGD)**, które zostały utwo-

zione przez sektor publiczny (np. gminy), prywatny (np. przedsiębiorstwa), organizacje społeczne (stowarzyszenia, fundacje). **Głównym uczestnikiem LGD są gminy**, gdyż partnerstwa te są stowarzyszeniami określonymi terytorialnie, powołanymi również do pośredniczenia w rozdysponowaniu środków i współdecydowania o przyznawaniu dotacji. Nadzór nad LGD pełni urząd marszałkowski, odpowiedni dla danego województwa.

Główne cele Programu LEADER to:

Budowanie kapitału społecznego przez aktywizację mieszkańców >> Przyczynianie się do powstawania nowych miejsc pracy >> Polepszenie zarządzania lokalnymi zasobami i ich waloryzacja >> Włączenie LGD do systemu zarządzania danym obszarem >> Planowanie i wdrażanie lokalnych inicjatyw.



W ramach podejścia LEADER organizacje pozarządowe mogą pozyskiwać środki za pośrednictwem Lokalnych Grup Działania (LGD), które to zostały wybrane do realizacji wcześniej sporządzonej przez przedstawicieli i członków LGD, Lokalnej Strategii Rozwoju (LSR) i otrzymały na ten cel oraz na swoje funkcjonowanie (m.in. zatrudnienie pracowników, prowadzenie biura) środki w wysokości odpowiadającej liczbie mieszkańców LGD.

W Lokalnej Strategii Rozwoju (LSR) zawarte są preferowane działania do realizacji przez np. NGO. Na poziomie decyzyjnym LGD, za pośrednictwem rady powołanej z członków, wybiera projekty, które przyczyniają się do realizacji celów zapisanych w LSR. Konkretnie **organizacje pozarządowe mogą korzystać z puli środków przeznaczonych na tzw. Małe projekty.** Środki przyznawane są na podstawie: *Rozporządzenia Ministra Rolnictwa i Rozwoju Wsi z dnia 08 lipca 2008* w sprawie szczegółowych warunków i trybu przyznawania pomocy finansowej w ramach działania *Wdrażanie Lokalnych Strategii Rozwoju* objętego Programem Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2007-2013. Na poziomie LGD dokonywana jest ocena zgodności operacji/projektu z lokalnymi kryteriami wyboru ustanowionymi przez LGD i zapisanymi w strategii celami. Jednym z warunków przyznawania pomocy jest to, że **Mały projekt musi być realizowany w zakresie określonym w załączniku nr 1 do rozporządzenia**, w nie więcej niż dwóch etapach, a jego całkowity planowany koszt wynosi od 4,5 tys. do 100 tys. złotych. Drugim istotnym warunkiem jest to, że operacja nie będzie finansowana z udziałem innych środków publicznych, z wyłączeniem przypadku współfinansowania: z Funduszu Kościelnego lub ze środków własnych jednostek samorządu terytorialnego. O dofinansowanie można się starać tylko i wyłącznie w formie refundacji części kosztów niezbędnych do realizacji projektu, przy czym refundacji podlega nie więcej niż 80% kosztów kwalifikowanych małych projektów poniesionych przez beneficjenta. **Wniosek składa się za pośrednictwem LGD** we właściwej dla miejsca zamieszkania/działania siedzibie tego partnerstwa. **Zakres pomocy Małych Projektów obejmuje m.in.:** organizację szkoleń i innych przedsięwzięć o charakterze edukacyjnym i warsztatowym, rozwój turystyki, ochronę dziedzictwa przyrodniczego i krajobrazowe-

go, zachowanie lokalnego dziedzictwa kulturowego i historycznego, rozwój produktu lokalnego.¹

Program Operacyjny Kapitał Ludzki (POKL)

POKL jest programem wspierającym rozwój kapitału ludzkiego w różnych jego sferach – społecznej, gospodarczej, edukacyjnej itp. Wiąże się z dotowaniem działań przyczyniających się do wzrostu zatrudnienia i spójności społecznej poprzez nabywanie m.in. umiejętności, wiedzy, wyrównywanie szans, zwiększanie aktywności społeczno-gospodarczej, podniesienie poziomu aktywności zawodowej oraz zdolności do zatrudnienia osób bezrobotnych i biernych zawodowo, zmniejszania różnic i obszarów wykluczenia społecznego. POKL obejmuje również wzrost spójności terytorialnej i zwiększenie potencjału administracji publicznej. W ramach POKL realizowanych jest 10 priorytetów – jeden jest związany z pomocą techniczną, gdzie środki przekazywane są na wdrażanie i zarządzanie programem. Dziewięć pozostałych priorytetów programu ma charakter tematyczny:²

- I. Zatrudnienie i integracja społeczna;
- II. Rozwój zasobów ludzkich i potencjału adaptacyjnego przedsiębiorstw oraz poprawa stanu zdrowia osób pracujących;
- III. Wysoka jakość systemu oświaty;
- IV. Szkolnictwo wyższe i nauka;
- V. Dobre rządzenie;
- VI. Rynek pracy otwarty dla wszystkich;
- VII. Promocja integracji społecznej;
- VIII. Regionalne kadry gospodarki;
- IX. Rozwój wykształcenia i kompetencji w regionach.³



¹ Więcej informacji znajdziesz w: *Dziennik Ustaw 2008, Nr 138, Poz. 868.*

² www.efs.gov.pl/PoradnikBeneficjenta/Strony/chcerealizowac.aspx [dostęp: 11.12.2012]

³ www.efs.gov.pl/WstepDoFunduszyEuropejskich/Strony/Stanwdrazania.aspx [dostęp: 11.12.2012]

Finansowanie działalności organizacji pozarządowych w ramach bezzwrotnej pomocy zagranicznej

Szwajcarski Grant Blokowy (Swiss Grant)

Fundusz Szwajcarski został uruchomiony w ramach Szwajcarsko-Polskiego Programu Współpracy, z którego NGO mogą się starać o bezzwrotną pomoc finansową. Fundusz skierowany jest do beneficjentów z państw członkowskich Unii Europejskiej, które przystąpiły do niej w latach 2004-2007. Celem programu jest *finansowanie projektów przyczyniających się do zmniejszenia różnic gospodarczych i społecznych pomiędzy Polską, a bardziej rozwiniętymi państwami Unii Europejskiej*.⁴ Jednocześnie program ten przewiduje finansowanie działań zmniejszających w Polsce w/w różnice występujące *między dynamicznie rozwijającymi się ośrodkami miejskimi, a regionami słabo rozwiniętymi pod względem strukturalnym*.⁴

Pomoc w ramach Szwajcarsko-Polskiego Programu Współpracy przyznawana jest na projekty dotyczące bezpieczeństwa i wsparcia rozwoju regionalnego, poprawy stanu środowiska i infrastruktury, rozwoju małych i średnich przedsiębiorstw, rozwoju społecznego i zasobów ludzkich.



⁴ www.swissgrant.pl [dostęp: 17.12.2012]

Szwajcarski Grant Blokowy obejmuje dwa fundusze:

Fundusz dla Organizacji Pozarządowych, którego podstawowym celem jest wspieranie rozwoju społeczeństwa obywatelskiego w Polsce. Pomoc udzielana jest na realizację działań *organizacji pozarządowych ukierunkowanych na zwiększenie aktywnego udziału obywateli w życiu publicznym*⁴ w ramach trzech obszarów:

1. Edukacja obywatelska,
2. Działania kontrolne,
3. Partycypacja w polityce publicznej.

Fundusz Partnerski, który ma na celu *promowanie i wzmacnianie partnerstw pomiędzy polskimi a szwajcarskimi władzami lokalnymi i regionalnymi lub instytucjami i partnerami społecznymi oraz tworzenie i wzmacnianie sieci współpracy polskich i szwajcarskich władz lokalnych i regionalnych, instytucji i partnerów społecznych z polskimi organizacjami pozarządowymi w celu zwiększenia ich roli w procesie podejmowania decyzji dla regionu lub podregionu*.⁴

Tu znajdziesz więcej informacji:

www.swissgrant.pl/pl/szwajcarski-grant-blokowy/aktualnosci

Norweski Mechanizm Finansowy oraz Mechanizm Finansowy Europejskiego Obszaru Gospodarczego (tzw. fundusze norweskie i fundusze EOG)

Mechanizm został ustanowiony przez Norwegię, Islandię i Liechtenstein jako forma bezzwrotnej pomocy 15 państwom członkowskim Unii Europejskiej. Podobnie jak w SWISS GRANT, w/w państwa – darczyńcy postawiły sobie za cel udzielać wsparcia finansowego na działania przyczyniające się do zmniejszenia różnic ekonomicznych i społecznych oraz na projekty wzmacniające bilateralne stosunki pomiędzy nimi a państwami – beneficjentami.

Dostępnych będzie 17 programów – beneficjentami niektórych z nich będą mogły zostać organizacje pozarządowe. Wśród programów wydzielony został także m.in. **Fundusz dla Organizacji Pozarządowych**. Ogłaszane będą nabory wniosków w ramach procedury konkursowej, prowadzonej przez polskiego operatora Funduszu. Środki z funduszy norweskich i funduszy EOG będą mogły być wydatkowane do końca kwietnia 2016 roku.

Tu znajdziesz więcej informacji:

www.eog.gov.pl/o_programie/informacje_ogolne/strony/default.aspx

Współpraca ze sponsorami indywidualnymi

Czy tego chcemy czy nie, podstawą naszych strategii fundraisingowych skierowanych do osób prywatnych staje się często wiedza z zakresu marketingu, kojarzonego zwykle bezpośrednio z działalnością biznesową, a nie – społeczną.

Marketing to zbiór działań skłaniających ludzi do zakupu dóbr przy jednoczesnym zaspokajaniu ich potrzeb. Polega na mówieniu do ludzi tzw. językiem korzyści w celu przekonania ich do podjęcia decyzji konsumpcyjnej. W odniesieniu do działalności społecznej – sprzedajemy komuś ideę społeczną, a ten ktoś za nią płaci (w formie darowizny lub zaangażowania się w wolontariat), a jednocześnie uzyskuje korzyść (np. komfort psychiczny).

Starania o pozyskanie sponsorów indywidualnych przyjmują czasami bardziej zorganizowane formy

– np. **kampanii fundraisingowych** wykorzystujących zróżnicowane kanały docierania do odbiorców (m.in. massmedia, materiały drukowane, bezpośrednie kontakty, listy, e-maile, kontakty telefoniczne czy sms-owe). Te jednorazowe, akcyjne, ale czasami realizowane także cyklicznie (w odstępie kilku miesięcy czy rokrocznie) działania mają na celu przekonanie grupy osób do przekazania na rzecz danej organizacji czy przedsięwzięcia zasobów finansowych lub pozafinansowych.

Istnieją różne rodzaje kampanii, w zależności od środków, na jakich organizacja opiera swój przekaz. Jedne organizacje bazują na pozycji swojego lidera (np. *Fundację Wielkiej Orkiestry Świątecznej Pomocy* firmuje Jerzy Owsiak), inne – na dobrym wizerunku i rozpoznawalności swojego przedsięwzięcia (np. *Stowarzyszenie Wiosna* promuje znany i uznany powszechnie projekt *Szlachetna Paczka*).

Organizacje posiadające bardzo rozbudowaną strukturę (dużą liczbę oddziałów, członków lub pracowników) mogą bazować na swojej „wielkości”. Wśród kampanii obserwuje się także trend wykorzystywania silnie emocjonalnego przekazu (np. filmy prezentujące niepełnosprawność podopiecznych *Fundacji Polsat*).

Kampanie fundraisingowe wykorzystują często elementy **kampanii społecznej** – gdzie przekaz jest ukierunkowany na zmianę postaw, czyli wezwanie do zrobienia czegoś bądź zaniechanie jakiegoś działania, a także uświadomienie i uwrażliwienie społeczeństwa na problemy społeczne lub promowanie pożądanych norm, przekonań i zachowań.

