

Jak poszerzać swoją działalność na skalę międzynarodową

Wstęp

01

Aby zbudować międzynarodową organizację pozarządową (NGO) należy zrealizować kroki, które mogą być podstawą do stworzenia efektywnego planu działania. Pierwszym i kluczowym jest zrozumienie, jakiej potrzeby nie zaspokajają obecnie inne organizacje. Należy poszukać luki w pomocy lub obszarów, które są niedostatecznie obsługiwane. To stanowi podstawę dla misji Twojej organizacji. Zdefiniuj, co chcesz osiągnąć i jakie wartości będą kierować Twoją organizacją. Twoje cele powinny być SMART (Specyficzne, Mierzalne, Osiągalne, Realistyczne, Terminowe), a misja powinna odzwierciedlać główny cel istnienia Twojego NGO.

Pamiętaj, że te elementy będą wizytówką organizacji, często prezentowane na stronie internetowej. Każdy kraj ma określone wymogi prawne dotyczące rejestracji organizacji pozarządowych. Zdobądź informacje na temat procesu rejestracyjnego w miejscach, gdzie planujesz działać. Legalność i transparentność są fundamentem zaufania i wiarygodności. Rozpocznij od oszacowania ile środków będzie potrzebnych do realizacji Twoich celów. Rozważ różne źródła finansowania, takie jak dotacje, pożyczki, darowizny od osób prywatnych, składki członkowskie czy wsparcie rządowe.

**Więcej jest na naszej aplikacji
internacjonalizacji**



**Centrum
Internacjonalizacji**

Dywersyfikacja źródeł finansowania zwiększy stabilność Twojej organizacji. Znalezienie zaangażowanych, kompetentnych i niezawodnych współpracowników jest kluczem do sukcesu. Zespół powinien składać się z osób o różnorodnych umiejętnościach, które wspierają się nawzajem i dzielą pasję do realizacji misji organizacji. Ważne jest aby kadra, którą angażujesz znała co najmniej język angielski. Z misją i zespołem gotowym do działania, możesz zacząć przygotowywać konkretne projekty. Upewnij się, że są one zgodne z celami Twojej organizacji i przynoszą realną zmianę w obszarach, które chcesz poprawić.





Zakładanie oddziału lub przedstawicielstwa

Otwarcie oddziału lub przedstawicielstwa organizacji za granicą jest elastyczną formą ekspansji, która umożliwia organizacjom rozszerzenie swojej działalności poza granice kraju macierzystego, jednocześnie minimalizując konieczność spełniania pełnego zakresu wymogów prawnych i administracyjnych związanych z zakładaniem nowej organizacji. Ta opcja jest szczególnie atrakcyjna dla organizacji, które chcą stopniowo wchodzić na nowe rynki lub prowadzić specyficzne projekty bez konieczności inwestowania w pełną infrastrukturę korporacyjną w nowym kraju.

Oddział to rozszerzenie organizacji macierzystej, które funkcjonuje w innym kraju, lecz pozostaje integralną częścią organizacji głównej. Dzięki temu oddziały mogą korzystać z marki, zasobów i polityki organizacji macierzystej, co ułatwia prowadzenie działalności i budowanie zaufania wśród lokalnych interesariuszy. Z kolei przedstawicielstwo, choć ograniczone w zakresie prowadzonych operacji, służy głównie celom marketingowym, promocyjnym i reprezentacyjnym, pomagając w budowaniu obecności organizacji na rynku zagranicznym.

02





Proces zakładania oddziału lub przedstawicielstwa różni się w zależności od kraju i może wymagać rejestracji w odpowiednich lokalnych instytucjach, takich jak urzędy skarbowe czy rejestr przedsiębiorców. Choć zazwyczaj jest to proces mniej skomplikowany niż zakładanie nowej organizacji, nadal może wiązać się z koniecznością przedłożenia dokumentacji prawnej i finansowej, która potwierdza status i zamiary organizacji macierzystej.

Każde państwo członkowskie Unii Europejskiej ma własne przepisy regulujące zakładanie i działalność oddziałów oraz przedstawicielstw, co oznacza, że przed podjęciem jakichkolwiek kroków niezbędne jest dokładne zapoznanie się z lokalnymi wymogami. W niektórych krajach możliwe jest podejmowanie szerokiego zakresu działalności w ramach oddziału, podczas gdy inne mogą ograniczać operacje przedstawicielstw do działań niemających bezpośredniego wpływu na generowanie przychodów.

Ważnym aspektem jest również zrozumienie skutków podatkowych otwarcia oddziału lub przedstawicielstwa za granicą. Organizacje muszą być przygotowane na zarządzanie obowiązkami podatkowymi i sprawozdawczymi w nowym kraju, co może wymagać wsparcia lokalnych doradców podatkowych i księgowych.



