

WEBINAR

ngo.pl

Jak przygotować dobry wniosek o dotację

Aneta Krawczyk
poradnik.ngo.pl



WEBINAR PROWADZI

**Aneta Krawczyk**

Od ponad 20 lat związana z warszawskim sektorem organizacji pozarządowych, członkini zespołu poradnik.ngo.pl, prezeska Federacji Centrum Szpitalna. Koordynatorka kilkunastu edycji Inkubatora dla organizacji pozarządowych – rocznego projektu edukacyjno-rozwojowego dla młodych organizacji.

Doradza i szkoli w zakresie zakładania oraz prowadzenia organizacji pozarządowych: formalno-prawnych aspektów działalności, tworzenia projektów i wniosków o dotacje. Autorka publikacji, artykułów poradniczych dla stowarzyszeń i fundacji.



Plan spotkania – trzy kamienie milowe dobrego wniosku o dotację

CZĘŚĆ 1

Ogłoszenie konkursowe

- Jak je czytać i co z niego wynika

CZĘŚĆ 2

Projekt

- Dobry projekt to dobry wniosek. Jak włożyć nasz pomysł w ramy projektu?

CZĘŚĆ 3

Wniosek

- Wypełnienie formularza wniosku. Na co zwrócić uwagę? Jakich błędów unikać?

WEBINAR Jak przygotować dobry wniosek o dotację

ngo.pl

Ogłoszenie konkursowe

Krok 1

Zapoznaj się z zapisami ogłoszenia konkursowego, wytycznymi dla wnioskodawców

- jakie to zadanie
- jaki jest termin jego realizacji
- jaka kwota jest przeznaczona na konkurs
- cel zadania
- sposób jego wykonania
- rezultaty (oczekiwane lub przykładowe)
- inne obowiązkowe warunki (np. można pobierać opłaty od beneficjentów lub nie, wymagania dotyczące dostępności)
- koszty kwalifikowane/niekwalifikowane
- informacje o sposobie przygotowania oferty (w tym o wymaganych załącznikach)
- informacje sposobie i terminie złożenia wniosku

ngo.pl



Zapoznaj się z kryteriami oceny formalnej wniosku

Przykładowe kryteria formalne (zadanie publiczne)

1. Oferta realizacji zadania publicznego została złożona w Generatorze Wniosków w terminie określonym w ogłoszeniu konkursowym.
2. Oferta spełnia wymogi określone w ogłoszeniu konkursowym dotyczące dopuszczającej liczby złożonych ofert przez jedną organizację. Pod uwagę brana jest kolejność ofert złożonych w Generatorze Wniosków.
3. Oferent jest organizacją pozarządową lub innym podmiotem, o którym mowa w art. 3 ust. 3 ustawy z dnia 24 kwietnia 2003 roku o działalności pożytku publicznego i o wolontariacie. /Oferenci są organizacjami pozarządowymi lub innymi podmiotami, o których mowa w art. 3 ust. 3 ustawy z dnia 24 kwietnia 2003 roku o działalności pożytku publicznego i o wolontariacie.
4. Oferta i obowiązkowe załączniki wypełnione zostały w języku polskim albo zostały przetłumaczone na język polski (wystarczające jest tłumaczenie zwykłe).
5. Do oferty załączone zostały:
 - w przypadku, gdy oferent nie podlega wpisowi w Krajowym Rejestrze Sądowym oraz w ewidencjach prowadzonych przez Prezydenta m.st. Warszawy – kopia aktualnego wyciągu z innego rejestru lub ewidencji, ewentualnie inny dokument potwierdzający status prawny oferenta. Odpis musi być zgodny ze stanem faktycznym i prawnym, niezależnie od tego, kiedy został wydany
 - kopia umowy lub statutu spółki - w przypadku gdy oferent jest spółką prawa handlowego, o której mowa w art. 3 ust. 3 pkt 4 ustawy z dnia 24 kwietnia 2003 r. o działalności pożytku publicznego i o wolontariacie.

