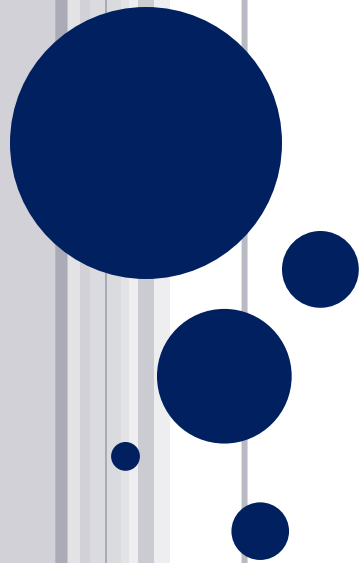


# FORRÁSSZERVEZÉS



# FORRÁSSZERVEZÉS

- Anyagi fedezet megteremtése különféle módszerekkel, folyamatokkal.
- Ennek során mások figyelmét felhívjuk arra, hogy a szervezetünk megérdemli a támogatást, az ösztönzést.
- Hosszú partneri, támogatói viszony alakulhat ki, mely biztosítja a szervezetünk működését és programjainak megvalósítását.



# A FORRÁSSZERVEZÉS LÉPÉSEI:

- I. Forrásszervezési célok meghatározása
- II. A lehetséges források feltérképezése
- III. A források „becserkészése”
- IV. A forrásszervezési terv véglegesítése, megvalósítása
- V. A forrásszervezési folyamat értékelése



# I. FORRÁSSZERVEZÉSI CÉLOK MEGHATÁROZÁSA

1. Stratégia: a szervezet küldetéseiről, értékeiről, céljairól, és ezeknek a megvalósításának módjairól. **Forrást ezek megvalósításához keresünk, nem a meglévő forráshoz „idomítjuk” a céljainkat!**
2. Meg kell nézni a szervezet jelenlegi pénzforrásait, ez alapján mérjük fel a szükségleteinket a szervezeti célok, vagy egyes tevékenységek megvalósításához. Az ellenőrzést elvégezhetjük szervezeti szinten (bevétel és forrásigény felméréssel), vagy projekt szinten (egy projekthez kapcsolódóan).
3. Meg kell határozni a jövőbeni kiadásokat (rezsi), ebből levonni a biztos forrásokat. A maradék összeget kell megszerezni forrásszervezéssel.

# I. FORRÁSSZERVEZÉSI CÉLOK MEGHATÁROZÁSA

4. Meg kell határozni, hogy a célok milyen időtávra vonatkoznak, ezzel eldönthetjük, hogy folyamatos, vagy egyszeri forrásszervezési munkáról van szó.
5. Határozzuk meg a célokat számszerűsítve, konkrétan, röviden írásban, hogy a forrást mire szeretnénk felhasználni. Ezt a *mit csinálunk?*, *miért?*, *kinek/kiért?*, *miért, pont mi?*, *hogyan?*, *mikor?*, *hol?*, *mennyiért?* kérdések megválaszolásával tehetjük meg.
6. Fontos az igény, valamint az elérendő eredmény pontos megfogalmazása és bemutatása.
7. Írjunk költség- és ütemtervet, melyben tüntessük fel a már meglévő pénzügyi és emberi erőforrásokat.

## II. A LEHETSÉGES FORRÁSOK FELTÉRKÉPEZÉSE

- Fel kell mérni, hogy mennyi esély van a forrás megszerzésére: mit várnak el tőlünk, milyen követelményeknek, vagy igényeknek kell megfelelni, vagy miért kapnánk pontot.
- A lehetséges források tekintetében több lábra támaszkodjunk: ha csak egy forrásunk van, sérülékennyé válhat a szervezet a források elapadásával.