**Więcej jest na
naszej aplikacji
internacjonalizacji**

Prowadzenie działań transgranicznych



Świadczenie usług transgranicznych w ramach Unii Europejskiej umożliwia organizacjom i przedsiębiorcom prowadzenie działalności w innym państwie członkowskim bez konieczności zakładania tam stałego oddziału czy nowej firmy. Jest to szczególnie korzystne dla projektów o charakterze tymczasowym, które nie wymagają stałej obecności na rynku lokalnym. Ta forma działalności opiera się na zasadzie swobody świadczenia usług, która jest jednym z fundamentalnych filarów rynku wewnętrznego UE.

Swoboda ta zakłada, że podmioty gospodarcze zarejestrowane w jednym kraju Unii mogą oferować i wykonywać usługi w innym państwie członkowskim na zasadach tymczasowości, bez dodatkowych obciążeń administracyjnych. Działalność może obejmować szeroki zakres usług, w tym działalność kulturalną, edukacyjną, rzemieślniczą. Jednakże, pojęcie „tymczasowości” nie jest ściśle zdefiniowane przez przepisy unijne i może być interpretowane różnie, zależnie od kontekstu i charakteru świadczonej usługi.



Zdjęcie zostało wykonane przy teście komputerowej gry „Smart City” w jednej ze Słowackich szkołach, na których było obecnie ponad 30 osób. Testerzy opisali swoje wrażenia z gry oraz zasugerowali zmiany, które później zostały wprowadzone.

Kluczowe w świadczeniu usług transgranicznych jest to, że podmioty mogą korzystać z praw już uzyskanych w kraju pochodzenia (np. licencji, certyfikatów), co ułatwia ekspansję bez potrzeby ponownego przechodzenia przez cały proces certyfikacji czy licencjonowania. W praktyce jednak, organizacje mogą napotkać na różne bariery, takie jak różnice w przepisach krajowych, które mogą wymagać dokładniejszej analizy i dostosowań.

Ważnym aspektem jest też zrozumienie, że choć swoboda świadczenia usług pozwala na uniknięcie stałej rejestracji działalności gospodarczej w innym państwie członkowskim, nie zwalnia to z obowiązku przestrzegania lokalnego prawa, w tym regulacji dotyczących bezpieczeństwa, zdrowia czy ochrony środowiska. Ponadto, należy być świadomym, że w niektórych krajach mogą istnieć dodatkowe wymagania lub ograniczenia dla świadczenia określonych usług.



Testowanie gry przez uczniów słowackiej szkoły.

07.02.24 Trnava, Słowacja



Przygotowanie do założenia organizacji

04



Przygotowanie się do założenia organizacji non-profit za granicą wymaga gruntownej analizy i zrozumienia lokalnych warunków oraz przepisów. Kluczowym etapem jest dokładne zaplanowanie działań, które mają na celu realizację misji i celów organizacji w nowym otoczeniu. To z kolei pociąga za sobą konieczność przeprowadzenia badania rynku oraz analizy środowiska prawno-gospodarczego kraju, w którym organizacja ma zostać założona.



Znalezienie odpowiedniej lokalizacji jest nie tylko pierwszym, ale i jednym z najważniejszych kroków. Obejmuje to nie tylko geograficzne położenie, ale również analizę dostępności potencjalnych beneficjentów, partnerów oraz możliwości finansowania. Adres siedziby organizacji musi być precyzyjnie określony, gdyż wiele krajów wymaga podania stałego adresu w procesie rejestracji.



Następnym ważnym krokiem jest uzyskanie wszelkich niezbędnych zezwoleń i licencji, co może być skomplikowane w zależności od kraju i rodzaju planowanej działalności. Wymaga to dokładnego zbadania lokalnych wymogów prawnych i zazwyczaj kontaktu z odpowiednimi instytucjami rządowymi lub urzędami. Niektóre kraje mogą wymagać od organizacji non-profit szczególnego statusu prawnego, który pozwala na prowadzenie działalności charytatywnej lub społecznej.



Rejestracja organizacji jest procesem, który formalizuje jej istnienie w świetle prawa lokalnego. Wymaga to zgromadzenia określonych dokumentów, takich jak statut organizacji, dowody tożsamości założycieli oraz plan działalności. Wiele krajów oferuje możliwość przeprowadzenia tego procesu elektronicznie, co znacząco ułatwia całą procedurę.



Po pomyślnej rejestracji, organizacja musi zapewnić zgodność z lokalnymi przepisami, w tym z przepisami podatkowymi. W niektórych krajach organizacje non-profit mogą być zwolnione z podatków, lecz często wymagane jest złożenie odpowiednich wniosków i uzyskanie oficjalnego potwierdzenia tego statusu.



Rozpoczęcie działalności to moment, w którym organizacja może wreszcie skupić się na realizacji swojej misji. Ważne jest jednak, aby na bieżąco monitorować zmiany w przepisach i dostosowywać działalność do wymogów prawnych, co zapewni jej długotrwały sukces i stabilność.