Krok 3

Zapoznaj się z kryteriami oceny merytorycznej wniosku

Kryteria oceny merytorycznej (zadanie publiczne), przykład 1

Lp.	Kryterium	Maksymalna liczba punktów	Przyznana liczba punktów
Ia.	Proponowana jakość wykonania zadania	33	
Ib	Kwalifikacje osób, przy udziale których oferent będzie realizować zadanie	18	
II.	Możliwość realizacji zadania publicznego przez oferenta	28	
III.	Przedstawiona kalkulacja kosztów realizacji zadania publicznego, w tym w odniesieniu do zakresu rzeczowego zadania	18	
IV–V.	Udział innych środków finansowych planowany na realizację zadania publicznego lub/i wkład rzeczowy, osobowy, w tym świadczenia wolontariuszy i praca społeczna członków (przy wspieraniu)	3	
RAZEM		100	

Krok 3

Kryteria oceny merytorycznej (zadanie publiczne), przykład 2

Lp.	Kryterium	Maksymalna liczba punktów	Przyznana liczba punktów
Ia.	Proponowana jakość wykonania zadania	50	
1.	Uzasadnienie potrzeby realizacji zadania, w tym przeprowadzona diagnoza sytuacji i potrzeb odbiorców zadania (np. badania, ankiety)	8	
2.	Zgodność odbiorców zadania z wymaganiami zawartymi w ogłoszeniu konkursowym	5	
3.	Opis odbiorców zadania oraz metody i narzędzia ich rekrutacji	8	
4.	Zgodność założonych rezultatów z celami zadania określonymi w ogłoszeniu konkursowym, realność osiągnięcia rezultatów i sposób monitoringu	9	
5.	Spójność, realność oraz szczegółowość opisu działań	7	
6.	Atrakcyjność (różnorodność) i jakość form realizacji zadania	8	
7.	Harmonogram realizacji zadania – spójny, adekwatny do poziomu złożoności i liczby zaplanowanych działań	5	
Ib.	Kwalifikacje osób, przy udziale których oferent będzie realizować zadanie	10	
1.	Kwalifikacje, kompetencje i doświadczenie osób zaangażowanych w realizację zadania	10	
II.	Możliwość realizacji zadania publicznego przez oferenta, w tym:	10	
1.	Zgodność oferty z rodzajem zadania publicznego wskazanym w ogłoszeniu konkursowym	10	
III.	Przedstawiona kalkulacja kosztów realizacji zadania publicznego, w tym w odniesieniu do zakresu rzeczowego zadania, w szczególności:	25	
1.	Racjonalność i niezbędność przedstawionych kosztów z perspektywy założonych działań	15	
2.	Adekwatność i realność wysokości przyjętych w kalkulacji stawek	10	
IV–V.	Udział innych środków finansowych planowany na realizację zadania publicznego lub/i wkład rzeczowy, osobowy, w tym świadczenia wolontariuszy i praca społeczna członków (przy wspieraniu):	5	
RAZEM		100	

**Podsumowując: dlaczego
ogłoszenie konkursowe jest
takie ważne?**

Ogłoszenie konkursowe

- Wskazuje organizacji, jakie zadanie publiczne chce realizować urząd, jaki problem chce rozwiązać donator.
- Podpowiada sposoby/metody realizacji tego, konkretnego zadania (czy np. dopuszcza pobieranie opłat od uczestników, mogą być wskazane działania, które mają się wydarzyć obowiązkowo albo mogą być podane przykładowe działania).
- Wskazuje oczekiwane rezultaty i/lub wskaźniki ich miary.
- Jest punktem wyjścia dla komisji konkursowej/oceniającej, która, rekomenduje oferty do dofinansowania.



