JAK PRZYGOTOWAĆ PROJEKT W RAMACH KONKURSU FIO

PRZEWODNIK DLA ORGANIZACJI

Ministerstwo Pracy i Polityki Społecznej

Warszawa 2015

DEPARTAMENT POŻYTKU PUBLICZNEGO

Dominika Dzido
Filip Kołodziejski
Stefan Kołucki
Anna Polak
Marta Szelągowska
Jakub Szewczyk
Magdalena Zwolińska

Nadzór i koordynacja:
Krzysztof Więckiewicz, Dyrektor Departamentu Pożytku Publicznego
Piotr Kontkiewicz, Zastępca Dyrektora Departamentu Pożytku Publicznego
Andżelika Wardęga, Naczelnik Wydziału Programów, Analiz i Współpracy Departamentu Pożytku Publicznego

Współpraca:

© Copyright by *Ministerstwo Pracy i Polityki Społecznej*
ul. Nowogrodzka 1/3/5, Warszawa 00–513

ISBN

Łamanie i druk:
Zakład Wydawniczo–Poligraficzny
Ministerstwa Pracy i Polityki Społecznej
ul. Bracka 4
00–502 Warszawa
Zam.

Spis treści

I. CZYM JEST FIO? 7

INFORMACJA O FIO 7

CEL FIO 7

DLA KOGO JEST FIO? 8

JAKIE DZIAŁANIA MOŻNA REALIZOWAĆ? 8

OGÓLNE ZASADY 9

II. PRZYGOTOWANIE PROJEKTU 10

JAKI JEST CEL FIO? - PROJEKT POWINIEN SIĘ W NIEGO WPISYWAĆ 10

JAKIE SĄ KWESTIE HORYZONTALNE DLA PRIORYTETÓW? 10

CZYM JEST LOGIKA PROJEKTOWA? 11

ELEMENTY PROJEKTU 12

Pomysł 12

Diagnoza 13

Cel 14

Adresaci 16

Działania 18

Rezultaty 20

Ryzyko w projekcie 23

III. ZASOBY ORGANIZACJI 24

KWALIFIKACJE I DOŚWIADCZENIE KLUCZOWYCH OSÓB ZAANGAŻOWANYCH W REALIZACJĘ PROJEKTU. 24

ZAANGAŻOWANIE WOLONTARIUSZY. 25

ZAPLECZE LOKALOWE, WYPOSAŻENIE ITP. – w odniesieniu do skali proponowanych działań. 26

DOŚWIADCZENIE OFERENTA (ORAZ PARTNERÓW) W REALIZACJI PODOBNYCH PROJEKTÓW (MERYTORYCZNE I CO DO SKALI PRZEDSIĘWZIĘCIA). 26

CZY OFERTA ZAKŁADA PARTNERSTWO, KTÓRE PRZYCZYNI SIĘ DO SKUTECZNEJ REALIZACJI PROJEKTU? 27

Ważne 27

IV. ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNOŚCI 28

GŁÓWNE ASPEKTY ZWIĄZANE Z ZAANGAŻOWANIEM SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ OCENIANE W OFERCIE 29

V. KOSZTORYS (BUDŻET) PROJEKTU 34

JAKA JEST MINIMALNA I MAKSYMALNA DOTACJA O JAKĄ MOŻESZ SIĘ UBIEGAĆ? 34

W JAKIM OKRESIE NALEŻY WYKORZYSTAC ŚRODKI PRZEZNACZONE NA REALIZACJĘ ZADANIA? 34

JAKI JEST WYMAGANY WKŁAD WŁASNY I JAKĄ FORMĘ MOŻE PRZYBRAĆ (FINANSOWY, OSOBOWY ITD.)? 34

JAKICH KOSZTÓW NIE MOŻECIE PONOSIĆ W RAMACH REALIZACJI ZADANIA (KOSZTY NIEKWALIFIKOWALNE)? 36

JAKIE WARUNKI NALEŻY SPEŁNIĆ, ABY KOSZTY ZOSTAŁY UZNANE PRZEZ INSTYTUCJĘ ORGANIZUJĄCĄ KONKURS (KOSZTY KWALIFIKOWALNE)? 36

VI. INFORMACJE DODATKOWE 43

Szanowni Państwo,

oddajemy w Państwa ręce przewodnik dotyczący przygotowania projektów w ramach konkursu FIO. Został on napisany przez pracowników zajmujących się FIO w Departamencie Pożytku Publicznego MPiPS.

Naszą ideą było przybliżenie najważniejszych zagadnień, możliwie przystępnym językiem. Niniejsza publikacja przeznaczona jest przede wszystkim dla początkujących organizacji, które nie mają doświadczenia w pozyskiwaniu dotacji.

Dziękujemy członkini Komitetu Sterująco-Monitorującego FIO – Pani Karolinie Cyran Juraszek oraz ekspertowi oceniającemu oferty w ramach FIO, członkowi IV. Kadencji Rady Działalności Pożytku Publicznego – Panu Tomaszowi Bilickiemu za konsultację przewodnika.

Jesteśmy przekonani, że będzie on pomocny. Życzymy miłej i owocnej lektury!

Departament Pożytku Publicznego

I. CZYM JEST FIO?

INFORMACJA O FIO

Fundusz Inicjatyw Obywatelskich, zaplanowany jako Program Rządowy na lata 2005-2007, został utworzony w celu pobudzania oraz wspierania rozwoju inicjatyw obywatelskich realizowanych przy współudziale sektora organizacji pozarządowych. Od 2014 r. konkursy ogłaszane są w ramach Programu FIO na lata 2014-2020. W ciągu 11 lat dofinansowano 7500 projektów na łączną kwotę 570 mln zł.

CEL FIO

Celem głównym Programu jest **zwiększenie zaangażowania obywateli i organizacji pozarządowych w życie publiczne**.

Oznacza to, że realizacja Programu FIO (a więc dofinansowanych projektów) ma umożliwić obywatelom angażowanie się w różnorodne działania na rzecz innych, swoich wspólnot oraz w tworzenie, realizację i monitoring polityk publicznych. Polityki publiczne systemowe działania państwa i społeczeństwa mające na celu rozwiązywanie problemów społecznych. Ich monitoring to obserwacja i wnioski w tym temacie.

Pamiętajcie, że wszystkie projekty oceniane są pod kątem realizacji celu głównego!

W Programie zostały określone też cztery cele szczegółowe, które mają pomóc w realizacji celu głównego:

1. Zwiększenie ilości inicjatyw oddolnych.

2. Wzrost liczby obywateli angażujących się w działania organizacji pozarządowych i inicjatywy lokalne.

3. Wzrost partycypacji obywateli w sprawach publicznych.

4. Wzmocnienie potencjału III sektora.

Cel główny oraz cele szczegółowe przedstawia poniższy diagram.

DLA KOGO JEST FIO?

W Regulaminie konkursu precyzyjnie opisane są podmioty uprawnione i nieuprawnione do wzięcia udziału w konkursie. Najbardziej popularne formy podmiotów uprawnionych (choć nie jedyne), które uzyskują dofinansowanie to: stowarzyszenia i związki stowarzyszeń, fundacje oraz podmioty kościelne. Coraz częściej oferty składają także spółdzielnie socjalne i spółki non-profit.

Duża część projektów realizowana jest przez kluby sportowe, które mogą funkcjonować jako stowarzyszenia (zarejestrowane w KRS lub w rejestrze starosty), uczniowskie kluby sportowe lub spółki non-profit.

JAKIE DZIAŁANIA MOŻNA REALIZOWAĆ?

Zgodnie z Programem w ramach FIO realizowane mogą być „projekty mieszczące się we wszystkich, wymienionych w art. 4 Ustawy z dnia 24 kwietnia 2003 r. o działalności pożytku publicznego i o wolontariacie (dalej zwanej: UoDPPiW), obszarach działalności pożytku

publicznego.”. W praktyce oznacza to, że wszelkie działania na rzecz społeczności mają szansę na dofinansowanie. Ważne, aby realizacja projektów przyczyniła się do spełnienia celu głównego Programu, tzn. aby obywatele mieli możliwość angażowania się w działania na rzecz innych. Wasze projekty powinny więc aktywizować ludzi do działania.

W Priorytecie 1. Małe inicjatywy dofinansowani zostali operatorzy regionalni na lata 2014-2016, czyli organizacje przekazujące mikrodotacje. W każdym województwie ogłaszane są konkursy na mikrodotacje dla młodych organizacji pozarządowych, grup samopomocowych i grup nieformalnych.

W Priorytecie 2. Aktywne społeczeństwo realizowanych jest większość projektów dofinansowanych w ramach FIO. Projekty te, w różny sposób powinny aktywizować obywateli w sprawach publicznych, np. poprzez rozwój wolontariatu czy wspieranie działań na rzecz integracji społecznej (są to np. działania na rzecz dzieci, seniorów, niepełnosprawnych).

Priorytet 3. Aktywni obywatele przeznaczony jest dla projektów mających zaangażować obywateli w sprawy publiczne, tak aby mieli na nie większy wpływ (to np. aktywizowanie kobiet w życiu publicznym, aktywizowanie młodzieży, działania na rzecz dostępu do informacji publicznej, czy edukacja obywatelska).

W Priorytecie 4. Silne organizacje pozarządowe projekty nakierowane są na rozwój organizacji obywatelskich. To przede wszystkim wzmacnianie organizacji pozarządowych poprzez szkolenia, doradztwo, poradnictwo, konsultacje, opracowywanie publikacji, narzędzi, wspieranie współpracy pomiędzy organizacjami i sieciowanie ich, a także działania o charakterze systemowym.

Szczegółowy opis priorytetów znajdziecie w Programie FIO.

OGÓLNE ZASADY

Ogólne zasady przyznawania dotacji znajdziecie w Regulaminie Konkursu FIO na dany rok. Można tam znaleźć informacje m.in. na temat możliwych terminów realizacji projektów, maksymalnych i minimalnych kwot dotacji, kategorii kosztów, które można uwzględnić w kosztorysie oraz kryteriów oceny.

II. PRZYGOTOWANIE PROJEKTU

JAKI JEST CEL FIO? - PROJEKT POWINIEN SIĘ W NIEGO WPISYWAĆ

Zastanawiając się nad pomysłem na projekt, który mógłby zostać dofinansowany w ramach FIO pamiętajcie o celu głównym – wspomnianym w rozdziale 1 – czyli o **zwiększeniu zaangażowania obywateli i organizacji pozarządowych w życie publiczne.**

Z Programu FIO wynika wprost, że projekty realizowane w jego ramach muszą zakładać zaangażowanie społeczności lokalnej w działania projektowe, a organizacje pozarządowe powinny w ramach realizacji projektu zbliżać się w swoich działaniach do obywateli. Istotą Waszego projektu ma być powstanie społecznej wartości dodanej, wytworzonej w wyniku realizacji konkretnych zadań. Projekty nie mogą zakładać jedynie pozyskiwania środków na dostarczanie konkretnych usług poszczególnym grupom obywateli, ale dążyć do aktywizacji społecznej lokalnych społeczności.