# MI HATÁROZZA MEG AZT, HOGY A SZERVEZET MILYEN FORRÁSOKHOZ FÉR HOZZÁ?

- Milyen a szervezeti formája (pl. alapítvány vagy egyesület);
- Hol fejti ki tevékenységét (pl. vidéken, Budapesten, országosan, nemzetközileg, helyi közösségben);
- Milyen tevékenységet folytat (pl. beteg gyermekekkel foglakozik, környezetvédelmi tevékenységet folytat, vagy egy híres építész emlékét ápolja);
- Milyen ismeretségi körrel vagy ismertséggel rendelkezik;
- Milyen infrastruktúrával (munkaerő, iroda, számítástechnika stb.) rendelkezik, azaz mekkora projektek megvalósítására képes;
- Van-e valamilyen értékesíthető szolgáltatása vagy terméke.



### III. A FORRÁSOK „BECSERKÉSZÉSE”

Történhet:

- magánszemélyek adományaiból,
- cégek adományaiból,
- állami támogatásokból (európai uniós vagy hazai költségvetési forrásból), ezek lehetnek:
  - feladatfinanszírozó vagy egyéb költségvetési támogatások,
  - programtámogatások vagy működési támogatások,
  - különböző célok mellé rendelt támogatások,
- önkormányzati támogatásokból,
- a személyi jövedelemadó kötelezettséget teljesítő adózók 1%-os felajánlásaiból.





# EGYÉNI ADOMÁNYOK GYŰJTÉSE

1. **Célcsoport feltérképezése:** kik érdeklődnek a téma iránt, mi motiválja az adományozást, mik a legfőbb jellemzőik.
2. Be kell tartani az adománygyűjtési szabályokat: pl. az adományozás önkéntes, nem járhat mások zavarásával.
3. Az adományozók ismeretlen rászorulókat akarnak segíteni. Egyházi, vallási, szociális és egészségügyi szervezeteket támogatnak inkább, de kulturális, oktatási, sport- és szabadidős tevékenységekre is szívesen áldoznak.
4. Az adományozók kisebb összegeket (1000-5000,- Ft között) adományoznak éves szinten.



# EGYÉNI ADOMÁNYOK GYŰJTÉSE

5. Egyéni adományozók: A statisztikák alapján nagyobb arányban nők, illetve a 31-40 éves korosztályba tartozók, a családok, a felsőfokú végzettségűek és az aktív keresők között a legjellemzőbb az adakozás.
6. A szervezetet pénzbeli (csekken befizetett, vagy számlaszámra küldött, online adományozott, vagy gyűjtődobozba dobott), vagy tárgyi eszközökkel (ruhák, bútorok), esetleg szolgáltatással (pl. szakértői tevékenységgel) támogathatják.
7. A támogatás felhasználásáról az adományozó felé be kell számolni, ha ismert a kiléte. Ezen felül nyilvánosan is tájékoztatást kell adni a szervezet honlapján, vagy hírlevélben.



# MILYEN MÓDSZEREKKEL ÉRHETJÜK EL A LEHETSÉGES ADOMÁNYOZÓKAT?

- ❑ **Eseményekhez kötődő forrásszervezési akciók** (pl. árverések, sportesemények, színházi esték, koncertek, meghívásos estélyek, partik, táncos rendezvények, vásárok, divatbemutatók, kiállítások, gyűjtőakciók);
  - ❑ **Személyes, postai, telefonos, emailes megkeresés** (pl. bekopogtatás, utcai meggyőzés, részvétel rendezvényeken, konferenciákon, találkozók, névre szóló levelek /emailek, telefonos megkeresés, személyes felkeresés, közösségi portálok, hírlevelek);
  - ❑ **Közterületen elhelyezett adománygyűjtő dobozok, urnák;**
  - ❑ **Fizetett vagy ingyenes hirdetések, reklámeszközök** (pl. újsághirdetés, óriásplakátok, plakátok, szórólapok, rádió és tv spotok, online hirdetések, bannerek, kiadványokban szereplő hirdetések, belépőjegyeken, meghívókon stb. elhelyezett hirdetések, hírlevelek);
  - ❑ **Támogatói klubok, körök létrehozása** (pl. pártfogói tagság, támogatói körök, örökbefogadás);
  - ❑ **Sajtómegjelenések, cikkek;**
  - ❑ **Nyilvános adatbázisok** (pl. [nonprofit.hu/szervezetek](http://nonprofit.hu/szervezetek), [adhat.hu](http://adhat.hu));
  - ❑ **Hagyaték;**
  - ❑ **Online adománygyűjtés** (saját honlap, [adhat.hu](http://adhat.hu));
  - ❑ **Telefonos adománygyűjtés** (emelt díjas telefonszám, sms küldés)
- 