Jedną z form kampanii fundraisingowej skierowanej do sponsorów indywidualnych jest **kampania 1%**, której celem jest przekonanie podatników do przekazania części podatku dochodowego od osób fizycznych konkretnej organizacji pożytku publicznego.

Przygotowując kampanię fundraisingową warto zastosować się do kilku sprawdzonych zasad:

- **wykorzystywać tzw. naturalne łańcuchy komunikacji**, czyli kierować swoje komunikaty do osób, do których mamy najłatwiejszy dostęp, z którymi już wcześniej współpracowała nasza organizacja (np. członkowie, pracownicy i wolontariusze organizacji, dotychczasowi beneficjenci i sponsorzy, przedstawiciele instytucji i organizacji współpracujących, społeczność lokalna zamieszkująca dane osiedle, miasto czy region, a także potencjalni zainteresowani daną problematyką),
- **wykorzystywać wizerunek znanych, lubianych i szanowanych osób**, czyli zwracać się z prośbą o wsparcie kampanii do osób publicznych z różnych środowisk (np. polityków, aktorów, sportowców),
- **zadbać o treść, formę i myśl przewodnią przekazu**, czyli dostosować komunikaty do określonej grupy odbiorców (np. zrezygnować z języka urzędowego na rzecz bezpośredniego zwrócenia się na „ty”, zastosować więcej grafiki niż tekstu), a także sformułować motto przyświecające kampanii (np. do rodziców harcerzy: *Niech Państwa pieniądze wrócą do Państwa dzieci!*, a do byłych harcerzy: *Daj dzieciakom szansę przeżycia harcerstwa!*),
- **pokazywać społeczną użyteczność, znaczenie i wartość działań**, które chcemy zrealizować w oparciu o zasoby uzyskane od sponsorów, nie odwołując się jednocześnie do „czarnego PR-u” wobec organizacji konkurencyjnych czy innego typu „negatywnej argumentacji” (np. nie polecamy nawoływania: *lepiej oddać nam zamiast fiskusowi*),
- **zadbać o przekazanie sponsorom komunikatu zwrotnego**, czyli informacji: ile środków udało się pozyskać, na co zostały spożytkowane, co się dzięki nim zmieniło, jak istotna okazała się każda zebrana złotówka.

Współpraca z sektorem biznesu

W ostatnich latach upowszechnia się wśród przedsiębiorstw trend związany z realizacją **strategii tzw. społecznej odpowiedzialności biznesu** (ang. *corporate social responsibility – CSR*).

Charakterystyczne dla tego rodzaju strategii jest uwzględnianie społecznych, etycznych i ekologicznych aspektów w działalności gospodarczej oraz w kontaktach z interesariuszami, dzięki czemu może zostać osiągnięta równowaga między efektywnością i dochodowością firmy a interesem społecznym.

Jednym z przejawów CSR są zawierane między przedsiębiorstwami i organizacjami pozarządowymi partnerstwa służące realizacji wspólnych inicjatyw społecznych lub sponsoring.

Współpraca firmy i NGO przynosi obu stronom wiele korzyści. Organizacja pozarządowa może zyskać podstawowe lub uzupełniające źródło finansowania swoich działań. Niemniej istotna jest możliwość pozyskania od firm wsparcia pozafinansowego, którym nie dysponują sponsorzy publiczni czy osoby indywidualne (rabaty, sprzęt czy dostęp do specjalistów z danej dziedziny). Z punktu widzenia danego przedsiębiorstwa angażowanie się w akcje społeczne może natomiast pozytywnie oddziaływać na różne grupy jego interesariuszy i prowadzić do zwiększenia zysków.

Potencjalne efekty angażowania się biznesu w działalność społeczną – oddziaływanie na różne grupy interesariuszy:

- Klienci → szansa na zwiększenie lojalności wobec firmy, wzrost zainteresowania jej produktami;
- Pracownicy → szansa na zwiększenie lojalności i budowanie kultury organizacyjnej;
- Konkurencja → szansa na zwiększenie konkurencyjności firmy;
- Inwestorzy → szansa na zwiększenie zainteresowania firmą;
- Społeczność lokalna → szansa na poprawę relacji i wizerunku.

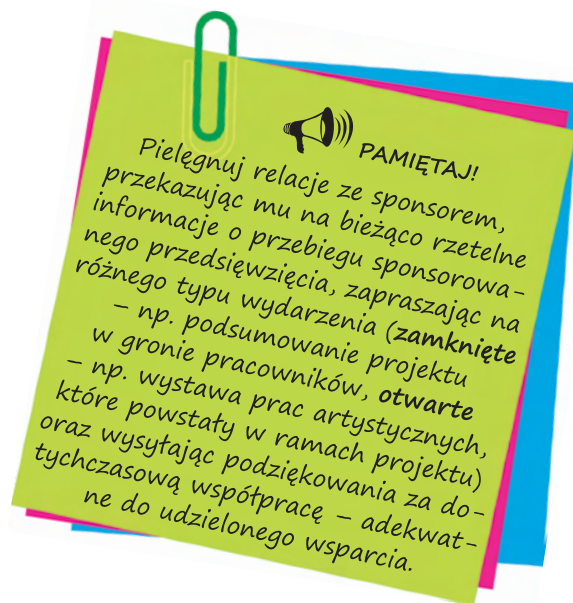
Przed podjęciem kontaktu z daną firmą, spróbuj zdobyć szczegółowe informacje o niej (np. czy prowadzi programy z zakresu CSR, czy wspierała do tej pory przedsięwzięcia społeczne, czy posiada dział lub pracownika wyznaczonych do realizacji działalności społecznej lub współpracy z partnerami społecznymi, jaka jest jej misja, status na rynku, branża, kim są osoby decyzyjne i kluczowi klienci, jakie są jej wyniki finansowe, czy i jaką konkurencję posiada).

Źródłem informacji o firmie może być nie tylko internet (strona www firmy, strony branżowe, media społecznościowe), ale także informacje pozyskane od znajomych, z prasy, radia, telewizji czy ogólnie dostępnych raportów (np. raport *Dobroczyńca Roku* lub raport *Forum Odpowiedzialnego Biznesu*).

Następnie czas na znalezienie punktu wspólnego. Może się nim okazać np. lokalizacja (siedziba twojej organizacji i wybranej firmy znajduje się na tym samym osiedlu, w tej samej dzielnicy, mieście, regionie), obszar zainteresowania (obie strony przywiązują wagę do np. ochrony środowiska), klienci (twoi beneficjenci są lub mogą stać się klientami danej firmy).

Sporządzając projekt postaw się w położeniu firmy. Dla niej datki są nośnikami autoreklamy i sposobem przekazywania nowego wizerunku „hojności i społecznej odpowiedzialności”. Sprawdź dokładnie, jakie są oczekiwania sponsora w tym zakresie i czy zgadzają się one z oczekiwaniami twojego projektu. Zachowaj przy tym czujność, aby priorytety sponsora nie stanęły na czele twoich najważniejszych działań!

Kiedy zwracasz się do firmy o sponsoring, stajesz się uczestnikiem „rynku”, tym samym twój „produkt”, jakim jest projekt, musi być konkurencyjny. Łączenie wizerunku firmy z twoim projektem przynosi obopólne korzyści.



Formy kontaktu z przedstawicielem firmy – potencjalnym sponsorem.

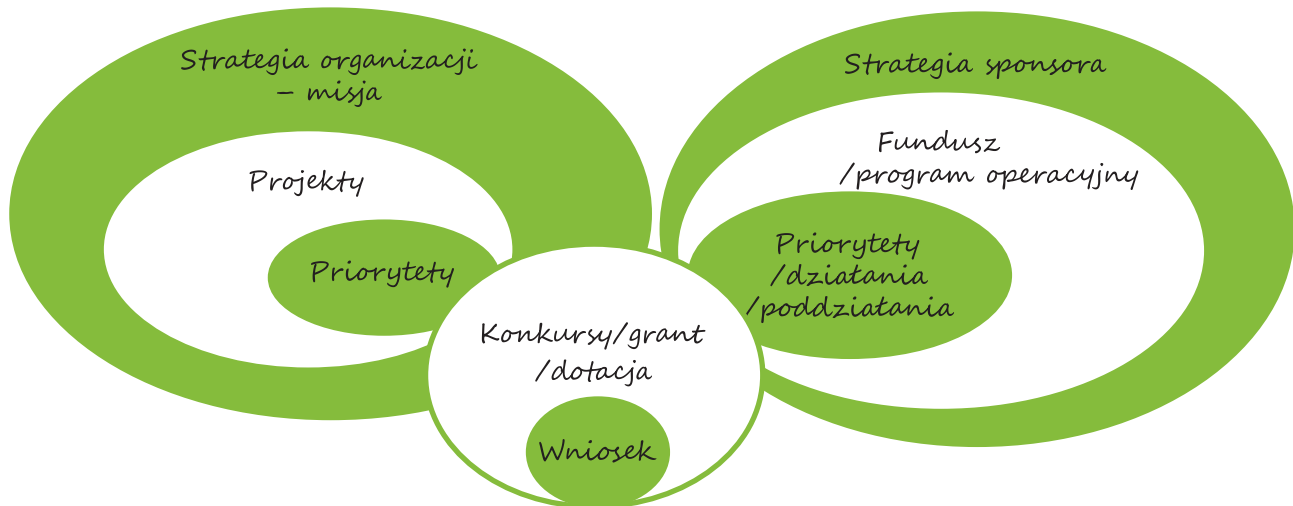
Forma kontaktu	Przydatne wskazówki
<i>Oferta sponsorska</i>	<ul style="list-style-type: none"> » Zaadresuj ofertę do odpowiedniego działu lub osoby. » Przygotuj zwięzły, treściwy i zrozumiały tekst na papierze firmowym opatrzonym logo organizacji. Unikaj błędów językowych, przekręcania nazw, nazwisk i stanowisk. » Przedstaw swoją organizację, jej atuty, zdefiniuj problem, którym się zajmujecie lub planujecie zająć, uzasadnij znaczenie rozwiązania tego problemu dla danej grupy odbiorców i/lub społeczeństwa. » Sprecyzuj, czego konkretnie oczekujesz od sponsora (darowizny/rabatu/produktów?). » Nie zapomnij o przywołaniu korzyści, jakie może osiągnąć sponsor z nawiązania współpracy z Twoją organizacją oraz konkretnych działań prowadzących do osiągnięcia tych korzyści (umieszczenie logotypów sponsora na ulotkach/zadbanie o publikację w mediach?). » Używaj słów-kluczy odnoszących się w szczególności do tego, co wspólne, co łączy obie strony. » Nie pisz o trudnościach finansowych, nie narzekaj na sytuację swojej organizacji lub, co gorsza, nie-sprzyjające otoczenie, „nie lej wody”. » Podaj kontakt bezpośredni (numer telefonu i adres e-mail) do siebie lub osoby, która będzie odpowiadać za współpracę ze sponsorem. » Odwołuj się wyłącznie do sprawdzonych informacji i realistycznych planów. » Szczegółowe informacje o działalności dołącz w formie sprawozdania lub raportu, do którego sponsor zajrzy w razie potrzeby. » Aby uwiarygodnić swoją organizację, możesz także załączyć rekomendacje od osób, instytucji i organizacji czy wycinki prasowe dokumentujące realizację dotychczasowych projektów.
<i>Rozmowa telefoniczna</i>	<ul style="list-style-type: none"> » Zadzwoń w pierwszej kolejności na telefon stacjonarny, aby uniknąć przeszkodzenia osobie, która przebywa na zwolnieniu lub urlopie. » Przedstaw się, ewentualnie „przypomnij się”, jeśli rozmowa następuje po wysłaniu oferty sponsorskiej lub spotkaniu. » Mów wyraźnie i uśmiechaj się „do słuchawki”. » Ogranicz czas rozmowy – ma ona służyć zwięzłemu doprecyzowaniu informacji zawartych w ofercie sponsorskiej lub umówieniu się na ewentualne spotkanie. » Na koniec podsumuj ustalenia i spróbuj umówić się na dalszy kontakt – bezpośredni lub e-mailowy.
<i>Spotkanie</i>	<ul style="list-style-type: none"> » Spotkania z reguły są aranżowane (umawiane telefonicznie lub e-mailowo). Najlepiej, jeśli odbywają się w porze porannej na początku tygodnia (oprócz poniedziałkowego poranka). Bądź otwarty na termin i miejsce spotkania zaproponowane przez sponsora, ale nie wahaj się zaproponować mu wizyty w siedzibie swojej organizacji (będzie to szansa na dogłębniejsze jej zaprezentowanie). Korzystaj także z nadarzających się okazji i nawiązuj kontakty z przedstawicielami firm podczas targów, konferencji i innych wydarzeń. » Pamiętaj, że ważne jest pierwsze wrażenie tworzone przez odpowiedni wygląd, punktualność, utrzymywanie kontaktu wzrokowego, entuzjastyczne podejście. » Unikaj bycia natarczywym, gadatliwym, roszczeniowym, nieprzygotowanym do rozmowy. » Bądź elastyczny – być może sponsor zaproponuje Ci innego typu świadczenia niż te, których oczekujesz. » Przygotuj i weź ze sobą materiały drukowane (m.in. wizytówki, ulotki na temat organizacji, sprawozdania roczne lub raporty z działalności, wycinki prasowe, rekomendacje). » Po spotkaniu wyślij e-mail z podziękowaniem za poświęcony czas.