Marka organizacji

Rozwijając strategię prowadzenia organizacji za granicą, warto podkreślić, że adaptacja do lokalnych warunków jest fundamentem sukcesu. Zrozumienie specyfiki rynku, na którym firma zamierza operować, wymaga nie tylko znajomości prawnych aspektów działalności, ale także głębokiego zanurzenia w kulturę i język danego kraju. Taka wiedza pozwala nie tylko uniknąć potencjalnych błędów i nieporozumień, ale również buduje podstawę do skutecznej komunikacji z klientami i partnerami biznesowymi.

Budowanie silnej marki w nowym środowisku to zadanie, które wymaga przemyślanej strategii marketingowej. Komunikacja marki musi być dostosowana do oczekiwań i preferencji lokalnej społeczności, co oznacza, że niezbędne może być przeprowadzenie badań rynkowych, aby zrozumieć, jak najlepiej pozycjonować produkty lub usługi. Silna marka to taka, która rezonuje z lokalnymi wartościami i potrzebami, co z kolei buduje zaufanie i lojalność klientów.



Wybór odpowiedniego modelu działalności jest kolejnym kluczowym elementem strategii. W zależności od charakteru działalności i specyfiki rynku, różne modele mogą okazać się bardziej efektywne. Czy to sprzedaż bezpośrednia, e-commerce, dystrybucja przez lokalnych partnerów, czy franchising - decyzja powinna być oparta na dokładnej analizie i zrozumieniu lokalnych preferencji zakupowych.

Utrzymanie relacji z lokalnymi partnerami to nie tylko kwestia budowania sieci dystrybucji czy kanałów sprzedaży. To także sposób na zrozumienie lokalnego rynku, dostęp do specjalistycznej wiedzy i wsparcie w rozwiązywaniu problemów. Partnerzy lokalni mogą pomóc w adaptacji produktów lub usług do wymogów i oczekiwań klientów, doradzić w kwestiach prawnych, podatkowych czy operacyjnych, a także otworzyć drzwi do nowych możliwości biznesowych.

Strategia prowadzenia działalności za granicą powinna być zawsze dostosowana do specyfiki danego rynku. Sukces zależy od wielu czynników: od głębokiego zrozumienia lokalnej kultury i praw, przez budowanie silnej, rozpoznawalnej marki, po wybór najbardziej odpowiedniego modelu działalności i utrzymywanie solidnych relacji z partnerami lokalnymi. Każdy z tych elementów odgrywa kluczową rolę w budowaniu długotrwałej obecności na rynku międzynarodowym.

Strategie rozwijania organizacji w innym kraju



Rozwijając strategie prowadzenia organizacji non-profit za granicą, kluczowe jest zrozumienie, że każdy aspekt działalności musi być dostosowany do lokalnych warunków. Organizacje te stoją przed wyjątkowymi wyzwaniami i możliwościami, które wymagają szczególnego podejścia.

Pierwszym krokiem jest głębokie zanurzenie w lokalnym prawie, kulturze i języku. Dla organizacji non-profit, które często opierają swoje działania na bliskich relacjach z lokalnymi społecznościami i wolontariuszami, zrozumienie kontekstu kulturowego jest niezbędne. Pozwala to na skuteczniejsze komunikowanie się z beneficjentami oraz lepsze zrozumienie ich potrzeb.

Budowa silnej marki i rozwijanie skutecznej strategii marketingowej są równie ważne dla organizacji non-profit, jak dla przedsiębiorstw. W tym kontekście, marka musi oddawać wartości i misję organizacji, budując zaufanie i rozpoznawalność wśród lokalnej społeczności. Działania marketingowe powinny skupiać się na podkreślaniu wpływu organizacji na życie ludzi i środowisko, co może znacząco zwiększyć zaangażowanie i wsparcie dla jej celów.



Wybór modelu działalności jest kolejnym ważnym elementem strategii. Organizacje non-profit mogą stosować różne modele działalności, od bezpośredniej współpracy z lokalnymi społecznościami, przez partnerstwa z lokalnymi organizacjami i instytucjami, po tworzenie międzynarodowych sieci współpracy. Decyzja o wyborze konkretnego modelu powinna być podyktowana specyfiką celów organizacji oraz charakterem lokalnego środowiska.

Podtrzymywanie relacji z lokalnymi partnerami to fundament skutecznego działania organizacji non-profit za granicą. Partnerzy ci mogą oferować wsparcie logistyczne, dostęp do sieci kontaktów, wiedzę na temat lokalnych regulacji i nie tylko. Silne, oparte na wzajemnym zaufaniu relacje z lokalnymi organizacjami, instytucjami oraz społecznościami są kluczowe dla realizacji projektów i inicjatyw.



Biuro naszych partnerów z projektu „Smart City”, gdzie były przedstawione kolejne kroki realizacji gry oraz strategia marketingowa.