Kilka wskazówek praktycznych

- Zawsze sprawdzaj, czy jest dostępne pełne ogłoszenie konkursu dotacyjnego (np. w formie zarządzenia, uchwały, albo wytyczne/podręcznik dla wnioskodawców). Nie wystarczy tylko informacja w generatorze lub na stronie, to zwykle skrót ogłoszenia i odesłanie do innego miejsca, gdzie jest pełna informacja.
- Na przeczytanie ogłoszenia poświęć odpowiednią ilość czasu, zaznacz najważniejsze informacje, zaglądaj do niego regularnie podczas pisania wniosku i po jego zakończeniu. Na koniec sprawdź, czy wszystkie ważne wytyczne zawarte w ogłoszeniu możesz łatwo odnaleźć w twoim wniosku. Tego będzie szukać komisja konkursowa.

ngo.pl



Kilka wskazówek praktycznych

- Jeśli to możliwe, daj do przeczytania ogłoszenie i swój wniosek innej osobie. Trzecie oko zawsze się przydaje!
- Jeśli to możliwe, weź udział w szkoleniu lub wydarzeniu na temat konkursu (jeśli organizuje je donator). W razie wątpliwości nie bój się zadać pytania, najlepiej w formie dokumentowej (np. mailowo).

ngo.pl

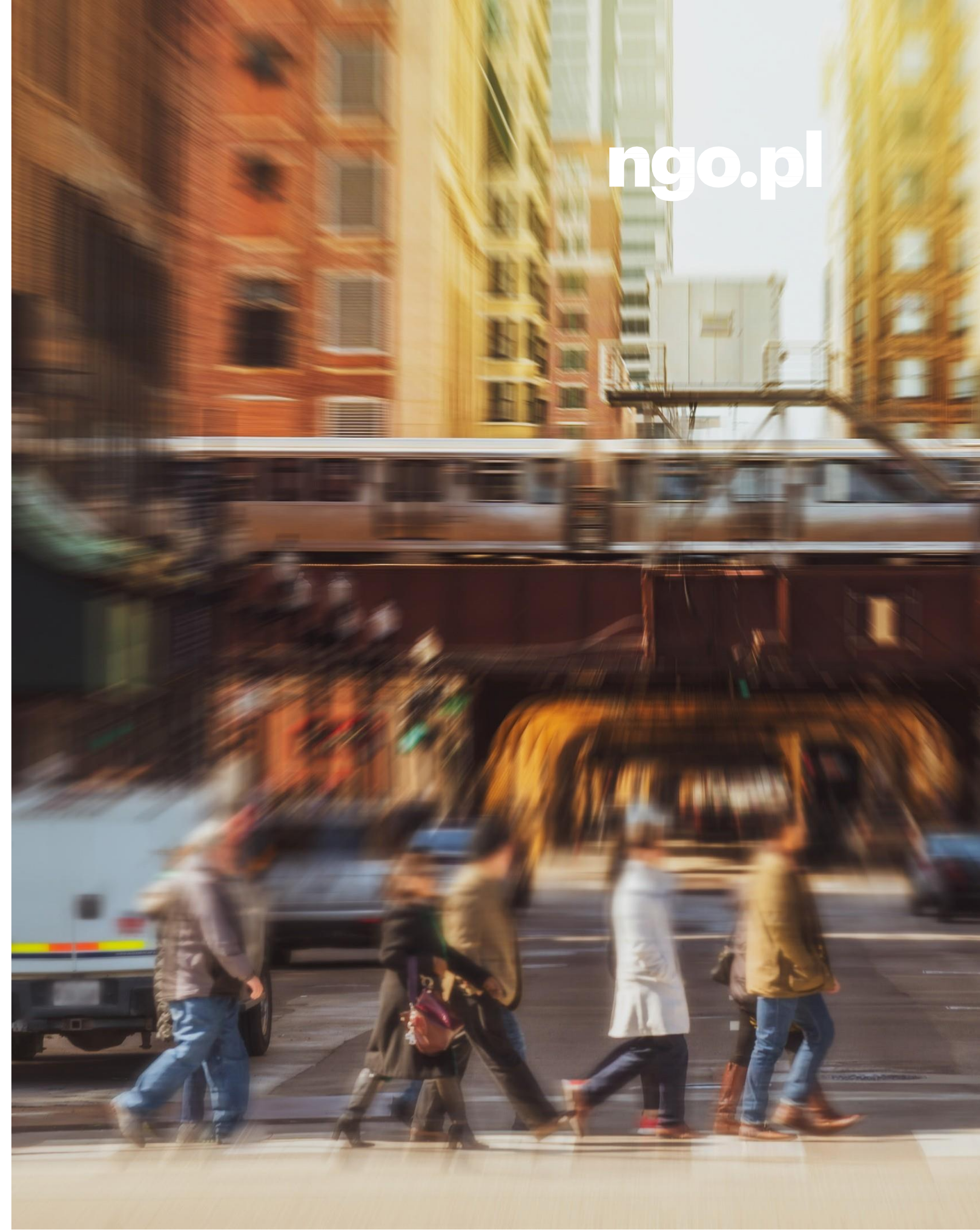


**Dobry projekt
= dobry wniosek**

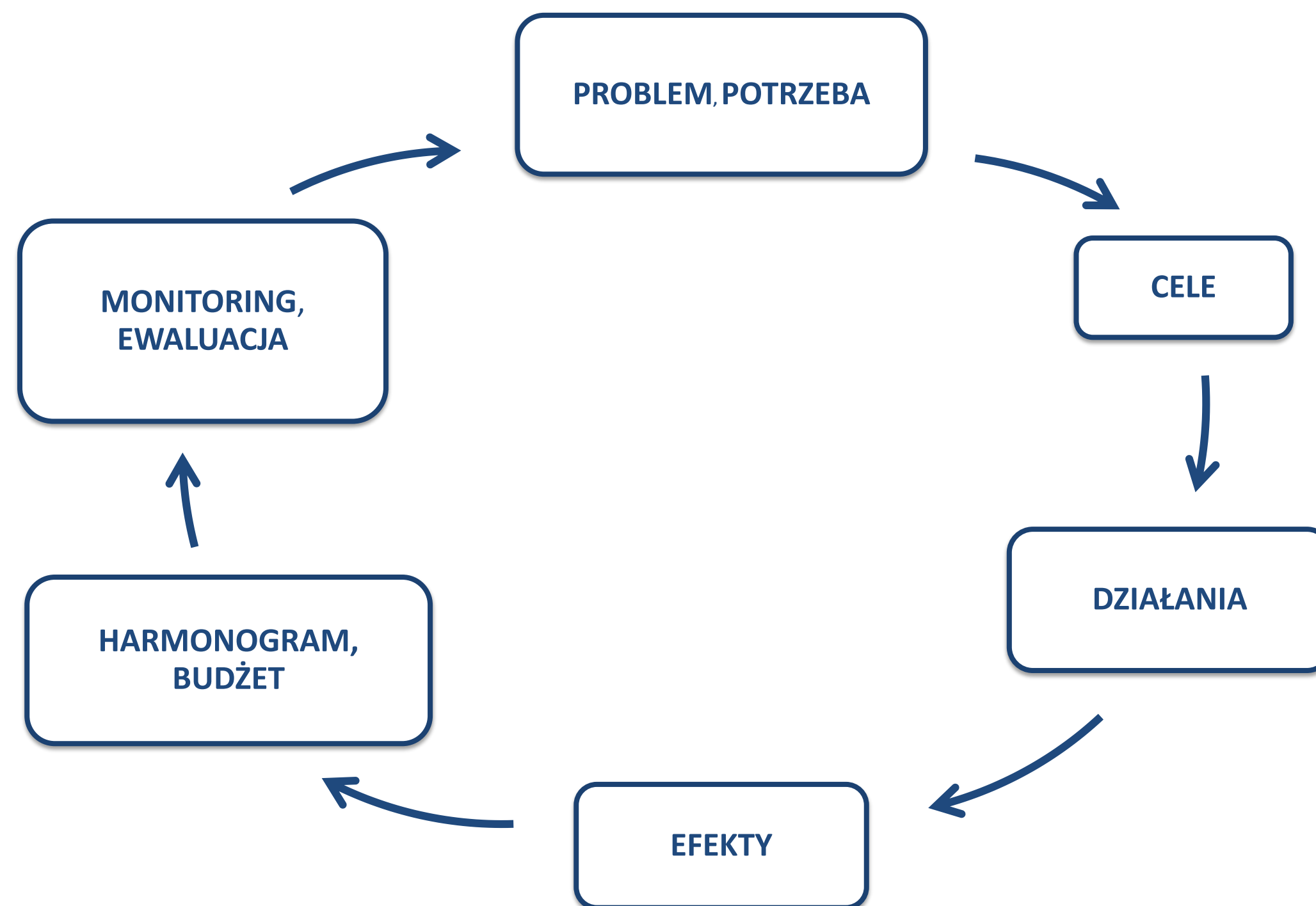
Projekt społeczny – czym właściwie jest?