JAKIE SĄ KWESTIE HORYZONTALNE DLA PRIORYTETÓW?

Dla każdego z priorytetów opracowane zostały kwestie horyzontalne, w które składane projekty powinny się wpisywać. Sformułowane zostały w Programie przy opisie priorytetów. Są też podane w Regulaminie. Poniżej przytoczona jest ich treść. Zwróćcie uwagę na to, że w karcie oceny zawarte jest pytanie „W jakim stopniu projekt uwzględnia kwestię horyzontalną wskazaną dla Priorytetu?”.

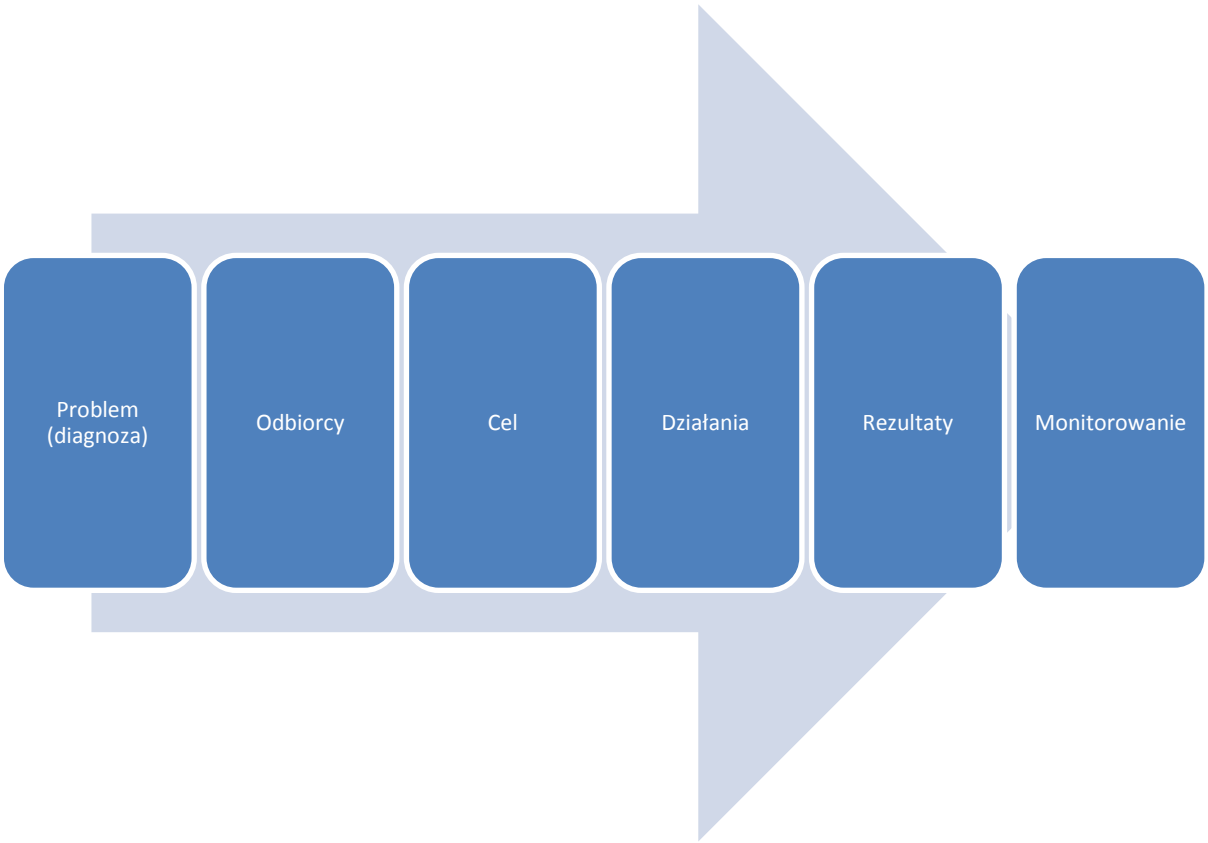
Priorytet 1. Małe inicjatywy	•Kwestia horyzontalna: Projekty realizowane w ramach tego Priorytetu powinny wpływać pozytywnie na możliwości obywateli w realizacji oddolnych inicjatyw.
Priorytet 2. Aktywne społeczeństwo	•Kwestia horyzontalna: Projekty realizowane w ramach tego Priorytetu powinny w różnych formach angażować obywateli, dając im możliwość aktywnego działania oraz łączenia aktywności ze zdobywaniem wiedzy w sferze działań obywatelskich.
Priorytet 3. Aktywni obywatele	•Kwestia horyzontalna: Projekty realizowane w ramach tego Priorytetu powinny przyczyniać się do wzrostu partycypacji obywateli w sprawach publicznych.
Priorytet 4: Silne organizacje pozarządowe	•Kwestia horyzontalna: Projekty realizowane w ramach tego Priorytetu powinny w różnych formach przyczyniać się do wzmocnienia potencjału organizacji obywatelskich, w szczególności wspierania przez organizacje federacyjne innych podmiotów III sektora.

CZYM JEST LOGIKA PROJEKTOWA?

Logika projektowa to zbiór zależności pomiędzy poszczególnymi elementami projektu. Sam projekt jest różnie definiowany, ale możemy przyjąć, że projekt jest zorganizowanym i ułożonym w czasie (z określonym początkiem i końcem) ciągiem działań, zmierzającym do osiągnięcia konkretnego celu. Dobry projekt to taki, który w wyniku realizacji wdraża zmianę, która wywołuje następne zmiany.

Podstawą stworzenia projektu jest określenie problemu, który powinien być dzięki niemu rozwiązany. Następnie określić należy kogo dotyczy dany problem, tzn. komu Wasz projekt ma pomóc. Kiedy zostanie określony problem i adresaci można przystąpić do zdefiniowania celu projektu, który powinien być określony zgodnie z zasadami SMART (więcej na ten temat na stronie 15). Kolejnym etapem jest zaplanowanie działań, a później rezultatów, które będą wynikiem tych działań. Na końcu należy zaplanować jak będziecie monitorować projekt i postępy, które osiągniecie podczas jego realizacji.

Logikę projektową podsumowuje poniższy diagram.



ELEMENTY PROJEKTU

W tym punkcie przeczytacie o kilku kluczowych elementach projektu. Bez nich Wasze przedsięwzięcie może potoczyć się inaczej niż planowaliście lub w ogóle się nie udać. Są dwa powody, dla których warto pochylić się nad tymi zagadnieniami..

Po pierwsze, jeżeli planując swoje działania pominiecie któryś z tych elementów może okazać się, że to, co robicie jest niepotrzebne lub że można byłoby to zrobić lepiej, łatwiej i taniej, albo że osoby, którym planujecie pomóc, nie potrzebują pomocy. Innymi słowy zanim przystąpicie do działania musicie mieć plan.

Brak planu jest planowaniem porażki.

Po drugie Wasza oferta będzie oceniana na podstawie *karty oceny*[1], zgodnie z którą ponad 50% punktów można otrzymać za elementy projektu opisane w tym rozdziale. Jeżeli zatem pominiecie któryś z nich szanse na dofinansowanie znacznie zmaleją.

Pomysł

Punktem wyjścia dla Waszego projektu było zapewne dostrzeżenie problemu oraz pomysł na to jak zmienić fragment rzeczywistości otaczający społeczność, której częścią jest organizacja, w której działacie. Pomysł na to, jak odpowiedzieć na konkretny problem zapewne zrodził się z Waszych dotychczasowych doświadczeń, obserwacji oraz wiedzy. Być może nie jest jeszcze zupełnie dopracowany, możliwe, że Wasz pomysł nie jest nowy, że podobne rozwiązanie problemu realizowaliście w innej przestrzeni albo dla innych odbiorców. Tak czy inaczej, to właśnie pomysł wyróżni Waszą ofertę spośród tysięcy innych złożonych w konkursie. Przygotowanie oferty zgodnie z zasadami logiki projektowej pomoże wam ocenić czy problem, który chcecie rozwiązać jest ważny, kogo dotyka oraz czy Wasz pomysł ma szanse powodzenia, a także w jakim stopniu doprowadzi on do pożądanej zmiany.

Chociaż sam pomysł nie jest nigdzie oceniany wprost, to właśnie wykazując się kreatywnością możecie zrobić dobre wrażenie na ekspertach. Pomyślcie o tym, jak o próbie zaprezentowania swojego rozwiązania koledze, z którym jedziecie windą na 10 piętro. Jeżeli za bardzo wejdziecie w szczegóły nie zdążycie opowiedzieć o całości. Skupcie się na tym, co

[1] Punkty i pytania w karcie oceny oznaczane są liczbami arabskimi (np. 1.2), natomiast punkty Oferty oznaczane są liczbą rzymską i arabską (np. III.6).

wyróżnia Wasze przedsięwzięcie. Kilka słów o beneficjentach, celu i efektach. Pamiętajcie, że eksperci oceniają kilkadziesiąt ofert, jeżeli Wasza będzie się wyróżniać, szanse na sukces wzrosną.

Diagnoza

Właściwie przeprowadzona ocena sytuacji pozwala uniknąć wielu błędów popełnianych na etapie planowania i realizacji przedsięwzięcia. Zanim zaczniecie działać odpowiedzcie sobie na kilka kluczowych zagadnień dotyczących problemu, który chcecie rozwiązać. W dużej mierze ocena sytuacji, którą opiszecie w ofercie będzie zależeć od tego, w jakim obszarze chcecie działać. Mimo to można wyodrębnić kilka pytań, na które powinniście odpowiedzieć sobie i ekspertom.

1. **Skąd Wiecie, że dany problem istnieje?** Może to Wasze doświadczenie osobiste, może doświadczenie organizacji albo sygnały od beneficjentów jej dotychczasowych działań. Możliwe także, że Wasz pomysł jest odpowiedzią na informacje zawarte w raporcie, czy badaniu naukowym? Możliwe, że problem sygnalizował samorząd, z którym współpracujecie lub inni partnerzy. Bez względu na to, skąd wiecie o problemie napiszcie o tym w ofercie. Jeżeli posługujecie się istniejącymi raportami publikacjami czy wynikami badań postarajcie się, aby dotyczyły obszaru, na którym planujecie realizację działań. Kierując swoje przedsięwzięcie do mieszkańców np.: kilku wsi, osiedla czy gminy spróbujcie pokazać lokalną specyfikę problemu. Przedstawienie ogólnego badania dotyczącego całego kraju może okazać się niewystarczające.