Projekt a wniosek

Tworzenie projektu i zbieranie funduszy na jego realizację jest jednym z elementów zarządzania organizacją. Znajomość logiki projektu bardzo ułatwia wypełnianie ofert do sponsorów. Ma to znaczenie nie tylko wtedy, gdy aplikujemy o środki w odpowiedzi na konkretny konkurs, do instytucji bądź organizacji, które mają uregulowane ścisłymi zasadami, złożone systemy konkursowe – jak fundusze unijne czy programy ministerialne lub fundacje prywatne, ale również w sytuacjach składania oferty sponsorskiej lub też przedstawiania naszego projektu ludziom, którzy będą go współfinansować w formie pozagrantowej, np. poprzez udział w zbiórce publicznej.

Warto, aby przez doświadczenie, szkolenia i publikacje zgłębiać wiedzę i umiejętność tworzenia projektu. Dlaczego? Bowiem logika tworzenia projektu jest zawarta w formularzach wniosku o dotację. Oznacza to, że pewne elementy projektu takie m.in. jak: opis potrzeby realizacji zadania, przedstawienie celów projektu, czy jego adresatów, powtarza się w poszczególnych formularzach wniosku o dotację. Zatem projekt i wniosek to nie to samo. Aby było łatwiej zrozumieć, spróbujmy odróżnić projekt od wniosku dzięki definicjom i poniższemu schematowi:

Jakie są różnice między projektem a wnioskiem?



Organizacja pozarządowa ma swoją strategię, w której zawarty jest program działań zawierający priorytety i projekty. Pozyskiwanie nań funduszy odbywa się m.in. za pośrednictwem konkursów ogłaszanych przez sponsora, który to z kolei ma swoją strategię i określa w niej priorytetowe działania do dofinansowania, wydzielając na ten cel np. fundusz środków i przyznając z niego grant lub dotację. Wniosek jest więc "przepustką" do pozyskiwania pieniędzy na realizację naszych celów i pozwala pokazać nasz projekt wybranemu sponsorowi.

Projekt – metoda pracy, która pozwala przejść od pomysłu do realizacji. To plan działań tworzących jedną spójną układankę, na którą składa się pewna logika opisywania naszego zamierzenia. Projekt jest określony w czasie, ma odbiorców, założone cele i działania, pozwalające te cele osiągnąć i doprowadzić do określonych rezultatów. Projekt jest realizowany z ludźmi dla ludzi i przez ludzi i wiąże się z ryzykiem, które tworzy element przygody, dzięki któremu uczymy się przez doświadczanie. Podczas zarządzania projektem zdarzają się sytuacje nieprzewidywalne, dlatego trzeba go planować, by wiedzieć, jak postępować i upewniać się, czy idzie się dobrą drogą zgodnie z maksymą, że brak planu to planowanie porażki. Wreszcie, by projekt realizować, potrzebne są środki niematerialne i materialne; zasoby, bez których trudno wyobrazić sobie postęp projektu. Tak więc oprócz czasu, doświadczenia, ludzi, sprzętu, partnerów, pomieszczeń potrzebne są pieniądze. By je pozyskiwać, musimy m.in. wypełniać wnioski i pisać podania do sponsorów.

Wniosek – dokument, w którym zawieramy opis naszego projektu; podanie do sponsora, od którego chcemy otrzymać dofinansowanie. Wniosek zatem to formularz opracowany przez autorów programu czy funduszu, składający się z rubryk, w których zamieszczamy informacje o naszym projekcie. Każdy sponsor będący grantodawcą ma określone wymagania, co do struktury wniosku i informacji, jakie mają w nim zostać zawarte, aby móc ocenić wniosek pod względem wartości merytorycznej. Jednocześnie sponsorzy decydują też o formie graficznej czy sposobie wypełnienia (np. poprzez dokument w formacie DOC do wydruku lub generator wniosków dostępny online). Zatem można założyć, że tyle, ile jest dostępnych grantów, tyle jest formularzy wniosków. Wydawać by się mogło, że każdy wniosek zawiera coś innego. W rzeczywistości rubryki wniosków są do siebie podobne, ale różnie nazywane.

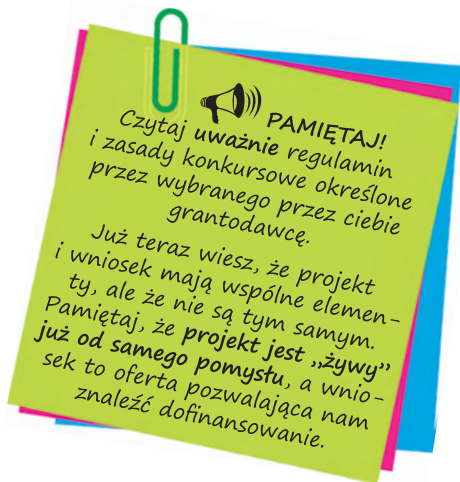
Elementy projektu:

1. Analiza potrzeb realizacji projektu i opis problemu – jaki jest problem? skąd znam problem? co się stanie, gdy się tym problemem nie zajmę?
2. Adresaci mojego projektu – kim są uczestnicy projektu? ile mają lat, skąd pochodzą? do jakiej grupy należą?
3. Cel, jaki chcę osiągnąć – co zniweluję? co zwiększę?
4. Rezultaty, efekty mojego projektu – jaka zmiana zajdzie? ile i czego powstanie?
5. Działania, jakie zamierzam przeprowadzić, by osiągnąć cel i zrealizować efekty;
6. Harmonogram moich działań – kiedy będę realizować działania projektu?
7. Budżet i moje zasoby – ile te działania będą kosztować? czy mam wkład własny finansowy, ile mam wkładu pozafinansowego? jakich zasobów mi brakuje – ludzi, sprzętu, partnerów?

Elementy wniosku:

1. Opis organizacji wnioskującej o dotację, czyli dane organizacji (jej adres, NIP, Regon itp.);
2. Załączniki (najczęściej statut i aktualny wyciąg z KRS);
3. Zakres rzeczowy zadania – opis projektu zawierający:
 - tytuł projektu,
 - krótką charakterystykę projektu (czego projekt dotyczy, co się wydarzy?),
 - opis potrzeby realizacji,
 - cel projektu,
 - określenie grupy docelowej,
 - miejsce realizacji,
 - opis planowanych działań,
 - planowane efekty projektu,
 - termin rozpoczęcia i zakończenia projektu,
 - doświadczenie organizacji, informacje o realizatorach projektu i ich kwalifikacjach,
 - szczegółowy budżet projektu, kosztorys,
 - opis posiadanych zasobów i zasobów potrzebnych do realizacji zadania.

Zdarza się jednak, że sponsor wymaga od nas opisu projektu, nie udostępniając formularza wniosku. Dzieje się tak dlatego, że sponsorzy, najczęściej prywatni, nie mają obowiązku przekazywania tego typu dokumentacji, ale za to dokładnie podają, jakie informacje należy zawrzeć. Wówczas powinniśmy sami podjąć się opisu naszego projektu zgodnie z kryteriami zawartymi w regulaminie.



„Żywy projekt” – to projekt z zamkniętym pomysłem (określonym celem i sformułowanymi działaniami), ale otwarty na zmiany, który w zależności od wymogów sponsora możemy i powinniśmy modyfikować i elastycznie dopasowywać do kryteriów dofinansowania. Np. chcesz zorganizować szkolenia dla liderów lokalnych i zwiększyć ich umiejętności autoprezentacji, a sponsor mówi, że da dofinansowanie, jeśli szkolenymi liderami będą tylko kobiety w wieku 25-50 lat. Warto jednak wiedzieć i wyczuć granice elastyczności tak, aby pozyskane dofinansowanie nie było celem samym w sobie, ale by przyczyniało się do realizacji misji naszej organizacji.

Bądź wierny misji oraz celom swojej organizacji i nigdy nie naginaj ich do potrzeb sponsora. (>> www.fundusze.ngo.pl/x/81622)

Rzeczywistość sponsora a rzeczywistość mojej organizacji w myśleniu projektowym:



PAMIĘTAJ O ANALIZIE POTRZEB!

Wiele pomysłów i marzeń pozostaje niezrealizowanych, ponieważ nie znalazły właściwego oddźwięku w środowisku, które zamierzały objąć. Twoje wyobrażenie o realizacji projektu może być zupełnie inne od oczekiwań adresatów projektu i jednocześnie różne od wymagań sponsora. Twój projekt powinien odzwierciedlać potrzeby, warunki i specyfikę grupy docelowej, do której jest skierowany, ale i jednocześnie musi być spójny z celami organizacji i wytycznymi grantu. Nie podejmuj się realizacji projektów, które nie odpowiadają na zdiagnozowane potrzeby – tylko dlatego, że masz szansę na dofinansowanie! Zbierając pieniądze spróbuj najpierw odnaleźć wszystkie programy, które mogą być zgodne z twoim projektem i organizacją. Wybierz takie źródło, które najbardziej łączy cele projektu, organizacji i sponsora.

Tworzenie budżetu

Każdy element projektu i pole wypełnianego wniosku jest ważne. Wydaje się jednak, że z punktu pozyskiwania funduszy najważniejszy jest budżet, zamiennie nazywany kosztorysem czy szczegółowym zakresem finansowym zadania. Jest on najważniejszy dla sponsora, ponieważ to na podstawie budżetu sponsor ocenia adekwatność naszych kosztów do planowanych działań. Budżet jest istotny również dla nas samych – choćby po to, by określić wysokość wkładu własnego i wartość całego projektu.

Tworząc budżet:

1. Trzymaj się cen rynkowych, obecnie obowiązujących, zawrzyj w nim wszystkie działania i niezbędne koszty adekwatne do tego, co chcesz zrobić. Szacując pozycje budżetu możesz korzystać z Internetu. Zachowaj jednak przy tym ostrożność, sprawdzając datę aktualizacji cen zawartych na witrynie internetowej. Drugi sposób to złożenie do potencjalnego wykonawcy zapytania ofertowego. Warto w nim wskazać przedmiot zamówienia oraz termin ważności oferty cenowej. Podaj również formę, czas i miejsce złożenia oferty wraz z kryteriami, jakie musi spełnić wykonawca realizując usługę lub zakup. Mogą to być np. parametry techniczne komputera, ilość godzin szkoleniowych, liczba osób korzystających z cateringu.