1. Projekt jest metodą działania, rezultatem planowania. Prowadzi do zmiany społecznej.
2. Projekt jest przedsięwzięciem, które ma **początek i koniec**.
3. Jest to **proces zaplanowany** i kontrolowany, ma doprowadzić do pozytywnego skutku i tworzy nową jakość.

ngo.pl



Logika (cykl) projektu





Formularz wniosku o dotację

Wniosek o dotację: oferta na realizację zadania publicznego

ngo.pl

- I. Podstawowe informacje o złożonej ofercie (gdzie, do kogo, na jaki konkurs)
- II. Dane oferenta(-tów)
- III. Opis zadania
 1. Tytuł zadania publicznego
 2. Termin realizacji zadania publicznego
 3. Syntetyczny opis zadania
 4. Plan i harmonogram działań na rok
 5. Opis zakładanych rezultatów zadania publicznego
 6. Dodatkowe informacje dotyczące rezultatów zadania publicznego
- IV. Charakterystyka oferenta
 1. Informacja o wcześniejszej działalności oferenta, w szczególności w zakresie, którego dotyczy zadanie publiczne
 2. Zasoby kadrowe, rzeczowe i finansowe oferenta, które będą wykorzystane do realizacji zadania
- V. Kalkulacja przewidywanych kosztów realizacji zadania publicznego
 - V.A Zestawienie kosztów realizacji zadania
 - V.B Źródła finansowania kosztów realizacji zadania
- VI. Inne informacje
- VII. Oświadczenia

Kluczowe części oferty/wniosku

ngo.pl

- **Syntetyczny opis zadania w ofercie zadania publicznego** (należy wskazać i opisać: miejsce realizacji zadania, grupę docelową, sposób rozwiązywania jej problemów, zaspokajania potrzeb, komplementarność z innymi działaniami podejmowanymi przez organizację lub inne podmioty).
- **Albo streszczenie projektu lub skrócony opis projektu w innych wnioskach** (należy zrobić skrót całego projektu, w krótkich zwięzłych opisach, które w dalszej części wniosku będą rozwijane: diagnoza, cel, działania, harmonogram, zasoby, koszty, rezultaty).

Syntetyczny opis/streszczenie/uzasadnienie

ngo.pl

- **Diagnoza:** skąd wiemy o sytuacji/problemie/potrzebie? Np. z dotychczasowych doświadczeń, badań, raportów (sięgamy do dokumentów strategicznych, diagnoz czy innych materiałów, które pozwolą nam przekonująco nakreślić sytuację).
- **Odbiorcy**/grupa/-y docelowe: kim są, skąd o nich wiemy, ilu ich będzie, jak do nich dotrzemy, sposoby rekrutacji, plan promocji.
- **Miejsce** realizacji.
- **Cel:** może być określony w ogłoszeniu, możemy go rozwinąć.
- **Działania:** wymieniamy zaplanowane działania bez szczegółowych opisów, możemy podać wskaźniki liczbowe (liczbę szkoleń, porad, wydarzeń itp.).
- **Rezultaty:** wymieniamy zaplanowane rezultaty.