2. **Skąd możecie dowiedzieć się więcej o problemie, który chcecie rozwiązać?** Zastanówcie się, kto jeszcze może posiadać informacje na temat obszaru, w którym planujecie działać. Może samorząd albo inne organizacje dysponują potrzebnymi danymi? Być może warto wybrać się do ośrodka pomocy społecznej albo szkoły. Wreszcie, w diagnozie może także pomóc ankieta, którą przygotujecie. Jeżeli problem, na który odpowiada projekt nie jest dobrze zdiagnozowany zastanówcie się czy może on występować z innym lepiej opisanym zjawiskiem.

PRZYKŁAD
Być może nie ma opracowania zawierającego informacje o pomocy świadczonej na rzecz dorosłych mieszkańców Waszej gminy dotkniętych autyzmem, ale za to dostępne są dane dotyczące wsparcia dla osób niepełnosprawnych. Te kwestie mogą być ze sobą powiązane, warto więc wziąć takie informacje pod uwagę.

3. **Co wynika z przeanalizowanych informacji?** Zastanówcie się, kogo dotyczy problem, czy do tej pory starano się jakoś stawiać mu czoło, jaki rezultaty przyniosły wykorzystywane metody. Postarajcie się przedstawić skalę problemu, jego przyczyny i konsekwencje. W tym miejscu warto również przemyśleć, czy Wasz pomysł sprawdzi się lepiej niż dotychczas stosowane rozwiązania.

Jeżeli udało Wam się odpowiedzieć na te pytania, sformułujcie diagnozę dopasowaną do potrzeb projektu. Unikajcie posługiwania się sformułowaniami „powszechnie wiadomo…", „już na pierwszy rzut oka widać, że problem jest poważny". Takie zdania świadczą o pobieżności Waszej analizy. Unikajcie kopiowania obszernych fragmentów z publikacji. Postarajcie się, aby Wasza diagnoza była syntetyczna. Wasza diagnoza musi być unikalna, autorska i niepowtarzalna – nie stosujcie metody „kopiuj – wklej". Jeżeli problem nie został wyczerpująco omówiony w literaturze fachowej napiszcie o tym.

Za prawidłowo napisaną diagnozę można dostać aż 6 pkt. (pytanie 2.2. w karcie oceny).[2] Przemyślana i dobrze opisana ocena sytuacji zmniejsza także ryzyko obniżenia punktacji za pytania 2.3., 2.4. i 2.6. w karcie oceny. Biorąc pod uwagę dużą konkurencję i wysoki poziom składanych ofert, zaniedbania w tej części oferty mogą przesądzić o braku dofinansowania.

Diagnozę należy opisać w pkt. III.2 oferty tj. Opis potrzeb wskazujących na konieczność wykonania zadania publicznego, opis ich przyczyn oraz skutków.

Cel

Kolejnym milowym krokiem na ścieżce tworzenia Waszego projektu jest wyznaczenie celu. Najprościej rzecz ujmując **cel to oczekiwany przez Was stan, w którym znajdą się adresaci projektu po jego zakończeniu.** Właściwe sformułowanie celu ma doniosłe

[2]Podane w tym rozdziale wartości punktowe odnoszą się do pojedynczej karty oceny. W konkursie ogólnym FIO każda oferta oceniana jest przez 2 ekspertów i może uzyskać od nich łącznie 200 pkt. (od każdego po 100 pkt.).

znaczenie dla przygotowania i realizacji projektu. Planując konkretne działania zawsze należy zastanowić się czy służą one realizacji celu. Dlatego błąd na tym etapie skutkować będzie błędami w dalszych pracach nad projektem.

Formułując cele, musicie pamiętać o skali planowanych działań i zasobach, którymi dysponujecie. Warto przyjąć tu postawę ambitnego realisty. W ramach dotacji z FIO zapewne trudno będzie Wam rozwiązać problem narkomanii w Polsce. Możecie natomiast ograniczyć skalę tego negatywnego zjawiska w swojej społeczności lokalnej lub wśród uczniów wybranej szkoły. Z drugiej strony wyznaczenie celu, którego osiągnięcie będzie dla organizacji bardzo łatwe, szczególnie w kontekście wysokich koszów, również może nie zostać docenione przez ekspertów.

Cel powinien integrować i mobilizować członków Waszej organizacji oraz osoby zaangażowane w realizację projektu (np. pracowników i wolontariuszy). W związku z tym, pracując nad tym punktem oferty powinniście wziąć pod uwagę, jakie są cele statutowe Waszej organizacji. Zastanówcie się także, czy udało się zachować odpowiednie proporcje między ambicją a realizmem. Poprzeczka zawieszona za wysoko może być równie demobilizująca, co ta zawieszona za nisko.

Być może znacie już metodę ułatwiającą formułowanie celów SMART. Z całą pewnością warto z niej skorzystać przygotowując ofertę w ramach FIO. Metoda ta zakłada, że cel, aby dobrze spełniać swoją funkcję w projekcie powinien być:

1. **skonkretyzowany** – to znaczy czytelny i jasny, niebudzący wątpliwości interpretacyjnych;
2. **mierzalny** – to znaczy sformułowany w taki sposób, że możliwa będzie obiektywna ocena stopnia jego realizacji;
3. **akceptowalny i atrakcyjny** – to znaczy, że członkowie organizacji nie mają wątpliwości, że cel taki powinien być realizowany, co więcej, cel taki mobilizuje do działania osoby zaangażowane w działania projektowe;
4. **realny** – to znaczy możliwy do osiągnięcia;
5. **terminowy** – to znaczy określony w czasie.

Spróbujmy przełożyć teorię na praktykę.

PRZYKŁAD
Przykładowy cel to: *Wzrost aktywności obywatelskiej osób niepełnosprawnych.* Z całą pewnością nie jest to cel konkretny, mierzalny i terminowy, w związku z tym nie jest także realny. *Wzrost aktywności obywatelskiej osób niepełnosprawnych z gminy Pisz.* Dodanie informacji, z jakiego rejonu pochodzą beneficjenci to z pewnością krok w dobrą stronę, ale aktywność obywatelska to pojęcie wieloaspektowe i złożone. Z tak sformułowanego celu trudno wywnioskować, czego będzie dotyczył projekt, a zatem wciąż należny uznać, że cel nie jest dostatecznie skonkretyzowany. *Zwiększenie aktywności osób niepełnosprawnych z gminy Pisz poprzez zwiększenie ich udziału w wyborach lokalnych o 30% podczas 14 miesięcy realizacji projektu.* Z pewnością uczestnictwo w wyborach jest jednym z aspektów aktywności obywatelskiej. Dzięki takiej konkretyzacji cel stał się również mierzalny (można sprawdzić ilu niepełnosprawnych brało udział w wyborach przed i po realizacji projektu). Ponadto dzięki realizacji projektu możliwe jest także osiągnięcie pożądanego stanu opisanego przez tak sformułowany cel. Określono również czas, w którym cel ma zostać zrealizowany.

Poza wyznaczeniem celu głównego projektu konieczne jest także przygotowanie celów szczegółowych. Pomogą Wam one wyznaczyć właściwą drogę do osiągnięcia celu głównego planowanego przedsięwzięcia.

To, jak dobrze poradzicie sobie z formułowaniem celów będzie oceniane bezpośrednio w pytaniu 2.3. w karcie oceny. Podobnie jak w przypadku diagnozy, błąd na tym etapie przygotowania projektu może przełożyć się na inne aspekty oferty.

Cele powinny zostać wpisane do punktu III.6 oferty. Pamiętajcie, aby w tym miejscu nie przepisywać fragmentów diagnozy, czy opisu adresatów zadania.

Adresaci

Dzięki wnikliwej diagnozie wiecie już, na czym polega istota problemu, który chcecie rozwiązać. Prawidłowo sformułowane cele projektu będą mobilizować członków Waszej organizacji i wyznaczać kierunek, w którym zmierzacie.

Najwyższy czas dokładniej przyjrzeć się adresatom projektu.

Ze względu na szeroki zakres tematyczny przedsięwzięć wspieranych w ramach FIO, adresaci (zwani także beneficjentami) bywają bardzo różnie definiowani. W dużej mierze charakterystyka grupy beneficjentów, do której zamierzacie dotrzeć zależy od problemu, który staracie się rozwiązać.

Określając grupę adresatów zadania publicznego warto skorzystać z przeprowadzonej wcześniej diagnozy. Dzięki temu zwiększycie prawdopodobieństwo, że wsparcie trafi do osób, które najbardziej tego potrzebują. Ponadto, taka oferta będzie bardziej spójna i przejrzysta dla oceniających.

Opisując adresatów zadania postarajcie się scharakteryzować sytuację, w której się znajdują uwzględniając szczególnie wpływ rozwiązywanego przez Was problemu na jej położenie. Pamiętajcie jednak, żeby zachować odpowiednie proporcje. Próby udowodnienia, że działania projektowe rozwiążą wszystkie problemy dotykające beneficjentów mogą sprawić, że Wasz projekt nie zostanie doceniony.

Kolejną ważną i niestety często pomijaną kwestią jest opisanie sposobu rekrutacji uczestników projektu. Zastanówcie się, skąd osoby lub organizacje będące odbiorcami działań dowiedzą się o projekcie oraz czy będą nim zainteresowane. Trzeba także pochylić się nad potencjalnym problemem braku lub nadmiaru chętnych. Szczególnie ta druga sytuacja powinna skłonić Was do przemyślenia kryteriów dostępu do udziału w projekcie. Postarajcie się, aby wybrany przez Was sposób rekrutacji nie prowadził do nieuzasadnionej dyskryminacji (np.: ze względu na płeć, wykształcenie czy wiek).

Właściwie zaplanowana i przeprowadzona rekrutacja zmniejsza ryzyko związane z właściwym dopasowaniem działań do beneficjentów (co z pewnością zostanie docenione przez oceniających). Kolejne zagrożenie, które można zminimalizować dzięki przemyślanej rekrutacji to nieoczekiwane rezygnacje z udziału w projekcie. W takiej sytuacji możecie spróbować zaangażować do udziału w przedsięwzięciu inne osoby, które zgłosiły chęć uczestnictwa w projekcie, ale z jakiś względów nie zostały wybrane.

Na tym etapie pracy nad ofertą warto spróbować wywarzyć, ilu beneficjentom będzie można pomóc w ramach dostępnych zasobów. Zbyt liczna grupa adresatów może spowodować, że wsparcie projektowe będzie za mało skoncentrowane i w rezultacie nieefektywne. Z drugiej strony zbyt mała liczba beneficjentów może zostać odczytana przez ekspertów, jako niegospodarność. Nie można również mylić odbiorców działań promocyjnych i

informacyjnych z beneficjentami. Także członkowie społeczności, którzy pośrednio skorzystają na realizacji projektu nie powinni być zaliczani do grona beneficjentów.