2. Kataloguj koszty dzieląc je na kategorie kosztów, m.in.: koszty administracyjne, koszty zarządzania i obsługi projektu, koszty merytoryczne związane z realizacją danego działania, koszty promocji, koszty kontroli i ewaluacji.

3. Wyszczególnij koszty działań tak, aby osoba czytająca wniosek nie miała wątpliwości, co się w tym projekcie będzie działo.

PRZYKŁAD BUDŻETU MAŁE PROJEKTY, PROW 2007-2013 – zgadnij, czego projekt dotyczy?

VII. ZESTAWIENIE RZECZOWO-FINANSOWE OPERACJI									
Lp.	Wyszczególnienie zakresu rzeczowego	Mierniki rzeczowe		Koszty kwalifikowalne operacji (w zł)					
		Ilość (liczba)	Jedn. miary	ogółem	w tym VAT*	I etap		II etap	
						ogółem	w tym VAT***	ogółem	w tym VAT***
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
I	Koszty kwalifikowalne małych projektów określone w załączniku nr 2 do rozporządzenia, z wyłączeniem wartości pracy i usług świadczonych nieodpłatnie oraz kosztów ogólnych, w tym:								
A*	koszty związane z przeprowadzeniem imprezy - honoraria								
1*	HONORARIUM DLA KONFERANSJERA	1	os	1000	0,00 zł	1 000,00 zł	0,00 zł	0,00 zł	0,00 zł
2	HONORARIUM ZA WYSTĘP ZESPOŁU TOP-ONE	1	szt	8 196,72	0,00	8 196,72	0,00	0,00	0,00
3	WYSTĘP ZESPOŁU MUZYCZNEGO PODCZAS FESTYNU	1	szt	1 229,50	0,00	1 229,50	0,00	0,00	0,00
4	OPŁATA ZAIKS	1	szt	1 150,00	0,00	1 150,00	0,00	0,00	0,00
Suma A				11 576,22	0,00	11 576,22	0,00	0,00	0,00

B*	koszty związane z organizacją imprezy								
1**	WYNAJEM I MONTAŻ SCENY WRAZ Z OŚWIETLENIEM	1	usługa	2 049,18	0,00	2 049,18	0,00	0,00	0,00
2	WYNAJEM I OBSŁUGA NAGŁOŚNIENIA ZGODNIE Z RIDEREM TECHNICZNYM ZE-SPOŁU TOP-ONE	1	usługa	2 786,88	0,00	2 786,88	0,00	0,00	0,00
3	ZEZWOLENIE NA PRZYŁĄCZENIE PRĄDU, PRZYŁĄCZE DO SIECI I OPŁATY ZA PRĄD	1	szt	737,70	0,00	737,70	0,00	0,00	0,00
Suma B				5 573,76	0,00	5 573,76	0,00	0,00	0,00
C*	koszty związane z wykonaniem i przeprowadzeniem promocji projektu								
1**	PROJEKT I WYKONANIE MEDALI OKOLICZNOŚCIOWYCH	100	szt	2 600,00	0,00	2 600,00	0,00	0,00	0,00
2	PROJEKT I WYKONANIE BRELOKÓW OKOLICZNOŚCIOWYCH	100	szt	750,00	0,00	750,00	0,00	0,00	0,00
3	PROJEKT I WYKONANIE MONET OKOLICZNOŚCIOWYCH	500	szt	2 741,80	0,00	2 741,80	0,00	0,00	0,00
4	PROJEKT I WYKONANIE OKOLICZNOŚCIOWEJ TABLICY PAMIĄTKOWEJ	1	szt	3 278,68	0,00	3 278,68	0,00	0,00	0,00
5	PROJEKT I WYKONANIE WITACZY	2	szt	11 200,00	0,00	11 200,00	0,00	0,00	0,00
6	ZAKUP ETUI NA MEDALE	100	szt	1 000,00	0,00	1 000,00	0,00	0,00	0,00
7	PROJEKT I DRUK PLAKATÓW	400	szt	1 229,51	0,00	1 229,51	0,00	0,00	0,00
Suma C				22 799,99	0,00	22 799,99	0,00	0,00	0,00
Suma I				39 949,97	0,00	39 949,97	0,00	0,00	0,00
II	Wartość pracy oraz usług świadczonych nieodpłatnie	Limit dla operacji		10%					
1*	KOORDYNATOR PROJEKTU - WOLONTARIAT	80	h	1 477,60	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Suma II				1477,6	0,00	1 663,53	0,00	0,00	0,00
III	Koszty ogólne (KO)	Limit dla operacji		-					
1*	-	-	-	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Suma III				0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
IV	Suma kosztów kwalifikowalnych operacji (I + II + III)			41 427,57	0,00	41 613,50	0,00	0,00	0,00
* zadanie lub grupa zadań realizowanych w ramach operacji									
** zadanie lub dostawa/roboata/usługa realizowana w ramach zadania									
*** w przypadku wnioskodawcy, dla którego VAT nie będzie kosztem kwalifikowalnym należy wpisać 0,00.									

Czy udało ci się określić, że to projekt o charakterze lokalnym, związany z kulturą i organizacją imprezy?

Przyjrzyj się dobrym praktykom

Pomocnym będzie wykonanie przed budżetem **struktury WBS** (ang. *Work Breakdown Structure*) – struktury podziału zadań, w której wszystkie najważniejsze działania projektu rozbija się na najmniejsze poddziałania – jest to graficzne przedstawienie listy zadań do realizacji w projekcie, pokazujące ogólne powiązania między nimi. Dzięki niej będziesz wiedzieć, co musisz zakupić i jakie sprawy załatwić, żeby dane działanie zakończyło się sukcesem. Warto wyczerpać ją do „dna”, pozwoli ci to uniknąć błędu w konstruowaniu budżetu i rzetelnie wykonać spis kosztów potrzebnych do uwzględnienia ich w kosztorysie. Struktura WBS to zatem lista działań, jakie chcemy zrealizować, uwzględniając listę czynności niezbędnych do organizacji danego działania.

DZIAŁANIE 1 SZKOLENIE

1. Wynajem sali.
2. Zatrudnienie trenera.
3. Zakup materiałów biurowych (blok, ołówki, długopis, teczka).
4. Wynajem sprzętu multimedialnego.
5. Zakup kubków plastikowych i napoi.
6. Zamówienie cateringu.

DZIAŁANIE 2 KONKURS

1. Wykonanie i druk plakatów.
2. Opracowanie regulaminu i dokumentacji.
3. Zakup nagród.
4. Druk dyplomów.

-> Więcej o tworzeniu budżetów pisaliśmy w naszej publikacji: *Finanse w NGO. Zarządzanie finansowe w organizacjach pozarządowych.*

Wypełniając wniosek warto mieć już wcześniej przygotowany projekt w wersji elektronicznej (>> np. zgodnie z podanymi na str. 37 elementami). Ułatwi Ci to pracę przy wypełnieniu wniosku o dotację. Obecnie 99% wniosków wypełnia się elektronicznie, a formularze pobiera się ze stron internetowych danego funduszu lub sponsora. Nie zwlekamy również z przeczytaniem zasad udziału w konkursie i regulaminem przyznawania dotacji. **Zwracamy więc uwagę na:**

1. Datę zakończenia konkursu – nie wypełniaj wniosku na ostatnią chwilę, zostaw sobie czas na zebranie niezbędnych załączników. Sprawdź, czy decyduje data i godzina wpływu do biura sponsora, czy też data stempla pocztowego.

2. Cele organizacji a cele sponsora, obszary operacji – wspominaliśmy, aby pozyskanie dofinansowania nie było celem samym w sobie. Twój projekt musi być zgodny z tematyką zaproponowaną przez sponsora i misją organizacji. Zatem cele projektu powinny wpisywać się w cele programu operacyjnego, funduszu czy grantu, w dany obszar tematyczny konkursu. Poniżej prezentujemy przykłady obszarów tematycznych konkursów realizowanych przez sponsorów publicznych i prywatnych:

- edukacja,
- kultura i sztuka,
- pomoc społeczna i wykluczenie społeczne,
- ochrona zdrowia,
- sport, turystyka i rekreacja,
- ochrona środowiska,
- współpraca międzynarodowa,
- aktywizacja zawodowa i zatrudnienie.


3. Listę załączników – każdy sponsor może wymagać od Ciebie innych załączników, złóż wszystkie wymagane.

4. Wartość projektu i jej elementy składowe, tj.:

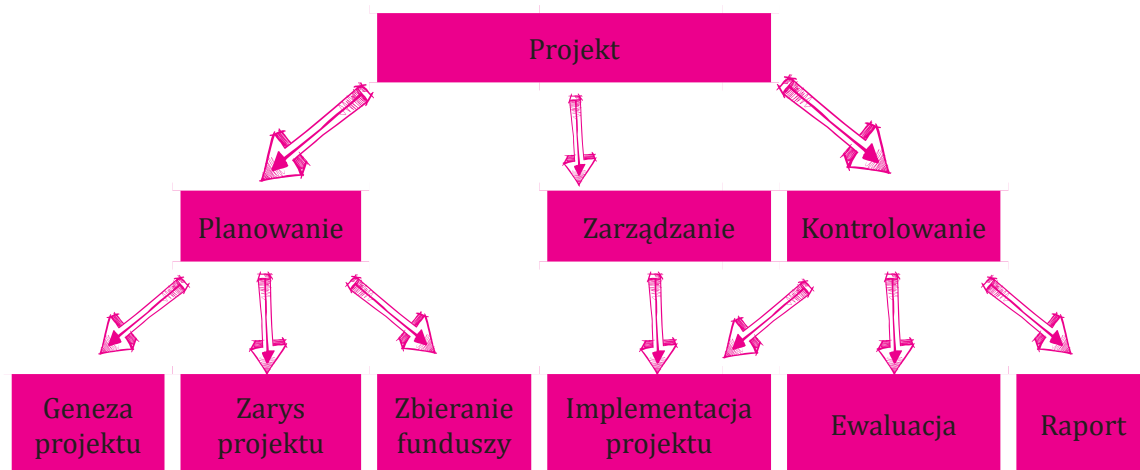
- **Kwota dofinansowania** – by wiedzieć, do jakiej kwoty maksymalnej możemy zaplanować realiza-

cję działań. Może się zdarzyć, że konieczna będzie rezygnacja z jakiegoś działania niekluczowego dla powodzenia realizacji projektu.

- **Wysokość i rodzaj wkładu własnego** – by wiedzieć, czy wkład własny ma być tylko i wyłącznie w formie posiadanych środków finansowych, czy też może w formie pozafinansowej – pracy wolontariuszy czy posiadanego sprzętu. Czasem sponsorzy będą wymagać zabezpieczenia naszego projektu, np. wekslem in blanco lub promesą z banku. Wreszcie ocena wysokości wkładu własnego jest ważna, by określić, czy ogólnie nas stać na realizację projektu. W przypadku środków krajowych najczęściej wymagany jest 10%–20% wkład własny, w przypadku środków unijnych – od 0% do 30% wkładu własnego, z czego pewien % może stanowić wkład pozafinansowy. Część programów działa na zasadach refundacji, gdzie dofinansowanie polega na zwrocie poniesionych kosztów realizacji całości lub części projektu/zadania. Środki te są przekazywane na konto organizacji po zatwierdzonym przez sponsora sprawozdaniu/wniosku o płatność częściową lub końcową. Inną formą dofinansowania jest zaliczkowanie, gdzie dotację otrzymuje się w postaci transz pokrywających koszty jednego danego etapu realizacji projektu/zadania. W obydwu przypadkach oprócz wkładu własnego warto pomyśleć o 100% zabezpieczeniu, tak, aby zapewnić projektowi płynność finansową. Zabezpieczy to nas przed nieterminowym wykonaniem zadań lub też przed niepewnością, czy projekt się powiedzie.