# VÁLLALATI ADOMÁNYOK GYŰJTÉSE


Adakozási szempontok a vállalatok/vállalkozások esetén:

- Személyes kötődés, szolidaritás, érzelmi érintettség;
- Racionálisabb oldalról:
  - A szervezet kérelme egybeessen a cég által támogatott területtel;
  - A támogatandó szervezet bizonyos jogi, pénzügyi, adminisztratív feltételeknek feleljen meg;
  - A támogatandó szervezet szakmailag megbízható legyen;
  - A szervezet célcsoportja egybe essen a vállalat célcsoportjával;
  - A támogatni kívánt ügynek nagy legyen a társadalmi támogatottsága.

**Természetesen az adománygyűjtésre vonatkozó szabályokat itt is be kell tartani!**



# A VÁLLALATI TÁMOGATÁS MÓDJAI:

- **Adományozás** (pénz, természetbeni, szolgáltatás, stb.) esetében a támogató ellenszolgáltatás nélkül biztosítja adományát. A vállalatot, ha a törvényi előírások szerinti adományt nyújt, társasági adókedvezmény illeti meg.
  - **Szponzoráció:** ennek a formának a közvetlen célja az, hogy a vállalat részére reklám lehetőséget biztosítson. Ennek érdekében a szervezetnek és a vállalatnak meg kell állapodnia egy szerződés keretein belül arról, hogy hogyan kell a szponzoráció fejében a szponzorról kommunikálnia /pl. a logójának meg kell jelennie a szórólapokon, plakátokon stb. Jó ha tudjuk, hogy az számunkra vállalkozási bevétel lesz (hirdetési szolgáltatás), ellentétben az adománnyal/.
  - **Mecenatúra:** vállalat esetében a mecenatúra nem tér el nagyban a vállalati adományozástól (elsősorban pénzbeli), de általában kulturális célra, projektekre, alkotói tevékenységekre jutatott, szabad felhasználású adományokról van szó. Klasszikus értelemben a mecénások elsősorban magánszemélyek.
- 

# A VÁLLALATI TÁMOGATÁS FORMÁI:

- **Pénztámogatás:** pl. adományok vagy pályázati pénz a vállalat alapítványán keresztül. Ezek forrása származhat a vállalat költségvetéséből vagy a vállalati dolgozók felajánlásaiból.
- **Tárgy és természetbeni adományok:** pl. termékek, szolgáltatások, reprezentációs és ajándéktárgyak, ingyenes vagy kedvezményes ingatlan-, iroda-, járműhasználat, leselejtezett számítógépek, bútorok, reklámfelületek stb.
- **Egyéb szakmai (pro bono) szolgáltatások:** pl. könyvelési, könyvvizsgálati, pénzügyi, adminisztratív, jogi, forrásszervezési illetve marketing és PR támogatás és tanácsadás.
- **Önkéntesség:** a vállalat munkatársai önkéntes munkát vállalnak a civil szervezetnél.
- **Cause-related marketing** (nemes üggyhöz kapcsolódó marketing): ebben az esetben a vállalat a termék vagy szolgáltatás értékesítését szeretné megnövelni, miközben támogat egy társadalmilag fontos ügyet (pl. minden termék árából 2 forintot egy gyermekmentő szolgálat támogatására fordít).