Pamiętajcie, że podanie dużej liczby beneficjentów nie przekłada się wprost na wysoką ocenę projektu. Zawyżanie liczby adresatów zadania to częsty błąd popełniany przez oferentów skutkujący obniżeniem punktacji i szans na dofinansowanie.

Kwestie związane z adresatami oceniane będą w pytaniu 2.4. i 2.6. w karcie oceny. Dobrze scharakteryzowana grupa beneficjentów, przemyślana rekrutacja oraz wykazanie przydatności projektu dla adresatów to aż 11 punktów. Poważniejsze błędy w tej części ofert (mimo dopracowania innych fragmentów) praktycznie przekreślają szanse na uzyskanie dotacji z FIO.

Beneficjentów należy opisać w pkt. III.3. oferty. Chociaż część informacji o uczestnikach projektu wynikać będzie z diagnozy, unikajcie kopiowania jej fragmentów w tym punkcie. Postarajcie się raczej o nawiązanie do wyników przeprowadzonych wcześniej analiz.

Działania

Już wiecie co chcielibyście zrobić oraz wiecie, dlaczego jest to istotne. Wyznaczyliście cel, który chcielibyście osiągnąć oraz wybraliście grupę adresatów, do której Wasz projekt będzie skierowany. Nadszedł czas na przeformułowanie pomysłu i celu na **działania i rezultaty**.

Działania można podzielić na:

merytoryczne	• np. prowadzenie zajęć/warsztatów, przeprowadzenie wizyt studyjnych itd.
organizacyjno-administracyjne	• np. koordynacja projektu, rekrutacja uczestników
promocyjne	• np. promocja projektu w lokalnych mediach

Ogólne bloki działań należy opisać w Ofercie w punkcie **III.8. Opis poszczególnych działań w zakresie realizacji zadania publicznego** a następnie na ich podstawie przygotować harmonogram. Opisane działania powinny być uzasadnione i odpowiadać na zdiagnozowane

potrzeby wskazujące na konieczność realizacji projektu. Planowane działania powinny mieć odzwierciedlenie w kosztorysie i harmonogramie.

Działania mówią o sposobie osiągania celu – muszą być logicznie powiązane z problemem i celem. W związku z tym:

- nie ma potrzeby realizowania działań, które nie odnoszą się do problemu i do wybranej grupy odbiorców.
- nie ma potrzeby realizowania działań, które nie przekładają się na cel.

Działania powinny być prowadzone w taki sposób i z taką intensywnością, aby maksymalnie wspierały odbiorców, utrzymywały ich zainteresowanie projektem, a jednocześnie nie przemęczały, przynosząc w zamian interesujące efekty (rezultaty).

Jak już ustalicie działania, które macie zamiar realizować w projekcie, musicie je przenieść do harmonogramu. W harmonogramie należy przedstawić rozplanowanie projektu w czasie, skupiając się na zaplanowanych działaniach (z podaniem terminów ich rozpoczęcia i zakończenia).

Określając terminy realizacji zadań pamiętajcie!
Aby były one adekwatne do danego zadania tzn. nie mogą być one zbyt obszerne ani zbyt szczegółowe. Zalecamy, aby określając terminy działań używać skali miesięcznej (np. szkolenie nr 1, termin: V – VII 2015).

Pamiętajcie, aby działania wpisane w harmonogram odpowiadały tym, które zostały określone w opisie poszczególnych działań i kosztorysie. Muszą być ze sobą spójne.

Prawidłowe opisanie działań oraz skonstruowanie harmonogramu jest kluczowe w przypadku konkursu. Eksperci oceniają je w pytaniu 2.9. w karcie oceny**. Czy opis działań tworzy spójną całość, jest adekwatny wobec zidentyfikowanych problemów, a harmonogram ich realizacji jest przejrzysty/klarowny?** za które można otrzymać maksymalnie 6 punktów od każdego z ekspertów (łącznie 12 punktów).

W tej części przygotowania projektu powinniście odpowiedzieć sobie na następujące pytania
Co konkretnie zostanie zrealizowane w ramach projektu? Czy oferta wydaje się być atrakcyjna dla uczestników? Czy nie będzie to zbyt nużące dla uczestników? Czy uwzględniono wszystkie problemy i specyficzne cechy uczestników? Czy uczestnicy mieli i będą mieli szansę wywierania wpływu na kształt oferty? Czy harmonogram realizacji działań jest logiczny, uwzględnia wszelkie wymagania formalne, bierze pod uwagę obiektywne uwarunkowania typu wakacje? Czy oferowane wsparcie ma szansę coś zmienić w sytuacji uczestników?

Rezultaty

Ustaliliście już cel Waszego projektu oraz strategie jego realizacji poprzez wybór działań i stworzenie harmonogramu. Teraz stoicie przed kolejnym wyzwaniem, jakim jest ustalenie bezpośrednich **efektów (rezultatów) projektu**. Bez wiedzy o tym, jakie rzeczywiste efekty ma przynieść Wasz projekt trudno będzie go skutecznie zrealizować.

Teraz powinniście określić rezultaty oraz metody ich monitorowania w taki sposób, aby w końcowym sprawozdaniu precyzyjnie móc wskazać ich osiągnięcie. Zalecane jest, aby do każdego z działań przypisać co najmniej jeden rezultat, jednakże powinny one odnosić się do celu głównego oraz celów szczegółowych oraz świadczyć o ich osiągnięciu.

Rezultaty można podzielić na:

Rezultaty miękkie	• odzwierciedlają efekty, które powstaną w wyniku podjętych działań w ramach projektu (np. w wyniku przeprowadzonych szkoleń 40 osób podniesie swoje praktyczne umiejętności w zakresie zarządzania finansami; w wyniku uczestnictwa w koloniach letnich 50 uczestników podniesie swoją wiedzę na temat aktywnego spędzania czasu i zdrowego trybu życia).
Produkty	• to co zostało zrealizowane (np. 50 godzin szkoleń, 20 uczestników kolonii, 5 wizyt studyjnych).

PRZYKŁAD

Zakładane rezultaty i produkty projektu	Planowany poziom osiągnięcia (wartość docelowa)	Propozycja monitorowania rezultatów/źródło informacji o osiągnięciu wskaźnika	Cel szczegółowy
liczba zrealizowanych inicjatyw w społeczności lokalnej	2 inicjatywy	sprawozdanie z przeprowadzonych inicjatyw	Cel szczegółowy 1
wzrost kompetencji społecznych i obywatelskich, aktywizacja w życiu publicznym	30 kobiet	ankieta przed i po wsparciu, informacje zwrotne od uczestniczek na zakończenie zadania, obserwacje trenerów	Cel szczegółowy 2

W wyniku realizacji projektu konieczne jest zarówno osiągnięcie rezultatów miękkich, jak i produktów. Nie zapominajcie o rezultatach miękkich, gdyż to one świadczą o pewnej zmianie, a produkty informują o przeprowadzeniu działania.

Pamiętajcie także, że **rezultaty**, tak jak i cele, **muszą być weryfikowalne i mierzalne**, miara i skala musi być znana; muszą być znane momenty pomiaru i zapewnione źródła danych. Rezultaty mogą być monitorowane poprzez np. ankiety, wywiady, listy obecności, testy wiedzy, liczbę wydanych certyfikatów itd.

Rezultaty powinniście opisać w punkcie **III.10. Zakładane rezultaty realizacji zadania publicznego Oferty.**

W kontekście rezultatów, eksperci oceniają:

• powiązanie rezultatów z celem głównym projektu w pytaniu 2.5. w karcie oceny - **W jakim stopniu osiągnięcie zakładanych rezultatów przyczyni się do realizacji celu projektu?** za które można otrzymać maksymalnie 6 punktów od każdego z ekspertów (łącznie 12 punktów).
• możliwość ich realizacji i monitorowania w pytaniu 2.7. w karcie oceny - **W jakim stopniu zakładane rezultaty są wymierne i możliwe do osiągnięcia dzięki realizacji zaplanowanych działań?** za które można otrzymać maksymalnie 6 punktów od każdego z ekspertów (łącznie 12 punktów).
• **trwałość rezultatów** w pytaniu 2.11. w karcie oceny- **W jakim stopniu efekty realizacji projektu będą trwały po zakończeniu realizacji projektu?** za które można otrzymać maksymalnie 3 punkty od każdego z ekspertów (łącznie 6 punktów).

W sumie za prawidłowe sformułowanie rezultatów, ich opisanie oraz ustalenie sposobu monitorowania możecie otrzymać maksymalnie 30 punktów, co stanowi 15% łącznej oceny złożonej Oferty.

W tej części przygotowania projektu powinniście odpowiedzieć sobie na następujące pytania
Jakie będą rezultaty projektu? Czy są one realne – czy zaproponowane działania w ich opisanym kształcie mają szansę do

nich doprowadzić?

Czy są one adekwatne – czy prowadzą do wskazanego celu?

Czy skala zaplanowanych rezultatów nas satysfakcjonuje z punktu widzenia rozmiaru problemu, specyfiki grupy i przewidywanych nakładów?

Czy jest szansa na trwałość tych rezultatów?

Ryzyko w projekcie

Nie zawsze jest tak, że wszystko idzie zgodnie z planem. Już na etapie przygotowania Oferty powinniście wziąć to pod uwagę. Zarządzanie ryzykiem w projektach jest czymś naturalnym, gdyż w praktyce nie ma projektów, których realizacja nie jest uwarunkowana żadnymi zewnętrznymi i wewnętrznymi czynnikami.

Zarządzając ryzykiem należy:

- zidentyfikować ryzyka.
- oszacować skutki prawdopodobieństwa ich wystąpienia.
- przygotować plan przeciwdziałania i neutralizacji efektów wystąpienia ryzyka.
- przygotować rezerwy zasobów.

Przeprowadzenie analizy ryzyka jest bardzo istotnym elementem przygotowania projektu, który pozwala przewidzieć i przygotować się na ewentualne zagrożenia, które mogłyby narazić realizację Waszego projektu na niepowodzenie.

Zarządzanie ryzykiem w projekcie jest istotne także z punktu widzenia FIO, należy je opisać w punkcie **III.8 oferty** w tabeli **Analiza wystąpienia ryzyka w projekcie**. Eksperci oceniają je w pytaniu 2.8. w karcie oceny - **W jakim stopniu Oferent dokonał trafnej oceny prawdopodobieństwa wystąpienia ryzyka, jego oddziaływania, wpływu na realizację projektu oraz sposobu minimalizacji?** za które możecie otrzymać maksymalnie 3 punkty od każdego z ekspertów (łącznie 6 punktów).