 **PAMIĘTAJ!** Projekt oznacza jakąś zmianę w otoczeniu. Tworzenie projektu jest działaniem mieszczącym się w pierwszej fazie zarządzania projektem, zbieranie funduszy zaczyna się od momentu powstania planu.

Fazy zarządzania projektem:



(> Więcej o planowaniu, zarządzaniu i ewaluacji w naszej publikacji: *Zarządzanie w NGO. Zarządzanie zasobami ludzkimi w organizacjach pozarządowych.*)

Załącznik - przykład oferty realizacji zadania publicznego

.....
Data i miejsce złożenia oferty
(wypełnia organ administracji publicznej)

OFERTA/OFERTA WSPÓLNA¹⁾

uwaga

Art. 14 pkt 2. Ustawy o działalności pożytku publicznego i o wolontariacie mówi, że dwie lub więcej organizacje pozarządowe lub podmioty wymienione w art. 3 ust. 3 działające wspólnie, mogą złożyć ofertę wspólną. Wówczas należy wskazać w tej ofercie, które działania w ramach realizacji zadania publicznego będą wykonywać poszczególne organizacje pozarządowe lub podmioty. Organizacje wspólnie składające ofertę muszą ustalić sposób reprezentowania swoich podmiotów wobec urzędu, w którym wniosek jest składany.

ORGANIZACJI POZARZĄDOWEJ(-YCH)/PODMIOTU(-ÓW), O KTÓRYM (-YCH) MOWA W ART. 3 UST. 3 USTAWY
Z DNIA 24 KWIETNIA 2003 r. O DZIAŁALNOŚCI POŻYTKU PUBLICZNEGO I O WOLONTARIACIE
(Dz. U. z 2010 r. Nr 234, poz. 1536)¹⁾,
REALIZACJI ZADANIA PUBLICZNEGO

*Zadanie z zakresu rehabilitacji zawodowej i społecznej osób niepełnosprawnych
ze środków Państwowego Funduszy Rehabilitacji Osób Niepełnosprawnych.
(rodzaj zadania publicznego²⁾)*

uwaga

Należy wpisać nazwę rodzaju zadania określonego w art. 4 ustawy z dnia 24 kwietnia 2003 r. o działalności pożytku publicznego i o wolontariacie lub nazwę zadania określoną w ogłoszeniu konkursowym.

*Prowadzenie grupowych i indywidualnych zajęć, które mają na celu nabywanie, rozwijanie i podtrzymywanie umiejętności niezbędnych do samodzielnego funkcjonowania osób niepełnosprawnych
- „ODZYSKAJ SPRAWNOŚĆ”
(tytuł zadania publicznego)*

uwaga

Należy podać tytuł projektu, którym będziemy się posługiwać podczas promocji i realizacji projektu; zostanie on wpisany do umowy. Tytuł projektu powinien w sposób zwięzły określać zakres i specyfikę projektu. Jego nazwa powinna być inna niż nazwa programu/rodzaju zadania/konkursu. Dobrze, jeśli nie jest długa (maks. 230 znaków).

w okresie od 24.09.2012 do 21.12.2012

uwaga

Podając okres realizacji, należy wziąć pod uwagę czas potrzebny do przygotowania, przeprowadzenia i rozliczenia projektu, np. szkolenia w ramach tego projektu trwają przez trzy miesiące od października do grudnia, ale ich organizacja rozpoczyna się we wrześniu.

W FORMIE POWIERZENIA/WSPIERANIA REALIZACJI ZADANIA PUBLICZNEGO¹⁾

uwaga

Powierzenie oznacza dofinansowanie w 100% zadania przez organ administracji publicznej, wspieranie zaś wiąże się z koniecznością zabezpieczenia przez organizację wkładu własnego finansowego. To organizator konkursu określa, w której z w/w form zadanie może być realizowane. Jeśli dopuszczalne są obie formy – organizacja musi się zdecydować na jedną z nich. Z reguły jednak organizator zakłada wyłącznie częściowe sfinansowanie zadania.

PRZEZ

Zarząd Powiatu Bolesławieckiego
(organ administracji publicznej)

uwaga

W zależności od tego, do kogo składamy ofertę, np. gminy, powiatu czy województwa, w tym miejscu należy wpisać właściwą nazwę organu administracji publicznej, który np. ogłosił konkurs.

składana na podstawie przepisów działu II rozdziału 2 ustawy z dnia 24 kwietnia 2003 r.
o działalności pożytku publicznego i o wolontariacie

I. Dane oferenta/oferentów¹⁾³⁾

uwaga

W tej części wpisujemy dane zgodnie ze stanem faktycznym, wpisem do KRS lub innego rejestru.

1) nazwa: *Klub Amazonek*

2) forma prawna:⁴⁾

stowarzyszenie

kościelna osoba prawna

spółdzielnia socjalna

fundacja

kościelna jednostka organizacyjna

inna

3) numer w Krajowym Rejestrze Sądowym, w innym rejestrze lub ewidencji:⁵⁾ *0000123456*

4) data wpisu, rejestracji lub utworzenia:⁶⁾ *01.01.2001 r.*

5) nr NIP: *123-456-78-10* nr REGON: *020012345*

6) adres:

miejsceowość: *Bolesławiec ul. Szkolna 6a*

dzielnica lub inna jednostka pomocnicza:⁷⁾
gmina: *Bolesławiec* powiat:⁸⁾ *bolesławiecki*
województwo: *dolnośląskie*
kod pocztowy: *59-700* poczta: *Bolesławiec*

7) tel.: *606 606 606* faks: *075 1234567*
e-mail: *biuro@mklubamazonek.pl* http:// -

8) numer rachunku bankowego: *70 1020 0000 0000 0000 0000 0000*
nazwa banku: *PKO BP SA Bolesławiec*

9) nazwiska i imiona osób upoważnionych do reprezentowania oferenta/offerentów¹⁾:

a) *Nowak Władysława – Prezes Zarządu*

b) *Kowalska Teresa – Skarbnik*

c) *Malinowska Teresa – Członek Zarządu*

10) nazwa, adres i telefon kontaktowy jednostki organizacyjnej bezpośrednio wykonującej zadanie, o którym mowa w ofercie:⁹⁾

uwaga

Ten punkt należy wypełnić, jeśli twoja organizacja ma oddziały terenowe lub inne placówki, które prowadzi, a zadanie ma być realizowane w obrębie danej jednostki organizacyjnej.

Np. nasza organizacja nie prowadzi oddziałów terenowych

11) osoba upoważniona do składania wyjaśnień dotyczących oferty (imię i nazwisko oraz nr telefonu kontaktowego)

uwaga

Wpisujemy osobę, która najlepiej zna założenia projektu.

Zofia Nowak, tel. 600 600 600, zofia@klubamazonek.pl

12) przedmiot działalności pożytku publicznego:

uwaga

W tej rubryce wpisujemy rodzaj działalności odpłatnej i nieodpłatnej prowadzonej zgodnie ze statutem.

Np. a) działalność nieodpłatna pożytku publicznego

1. Niesienie pomocy kobietom przed i po zabiegu mastektomii (odjęcia piersi);
2. Ścisła współpraca ze szpitalem w Bolesławcu;
3. Prowadzenie rehabilitacji fizycznej i psychicznej kobiet po mastektomii;
4. Współpraca i wymiana doświadczeń z organizacjami o podobnej działalności;
5. Pomoc w zaopatrzeniu w protezy i peruki;
6. Organizowanie prelekcji oraz wydawanie broszur, plakatów i materiałów edukacyjnych.

b) działalność odpłatna pożytku publicznego

np. Nie prowadzimy działalności odpłatnej.

13) jeżeli oferent/ofereńci⁴³⁾ prowadzi/prowadzą⁴³⁾ działalność gospodarczą:

a) numer wpisu do rejestru przedsiębiorców

b) przedmiot działalności gospodarczej

uwaga

Jeśli twoja organizacja nie prowadzi działalności gospodarczej, to w tym polu należy wpisać np.

Nie dotyczy **lub** Stowarzyszenie nie prowadzi działalności gospodarczej.

uwaga

Jeśli twoja organizacja prowadzi działalność gospodarczą, wpisz rodzaj działalności zgodnie z Polską Klasyfikacją Działalności lub wpisz przedmiot działalności zgodnie z Polską Klasyfikacją Działalności.

II. Informacja o sposobie reprezentacji oferentów wobec organu administracji publicznej wraz z przytoczeniem podstawy prawnej¹⁰⁾

uwaga

Jeżeli składasz ofertę wspólną, należy określić czy podstawą są zasady określone w statucie, pełnomocnictwo, prokura czy też inna podstawa. Należy wpisać akty prawne wewnętrzne, w których zawarty jest zapis o sposobie reprezentowania.

Np. Do reprezentacji klubu upoważniony jest zarząd w osobach: prezesa i dwóch członków zarządu. Podstawą prawną jest Statut Klubu Amazonek, KRS i Uchwały Walnego Zgromadzenia.

III. Szczegółowy zakres rzeczowy zadania publicznego proponowanego do realizacji

1. Krótka charakterystyka zadania publicznego

uwaga

W tym miejscu opisujemy krótko projekt. Opis powinien odpowiadać na pytania takie, jak: Czego lub kogo projekt dotyczy? Jak i ile działań zakłada? Co zostanie zrobione? Kto jest organizatorem i pomysłodawcą? Ile projekt będzie trwał? Do czego się projekt przyczyni? Kto będzie realizował zadania?

Np. Projekt zakłada zorganizowanie szkolenia dla 28 kobiet po zabiegu mastektomii i usunięcia węzłów chłonnych – z terenu powiatu bolesławieckiego, z zakresu samodzielnej rehabilitacji z użyciem aparatu do drenażu limfatycznego. Szkolenie odbędzie się w czterech 7-osobowych grupach w Bolesławcu we wrześniu 2012 roku. Zostanie przeprowadzone przez wykwalifikowanego fizjoterapeutę, zatrudnionego do realizacji szkolenia na podstawie umowy-zlecenie. Projekt zakłada zakup aparatu do drenażu limfatycznego, który posłuży jako pomoc metodyczna w poprowadzeniu szkolenia, a po zakończeniu projektu do dalszej rehabilitacji.

Organizatorem projektu jest nasze Stowarzyszenie.

2. Opis potrzeb wskazujących na konieczność wykonania zadania publicznego, opis ich przyczyn oraz skutków

uwaga

W tej rubryce należy opisać problem lub potrzebę realizacji projektu. Opis ma dotyczyć sytuacji obecnej i powinien odwoływać się do faktów, zatem opis ten nie może zawierać elementów naszej oceny. Pomocne będą pytania, na które trzeba sobie odpowiedzieć, by go sporządzić: Ilu i jakich osób dotyczy problem? Jakie są rozmiary problemu? Jakiej specyfiki obszaru/grupy dotyczy problem? Skąd wiemy, że jest to problem/że występuje taka potrzeba?

Np. Klub Amazonek jest jedyną organizacją zajmującą się wsparciem osób niepełnosprawnych, w tym kobiet po chorobie nowotworowej piersi. Z wywiadu przeprowadzonego z kobietami z obrzękiem wynika, że nie potrafią one samodzielnie obsługiwać aparatu i że potrzebują one szkolenia. Szkolenie nauczy obsługi aparatu i wykonywania drenażu limfatycznego. Problem dotyczy 28 kobiet po zabiegu mastektomii i wycięciu węzłów chłonnych zamieszkujących miasto Bolesławiec, które są członkami Klubu Amazonek. Po zakończeniu projektu osoby te chcą zakupić indywidualnie aparat, aby móc samodzielnie się rehabilitować. Konieczność rehabilitacji po wycięciu węzłów chłonnych wynika z tego, iż zabieg ten powoduje opuchnięcie ręki, a to z kolei utrudnia sprawność ruchową i wykonywanie codziennych czynności. Dzięki aparatowi i umiejętności obsługi osoby samo rehabilitujące się nabiorą pewności siebie i szybciej wrócą do sprawności fizycznej umożliwiającej samodzielne wykonywanie codziennych czynności czy też szybszy powrót do życia zawodowego.