07.02.24 Trnava, Słowacja



Jak finansuje się międzynarodowe organizacje?

Organizacje pozarządowe (NGO) otrzymują finansowanie z różnych źródeł, warto wskazać najczęściej występujące.

01 Darowizny

Organizacje pozarządowe coraz częściej wykorzystują zaawansowane narzędzia online do zbierania darowizn, takie jak specjalne formularze płatności internetowej, które ułatwiają darczyńcom szybkie i bezpieczne przekazywanie środków. Dodatkowo, organizacje mogą korzystać z bezpłatnych usług, takich jak Wplacam.ngo.pl, oferujących gotowe szablony do integracji z ich stronami internetowymi, co pozwala na bezpośrednie przyjmowanie darowizn przez internet bez konieczności posiadania zaawansowanych umiejętności technicznych.

NGO organizują zbiórki publiczne, loterie, a także akcje w internecie i realu, aby zachęcić potencjalnych darczyńców do wsparcia. Umożliwiają one zbieranie środków na konkretne działania lub projekty. Innowacyjnym sposobem są również zbiórki urodzinowe na platformach społecznościowych, takich jak Facebook, gdzie sympatycy organizacji mogą prosić swoich znajomych o wsparcie finansowe zamiast tradycyjnych prezentów urodzinowych.

Oprócz tradycyjnych metod zbierania darowizn, organizacje pozarządowe powinny także zwrócić uwagę na budowanie i utrzymanie relacji z darczyńcami oraz na wykorzystanie narzędzi marketingu internetowego, takich jak e-mail marketing, aby utrzymywać kontakt z obecnymi i potencjalnymi wspierającymi. Efektywna komunikacja i prezentacja celów oraz działań organizacji są kluczowe dla budowania zaufania i angażowania darczyńców na dłuższą metę.

02 Crowdfunding

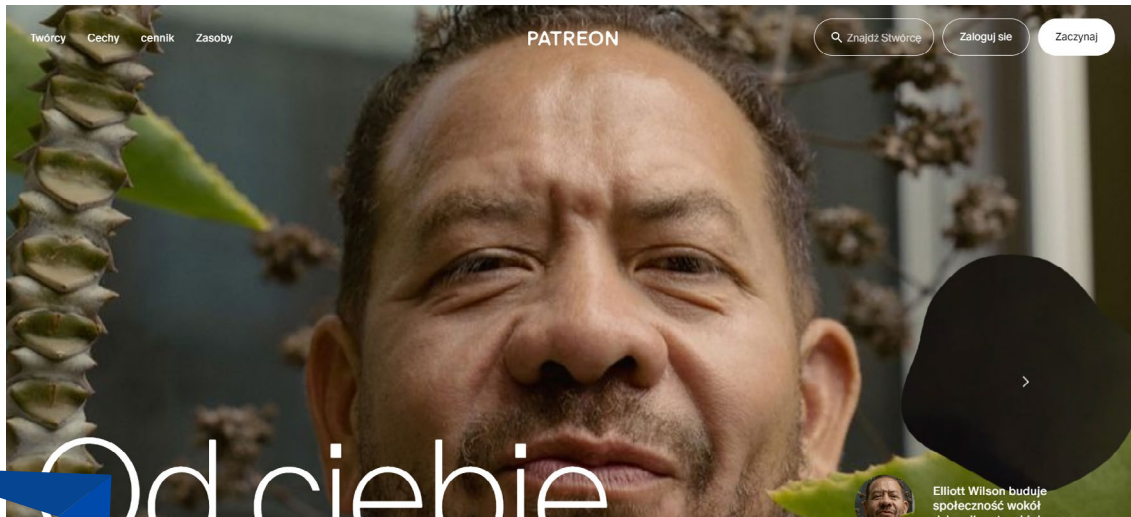
Systemowym rozwiązaniem jest crowdfunding (finansowanie społecznościowe), które pozwala na pozyskiwanie środków na określone działania lub projekty poprzez internetowe platformy crowdfundingowe. Ta metoda umożliwia organizacjom przedstawienie swoich pomysłów szerszej publiczności i pozyskanie finansowania od osób zainteresowanych projektem. Najpopularniejsze z nich to:

Kickstarter: uruchomiony w 2009 roku, wyróżnił się jako kluczowa platforma dla społeczności startupów, zgromadziwszy wsparcie prawie 9,5 miliona użytkowników i sfinansowanie ponad 257 tysięcy projektów z różnorodnych dziedzin, osiągając prawie 2 miliardy dolarów łącznych wpłat. Jego największym sukcesem jest Pebble Time, smartwatch, który zgromadził ponad 20 milionów dolarów.