III. ZASOBY ORGANIZACJI

Chcąc zrealizować projekt organizacja musi zaangażować określone zasoby. Przede wszystkim powinny one być adekwatne do planowanych działań. Zastanówcie się, jakie zasoby posiadacie, a jakie trzeba będzie zaangażować z zewnątrz, aby zrealizować przedsięwzięcie.

W Ofercie ocenianych jest pięć aspektów związanych z posiadanymi zasobami:

KWALIFIKACJE I DOŚWIADCZENIE KLUCZOWYCH OSÓB ZAANGAŻOWANYCH W REALIZACJĘ PROJEKTU.

Punkt 5.1. w karcie oceny

Kluczowe osoby zaangażowane w realizację projektu to osoby, które pełnić będą istotne funkcje administracyjno-organizacyjne, jak i realizować konkretne zadania merytoryczne. Jeśli na etapie składania oferty wiecie już, kto będzie odpowiedzialny za dane zadanie, należy przedstawić w skrócie, ale treściwie doświadczenie i kwalifikacje każdej z osób ze wskazaniem stanowiska, jakie dana osoba obejmie w projekcie. Nie jest konieczne podawanie imion i nazwisk. Jeśli na etapie składania oferty nie jest jasne, kto dokładnie miałby pełnić dane funkcje w projekcie, możecie określić wymagania, jakie powinna spełnić osoba zaangażowana przy danym zadaniu. Najważniejsze jest, aby doświadczenie i kwalifikacje danej osoby odpowiadały zakresowi i charakterowi określonego zadania, czy też były adekwatne do określonego stanowiska,

PRZYKŁAD

- ***koordynacja projektu*** – absolwent / absolwentka psychologii w Wyższej Szkole X, posiada 3-letnie doświadczenie w realizacji i rozliczaniu projektów o charakterze szkoleniowo-doradczym realizowanych przy współpracy ze szkołami. Zakres zadań: koordynacja projektu, monitorowanie terminowości realizacji poszczególnych etapów zadania, nadzór nad wydatkami, sprawozdawczość, kontakty z innymi instytucjami, w tym ze szkołami biorącymi udział w projekcie.
- ***animacja akcji Lato w mieście*** – animatorka kulturalna, pracuje jako wolontariuszka w trzech świetlicach terapeutycznych w Katowicach, realizatorka wielu inicjatyw angażujących młodzież zamieszkującą zdegradowane obszary miejskie.

ZAANGAŻOWANIE WOLONTARIUSZY.

Punkt 5.2. w karcie oceny

Istotnym zasobem, jaki można wnieść do projektu, jest praca wolontariuszy/-ek. W równym stopniu istotna (i uwzględniona w ocenie) jest praca społeczna członków / członkiń organizacji. Pamiętajcie o obowiązku zawarcia porozumienia o współpracy z każdym wolontariuszem / każdą wolontariuszką. Porozumienie określa warunki, przedmiot i zakres współpracy.

PRZYKŁAD
Wolontariusz/-ka może pełnić w projekcie funkcje zarówno pomocnicze, np.: przygotowanie sali na warsztaty, przygotowanie przerwy kawowej, sprzątnięcie sali po warsztatach; przygotowanie paczek z publikacjami i dystrybucja; wsparcie animatora w prowadzeniu akcji Lato w mieście, itd. **jak i być w projekcie specjalistą/-tką, czy ekspertem/-tką, np.:** świadczenie porad prawnych starszym osobom; zaprojektowanie i zbudowanie strony www projektu oraz bieżąca aktualizacja treści; przeprowadzenie szkolenia w zakresie udzielania pierwszej pomocy, etc. **czy też pełnić zadania administracyjne takie, jak koordynacja projektu, czy prowadzenie księgowości.**

Pracę wolontariuszy/-ek zatrudnionych do zadań pomocniczych, czy administracyjno – koordynacyjnych należy wycenić na 30 zł za godzinę, natomiast pracę osób zatrudnionych na stanowiskach specjalistycznych czy eksperckich na 100 zł za godzinę.

Zastanówcie się, czy i w jakim zakresie można włączyć w projekt, poza współpracującymi z organizacją osobami, również członków / członkinie lokalnej społeczności. Jednorazowy udział w projekcie osób, które nigdy wcześniej nie były wolontariuszami, może zaowocować ich trwałym zaangażowaniem w realizowane przez organizację przedsięwzięcia.

ZAPLECZE LOKALOWE, WYPOSAŻENIE ITP. – w odniesieniu do skali proponowanych działań.

Punkt 5.3. w karcie oceny

Każdy projekt realizowany jest w jakiejś przestrzeni, ale nie każde zadanie w takim samym stopniu wymaga prowadzenia biura projektowego. Przemyślcie, jakie zaplecze lokalowe i w jakim wymiarze jest potrzebne w Waszym projekcie, aby nie ryzykować utraty punktów za nieproporcjonalnie duże koszty administracyjne. Projekty polegające na organizacji wydarzeń plenerowych (takich, jak: pikniki, pokazy teatrów ulicznych, zawody sportowe, wycieczki, itd.) wymagają zaangażowania przestrzeni biurowej w mniejszym zakresie niż zadania, w których potrzebne są sale, gdzie odbywać się może doradztwo, warsztaty, szkolenia, itd.

Specyfika projektu warunkuje też rodzaj i ilość wyposażenia niezbędnego do zrealizowania zaplanowanego przedsięwzięcia. W kosztorysie należy ująć koszt zakupu jedynie tych rzeczy, których naprawdę potrzebujecie do tego konkretnego projektu. Warto porównać koszt zakupu i wypożyczenia go (jeśli istnieje taka możliwość), a następnie wybrać optymalne rozwiązanie. Pamiętajcie, że koszt jednego składnika majątku nie może przekroczyć 3500 zł, co oznacza, że również w ramach wkładu własnego finansowego nie można pokryć kosztu wyższego niż 3500 zł.

Środki zaplanowane na pokrycie kosztów lokalowych jak i na ewentualny zakup niezbędnego wyposażenia muszą być adekwatne do skali i charakteru planowanego przedsięwzięcia.

DOŚWIADCZENIE OFERENTA (ORAZ PARTNERÓW) W REALIZACJI PODOBNYCH PROJEKTÓW (MERYTORYCZNE I CO DO SKALI PRZEDSIĘWZIĘCIA).

Punkt 5.4. w karcie oceny

W tej części oferty należy przedstawić doświadczenie związane ze składanym projektem, a więc wymienić i krótko scharakteryzować wcześniej zrealizowane przez organizację projekty o podobnej tematyce, dedykowane podobnej grupie, czy o podobnej skali oddziaływania. Jeśli składany projekt jest Waszym pierwszym tego typu przedsięwzięciem, opiszcie te elementy wcześniejszego doświadczenia, które pomogą Wam w realizacji planowanego zadania. Jeżeli jednak składany projekt jest Waszym debiutem, to należy dobrze opisać doświadczenie kluczowych osób zaangażowanych w realizację projektu, bo tylko to będzie podstawą pozwalającą ocenić zdolność organizacji do realizacji planowanego przedsięwzięcia. Jeśli

zaplanowaliście partnerstwo, warto przedstawić doświadczenie partnera w kontekście powierzonych mu zadań. Natomiast, jeśli organizacja jest młoda i nie zrealizowała do tej pory żadnego projektu, ale działała wcześniej, jako grupa nieformalna, to warto opisać to doświadczenie.

CZY OFERTA ZAKŁADA PARTNERSTWO, KTÓRE PRZYCZYNI SIĘ DO SKUTECZNEJ REALIZACJI PROJEKTU?

Pytanie 5.5. w karcie oceny

Partnerstwo prywatno – społeczne, czy też publiczno – społeczne, bądź publiczno – prywatno –społeczne zawarte na czas realizacji projektu może zasadniczo wpłynąć na jakość planowanego przedsięwzięcia. Warto więc dobrze pomyśleć o tym, jak najlepiej zaangażować potencjał wybranego partnera, co z kolei pozwoli Wam określić jego zadania w projekcie. W zależności od specyfiki działania partnera mogą to być zadania merytoryczne takie, jak prowadzenie specjalistycznych szkoleń, doradztwa, zajęć sportowych, itd., jak i zadania usługowe, np. zorganizowanie transportu grupy dzieci z miejsca zamieszkania do miejsca wypoczynku, bądź dostarczenie cateringu na festyn. Mogą to być również zadania związane z promocją, w tym udostępnienie przez partnera posiadanych kanałów informacyjnych (np. zamieszczenie na portalu, bądź w wydawanej przez niego lokalnej gazecie ogłoszenia o projekcie, rekrutacji do niego, itd.). Partner może też wnieść do projektu posiadane zasoby lokalowe np. udostępnić salę na określone wydarzenia, czy obiekt sportowy. Tego rodzaju wkład jest szczególnie ważny, gdy Wasza organizacja nie posiada takich zasobów. Trzeba jednocześnie pamiętać, że wkład rzeczowy nie będzie liczony na poczet wkładu własnego.

Ważne

Dokładne przeanalizowanie posiadanych zasobów umożliwi Wam lepsze zaplanowanie budżetu, np. dokładne określenie wielkości środków na zatrudnienie kadry do projektu, czy też na wynajęcie pomieszczeń do realizacji warsztatów lub środków na zakup niezbędnego sprzętu.

IV. ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNOŚCI

Zaangażowanie społeczności lokalnej/regionalnej w przygotowanie projektu z punktu widzenia Programu FIO na lata 2014-2020 jest niezwykle ważne. Wynika to bezpośrednio z celu Programu, jakim jest zwiększenie **zaangażowania** obywateli i organizacji pozarządowych w życie publiczne. Przejawem istotności tego aspektu jest wyodrębnienie w karcie oceny części *Zaangażowanie społeczności*, w której możecie otrzymać maksymalnie 12 punktów.

Czym jest społeczność lokalna/ regionalna?

Społeczność lokalna	• zbiorowość, którą tworzą ludzie zamieszkujący dany obszar, pomiędzy którymi funkcjonują więzi wynikające ze wspólnego interesu, potrzeb lub poczucia grupowej i przestrzennej tożsamości, którzy posiadają zdolność do podejmowania wspólnych działań w celu rozwiązania trapiących ich problemów. • Społecznością lokalną mogą być mieszkańcy **gminy, wsi, parafii, osiedla, dzielnicy itd.**
Społeczność regionalna	• rozumiana jest szerzej – dotyczy ona mieszkańców pewnego regionu gospodarczego lub administracyjnego. Społeczność regionalną tworzą m. in. mieszkańcy województwa, krainy geograficznej itd.