3. Opis grup adresatów zadania publicznego

uwaga

W tej rubryce należy sporządzić charakterystykę osób, do których projekt jest kierowany. Opis powinien dotyczyć cech z punktu widzenia elementów istotnych w projekcie. Uwzględniamy więc np. płeć, wiek, status zawodowy, status społeczny, miejsce zamieszkania, zwyczaje, sytuację ekonomiczną oraz interesy i cele tej grupy, dla której projekt chcemy zrealizować. Jeśli dodatkowo uwzględnisz wnioski dla projektu wynikające z tych interesów, to również będzie to mile widziane, a jednocześnie pokaże spójność i przejrzystość projektu.

Np. Projekt jest skierowany do wszystkich kobiet zrzeszonych w Klubie Amazonek. Są to osoby niepełnosprawne, aktywne i nieaktywne zawodowo. Bezpośrednio szkoleniem zostanie objętych 28 kobiet po mastektomii w przedziale wiekowym od 38 do 81 roku życia, zamieszkałych gminę i miasto Bolesławiec, gminę Nowogrodzic i Tomaszów Bolesławiecki. Z przeprowadzonej analizy potrzeb i oczekiwanych tych osób wynika, że potrzebują one różnego rodzaju form wsparcia podczas choroby nowotworowej i w drodze do zdrowia, w tym m.in. szkoleń dotyczących samodzielnej rehabilitacji. Dlatego też w projekcie zaplanowano cztery szkolenia z tego zakresu.

4. Uzasadnienie potrzeby dofinansowania z dotacji inwestycji związanych z realizacją zadania publicznego, w szczególności ze wskazaniem, w jaki sposób przyczyni się to do podwyższenia standardu realizacji zadania.¹¹⁾

uwaga

Tę rubrykę wypełniamy w przypadku, gdy chcemy ubiegać się o dofinansowanie konkretnej inwestycji. Pamiętaj jednak, że zakupem inwestycyjnym jest też sprzęt (komputer, drukarka) czy konkretne wyposażenie (krzesła, stoły), które jest niezbędne do realizacji działań zaplanowanych w projekcie i przyczyni się to do podwyższenia standardu ich realizacji. Przez inwestycję należy rozumieć każdą zakupioną rzecz, dzięki której Twoja organizacja może tworzyć czy też powiększać swój majątek trwały, a tym samym sprawniej działać. W rachunkowości nazywa się je środkami trwałymi i są to dobra materialne o przewidywanym okresie ekonomicznej użyteczności dłuższym niż rok, kompletne, zdatne do użytku i przeznaczone na potrzeby organizacji. Do środków trwałych, a więc i do inwestycji zaliczamy m.in.: nieruchomości – w tym grunty, prawo użytkowania wieczystego gruntu, budowle i budynki, a także będące odrębną własnością lokale spółdzielcze, własnościowe, prawo do lokalu mieszkalnego oraz spółdzielcze prawo do lokalu użytkowego, maszyny, urządzenia, środki transportu i inne rzeczy, takie jak wymieniony na początku sprzęt czy wyposażenie.

Np. Zakup nowego aparatu wraz z rękawami umożliwi profesjonalne szkolenie, a zajęcia na tym aparacie pozwolą kobietom z obrzękiem powrócić do lepszej sprawności fizycznej i zachęć do samodzielnej rehabilitacji.

5. Informacja, czy w ciągu ostatnich 5 lat oferent/oferenci¹¹⁾ otrzymał/otrzymali¹¹⁾ dotację na dofinansowanie inwestycji związanych z realizacją zadania publicznego z podaniem inwestycji, które zostały dofinansowane, organu który udzielił dofinansowania oraz daty otrzymania dotacji.¹¹⁾

uwaga

Tę rubrykę wypełnia się w przypadku, gdy chcemy ubiegać się o dofinansowanie konkretnej inwestycji. Jeśli takich nie realizowałeś, wpisz: nie dotyczy. Można w niej również wpisać zadania inwestycyjne realizowane w okresie ostatnich 5 lat, np.: budowa, przebudowa, remont itp., które były dofinansowane ze środków publicznych. Należy więc podać wówczas: nazwę inwestycji, nazwę instytucji udzielającej wsparcia inwestycyjnego oraz datę otrzymania dotacji:

- Np.** 1. Remont pomieszczenia szkoleniowego – dofinansowanie od Gminy X, 11 000 zł, 10 grudzień 2011 r.;
2. Zakup sprzętu rehabilitacyjnego – dofinansowanie od Powiatu X, 45 000, 15 maja 2011 r.

6. Zakładane cele realizacji zadania publicznego oraz sposób ich realizacji

uwaga

Projekt ma pokazywać zmianę. Właśnie po to stawia się cele, które trzeba przedstawić sponsorowi. W tej rubryce formułuje się nic innego jak postulaty pokazujące oczekiwany stan. Ale nie można ich utożsamiać z działaniami. Dobrze sformułowany cel odpowiada na pytanie: co?, gdzie?, kiedy?, dla kogo? zostanie zmienione dzięki realizacji projektu. Cele powinny się odnosić do tematu konkursu i do kluczowego problemu, który ma być rozwiązany za pomocą projektu. Cele mają pokazywać korzyści dla beneficjentów naszego zadania. (>> Więcej o formułowaniu celów w naszej publikacji: Zarządzanie w NGO. Zarządzanie zasobami ludzkimi w organizacjach pozarządowych.)

- Np. Cel główny:** Zwiększenie wiedzy i umiejętności w obsłudze aparatu do drenażu limfatycznego u 28 kobiet w wieku 38-81 lat, zamieszkujących teren Powiatu Bolesławieckiego, należących do Klubu Amazonek po przebytej chorobie nowotworowej piersi i zabiegu mastektomii. **Cele szczegółowe:**
- » Przekazywanie wiedzy kobietom – amazonkom na temat samodzielnej obsługi aparatu i rehabilitacji.
 - » Zwiększenie pewności siebie w egzystowaniu i powrocie do zdrowia u kobiet – amazonek.
 - » Zwiększenie samodzielności kobiet – amazonek w wykonywaniu codziennych czynności dzięki umiejętności rehabilitowania się poprzez użycie aparatu do drenażu limfatycznego.

7. Miejsce realizacji zadania publicznego

uwaga

W tej rubryce określamy, gdzie nasze zadanie będzie realizowane. Jeśli mamy kilka działań i są one rozproszone w terenie, należy wskazać ich nazwę i miejsce realizacji.

- Np.** Teren powiatu bolesławieckiego. Szkolenie zostanie przeprowadzone w Bolesławcu, w Klubie Amazonek.

8. Opis poszczególnych działań w zakresie realizacji zadania publicznego¹²⁾

uwaga

Napisz krótko, np. w punktach, jakie działania podejmiesz, by zrealizować zadanie i osiągnąć cel.

- Np.** Projekt obejmuje:
- » zakup aparatu do drenażu limfatycznego;
 - » zatrudnienie szkoleniowca;
 - » rekrutację na 4 szkolenia;
 - » organizację szkolenia;
 - » organizację cateringu na szkoleniach.

9. Harmonogram¹³⁾

uwaga

Zgodnie z komentarzem do wzoru oferty w harmonogramie należy podać terminy rozpoczęcia i zakończenia poszczególnych działań oraz liczbowe określenie skali działań planowanych przy realizacji zadania publicznego (tzn. miar adekwatnych dla danego zadania publicznego, np. liczba świadczeń udzielanych tygodniowo, miesięcznie, liczba adresatów).

Zadanie publiczne realizowane w okresie od 24.09.2012 – 21.12.2012		
Poszczególne działania w zakresie realizowanego zadania publicznego ¹⁴⁾	Terminy realizacji poszczególnych działań	Oferent lub inny podmiot odpowiedzialny za działanie w zakresie realizowanego zadania publicznego
» Zakup aparatu (1szt.)	wrzesień 2012	Oferent – to nasza organizacja
» Zatrudnienie szkoleniowca (1os.)	wrzesień-grudzień 2012	Oferent
» Rekrutacja na 4 szkolenia	wrzesień 2012	Oferent Szkoleniowiec
» Szkolenia (4 szkolenia po 6 h)	październik, listopad, grudzień 2012	Oferent
» Catering (28 osób)	październik, listopad, grudzień 2012	Oferent
» Ewaluacja programu	grudzień 2012	Oferent

10. Zakładane rezultaty realizacji zadania publicznego¹⁵⁾

uwaga

Opisz krótko, co zostanie zrobione/osiągnięte dzięki działaniom. W projektach wyróżnia się rezultaty: **twarde** – da się je policzyć np. liczba przeszkolonych osób, stworzonych miejsc pracy; **miękkie** – trudne do policzenia i określenia, odgrywają ważną rolę w ocenie projektów społecznych, np. wzrost samooceny, zwiększone umiejętności autoprezentacji, nabyte umiejętności projektowania; aby je zmierzyć, potrzebne będzie np. zrobienie ankiety lub wywiadu z adresatami projektu.

Np.

- » Nabycie umiejętności albo nabycie biegłości w obsłudze obsługi aparatu u 28 kobiet po mastektomii piersi.
- » Zwiększona u 50% kobiet pewność siebie w samodzielnej rehabilitacji.
- » Przeszkolone 4 grupy po 7 osób w obsłudze aparatu.
- » Organizacja 4 szkoleń.
- » Zakup jednego aparatu do drenażu limfatycznego.
- » Zwiększona samodzielność 28 kobiet w wykonywaniu codziennych czynności, dzięki posiadanej umiejętności rehabilitowania się poprzez użycie aparatu do drenażu limfatycznego.

IV. Kalkulacja przewidywanych kosztów realizacji zadania publicznego

uwaga

- » Koszty merytoryczne to te bezpośrednio związane z celem realizowanego zadania publicznego.
- » Koszty obsługi to koszty związane z obsługą i administracją realizowanego zadania, które związane są z wykonywaniem działań o charakterze administracyjnym, nadzorczym i kontrolnym, np. wynagrodzenie księgowej lub prawnika.

Wskazówki o sporządzaniu budżetu zawarliśmy na str. 39 oraz w naszej publikacji >> *Finanse w NGO. Zarządzanie finansowe w organizacjach pozarządowych.*

1. Kosztorys ze względu na rodzaj kosztów:

Lp.	Rodzaj kosztów ¹⁶⁾	Ilość jednostek	Koszt jednostkowy (w zł)	Rodzaj miary	Koszt całkowity	z tego do pokrycia z wnioskowanej dotacji	z tego z finansowych środków własnych, środków z innych źródeł, w tym wpłat i opłat adresatów zadania publicznego ¹⁷⁾ (w zł)	Koszt do pokrycia z wkładu osobowego, w tym pracy społecznej członków
I	Koszty merytoryczne ¹⁸⁾ <i>po stronie Klubu Amazonek</i>							
	1) Zakup aparatu BO-Amini+ z rękawem uniwersalnym do drenażu limfatycznego z:	1	5500,00	szt.	5500,00	3000,00	2000,00	0
	a) rękawem na kończynę dolną lewą	1	1300,00	szt.	1300,00	1300,00	0	0
	b) rękawem na kończynę dolną prawą	1	1300,00	szt.	1300,00	0	1300,00	0
	2) szkolenia (4 szkolenia x 6 h)	24	60,00	h	1440,00	1080,00	360,00	0
	3) catering (kawa, herbata, ciastko, woda) na szkolenie (28 os. x 10 zł)	28	10,00	os.	280,00	0	280,00	0
II	Koszty obsługi ²⁰⁾ zadania publicznego, w tym koszty administracyjne po stronie Klubu Amazonek:							

	1) koordynacja projektu (organizacja szkolenia, rekrutacja, obsługa administracyjna itp.) 3 h x 12 tygodni x 2 os.	72	20,23	h	1456,56	0	0	1456,56
III	Inne koszty, w tym koszty wyposażenia i promocji po stronie Klubu Amazonek ¹⁾ wynajem sali szkoleniowej (rehabilitacyjna z wyposażeniem)	4	500,00	dzień	2000,00	0	2000,00	0
IV	Ogółem:	-	-	-	13 276,56	5880,00	5940,00	1456,56

2. Przewidywane źródła finansowania zadania publicznego

uwaga

Tu najczęściej pojawia się problem, jak policzyć procent. Należy jedynie zastosować odpowiednie działanie matematyczne:

Np. $5880,00 \text{ zł (kwota wnioskowana)} \times 100\% : 13276,56 \text{ (wartość projektu)}$
 $1456,56 \text{ zł (wkład osobowy)} \times 100\% : 13276,56 \text{ (wartość projektu)}$
itd.