Częste błędy, trudności w pierwszej części wniosku

- Organizacje piszą, co im przyjdzie do głowy, nie na temat, albo bardzo obszernie, przez co na kolejnych etapach wniosku, nie wiedzą co napisać, albo powtarzają te same informacje. Nie róbmy tego!
- Brakuje obiektywnych danych, faktów, wiedzy na temat potrzeb grup docelowych, problemu i perspektywy np. lokalnej, jeśli są to działania lokalne.
- Brakuje szczegółowego opisu grupy docelowej, sposobu rekrutacji.
- NGO nie umieją pokazać komplementarności, nie mają wiedzy o tym co się dzieje wokół nich w tym temacie, nie widzą „większego obrazka”.

Plan i harmonogram w ofercie/wniosku

- Opisz krok po kroku, w porządku chronologicznym, całe zaplanowane przedsięwzięcie.
- Można pominąć opis miejsca, diagnozę sytuacji, opis rekrutacji, jeśli zostały opisane w części „Syntetyczny opis zadania”.
- Określ ramy czasowe każdego działania, pamiętając o czasie potrzebnym na jego przygotowanie i zakończenie.
- Podaj wskaźniki działań.
- W ofercie zadania publicznego uwzględnij podzlecenie, czyli zakup usług od podmiotów trzecich.
- Nie zapomnij o promocji i zarządzaniu projektem.
- Przy opisie poszczególnych działań wróć do ogłoszenia konkursowego, wytycznych i umiejętności, adekwatnie wpisz informacje, które uznałeś/-łaś za istotne, np. angażowanie wolontariuszy, opis współpracy z nimi, ubezpieczanie imprezy, wydarzeń, sprawdzenie wiarygodności osób pracujących z dziećmi i młodzieżą, standardy pracy (jeśli są stosowane albo wymagane) itd.

Plan i harmonogram w ofercie/wniosku

Częste błędy, trudności

- Forma tabelaryczna działań w ofercie zadania publicznego (wydaje się, że jest mało miejsca na szczegółowy opis).
- „Przenoszenie się” nazw działań do budżetu (problem z opisem koordynacji na tym etapie, bo w budżecie jest on pokazywany po stronie kosztów administracyjnych) w ofercie zadania publicznego.
- Konieczność „pamiętania” o wskazaniu grupy docelowej przy każdym działaniu w ofercie zadania publicznego.
- Zapominanie o „podzlecaniu” – czyli, wskazaniu jaki zakres działania będzie realizowany przez podmiot niebędący stroną umowy.

Opis zakładanych rezultatów w ofercie/wniosku

Należy opisać:

1. Co będzie bezpośrednim efektem (materialne „produkty” lub „usługi” zrealizowane na rzecz uczestników zadania) realizacji oferty?
2. Jaka zmiana społeczna zostanie osiągnięta poprzez realizację zadania?
3. Czy przewidywane jest wykorzystanie rezultatów osiągniętych w trakcie realizacji oferty w dalszych działaniach organizacji? (trwałość rezultatów zadania).



ngo.pl

Dodatkowe informacje o rezultatach zadania publicznego w ofercie/wniosku

ngo.pl

6. Dodatkowe informacje dotyczące rezultatów realizacji zadania publicznego (tzw. **tabela z rezultatami**).

- Nazwa rezultatu.
- Planowany poziom osiągnięcia rezultatów (wartość docelowa).
- Sposób monitorowania rezultatów/źródło informacji o osiągnięciu wskaźnika.