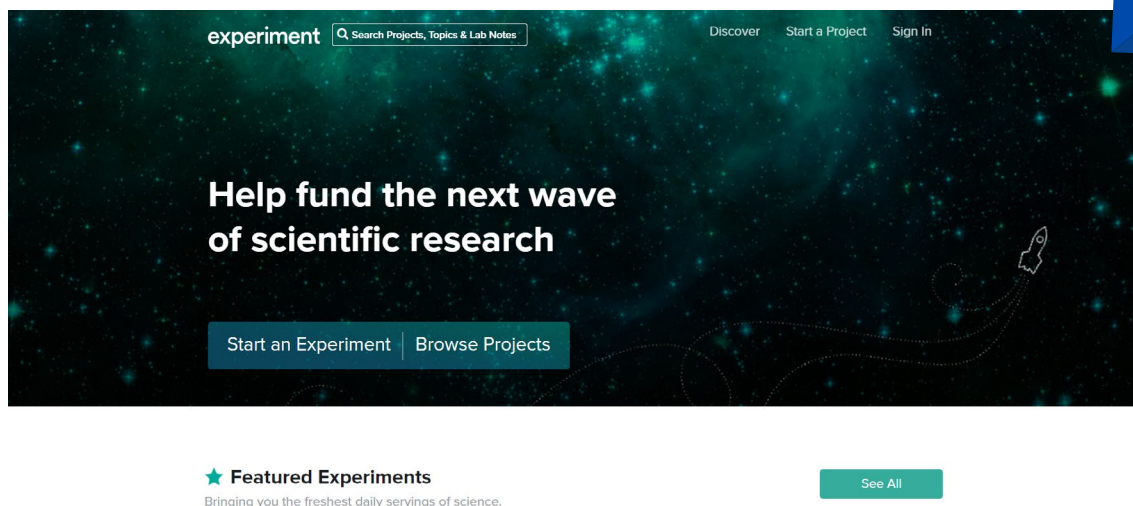
The screenshot displays the Kickstarter homepage with the following elements:

- Navigation:** Links for "Discover" and "Start a project" are in the top left. The "KICKSTARTER" logo is centered, and "Search" and "Log in" are in the top right.
- Category Menu:** A horizontal bar lists categories: Arts, Comics & Illustration, Design & Tech, Film, Food & Craft, Games, Music, and Publishing.
- Main Header:** The text "Bring a creative project to life." is centered.
- Statistics:** A section titled "ON KICKSTARTER:" contains three boxes:
 - 254,054 projects funded
 - \$7,839,910,984 towards creative work
 - 93,398,493 pledges
- Featured Project:** A section titled "FEATURED PROJECT" shows a comic book cover for "DEATH BEINGS THE JOURN".
- Recommended Projects:** A section titled "RECOMMENDED FOR YOU" lists two projects:
 - Coffin Comics' All-New Lady Death: Demonic Omens #1 (Ch 19)!** By Coffin Comics, 2,675% funded.
 - The Hummingbird Espresso Portafilter** by Canal, 517% funded.

Patreon: założony w 2013 roku, umożliwia artystom i twórcom treści z różnych dziedzin pozyskiwanie funduszy poprzez regularne wsparcie od fanów, oferując im możliwość zarabiania na swoich dziełach. Amanda Palmer jest jednym z najbardziej rozpoznawalnych użytkowników tej platformy.



Experiment: utworzona w 2012 roku przez absolwentów University of Washington pod pierwotną nazwą Microryza, specjalizuje się w finansowaniu społecznościowym projektów naukowych w modelu „wszystko albo nic”, bez nagród dla wspierających, ale z możliwością śledzenia postępów finansowanych badań.



Wspieram.to: uruchomione w 2011 roku, to wiodąca polska platforma crowdfundingowa, która, podobnie jak amerykańskie odpowiedniki, pozwala na realizację projektów z różnych dziedzin i oferuje nagrody dla ich wspierających. Do tej pory społeczność platformy zebrała niemal 14 milionów złotych.