1	Wnioskowana kwota dotacji	5 880,00 zł	44,00%
2	Środki finansowe własne ¹⁷⁾	5 940,00 zł	45,00%
3	Środki finansowe z innych źródeł ogółem (środki finansowe wymienione w pkt. 3.1-3.3) ¹¹⁾	5 940,00 zł	45,00%
3.1	Wpłaty i opłaty adresatów zadania publicznego ¹⁷⁾	360,00 zł	3,00%
3.2	Środki finansowe z innych źródeł publicznych (w szczególności: dotacje z budżetu państwa lub budżetu jednostki samorządu terytorialnego, funduszy celowych, środki z funduszy strukturalnych) ¹⁷⁾	3 580,00 zł	27,00%
3.3	Pozostałe ¹⁷⁾ (koszt eksploatacja sali)	2 000,00 zł	15,00%
4	Wkład osobowy (w tym świadczenia wolontariuszy i praca społeczna członków)	1 456,56 zł	11%
5	Ogółem (środki wymienione w pkt 1-4)	13 276,56 zł	100%

3. Finansowe środki z innych źródeł publicznych²¹⁾

uwaga

Ta tabela dotyczy tylko zadania, które ma być dofinansowane w formie wspierania, a nie powierzenia. Jeśli jest wspierane – wówczas należy wykazać, z jakich innych źródeł będzie finansowana pozostała część wartości projektu. Zadanie tu prezentowane ma formę wspierania realizacji, dlatego w tabeli wpisano inne źródła finansowania zadania.

Nazwa organu administracji publicznej lub innej jednostki sektora finansów publicznych	Kwota środków	Informacja o tym, czy wniosek (oferta) o przyznanie środków został (-a) rozpatrzony (-a) pozytywnie, czy też nie został (-a) jeszcze rozpatrzony (-a)	Termin rozpatrzenia – w przypadku wniosków (ofert) nierozpatrzonych do czasu złożenia niniejszej oferty
Zarząd Województwa Dolnośląskiego		TAK/NIE ²¹⁾	-
Gmina X		TAK/NIE ¹⁾	15.09.2012

Uwagi, które mogą mieć znaczenie przy ocenie kosztorysu:

uwaga

To jest miejsce na argumentację umacniającą potrzebę danego zakupu lub też wyjaśniającą sposób wyliczenia pracy własnej:

Np. Praca własna została wyliczona na podstawie dzielenia liczby godzin pracy w jednym miesiącu (współczynnika 168 godzin) przez ostatnie przeciętne wynagrodzenie w gospodarce narodowej z 2011 roku tj. 3399,52 zł (na podstawie komunikatu prezesa GUS ogłoszonego w Monitorze Polskim). Koszt sali został wyliczony na podstawie cen rynkowych – jest to jednak sala własna znajdująca się w siedzibie stowarzyszenia.

V. Inne wybrane informacje dotyczące zadania publicznego

1. Zasoby kadrowe przewidywane do wykorzystania przy realizacji zadania publicznego²²⁾

uwaga

Należy opisać, kogo i do jakich działań zaangażujemy, jakie ta osoba ma doświadczenie lub kwalifikacje.

Np. Do realizacji projektu zostanie powołany dwuosobowy zespół zarządzający projektem złożony z członkami klubu, mających doświadczenie w realizacji zadań publicznych. Do szkolenia z zakresu obsługi aparatu zostanie zatrudniona osoba z zewnątrz – szkoleniowiec – rehabilitant i fizykoterapeuta.

2. Zasoby rzeczowe oferenta/oferentów¹⁾ przewidywane do wykorzystania przy realizacji zadania²³⁾

uwaga

Należy opisać zasoby materialne, jakimi dysponujemy, np. lokal, sprzęt, materiały. W przypadku oferty wspólnej należy przyporządkować zasoby rzeczowe, każdej organizacji z osobna.

Np. Szkolenie osób zostanie przeprowadzone w Domu Dziennego Pobytu w Bolesławcu „Senior”, gdzie znajduje się siedziba klubu. Catering podawany będzie w tym samym miejscu. Sala wyposażona jest w stoły, krzesła i niezbędne naczynia.

3. Dotychczasowe doświadczenia w realizacji zadań publicznych podobnego rodzaju (ze wskazaniem, które z tych zadań realizowane były we współpracy z administracją publiczną).

uwaga

W tej rubryce, krótko mówiąc, chwalimy się doświadczeniem naszej organizacji w realizacji podobnych zadań, szczególnie tych, które były finansowane ze środków publicznych.

Np.

1. Umowa z dnia 12.04.2010 zawarta z gminą X na dofinansowanie na gimnastykę rehabilitacyjną dla kobiet po mastektomii – kwota dofinansowania 3 200,00 zł.
2. Umowa z dnia 28.06.2011 zawarta z gminą X na realizację zadania publicznego pn. „Profilaktyka walki z rakiem piersi” – niesienie pomocy kobietom po mastektomii – kwota dofinansowania 2 250,00 zł.

4. Informacja, czy oferent/oferenci⁴⁾ przewiduje (~~a~~) zlecać realizację zadania publicznego w trybie, o którym mowa w art. 16 ust. 7 ustawy dnia 24 kwietnia 2003 r. o działalności pożytku publicznego i o wolontariacie.

uwaga

Ten punkt wniosku dotyczy regrantingu. Cytujemy ustawę o DPPiW art. 16 ust. 7:
„Organizacje pozarządowe lub podmioty wymienione w art. 3 ust. 3, z którymi organ administracji publicznej zawarł umowę, o której mowa w ust. 1, mogą zlecić realizację zadania publicznego wybranym, w sposób zapewniający jawność i uczciwą konkurencję organizacjom pozarządowym lub podmiotom wymienionym w art. 3 ust. 3, niebędącym stronami umowy, odpowiednio o wsparcie realizacji zadania publicznego lub o powierzenie zadania publicznego.” (Dz.U. z 2003r. Nr 96, poz. 873, z późn. zm.)
W ramach opisanego tu zadania nie planujemy przekazywać pieniędzy z dotacji innej organizacji, więc piszemy:

Np. Nie dotyczy. Zadanie nie przewiduje wykorzystania regrantingu.

SPRAWDŹ ZAŁĄCZNIKI I WYKREŚL SŁOWA Z OŚWIADCZEŃ, KTÓRE NIE DOTYCZĄ TWOJEJ ORGANIZACJI I OFERTY, PAMIĘTAJ O UZUPEŁNIENIU DATY W OŚWIADCZENIU NR 3, PODPISZ, WYDRUKUJ, ZŁÓŻ KOMPLETNY WNIOSEK DO ODPOWIEDNIEGO ORGANU ADMINISTRACJI PUBLICZNEJ.

Oświadczam(-y), że:

- 1) proponowane zadanie publiczne w całości mieści się w zakresie działalności pożytku publicznego oferenta/offerentów¹⁾;
- 2) w ramach składanej oferty przewidujemy pobieranie/niepobieranie¹⁾ opłat od adresatów zadania;
- 3) oferent/offerenci¹⁾ jest/są¹⁾ związany(-ni) niniejszą ofertą do dnia 21.12.2012
- 4) w zakresie związanym z otwartym konkursem ofert, w tym z gromadzeniem, przetwarzaniem i przekazywaniem danych osobowych, a także wprowadzaniem ich do systemów informatycznych, osoby, których te dane dotyczą, złożyły stosowne oświadczenia zgodnie z ustawą z dnia 29 sierpnia 1997 r. o ochronie danych osobowych (Dz. U. z 2002 r. Nr 101, poz. 926, z późn. zm.);
- 5) oferent/offerenci¹⁾ składający niniejszą ofertę nie zalega(-ją)/zalega(-ją)¹⁾ z opłacaniem należności z tytułu zobowiązań podatkowych/składek na ubezpieczenia społeczne¹⁾;
- 6) dane określone w części I niniejszej oferty są zgodne z Krajowym Rejestrem Sądowym/właściwą ewidencją¹⁾;
- 7) wszystkie podane w ofercie oraz załącznikach informacje są zgodne z aktualnym stanem prawnym i faktycznym.

.....

.....

(podpis osoby upoważnionej lub podpisy osób upoważnionych do składania oświadczeń woli w imieniu oferenta/offerentów¹⁾)

Data

Załączniki:

1. Kopia aktualnego odpisu z Krajowego Rejestru Sądowego
2. Statut Klubu Amazonek zrzeszającego kobiety po mastektomii.

Poświadczenie złożenia oferty²⁵⁾

Tę rubrykę wypełnia organ administracji publicznej do której składany jest wniosek.

Adnotacje urzędowe²⁵⁾

Tę rubrykę wypełnia organ administracji publicznej do której składany jest wniosek.

POWODZENIA!!! :)