# TIPIKUS VÁLLALATI ADOMÁNYOK GYŰJTÉSÉRE HASZNÁLATOS MÓDSZEREK

- Eseményekhez kötődő forrásszervezési akciók (pl. árverések, sportesemények, színházi esték, koncertek, meghívásos estélyek, partik, táncos rendezvények, divatbemutatók, kiállítások);
- Személyes, postai, telefonos, emailes megkeresés (pl. bekopogtatás, utcai meggyőzés, részvétel rendezvényeken, konferenciákon, találkozók, névre szóló levelek /emailek, telefonos megkeresés, személyes felkeresés, közösségi portálok, hírlevelek.);
- Vállalatok irodaépületeiben elhelyezett adománygyűjtő dobozok, urnák;
- Fizetett vagy ingyenes hirdetések, reklámeszközök
- Támogatói klubok, körök létrehozása (pl. pártfogói tagság, támogatói körök, örökbefogadás, végy egy téglát);
- Sajtómegjelenések, cikkek;
- Nyilvános adatbázisok (pl. Nonprofit Önarckép, adhat.hu)



# TÁMOGATÁSOK

- **Feladatfinanszírozást szolgáló költségvetési támogatás:** valamely közfeladat államháztartáson kívüli ellátása a szervezet által, valamint e feladat ellátásához közvetlenül kapcsolódó, arányos működési költségeket finanszírozó költségvetési támogatás.
- **Költségvetési támogatás:** az államháztartás alrendszeri terhére nyújtott pénzbeli vagy nem pénzbeli juttatás, amelyet a támogató nem elsősorban ellenszolgáltatás ellenében, de konkrét program megvalósítása vagy meghatározott időszakban a támogatott szervezet működtetése érdekében nyújt.





## Költségvetési támogatások:

- ❑ a pályázat útján, valamint egyedi döntéssel kapott költségvetési támogatás;
- ❑ az Európai Unió strukturális alapjaiból, illetve a Kohéziós Alapból származó, a költségvetésből juttatott támogatás;
- ❑ az Európai Unió költségvetéséből vagy más államtól, nemzetközi szervezettől származó támogatás;
- ❑ a személyi jövedelemadó meghatározott részének az adózó rendelkezése szerint felajánlott összege (1%).



# MI A KÜLÖNBSÉG PÁLYÁZAT ÉS TÁMOGATÁS KÖZÖTT?

A költségvetési támogatás olyan **pénzbeli vagy nem pénzbeli juttatás** (az államháztartás alrendszeri terhére), amely nem elsősorban ellenszolgáltatás ellenében, hanem **konkrét program megvalósításához vagy működésre nyújtható.**

A költségvetési támogatás például a **pályázat vagy egyedi döntés alapján juttatott forrás**, de ilyennek minősül a személyi jövedelemadó 1%-ának felajánlása is.

A pályázat tehát a támogatás odaítélésének egy **formája.**



# ÖNKORMÁNYZATI TÁMOGATÁS

- **Kizárólag a nyilvántartásba vett, bejegyzett civil szervezetek részesülhetnek, akik a törvényben meghatározott módon beszámolójukat az Országos Bírósági Hivatal részére benyújtották és letétbe helyezték (Civil Tv. 75. § (1) bekezdés). Ez alól kivételt csak a 2004. évi I. tv. hatálya alá eső sportszervezetek képeznek.**
- **Közvetlen politikai tevékenységet nem folytathat a szervezet, és a támogatást olyan feladatellátásra vagy olyan programok szervezésére fordítja, amely a helyiek, vagy az ott tartózkodók (idegenforgalom) érdekeit szolgálja.**
- **Egyéb feltételekben az önkormányzat saját hatáskörében dönthet.**



# AZ 1 %-OS KAMPÁNYOK

A kampány előkészítése:

- A vonatkozó törvények és útmutatók megismerése.
- A szervezet lehetőségeinek felmérése.
- A várható bevétel megbecslése. (Ez határozza meg, hogy milyen módszerrel kampányolunk, és mennyit fordítunk erre.)
- A felajánlott támogatásokat mindenképpen el kell fogadni!
- Rendszeresen hírt kell adni a szervezet tevékenységéről, kapcsolatot tartani, és építeni a potenciális támogatókkal, és fel kell tüntetnie az adószámát minden megjelenésében.
- Tájékozódni kell más szervezetek kampányairól, annak eredményéről.
- Célszerű ötleteket gyűjteni sikeres szervezetektől.