wspieram.to

KATEGORIE

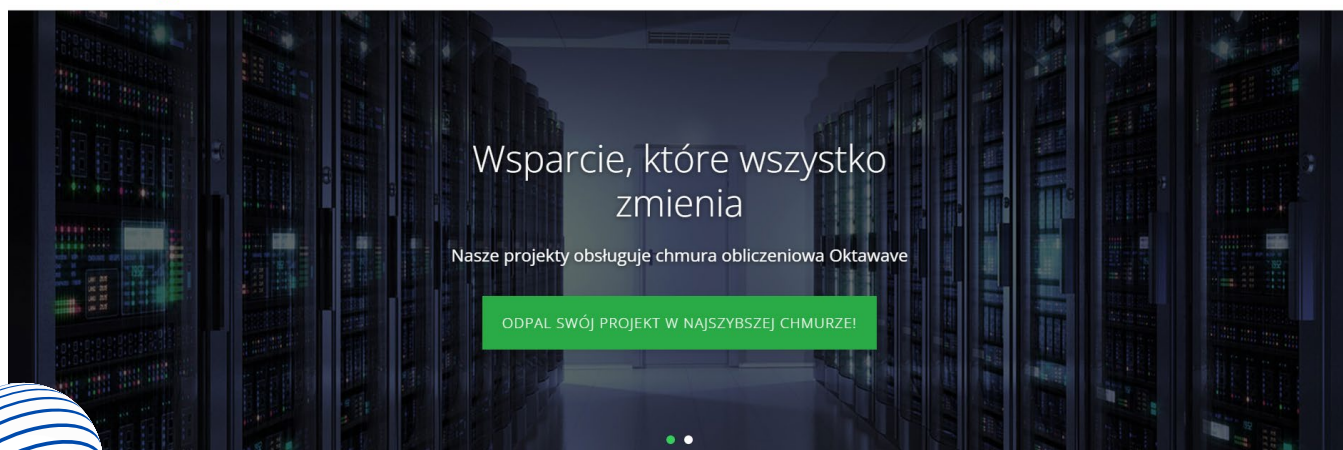
ROZPOCZNIJ KAMPAINIĘ

O NAS

USŁUGI

SZUKAJ

LOGOWANIE



Wspieraj

56 kampanii dla projektów

Pomagaj

102 zbiórkom przeznaczonym

Dorzuć

Do 47 zrzutek publicznych i

Kupuj

180 produktów ufundowanych

PolakPotrafi: również startująca w 2011 roku dzięki inicjatywie absolwentów Politechniki Gdańskiej, szybko zaznaczyła swoją obecność na rynku, realizując 15 projektów w pierwszym roku działalności i zbierając 750 tysięcy złotych. Ich największym projektem jest Pomnik Armii Krajowej w Krakowie, wsparty kwotą 385 615 złotych przez 1569 osób.

Beesfund: założony w 2012 roku, oferuje różne formy crowdfundingowych zbiórek, w tym unikalną w Polsce możliwość equity crowdfunding, pozwalającą wspierającym stać się inwestorami i partycypować w zyskach firm. Platforma zebrała do tej pory ponad 4 miliony złotych od 2134 inwestorów.



03 Partnerstwa korporacyjne

W ramach współpracy z sektorem prywatnym, organizacje pozarządowe (NGO) mają szansę na uzyskanie wsparcia finansowego, które odgrywa kluczową rolę w realizacji ich misji. Partnerstwa te mogą przyjmować różne formy, w tym:

Inicjatywy związane z odpowiedzialnością społeczną biznesu (CSR), gdzie przedsiębiorstwa angażują się w projekty społeczne, środowiskowe lub edukacyjne we współpracy z NGO, co przynosi korzyści obu stronom. Dla firm jest to sposób na wypełnienie swoich zobowiązań CSR i budowanie pozytywnego wizerunku.

Programy darowizn od pracowników, w ramach których pracownicy mają możliwość przekazywania części swoich zarobków na cele charytatywne. Często pracodawcy decydują się na podwojenie sumy przekazanej przez pracownika, zwiększając w ten sposób ogólną kwotę wsparcia.

Sponsorowanie przez firmy określonych inicjatyw lub wydarzeń organizowanych przez NGO, co z reguły wiąże się z finansowym lub rzeczowym wsparciem projektów. W zamian organizacje mogą oferować eksponowanie marki sponsora w swoich materiałach promocyjnych.



Partnerstwa te nie tylko zapewniają organizacjom pozarządowym niezbędne środki finansowe, ale również mogą przyczynić się do zwiększenia ich rozpoznawalności i dostępu do nowych zasobów, takich jak wiedza ekspercka, kontakty biznesowe czy wsparcie technologiczne. Dla firm jest to okazja do realizacji swoich celów społecznych i budowania pozytywnego wizerunku marki. Kluczem do sukcesu takiej współpracy jest dopasowanie celów i wartości obu stron oraz prowadzenie projektów w sposób transparentny i przynoszący wymierne korzyści społeczne.

Przykłady w Polsce i na świecie

W Polsce, liczba fundacji korporacyjnych, które wyróżniają się na tle sektora organizacji pozarządowych swoimi zasobami i sposobem działania, ciągle rośnie. W 2023 roku odnotowano działalność 219 takich fundacji, co stanowi znaczący wzrost w porównaniu do liczby z dekady wcześniejszej. Fundacje te skupiają się przede wszystkim na ochronie zdrowia, pomocy osobom z niepełnosprawnościami, edukacji oraz wychowaniu, z najczęściej wspieraną grupą beneficjentów, jaką są dzieci i młodzież.

Te fundacje utrzymują bliskie relacje ze swoimi założycielami, z których 92% posiada reprezentację w zarządzie lub radzie fundacji. Ponad połowa z nich (56%) wskazuje, że ich działalność stanowi realizację strategii CSR lub ESG firmy założycielskiej. Niemal wszystkie fundacje korporacyjne (97%) otrzymują wsparcie od swojego fundatora, przy czym w ostatnich latach zauważalne jest przesunięcie z wsparcia finansowego na wsparcie pozafinansowe, takie jak pomoc merytoryczna czy rzeczowa.