Wybór czy należy angażować społeczność lokalną czy regionalną zależeć będzie od specyfiki i skali Waszego projektu.

PRZYKŁAD
• projekty zakładające kampanie społeczne, działania edukacyjne, projekty ogólnopolskie powinny angażować społeczność regionalną. • projekty zakładające działania lokalne: gminne, szkolne, sąsiedzkie powinny angażować społeczność lokalną.

GŁÓWNE ASPEKTY ZWIĄZANE Z ZAANGAŻOWANIEM SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ OCENIANE W OFERCIE

1. **Zaangażowanie beneficjentów/adresatów projektu oraz członków wspólnoty poza beneficjentami w przygotowanie i realizację projektu.**(Pytania 4.1. i 4.2. w karcie oceny)

Bardzo istotne jest, aby projekty realizowane w ramach FIO w jak największym stopniu upodmiotowiały beneficjentów (**empowerment**). Zarówno beneficjenci, jak i członkowie społeczności powinni mieć możliwość współdecydowania o losach projektu oraz o jego realizacji.

Zaangażowanie beneficjatów/adresatów w projekcie na etapie jego przygotowywania może polegać na przeprowadzeniu konsultacji rodzaju działań z potencjalnymi beneficjentami/adresatami.

PRZYKŁAD
• konsultacje z mieszkańcami osiedla pomysłu zorganizowania pikniku sąsiedzkiego. • konsultacje z potencjalnymi beneficjentami zakresu tematycznego planowanych szkoleń. • przeprowadzenie ewaluacji ex ante (poprzedzającej działanie) lub badań pilotażowych w przypadku projektów ogólnopolskich czy kampanii społecznych.

Zaangażowanie beneficjatów/adresatów w projekcie na etapie jego realizacji polega na umożliwieniu beneficjentom/adresatom współdecydowania o realizacji projektu.

PRZYKŁAD
• włączenie uczestników szkoleń w proces decydowania o harmonogramie spotkań, zakresie merytorycznym zajęć. • umożliwienie wyboru przez uczestników kolonii działań/miejsc wyjazdów. • przeprowadzenie ewaluacji interim (realizowanej w trakcie przedsięwzięcia) w przypadku projektów ogólnopolskich czy kampanii społecznych.

Empowerment	• (przeciwieństwo bezsilności) – proces upodmiotowienia, w trakcie którego osoby, grupy, organizacje zwiększają lub przejmują kontrole nad dotyczącymi ich działaniami, przez co stają się aktywnymi uczestnikami życia społecznego. • Dzięki temu procesowi beneficjenci mają wpływ na funkcjonowanie całego projektu, przez co bardziej się z nim utożsamiają, a jakość ich uczestnictwa jest wyższa.

Oprócz upodmiotawiania beneficjantów/adresatów w projektach zaangażowani powinni być także członkowie wspólnoty lokalnej. Ważne jest, aby realizowane działania nie były zamknięte tylko dla bezpośrednich beneficjentów, lecz aby umożliwiały angażowanie się w działania innym zainteresowanym osobom z lokalnego otoczenia.

Zaangażowanie członków wspólnoty lokalnej (poza beneficjentami) w realizację projektu polega na włączeniu/uwzględnieniu ich pomocy/opinii w działania w ramach projektu.

PRZYKŁAD
• poprzez prowadzenie akcji informacyjno-promocyjnych w najbliższym otoczeniu. • otwarcie projektu dla osób zainteresowanych, którzy nie są beneficjentami projektu. • konsultowanie planowanych/realizowanych działań z mieszkańcami wspólnoty lokalnej/z rodzicami dzieci/z lokalnymi organizacjami pozarządowymi/grupami nieformalnymi. • możliwość pomocy w realizacji projektu można zaproponować mieszkańcom wspólnoty lokalnej/rodzicom dzieci/lokalnym organizacjom pozarządowym/grupom nieformalnym.

2. **Zwiększenie wartości projektu dzięki pomocy wspólnoty lokalnej (poza zasobami partnerów).** (Pytanie 4.3. w karcie oceny)

Zaangażowanie społeczności lokalnej/regionalnej w przygotowanie i realizację Waszego projektu pozwala zwiększyć jego wartość. Pomoc wspólnoty lokalnej rozumiana jest jako spontaniczna, nieformalna aktywność na rzecz realizacji projektu, która powoduje podwyższenie jego wartości. Przy ocenie, pod uwagę nie są brane zobowiązania formalnych partnerów (Partnerstwo oceniane jest w pytaniu 5.5 Czy Oferta zakłada partnerstwo, które przyczyni się do skutecznej realizacji projektu?). Zwiększenie wartości projektu może polegać na uzyskaniu wartości dodanej lub na ograniczaniu kosztów na działania, które mogą być zrealizowane dzięki zaangażowaniu wspólnoty.

Przykłady zasobów lokalnej społeczności:
• **więzy społeczne** – np. rodzice mogą zostać opiekunami wycieczek, przygotować poczęstunek dla dzieci;
• **umiejętności członków społeczności** – np. przy tworzeniu projektu plakatu można skorzystać z pomocy członka społeczności zajmującego się grafiką;
• **grupy działające w społeczności** – np. Koło Gospodyń Wiejskich może przygotować poczęstunek dla beneficjentów, członkowie OSP mogą zapewniać bezpieczeństwo podczas większych imprez;

• **miejsca i lokale** – miejsca spotkań można zaplanować w budynkach użyteczności publicznej wykorzystywanych przez daną społeczność i udostępnianych nieodpłatnie
• **sprzęt** – wykorzystanie sprzętu np. komputera, drukarki będących w posiadaniu społeczności.

3. **Wzrost poziomu zaufania społecznego beneficjentów/adresatów projektu oraz członków wspólnoty lokalnej.** (pytania 4.4. i 4.5. w karcie oceny)

Kapitał społeczny jest kluczowym pojęciem dla budowania społeczeństwa obywatelskiego. W ramach FIO oceniany jest wpływ realizacji projektu na jego kluczowy element jakim jest zaufanie społeczne.

Wzrost poziomu zaufania społecznego beneficjentów/adresatów dzięki realizacji projektu może nastąpić między innymi poprzez:

- *wzrost zaufania beneficjentów/adresatów do organizacji pozarządowych (choćby dzięki uczestnictwu w projekcie).*
- *integrację beneficjentów projektu.*
- *edukację w zakresie budowania społeczeństwa obywatelskiego.*

Wzrost poziomu zaufania społecznego członków wspólnoty lokalnej (poza beneficjentami) dzięki realizacji projektu może nastąpić między innymi poprzez:

- *wzrost zaufania członków wspólnoty lokalnej (poza beneficjentami) do organizacji pozarządowych.*
- *integrację mieszkańców społeczności lokalnej.*
- *nawiązanie formalnej lub nieformalnej współpracy z organizacjami pozarządowymi/grupami nieformalnymi.*

Planując rezultaty projektu, pamiętajcie, że warto uwzględnić wśród nich także wzrost zaufania społecznego wśród beneficjentów/członków wspólnoty lokalnej.

Kapitał społeczny	• Oznacza zdolność społeczności do samoorganizacji w celu rozwiązywania problemów i realizacji własnych interesów. • Najistotniejszym, z perspektywy oceny ofert, składnikiem kapitału społecznego jest zaufanie społeczne.
Zaufanie społeczne	• Jest to nieformalna norma oparta na założeniu, iż innych członków społeczności cechuje uczciwe i kooperatywne zachowanie oparte na wyznawanych normach[3].

[3]Fukuyama F. 1997, *Zaufanie. Kapitał społeczny a droga do dobrobytu*, tłum. A. Śliwa, L. Śliwa, Warszawa, Wrocław, Wydawnictwo Naukowe PWN. Str. 38

V. KOSZTORYS (BUDŻET) PROJEKTU

Przed przystąpieniem do wypełnienia kalkulacji przewidywanych kosztów realizacji zadania publicznego w generatorze należy dobrze przemyśleć i zaplanować budżet (część IV w ofercie). Szczegółowy budżet zadania jest najważniejszą ale zarazem najtrudniejszą czynnością podczas opracowywania projektu. Stanowi uszczegółowienie planowanych działań i pokazuje, jak wyobrażamy sobie ich realizację. Dobre zaplanowanie budżetu nie tylko ułatwi wypełnienie oferty, ale będzie bardzo istotne w trakcie realizacji zadania.

Należy również zapoznać się z ogólnymi warunkami finansowania zadania w konkretnym konkursie.

JAKA JEST MINIMALNA I MAKSYMALNA DOTACJA O JAKĄ MOŻESZ SIĘ UBIEGAĆ?

W konkursie FIO 2016 minimalna dotacja w danym roku musi wynosić nie mniej niż 10 tys. zł, maksymalna dotacja wynosi 100 tys. zł w przypadku tzw. projektów „jednorocznych". W przypadku projektów „dwuletnich" przekazywane są dwie dotacje (na każdy rok z osobna), organizacja może łącznie otrzymać 200 tys. zł.

W JAKIM OKRESIE NALEŻY WYKORZYSTAC ŚRODKI PRZEZNACZONE NA REALIZACJĘ ZADANIA?

Wydatki możecie ponosić nie wcześniej niż od dnia rozpoczęcia zadania określonego w umowie. A także w ciągu 14 dni od dnia zakończenia zadania, ale nie później niż do 31 grudnia danego roku.

Pamiętajcie!

W ramach FIO obowiązuje zasada roczności budżetu. Zgodnie z nią 31 grudnia jest ostatecznym terminem dokonywania płatności. Środki niewykorzystane w danym roku musisz zwrócić i nie będziesz mógł ich wykorzystać na realizację działań w kolejnym roku.

JAKI JEST WYMAGANY WKŁAD WŁASNY I JAKĄ FORMĘ MOŻE PRZYBRAĆ (FINANSOWY, OSOBOWY)?

Wartość wkładu własnego to minimum 10% wartości dotacji. W przypadku dotacji nieprzekraczającej 40 tys. zł musicie zapewnić przynajmniej 10% wkład własny w formie wkładu własnego finansowego lub wkładu osobowego. Po przekroczeniu 40 tys. zł dotacji

Wasz wkład własny finansowy musi wynieść minimum 5% wartości dotacji, natomiast pozostałe 5% możecie wnieść w postaci wkładu osobowego.

wartość dotacji	wkład własny
10 tys. zł do 40 tys. zł włącznie	**Co najmniej 10% wartości dotacji - środki własne niefinansowe lub finansowe**
ponad 40 tys. zł do 200 tys. zł włącznie	**Co najmniej 10% wartości dotacji - środki własne niefinansowe lub finansowe, w tym nie mniej niż 5% wartości dotacji wkład finansowy**

Pamiętajcie!