## AZ 1%-OS KAMPÁNY:

- Tiszta, világos – könnyen érthető, vagyis legyen egyértelmű, mire is kell a támogatás;
- Rövid – könnyen és gyorsan közvetíthető;
- Célcsoporthoz, kommunikációs eszközhöz igazított;
- Egyedi – azonosítható. Emelje ki a szervezetet a többi üzenet közül, azonosítsa a szervezetet a missziója, vagy a kiszolgált kedvezményezettek által.
- Tegye világossá, hogy ez kifejezetten az 1%-hoz kötődik.
- Tegye világossá, mit kell tennie a felajánlónak.
- Tegye világossá, hogy a felajánlók számára nem kerül pénzbe az adomány.



# MÓDSZEREK AZ 1%-OS KAMPÁNY CÉLCSOPORTJÁNAK ELÉRÉSÉRE

- Személyes, postai, telefonos, emailes megkeresés (pl. részvétel rendezvényeken, konferenciákon, találkozók, névre szóló levelek /emailek, telefonos megkeresés, személyes felkeresés, közösségi portálok, hírlevelek);
- Fizetett vagy ingyenes hirdetések, reklámeszközök (pl. újsághirdetés, óriásplakátok, plakátok, szórólapok, rádió és tv spotok, online hirdetések, bannerek, kiadványokban szereplő hirdetések, belépőjegyeken, meghívókon stb. elhelyezett hirdetések, hírlevelek, freecardok);
- Sajtómegjelenések, cikkek;
- Nyilvános adatbázisok (pl. Adhat Adatbázis az [adhat.hu](http://adhat.hu)-n);
- Online adománygyűjtés (saját honlap, [adhat.hu](http://adhat.hu));



# IV. A FORRÁSSZERVEZÉSI TERV VÉGLEGESÍTÉSE, MEGVALÓSÍTÁS

## A forrásszervezési terv:

- A célok és alcélok pontos, számszerűsíthető megfogalmazása;
- Az egyes célokhoz kapcsolódó célcsoportok, kommunikációs és forrásszervezési módszerek meghatározása;
- A céltól, célcsoporttól és módszertől függő üzenet, illetve összefoglaló megfogalmazása;
- Ütemterv készítése: a feladatok, felelősök és emberi erőforrásigény (munkatársak, önkéntesek, külső szakemberek), valamint a határidők meghatározásával;
- Költségvetés készítése: a költségek, illetve az egyes eszközöktől várt bevételek feltüntetésével.

**A tervek megvalósítása során minden esetben  
törekedni kell a vonatkozó jogszabályok  
maradéktalan betartására!**



# V. A FORRÁSSZERVEZÉSI FOLYAMAT ÉRTÉKELÉSE

Lépései:

1. Az elért eredményeket a szervezet által a folyamat elején meghatározott célokhoz viszonyítjuk. Pl.:
  - a) a megcélzott csoportok milyen számban és összegben adtak forrást a várthoz képest;
  - b) az alkalmazott módszerek mennyire voltak hatékonyak, a befektetett pénz milyen mértékben térült meg.
2. Információszerzés arra vonatkozóan, hogy a versenytársak milyen eszközökkel, milyen eredményeket tudtak elérni.
3. Lezárása a jövőre vonatkozó következtetések levonásával történjék, kiemelve a forrásszervezési folyamat erősségeit és gyenge pontjait.







**KÖSZÖNÖM A MEGTISZTELŐ  
FIGYELMET!**