Rezultaty i wskaźniki, mierniki w ofercie/wniosku

- Rezultaty stanowią wynik waszych działań, ale nie można ich mylić z działaniami.
- Są kryteriami/efektami działań w projekcie, według których można określić jego skuteczność.
- Do ich oceny służą wskaźniki, które pozwolą nam określić na ile udało się osiągnąć efekty.
- Wskaźniki pokazują czy pożądana zmiana zachodzi i jak będziemy ją mierzyć.
- Wskaźniki można podzielić na ilościowe (np. przeszkolone osoby, materiały szkoleniowe, godziny doradztwa) i jakościowe (np. wzrost wiedzy, utrzymanie zaangażowania).

**Gdyby ktoś zapytał, jakie
są dowody na skuteczność
projektu, to co pokażecie?**

Sposób monitorowania rezultatów, narzędzia pomiaru

- testy wiedzy
 - listy obecności
 - pretesty i posttesty
 - testy sprawności
 - arkusze samooceny
 - kwestionariusz, ankiety
 - prace zaliczeniowe
 - repertuar wydarzeń
 - dokumentacja
zdjęciowa
- sprzedane bilety
 - rozdane wejściówki
 - scenariusz wywiadu
 - scenariusz spotkania
(lista pytań, zadań na
spotkaniu)
 - opis przypadku
 - arkusz obserwacji
- itp.



Praktyczne wskazówki do rezultatów

- Myślenie i pisanie o rezultatach **warto** zacząć od wypełnienia tabelki (pkt 6 w ofercie realizacji zadania publicznego) – nawet, jeśli nie jest ona obowiązkowa w danym konkursie.
- Podchodź do rezultatów z dużą ostrożnością. Nie w każdym projekcie trzeba osiągać 100% wskaźników i „zmieniać świadomość społeczną”.
- Skup się na rezultatach tzw. twardych (rezultatach produktu), np. 50 uczestników warsztatów, 5 upowszechnionych publikacji, 1000 godzin udzielonego doradztwa.
- Rezultaty miękkie, bezpośrednie, określ na realistycznym poziomie. Pamiętaj o zasadzie, że jeżeli czegoś nie będziemy w stanie zmierzyć należy z tego zrezygnować. Np. 40 osób podniesie swoje praktyczne umiejętności pracy z osobami z niepełnosprawnościami.

Praktyczne wskazówki do rezultatów cd.

- O rezultatach długofalowych najbezpieczniej pisać w opisie działań, nie w części z rezultatami.
- Bazuj na wskaźnikach ilościowych (np. 40 osób weźmie udział w 100 godzinach szkoleń), jakościowe planuj realistycznie (75% uczestników oceni szkolenia jako adekwatne do ich potrzeb).
- Pamiętaj o analizach ryzyka i sposobach zapobiegania im (pkt 5 oferty).
- Jeśli nie można wymyślić sposobu monitorowania rezultatu, trzeba z niego zrezygnować.

Dalsza część wniosku – charakterystyka oferenta

Informacje o wcześniejszej działalności, szczególnie w zakresie zadania.

- Opisz dotychczasowe doświadczenie w realizacji podobnych działań.
- Jeśli ich nie ma, napisz parę słów dlaczego chcesz się tego podjąć, uzasadnij.
- Jeśli Twoja organizacja dopiero zaczyna i nie ma doświadczeń, bazuj na doświadczeniach, wiedzy czy zasobach osób ją tworzących.



Zasoby kadrowe, rzeczowe i finansowe oferenta, które będą wykorzystane do realizacji zadania

Opisz po kolei swoje zasoby, których zamierzasz użyć podczas realizacji zadania.

Zasoby rzeczowe – jaki sprzęt, zasoby techniczne masz i wykorzystasz do realizacji projektu.



Zasoby kadrowe, rzeczowe i finansowe oferenta cd.

Kadra – wpisz informacje o kwalifikacjach, kompetencjach osób, które będą zaangażowane do realizacji projektu a także ich rola w projekcie (nie wpisuj nazwisk).

- Wpisz możliwe formy zatrudnienia, które przewidujesz. Informacje o formie zatrudnienia można powtórzyć w kosztorysie.
- Jeśli przewidujesz wkład osobowy, czyli wolontariuszy albo pracę społeczną członków, to także opisz te informacje tutaj.