W kontekście zasobów, fundacje korporacyjne w Polsce dysponują znacznie większymi budżetami niż przeciętne organizacje pozarządowe, z przeciętnym budżetem na poziomie 1,3 mln zł w 2022 roku, co jest niemal pięćdziesięciokrotnie więcej niż dysponuje przeciętna organizacja pozarządowa w Polsce.

Na arenie międzynarodowej, wiele korporacji globalnych również posiada swoje fundacje korporacyjne, które działają w różnych obszarach, od edukacji, poprzez zdrowie, aż po zrównoważony rozwój. Do najbardziej znanych na świecie należą:

Bill & Melinda Gates Foundation, założona przez Billa Gatesa i Melindę French Gates, skupiająca się na zdrowiu, rozwoju i edukacji na całym świecie.



Ford Foundation, która pracuje nad zmniejszaniem ubóstwa i promowaniem sprawiedliwości społecznej.

Rockefeller Foundation, koncentrująca się na promowaniu dobrobytu ludzkości na całym świecie.

Te fundacje korporacyjne, zarówno w Polsce, jak i na świecie, odgrywają kluczową rolę w rozwiązywaniu problemów społecznych, wykorzystując swoje zasoby finansowe, wiedzę ekspercką oraz sieci biznesowe.



04 Fundacje filantropijne

To organizacje, które zajmują się zbieraniem środków i ich przekazywaniem na cele charytatywne, społeczne, czy edukacyjne. W Polsce istnieje wiele fundacji filantropijnych, takich jak Polski Instytut Filantropii, Konsorcjum Filantropijne czy Fundacja PIF, które mają na celu budowanie kultury filantropii i wzmacnianie solidarności między ludźmi poprzez różnorodne działania charytatywne i edukacyjne.

Filantropi dążą do maksymalizacji skuteczności swoich inwestycji społecznych, coraz częściej korzystając z wiedzy ekspertów, aby ich zasoby finansowe, wiedza i umiejętności przynosiły jak największe korzyści. Specjaliści z dziedziny filantropii wspierają ich w opracowywaniu strategii działania, zapewniają ocenę i selekcję godnych zaufania organizacji beneficjentów oraz oferują pomoc w monitorowaniu i ocenie efektów filantropijnych inicjatyw. Ponadto, w Europie i globalnie banki coraz częściej promują indywidualną filantropię, wskazując swoim klientom drogi zaangażowania środków w cele społeczne, co przekłada się na wzrost ich społecznej odpowiedzialności i wizerunku.

Współczesne przedsiębiorstwa angażują się w pomoc społeczności lokalnej i globalnej poprzez szereg inicjatyw filantropijnych. Sposoby wsparcia obejmują bezpośrednie darowizny pieniężne, które mogą mieć charakter jednorazowy lub być formą długoterminowego wsparcia. Inną popularną formą są programy darowizn równoważnych, w ramach których firmy podwajają darowizny dokonywane przez swoich pracowników, wspierając tym samym organizacje dobroczynne wybrane przez zatrudnione osoby.

Ważnym aspektem wsparcia są również programy umożliwiające pracownikom przekazywanie części wynagrodzenia na cele charytatywne poprzez odliczenia z pensji. Dodatkowo, programy grantów wolontariackich przekazują darowizny na rzecz organizacji non-profit, w których pracownicy angażują się jako wolontariusze, podkreślając wartość i znaczenie poświęconego przez nich czasu.



Nie bez znaczenia są także darowizny rzeczowe, polegające na przekazywaniu przez firmy produktów lub usług zamiast gotówki. To wsparcie może przybierać różne formy – od dostarczania sprzętu komputerowego dla szkół po oferowanie usług profesjonalnych na rzecz organizacji non-profit, takich jak doradztwo prawne, finansowe czy marketingowe.

Przykłady firm takich jak Patagonia, Bombas, Google, Microsoft, Nike, Coca-Cola, i Salesforce ilustrują, jak różnorodne mogą być formy zaangażowania w filantropię korporacyjną i jak wielki wpływ mogą mieć te działania na różnorodne aspekty życia społecznego i środowiskowego. Korzystając z tych programów, organizacje non-profit mogą znacznie zwiększyć swoje możliwości działania, a przez to efektywniej realizować swoje misje. Świadomość i aktywne wykorzystanie dostępnych opcji wsparcia przez organizacje non-profit jest kluczowe dla maksymalizacji korzyści płynących z filantropii korporacyjnej.