Wkład własny osobowy to świadczenie wolontariatu lub praca społeczna członków organizacji. Wkład rzeczowy nie jest wliczany do wkładu własnego.

Jak już było wspomniane wcześniej, stawka za godzinę pracy w ramach wolontariatu lub pracy społecznej członków organizacji w przypadku prac administracyjnych i pomocniczych wyceniona jest na 30 zł, natomiast w przypadku prac ekspertów i specjalistów na 100 zł.

Wkład własny finansowy możecie wnieść z własnych środków, z wpłat lub opłat adresatów zadania (jeżeli zgodnie z wewnętrznymi regulacjami organizacja może prowadzić działalność odpłatną), z innych źródeł publicznych (np. dotacji z jednostek samorządu terytorialnego) lub innych źródeł.

PRZYKŁAD

- W przypadku wnioskowania o dotacje w wysokości 30 tys. zł, Wasz wkład własny powinien wynieść 3 tys. zł, wystarczy że będzie to wkład osobowy, czyli np. 50 godzin prac administracyjnych i pomocniczych oraz 15 godzin pracy ekspertów i specjalistów.
- W przypadku wnioskowania o dotację w wysokości 100 tys. zł musisz zapewnić 10 tys. zł wkładu własnego, z czego 5 tys. zł ze środków finansowych oraz np. 100 godzin prac administracyjnych i pomocniczych oraz 20 godzin prac ekspertów i specjalistów w ramach wolontariatu lub pracy społecznej członków organizacji.

JAKICH KOSZTÓW NIE MOŻECIE PONOSIĆ W RAMACH REALIZACJI ZADANIA (KOSZTY NIEKWALIFIKOWALNE)?

Pewnych wydatków nie możecie finansować w ramach FIO zarówno z dotacji, jak i środków własnych, są to koszty niekwalifikowalne.

Do kosztów niekwalifikowalnych należą te nie odnoszące się jednoznacznie do projektu, w tym m. in.: VAT, jeśli możecie go odzyskać, a nie złożycie oświadczenia o nieodliczaniu go w zakresie wydatków ujętych w kosztorysie, zakup nieruchomości, zakup środków trwałych, amortyzacja, leasing, rezerwy na pokrycie przyszłych strat lub zobowiązań, odsetki z tytułu niezapłaconych w terminie zobowiązań, koszty kar i grzywien, koszty procesów sądowych (z wyjątkiem spraw prowadzonych w interesie publicznym), nagrody, premie i inne formy bonifikaty rzeczowej lub finansowej dla osób zajmujących się realizacją zadania, koszty obsługi konta bankowego (nie dotyczy kosztów przelewów), zakup napojów alkoholowych, podatki i opłaty z wyłączeniem podatku dochodowego od osób fizycznych, składek na ubezpieczenie społeczne i zdrowotne, składek na Fundusz Pracy oraz Fundusz Gwarantowanych Świadczeń Pracowniczych, a także opłat za zaświadczenie o niekaralności oraz opłaty za zajęcie pasa drogowego, koszty wyjazdów służbowych osób zaangażowanych w realizację projektu na podstawie umowy cywilnoprawnej, chyba, że umowa ta określa zasady i sposób podróży służbowych.

JAKIE WARUNKI NALEŻY SPEŁNIĆ, ABY KOSZTY ZOSTAŁY UZNANE PRZEZ INSTYTUCJĘ ORGANIZUJĄCĄ KONKURS (KOSZTY KWALIFIKOWALNE)?

Ocena, czy dany wydatek jest kwalifikowalny, następuje zarówno podczas oceny oferty przez ekspertów, jak również w trakcie realizacji i na etapie rozliczenia realizacji zadania. Koszty kwalifikowalne muszą spełniać następujące warunki:

- są niezbędne dla realizacji projektu,

- są racjonalne i efektywne,

- zostały faktycznie poniesione w okresie realizacji projektu[4],

- zostały udokumentowane,

- zostały przewidziane w budżecie projektu,

- są zgodne ze szczegółowymi wytycznymi określonymi w Regulaminie FIO,

[4]Z zastrzeżeniem określonym w Części C, w rozdziale I (w ciągu 14 dni od dnia zakończenia zadania, ale nie później niż do 31 grudnia danego roku).

- są zgodne z odrębnymi przepisami prawa powszechnie obowiązującego.

Pamiętajcie o kilku najważniejszych zasadach kwalifikowalności kosztów określonych w Regulaminie FIO:

1. Koszty będą kwalifikowalne tylko, jeżeli mieszczą się w jednej z następujących kategorii: kosztach merytorycznych, kosztach obsługi zadania publicznego lub innych kosztach (promocji).

2. Koszty obsługi zadania publicznego nie mogą przekroczyć 30 % dotacji, natomiast inne koszty (promocja) nie mogą przekroczyć 5% dotacji.

Przykład:

Projekt stowarzyszenia X na realizację zadania Y. Łączna wartość projektu wynosi 100 000,00 zł, w tym wartość dotacji 75 000,00 zł, zaś środków własnych 25 000,00 zł. Przy kwocie dotacji wynoszącej 75 000,00 zł, limity w poszczególnych kategoriach kosztorysu wynoszą:

L.p.	Kategoria	Procentowy limit dotacji	Maksymalna kwota dotacji w danej kategorii (kwoty dla tego przykładu)
I.	Koszty merytoryczne	brak limitu	brak limitu
II.	Koszty obsługi zadania publicznego, w tym koszty administracyjne	30%	22 500,00 zł
III.	Inne koszty (promocja)	5%	3 750,00 zł

3. Koszt jednostkowy zakupu lub wypożyczenia składnika majątku, czyli np. sprzętu do projektu, nie może przekroczyć kwoty 3500,00 zł **(**organizacja może natomiast zakupić kilka składników majątku, których cena jednostkowa nie przekracza 3500,00 zł).

4. Suma wszystkich wydatków (zarówno z dotacji, jak i środków własnych), poniesionych w projekcie w związku z realizacją zadania za granicą, nie może przekraczać 30% całkowitej wartości projektu.

5. Zakazane jest podwójne finansowanie wydatku czyli sfinansowanie całkowite lub częściowe danego wydatku dwa razy ze środków publicznych, zarówno krajowych, jak i wspólnotowych np. jeżeli zakupiłeś komputer z dotacji FIO, nie możesz go

wykazać jako wydatku w ramach projektu współfinansowanego ze środków funduszy strukturalnych.

Zaplanujcie budżet z uwzględnieniem 5 kryteriów ocenianych przez ekspertów

1. Koszty powinny być racjonalne, spójne i niezbędne z perspektywy realizacji zadania.

Oznacza to, że wszystkie wydatki muszą wynikać bezpośrednio z zaplanowanych działań. Powinny odzwierciedlać niezbędne koszty, które poniesiecie przy ich realizacji. W tym celu rozpiszcie wcześniej zaplanowane działania na szczegółowe czynności. Uwzględnijcie również adekwatną ilość poszczególnych wydatków.

PRZYKŁAD

- W projekcie zaplanowaliście szkolenie z obsługi komputera. Rozpiszcie, co będzie potrzebne do jego realizacji np.:
- opracowanie i druk 10 plakatów i 100 ulotek informujących o szkoleniu oraz ich dystrybucja,
- zamieszczenie informacji na stronie internetowej,
- opracowanie i wydruk 50 formularzy zgłoszeniowych,
- wynagrodzenie trenera prowadzącego 8-godzinne szkolenie,
- koszt przejazdu trenera,
- koszt przejazdu 25 uczestników,
- przerwa kawowa i obiad dla 25 uczestników szkolenia i trenera,
- wynajem sali na 8 godzin,
- opracowanie i wydruk 25 sztuk materiałów dydaktycznych.

Nie zapominajcie również, że szkolenie musi zostać przez kogoś zorganizowane i rozliczone oraz musicie posiadać sprzęt do jego obsługi. Uwzględnijcie np. 20 godzin pracy koordynatora, 5 godzin pracy osoby do rozliczania projektu, ewentualny dojazd koordynatora na szkolenie, jeżeli organizacja nie posiada komputera i drukarki możecie uwzględnić ich zakup w celu obsługi szkolenia i wydruku materiałów dydaktycznych. Osoby obsługujące szkolenie będą również korzystać z telefonu, poczty oraz pomieszczeń organizacji, dlatego możesz dopisać te wydatki w stosownej części, przypadającej na dany projekt.

Zastanówcie się również, czy któryś z tych wydatków możecie ograniczyć wykorzystując własne zasoby osobowe lub rzeczowe, skorzystajcie np. z pomocy wolontariuszy przy dystrybucji materiałów promocyjnych, a do zamieszczenia informacji o szkoleniu wykorzystajcie bezpłatne strony internetowe.

2. Koszty powinny być zakwalifikowane do właściwych kategorii.

Tak rozpisane wydatki należy umieścić we właściwej kategorii kosztów. W kategorii I w kosztach merytorycznych uwzględniacie tylko te wydatki, które dotyczą bezpośrednio głównego przedmiotu projektu m.in. wynagrodzenia osób zatrudnionych specjalnie na potrzeby realizacji danego działania, czyli z podanego wcześniej przykładu będzie to koszt trenera oraz koszt przejazdu trenera. Kategoria ta będzie obejmować również wydatki związane z uczestnictwem bezpośrednich adresatów zadania, takie jak koszt przejazdu uczestników, koszt przerwy kawowej i obiad, wynajem sali. Wydatki w tej kategorii powinny stanowić największą część budżetu przewidzianego na realizację zadania.

W II kategorii kosztów, kosztach obsługi zadania, umieśćcie koszty niezbędne do realizacji projektu, które nie dotyczą bezpośrednio głównego przedmiotu projektu. Znajdą się w niej zarówno wydatki osobowe, jak i rzeczowe związane z obsługą administracyjną m.in. wynagrodzenie koordynatora, osoby do rozliczeń projektu, koszt wyjazdów służbowych osób zaangażowanych w obsługę zadania, koszt zakupu komputera i drukarki, jeżeli organizacja nie posiada odpowiedniego sprzętu. Możecie tu również wpisać wydatki związane z wykorzystaniem posiadanych przez organizację zasobów, które będą wykorzystywane przy realizacji zadania np. opłata za telefon, czynsz (w stosownej części, przypadającej na dany projekt). Ponadto możliwe jest zamieszczenie w tej kategorii kosztów adaptacji pomieszczeń dla celów realizacji zadania (np. koszt malowania pomieszczeń).

Pamiętajcie o zachowaniu limitu wydatków w tej kategorii w wysokości 30% dotacji oraz przeznaczeniu nie więcej niż 3 500 zł na jeden składnik majątku (np. komputer, rzutnik, koło garncarskie).