- 1) Niepotrzebne skreślić.
- 2) Rodzajem zadania jest jedno lub więcej zadań publicznych określonych w art. 4 ustawy z dnia 24 kwietnia 2003 r. o działalności pożytku publicznego i o wolontariacie.
- 3) Każdy z oferentów składających ofertę wspólną przedstawia swoje dane. Kolejni oferenci dołączają właściwe pola.
- 4) Forma prawna oznacza formę działalności organizacji pozarządowej, podmiotu, jednostki organizacyjnej określonej na podstawie obowiązujących przepisów, w szczególności stowarzyszenie i fundacje, osoby prawne i jednostki organizacyjne działające na podstawie przepisów o stosunku Państwa do Kościoła Katolickiego w Rzeczypospolitej Polskiej, o stosunku Państwa do innych kościołów i związków wyznaniowych oraz o gwarancjach wolności sumienia i wyznania, jeżeli ich cele statutowe obejmują prowadzenie działalności pożytku publicznego, uczniowskie kluby sportowe, ochotnicze straże pożarne oraz inne. Należy zaznaczyć odpowiednią formę lub wpisać inną.
- 5) Podać nazwę właściwego rejestru lub ewidencji.
- 6) W zależności od tego, w jaki sposób organizacja lub podmiot powstał.
- 7) Osiedle, sołectwo lub inna jednostka pomocnicza. Wypełnienie nie obowiązkowe. Należy wypełnić jeżeli zadanie publiczne proponowane do realizacji ma być realizowane w obrębie danej jednostki.
- 8) Nie wypełniać w przypadku miasta stołecznego Warszawy.
- 9) Dotyczy oddziałów terenowych, placówek i innych jednostek organizacyjnych oferenta. Należy wypełnić jeśli zadanie ma być realizowane w obrębie danej jednostki organizacyjnej.
- 10) Należy określić czy podstawą są zasady określone w statucie, pełnomocnictwo, prokura czy też inna podstawa. Dotyczy tylko oferty wspólnej.
- 11) Wypełnić tylko w przypadku ubiegania się o dofinansowanie inwestycji.
- 12) Opis musi być spójny z harmonogramem i kosztorysem. W przypadku oferty wspólnej – należy wskazać dokładny podział działań w ramach realizacji zadania publicznego między składającymi ofertę wspólną.
- 13) W harmonogramie należy podać terminy rozpoczęcia i zakończenia poszczególnych działań oraz liczbowe określenie skali działań planowanych przy realizacji zadania publicznego (tzn. miar adekwatnych dla danego zadania publicznego, np. liczba świadczeń udzielanych tygodniowo, miesięcznie, liczba adresatów).
- 14) Opis zgodny z kosztorysem.
- 15) Należy opisać zakładane rezultaty zadania publicznego – czy będą trwałe oraz w jakim stopniu realizacja zadania przyczyni się do rozwiązania problemu społecznego lub złagodzi jego negatywne skutki.
- 16) Należy uwzględnić wszystkie planowane koszty, w szczególności zakupu usług, zakupu rzeczy, wynagrodzeń.
- 17) Dotyczy jedynie wspierania zadania publicznego.
- 18) Należy wpisać koszty bezpośrednio związane z celem realizowanego zadania publicznego.
- 19) W przypadku oferty wspólnej kolejni oferenci dołączają do tabeli informację o swoich kosztach.
- 20) Należy wpisać koszty związane z obsługą i administracją realizowanego zadania, które związane są z wykonywaniem działań o charakterze administracyjnym, nadzorczym i kontrolnym, w tym obsługą finansową i prawną projektu.
- 21) Wypełnienie fakultatywne – umożliwia zawarcie w umowie postanowienia, o którym mowa w § 16 ramowego wzoru umowy, stanowiącego załącznik nr 2 do rozporządzenia Ministra Pracy i Polityki Społecznej z dnia 15 grudnia 2010 r. w sprawie wzoru oferty i ramowego wzoru umowy dotyczących realizacji zadania publicznego oraz wzoru sprawozdania z wykonania tego zadania. Dotyczy jedynie oferty wspierania realizacji zadania publicznego.
- 22) Informacje o kwalifikacjach osób, które będą zatrudnione przy realizacji zadania publicznego, oraz o kwalifikacjach wolontariuszy. W przypadku oferty wspólnej należy przyporządkować zasoby kadrowe do dysponujących nimi oferentów.
- 23) Np. lokal, sprzęt, materiały. W przypadku oferty wspólnej należy przyporządkować zasoby rzeczowe do dysponujących nimi oferentów.
- 24) Odpis musi być zgodny z aktualnym stanem faktycznym i prawnym, niezależnie od tego, kiedy został wydany.
- 25) Wypełnia organ administracji publicznej.

Linkownia

www.sektor3.wroclaw.pl/biblioteka	e-Biblioteka <i>Centrum Sektor3</i> , gdzie m.in. można pobrać nieodpłatnie pozostałe nasze publikacje: <i>Finanse w NGO</i> , <i>Prawo w NGO</i> , <i>PR w NGO</i> , <i>Zarządzanie w NGO</i>
www.ngo.pl	Portal informacyjny nt. organizacji pozarządowych prowadzony przez <i>Stowarzyszenie Klon/Jawor</i>
www.funduszeuropejskie.gov.pl	Portal funduszy europejskich
www.filantropia.org.pl/files/file/m4.pdf	Wiedza i doświadczenie, Moduł 4. <i>Finanse w organizacji pozarządowej</i> , Akademia Rozwoju Filantropii w Polsce, Warszawa 2006
www.civicpedia.ngo.pl/wiadomosc/803649.html	Badanie <i>Kondycja sektora organizacji pozarządowych w Polsce 2012</i> , <i>Stowarzyszenie Klon/Jawor</i> , 2012
www.inicjatywy.org/pm_ngo/index.html	Multimedialny kurs <i>Profesjonalny menedżer w NGO</i>
www.fundraising.org.pl	<i>Polskie Stowarzyszenie Fundraisingu</i>
www.eu.ngo.pl/x/511843	<i>Przewodnik po funduszach unijnych dla organizacji pozarządowych w latach 2007-2013</i>
www.efs.gov.pl/PoradnikBeneficjenta/Strony/chcerealizowac.aspx	Poradnik beneficjenta funduszy unijnych
www.fundusze.ngo.pl	Rady dla szukających pieniędzy/podstawy strategii zbierania funduszy
www.ec.europa.eu/agriculture/publi/fact/leader/2006_pl.pdf	Podstawowy poradnik podejście LEADER, poradnik Komisji Europejskiej
www.eog.gov.pl	Oficjalny serwis tzw. funduszy norweskich
www.swissgrant.pl/pl/szwajcarski-grant-blokowy/aktualnosci	Oficjalny serwis <i>Szwajcarskiego Grantu Blokowego</i>
www.www.mrr.gov.pl/aktualnosci/Fundusze_Europejskie_2014_2020/Documents/InformacjaPrasowa_final_Poznan.pdf	Informacje Ministerstwa Rozwoju Regionalnego o przyszłości funduszy unijnych

Bibliografia

- Badanie *Kondycja sektora organizacji pozarządowych w Polsce 2012*, Stowarzyszenie Klon/Jawor, 2012
- Kawałko R., Wywiad *Poproś 12 razy*, Gazeta Wyborcza, 19.07.2009
- Dadel M., *Jak stworzyć dobry projekt?*, Centrum Inicjatyw Obywatelskich w Słupsku, 2007
- Marketing społeczny dla NGO*, praca zbiorowa, Akademia Rozwoju Filantropii w Polsce, Fundacja Komunikacji Społecznej, bez daty wydania
- Materiał informacyjno-promocyjny MRiRW, Program Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2007-2013, Warszawa, wrzesień 2007
- Raport z badania 2010, *Podstawowe fakty o organizacjach pozarządowych*, Stowarzyszenie Klon/Jawor, 2012
- Rozporządzenie Ministra Pracy i Polityki Społecznej z dnia 15 grudnia 2010 r. w sprawie wzoru oferty i ramowego wzoru umowy dotyczących realizacji zadania publicznego oraz wzoru sprawozdania z wykonania tego zadania
- Rozporządzenie Ministra Rolnictwa i Rozwoju Wsi dnia 08 lipca 2008 w sprawie szczegółowych warunków i trybu przyznawania pomocy finansowej w ramach działania *Wdrażanie Lokalnych Strategii Rozwoju* objętego Programem Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2007-2013
- Ustawa z dn. 2 lipca 2004 r. o swobodzie działalności gospodarczej
- Ustawa z dn. 24.04.2003 r. o działalności pożytku publicznego i o wolontariacie
- Ustawa z dnia 15 lutego 1992 r. o podatku dochodowym od osób prawnych
- Ustawa z dnia 15 marca 1933 r. o zbiórkach publicznych
- Ustawa z dnia 19 listopada 2009 r. o grach hazardowych
- Ustawa z dnia 26 czerwca 1974 r. Kodeks pracy
- Ustawa z dnia 26 lipca 1991 r. o podatku dochodowym od osób fizycznych
- Ustawa z dnia 7 kwietnia 1989 r. Prawo o stowarzyszeniach
- Ustawa z dnia 29 września 1994 r. o rachunkowości
- Wiedza i Doświadczenie – Moduł 4. Finanse w organizacji pozarządowej*, opr. zbiorowe, Akademia Rozwoju Filantropii w Polsce, Warszawa 2006
- Wykorzystanie Funduszy Europejskich na Dolnym Śląsku, Informacja prasowa MRR z dnia 4 grudnia 2012
- www.eog.gov.pl/o_programie/informacje_ogolne/strony/default.aspx
- www.mrr.gov.pl/aktualnosci/Fundusze_Europejskie_2014_2020/Documents/InformacjaPrasowa_final_Poznan.pdf
- www.swissgrant.pl/pl/szwajcarski-grant-blokowy/aktualnosci
- Zarządzanie projektem*, podręcznik Rady Europy, seria T-kit, praca zbiorowa, Wydawnictwo Rady Europy i Komisji Europejskiej, 2000

Autorki publikacji

Edyta Rząsa – z wykształcenia politolog, menadżer kultury. Trener, moderator Odnowy Wsi Województwa Dolnośląskiego, koordynator projektów i doradca NGO. Od 11 lat związana ze środowiskiem III sektora. Prowadzi szkolenia kształcące umiejętności miękkie przydatne w zarządzaniu organizacją oraz warsztaty m.in. w zakresie tworzenia projektów i źródeł finansowania NGO. Jest twórcą i realizatorem projektów dofinansowanych ze środków krajowych i Unii Europejskiej.

Anna Szmyt-Boguniewicz – z wykształcenia psycholog. Członek Zarządu i koordynator projektów Fundacji „Umbrella”. Od 7 lat pracuje w sektorze pozarządowym. Z Wrocławskim Centrum Wspierania Organizacji Pozarządowych SEKTOR 3 związana od samego początku. Posiada doświadczenie w zakresie zarządzania projektami, organizacji szkoleń i różnego typu wydarzeń, pozyskiwania funduszy i doradztwa dla NGO.

Korekta: Sylwia Politowska i Katarzyna Demitrewicz

Skład: Katarzyna Demitrewicz





Realizatorami Projektu **Centrum Wspierania Organizacji Pozarządowych z terenu aglomeracji wrocławskiej „SEKTOR 3”** są:

Fundacja Wspierania Organizacji Pozarządowych UMBRELLA, która prowadzi Wrocławskie Centrum Wspierania Organizacji Pozarządowych **SEKTOR 3**

Pamiętając o tym, że aktywność obywateli jest podstawą demokracji, wspieramy powstawanie i rozwój wrocławskich organizacji pozarządowych i inicjatyw społecznych. W tym celu prowadzimy działalność szkoleniową, doradczą, informacyjną oraz udostępniamy nasze zasoby lokalowe i sprzętowe. Dążymy do tego, aby współpracujące z nami organizacje nauczyły się działać samodzielnie i skutecznie oraz dynamicznie rozwijały się i realizowały swoje cele.

www.fundacja-umbrella.org.pl

Stowarzyszenie Centrum ds. Katastrof i Klęsk Żywiolowych TRATWA

Jesteśmy organizacją pożytku publicznego, której działalność ma na celu wzmacnianie i aktywizację działalności organizacji socjalnych oraz ożywanie ich współpracy z administracją publiczną. Prowadzimy liczne działania ukierunkowane na wspieranie edukacyjne i profesjonalizację działalności liderów organizacji pozarządowych, kojarzenie i wspieranie współpracy międzynarodowej w sferze socjalnej, a także niesienie pomocy humanitarnej, działalność charytatywną oraz wspomaganie osób i rodzin poszkodowanych wskutek katastrofi kataklizmów.

www.tratwa.org

Gmina Wrocław – Centrum Integracji Społecznej

www.wroclaw.pl, www.cis.wroclaw.pl



ZAPRASZAMY
ONLINE:
www.sektor3.wroclaw.pl
OSOBISTIE NA:
ul. Legnicką 65
we Wrocławiu
71-3597509

PRZECZYTAJ RÓWNIEŻ:

- ✓ **FINANSE W NGO.**
Zarządzanie finansowe w organizacjach pozarządowych.
- ✓ **ZARZĄDZANIE W NGO.**
Zarządzanie zasobami ludzkimi w organizacjach pozarządowych.
- ✓ **PRAWO W NGO.**
Aspekty prawne działalności organizacji pozarządowych.
- ✓ **PUBLIC RELATIONS W NGO.** Budowanie wizerunku organizacji pozarządowych.

ROŚNIJ!
spotecznie

Publikacje w wersji elektronicznej do pobrania ze strony projektu:
www.sektor3.wroclaw.pl

Publikacja współfinansowana ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego.

Publikacja dystrybuowana bezpłatnie.



KAPITAŁ LUDZKI
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI
FUNDUSZ SPOŁECZNY