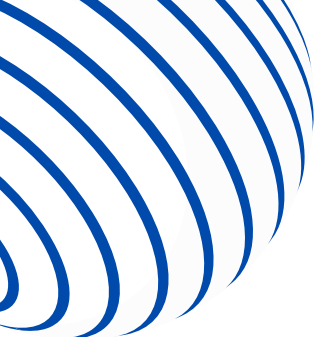


05 Granty rządowe

Jednym z kluczowych sposobów na zapewnienie stabilności finansowej i możliwości rozwoju dla NGO są granty rządowe. Te środki publiczne, pochodzące zarówno z budżetów lokalnych, jak i krajowych czy nawet międzynarodowych, mogą być przeznaczone na szeroki zakres działań, od konkretnych projektów po wsparcie operacyjne organizacji.

Współpraca między sektorem rządowym a organizacjami pozarządowymi otwiera przed tymi ostatnimi możliwości realizacji ich misji i celów. Zrozumienie różnych typów dostępnych grantów, ich wymogów aplikacyjnych oraz kryteriów oceny, jest kluczowe dla efektywnego pozyskiwania funduszy. W tym kontekście, wiedza o klasyfikacji grantów rządowych dla NGO staje się nieocenionym zasobem, który może znacząco przyczynić się do wzmacniania potencjału organizacji pozarządowych w realizacji ich społecznie ważnych zadań.





Wśród dostępnych form wsparcia finansowego dla organizacji pozarządowych (NGO) z funduszy rządowych, można wyróżnić kilka głównych kategorii:

Dotacje na konkretny projekt - są to środki przyznawane na realizację określonych inicjatyw, które odpowiadają na bieżące potrzeby społeczne, kulturalne, edukacyjne lub ekologiczne. Projekty te mogą obejmować szeroki zakres działań, od programów integracyjnych po inicjatywy ochrony środowiska.

Wsparcie operacyjne - środki te służą pokryciu bieżących kosztów działalności organizacji, takich jak wynagrodzenia, koszty administracyjne czy utrzymanie biura. Wsparcie operacyjne pozwala na utrzymanie ciągłości pracy organizacji.

Subwencje na rozwój organizacyjny - dotacje te mają na celu wzmocnienie potencjału instytucjonalnego i organizacyjnego NGO, na przykład przez finansowanie szkoleń dla pracowników, zakup sprzętu, rozwój systemów informatycznych czy wsparcie strategicznego planowania.

Programy wsparcia wieloletniego - niektóre rządy oferują długoterminowe programy finansowania, które zapewniają organizacjom stabilność finansową i pozwalają na planowanie długofalowych strategii rozwoju.

Dotacje na innowacje społeczne i badania - są to środki przeznaczone na rozwój nowych rozwiązań dla społecznych wyzwań lub na prowadzenie badań w ważnych obszarach polityki społecznej.



Każdy z tych rodzajów wsparcia ma swoje unikalne wymogi i kryteria, którym organizacje muszą sprostać, aby móc skorzystać z dostępnych środków. Ważne jest, aby NGO dokładnie zapoznały się z wytycznymi i kryteriami każdego programu grantowego i przygotowały szczegółowe wnioski, które jasno wskazują, jak planowane działania przyczynią się do realizacji założonych celów.

Aby znaleźć informacje o dostępnych grantach rządowych, organizacje mogą korzystać z różnych źródeł, w tym stron internetowych ministerstw i innych instytucji rządowych, lokalnych urzędów, a także specjalistycznych portali i serwisów dedykowanych współpracy rządu z sektorem NGO. Istnieją również firmy i konsultanci specjalizujący się w doradztwie dotyczącym pozyskiwania środków publicznych, którzy mogą pomóc w identyfikacji odpowiednich źródeł finansowania, przygotowaniu wniosków grantowych oraz zarządzaniu projektami finansowanymi z funduszy rządowych.



06 Działalność odpłatna

Działalność odpłatna pożytku publicznego jest działalnością charakterystyczną wyłącznie dla podmiotów społecznych, takich jak organizacje pozarządowe, i jest prowadzona w ramach ich działań statutowych mieszczących się w sferze pożytku publicznego. Organizacje pozarządowe prowadzące działalność odpłatną muszą spełniać określone wymagania, takie jak posiadanie statusu organizacji pożytku publicznego (OPP) lub rejestracji działalności gospodarczej. W przypadku prowadzenia działalności odpłatnej, organizacje pozarządowe muszą również informować o tym fakcie w swoim statucie lub uchwale zarządu. Działalność odpłatna może obejmować sprzedaż produktów lub usług, organizację szkoleń lub warsztatów, czy też prowadzenie działalności wydawniczej. W przypadku organizacji pozarządowych, dochód z działalności odpłatnej zwykle służy na finansowanie działań statutowych i realizację celów organizacji.





Autorzy

Petros Tovmasyan

Robert Kłosowski



Oprawa graficzna

Anton Luzan



Wydawca

4COMMUNITY

Ul. O. Jana Siemińskiego 22,
44-100 Gliwice

Email: kontakt@4community.org.pl

Telefon: +48 732 259 513