W III kategorii, innych kosztach (promocji), powinny znaleźć się głównie koszty promocji np. opracowanie i druk plakatów i ulotek. Wysokość wydatków w tej kategorii nie może przekroczyć 5 % dotacji.

3. Adekwatność i realność stawek jednostkowych.

Stawki jednostkowe powinny odpowiadać stawkom rynkowym występującym w danym regionie Polski. Do ich określenia najlepiej uprzednio przeprowadzić rozeznanie cenowe wśród lokalnych przedsiębiorców. Przykładowe ceny za dane usługi znajdziesz w Internecie lub dzwoniąc do firm oferujących poszczególne towary.

Stosujcie określone w Regulaminie stawki za godzinę pracy w ramach wolontariatu lub pracy społecznej członków organizacji:

- w przypadku prac administracyjnych i pomocniczych godzina pracy wyceniona jest na 30 zł,

- w przypadku prac ekspertów i specjalistów godzina pracy wyceniona jest na 100 zł.

4. Wysokość kosztów obsługi zadania odpowiadająca znaczeniu i jakości projektu.

W zależności od specyfiki zadania, ilości działań i zakładanych rezultatów powinniście odpowiednio oszacować ilość pracy i nakładów rzeczowych, które będziecie musieli wykorzystać do ich obsługi i realizacji. Pamiętajcie, że istotą projektu są działania merytoryczne, które zaplanowaliście. Ekspert oceniając to kryterium weźmie pod uwagę wydatki, które wykazaliście w Kategorii II - kosztach obsługi zadania publicznego. Co prawda limit na tę kategorię stanowi 30 % wartości dotacji, jednak nie zawsze wskazane jest wykorzystywanie całego limitu, zwłaszcza przy mniej złożonych projektach.

5. Przejrzystość konstrukcji budżetu.

Aby spełnić to kryterium pamiętajcie o właściwym opisie rodzaju poszczególnych kosztów oraz prawidłowym wyborze rodzaju miary. Opis rodzaju kosztu nie może być zbyt ogólny, co oznacza że nie powinniście wpisywać w nim całych zadań, ale wcześniej rozpisane czynności, które pociągają za sobą wydatki. Bądźcie precyzyjni. Przykładowo częstym błędem jest wpisywanie w rodzaju kosztu opłat bankowych. Ekspert zakwestionuje taką pozycję, ponieważ nie będzie miał pewności, czy wydatek dotyczy niekwalifikowalnych kosztów obsługi konta bankowego, czy kwalifikowalnych kosztów przelewów.

W opisie nie powinniście powtarzać kalkulacji kosztu, który pojawi się w części finansowej kosztorysu. Przykładowo, jeżeli chcemy wprowadzić pozycję na wynagrodzenie trenera w wysokości 150 zł za godzinę, w rodzaju kosztu wpisujemy tylko: wynagrodzenie trenera. W

dalszej części wybieramy ilość jednostek czyli liczba godzin pracy trenera: np. 8 oraz koszt jednostkowy: 150 oraz rodzaj miary: godzina.

L.p.	Rodzaj kosztów	Ilość jednostek	Koszt jednostkowy (w zł)	Rodzaj miary
I.	**Koszty merytoryczne**			
	1. Wynagrodzenie trenera	8	150	godzina

Kalkulacja może pojawić się w opisie rodzaju kosztu w przypadku przyjęcia ogólnej jednostki miary np. jeżeli w kalkulacji pracy koordynatora wpisujecie rodzaj miary miesiąc. W opisie możecie zawrzeć informację, że miesięczny wymiar pracy wyniesie 60 godzin lub ½ etatu. Sposób wyliczenia poszczególnych wydatków możecie również wyjaśnić w części: „Uwagi, które mogą mieć znaczenie przy ocenie kosztorysu".

L.p.	Rodzaj kosztów	Ilość jednostek	Koszt jednostkowy (w zł)	Rodzaj miary
II.	**Koszty obsługi zadania publicznego**			
	1. Koordynator projektu ½ etatu	8	1600	miesiąc
	2. Obsługa finansowa (20h/miesiąc)	4	600	miesiąc

Dla przejrzystości kosztorysu pamiętajcie również, że nie należy zamieszczać w jednej pozycji, nawet jeżeli dotyczy tej samej czynności, kosztów pokrywanych z dotacji lub finansowych środków własnych oraz pokrywanych z wkładu osobowego. Te dwa źródła finansowania powinny zostać rozdzielone.

Pamiętajcie również o prawidłowym wypełnieniu tabeli dotyczącej przewidywanych źródeł finansowania zadania publicznego pod kosztorysem. Należy odpowiednio rozpisać w niej wkład własny wnioskodawcy. Uzupełniając dane dotyczące pochodzenia finansowych środków własnych, pamiętajcie, aby kwoty były zgodne z kwotami z kosztorysu.

3. Przewidywane źródła finansowania zadania publicznego

Planowane źródła finansowania	PLN	%
1 Wnioskowana kwota dotacji	100000	71.14
2 Finansowe środki własne	2160	1.54
3. Środki finansowe z innych źródeł ogółem (środki finansowe wymienione w pkt. 3.1-3.3)	20000	14.23
3.1 Wpłaty i opłaty adresatów zadania	0	0
3.2 finansowe środki z innych źródeł publicznych (w szczególności: dotacje z budżetu państwa lub budżetu jednostki samorządu terytorialnego, funduszy celowych, środki z funduszy strukturalnych)	20000	14.23
3.3 pozostałe	0	0
4. Wkład osobowy (w tym świadczenia wolontariuszy i praca społeczna członków)	18400	13.09
Ogółem	140560	100%

VI. INFORMACJE DODATKOWE

WAŻNE! W konkursie FIO w 2016 r. wyodrębnione zostały dwa **KOMPONENTY** realizowane w odrębnym trybie:

- **W priorytecie 3** wyodrębniono **Komponent Wsparcia Działań Strażniczych**, w ramach którego dofinansowane powinny być modelowe projekty wspierające aktywności zmierzające do systemowych zmian w funkcjonowaniu instytucji państwa, poprzez obywatelską kontrolę działań władz publicznych lub obywatelską kontrolę etyki działań wielkiego biznesu, w tym wszelkie inne przedsięwzięcia zmierzające do równego dostępu do realizacji praw (patrz: *Regulamin str. 32).*

- **W priorytecie 4** wyodrębniono **Komponent Działań Systemowych,** w ramach którego dofinansowane mogą być jedynie oferty odpowiadające na 4 tematy (patrz: *Regulamin str. 33)*:

  1. Działania – na poziomie ogólnopolskim - na rzecz większego wykorzystania gwarantowanego czasu antenowego na kampanie społeczne.
  2. Wypracowanie bezpiecznego modelu zabezpieczania finansowego realizacji projektów przez organizację pozarządowe.
  3. Wsparcie dla organizacji realizujących projekty w zakresie działań strażniczych.
  4. Wprowadzanie mechanizmów wzmacniających i upodmiatawiających adresatów działań (w tym członków) organizacji pozarządowych poprzez zwiększenie ich autentycznej roli w planowaniu i recenzowaniu działań organizacji.

JAK OTRZYMAĆ DODATKOWE PKT W KONKURSIE FIO?

Dodatkowe pkt. (max. 15 pkt.) możecie otrzymać za **spełnienie kryteriów strategicznych**. Zapoznajcie się z nimi czytając *Regulamin (str. 17 - 18)* przed złożeniem oferty. Punkty za kryteria strategiczne przyznawane będą na podstawie oświadczeń składanych w ramach oferty.

Punkty za kryteria strategiczne nie obowiązują w Komponencie Wsparcia Działań Strażniczych oraz w Komponencie Działań Systemowych!

KTO OCENIA OFERTY W KONKURSIE FIO?

Oceną ofert w konkursie FIO zajmują się **eksperci** wyłonieni w procedurze naboru, zweryfikowani przez ministra właściwego ds. zabezpieczenia społecznego, na podstawie rezultatów ich dotychczasowej pracy eksperckiej. Dane ekspertów oceniających poszczególne oferty nie są jawne.

Eksperci dokonują oceny merytorycznej na podstawie wytycznych zawartych w karcie oceny merytorycznej (zapoznajcie się z kartą oceny: *Załączniki do Regulaminu str. 43-53*).

W Komponencie Wsparcia Działań Strażniczych oraz w Komponencie Działań Systemowych oferty podlegają ocenie **Zespołu Oceny Projektów (ZOP).**

KTO ZAJMUJE SIĘ OBSŁUGĄ KONKURSU FIO?

Konkurs FIO obsługują pracownicy Departamentu Pożytku Publicznego w Ministerstwie Pracy i Polityki Społecznej. Departament zajmuje się przesłaną przez oferentów dokumentacją od momentu jej wpłynięcia do Ministerstwa, do czasu zakończenia realizacji zadania publicznego objętego dofinansowaniem. Departament obsługuje infolinię, skrzynkę pocztową oraz stronę na facebooku.

Najczęściej zadawane pytania

Zanim zdecydujecie się zadać pytanie pracownikom Departamentu zapoznaj się z listą **NAJCZĘŚCIEJ ZADAWANYCH PYTAŃ**, możliwe że odpowiedź na Twoje pytanie znajduje się na tej liście. Lista pytań wraz z odpowiedziami publikowana jest na stronie internetowej: http://www.pozytek.gov.pl

Jak skontaktować się z pracownikami Departamentu w sprawie FIO?

- dzwoniąc na nr infolinii FIO (022) 693 49 70
- wysyłając maila na adres:**fio@mpips.gov.pl** lub **pozytek@mpips.gov.pl.**

GDZIE ZNAJDZIECIE INFORMACJE nt. KONKURSU FIO?

- **na stronie internetowej www.pozytek.gov.pl** (zakładka DZIAŁANIA/FIO),
- **na facebooku: www.pl-pl.facebook.com/funduszinicjatywobywatelskich.**

Mamy nadzieję, że przedstawiony przewodnik będzie pomocny w konstruowaniu ofert i w realizacji projektów. Dostosowany jest on realnie do Waszych potrzeb. Zawiera wszystkie niezbędne informacje, które ułatwią przygotowanie ofert. Jest to baza, która może być przez Was poszerzana i wzbogacana materiałami własnymi. Staraliśmy się przedstawić informacje w sposób zrozumiały i czytelny dla wszystkich chętnych organizacji podejmujących się tego zadania. Zaangażowanie wielu organizacji w realizację projektów, zarówno tych z doświadczeniem, jak i tych, które rozpoczynają swoją działalność będzie potwierdzeniem słuszności kierunku naszych działań.