Zasoby finansowe – jakie środki finansowe zaangażujesz do zadania? Jeśli przewidujesz dołożenie do dotacji innych pieniędzy (wkład finansowy), to tu opisujemy, skąd te środki będą pochodzić (np. środki własne) i podajemy ich wartość. Informacja ta musi być spójna z kwotą podaną w części finansowej (źródła finansowania) w budżecie całego projektu.

Dalsza część wniosku – kosztorys/budżet

- Sprawdź dokładnie, czy w ogłoszeniu są wytyczne odnośnie kosztów, jakie będą kwalifikowane, a jakie nie.
- Wpisz koszty związane bezpośrednio z realizacją działań. Pamiętaj, opisane działania mają swoje odzwierciedlenie w budżecie. To oznacza, że do jednego działania możesz mieć „przypisanych” kilka różnych kosztów.
- Pamiętaj o kosztach promocji i rekrutacji.
- Jeśli zamierzasz zakupić sprzęt potrzebny bezpośrednio do realizacji zadań, potraktuj go jako koszt merytoryczny. Sprawdź, czy są limity takich zakupów (w zadaniach publicznych to 10 tys. zł brutto za sztukę).
- Przy kosztach osobowych pamiętaj, aby liczyć koszty brutto-brutto.
- Jeśli planujesz wkład finansowy, możesz pokazać to w kosztorysie (które koszty pokryje Twoja organizacja). W zadaniach publicznych nie ma tego wymogu, ale nie jest to niemożliwe.
- Możesz zabudżetować koszty związane z zapewnieniem dostępności dla osób ze szczególnymi potrzebami (sprawdź, czy są narzucone jakieś limity).

Dalsze części oferty – inne informacje

1. Deklaracja o zamiarze odpłatnego lub nieodpłatnego wykonania zadania publicznego.
2. Działania, które w ramach realizacji zadania publicznego będą wykonywać poszczególni oferenci oraz sposób ich reprezentacji wobec organu administracji publicznej (w przypadku oferty wspólnej).
3. Inne działania, mogące mieć znaczenie przy ocenie oferty, w tym dot. kalkulacji przewidywanych kosztów oraz oświadczeń zawartych w sekcji VII.

Tu często urząd oczekuje zapisów o dostępności oferty. Jeśli nie ma tego wymogu, albo nie ma odpowiedzi gdzie to opisać, można to zrobić tu lub w opisie działań.



Najczęstsze błędy merytoryczne

- ☑ Nieznajomość ogłoszenia konkursowego (często pominięcie protokołu oceny oferty, w którym możemy znaleźć dodatkowe odpowiedzi).
- ☑ Jeśli dotacja jest dotacją na realizację zadania publicznego, które jest zadaniem samorządu – nie jest dotacją na prowadzenie organizacji.
- ☑ Założenie, że komisja konkursowa „wie” co my chcemy zrobić i „zna” nas oraz nasz projekt.
- ☑ Myślenie „tu i teraz” – brakuje myślenia o przyszłości, o tym na ile założone cele i rezultaty będą realne do osiągnięcia a działania do zrealizowania.

Załączniki i złożenie wniosku

1. Sprawdź w ogłoszeniu konkursowym, jakie musisz zgromadzić załączniki do wniosku (np. wyciąg z KRS lub innej ewidencji, sprawozdanie merytoryczne, finansowe, rekomendacje, umowa o partnerstwie, plan promocji, zaświadczeniu o niezaleganiu z opłatami, podatkami itp.). Nie zostawiaj tego na ostatnią chwilę!
2. Sprawdź, w jaki sposób składasz wniosek (czy jeśli robisz to przez generator wniosków, trzeba będzie mieć bezpieczny podpis, a może oprócz tego trzeba będzie go wysłać w wersji papierowej?). Wcześniej upewnij się, że osoby, które mają go podpisać (zgodnie z reprezentacją zapisaną w statucie), będą wtedy dostępne.
3. Jeśli składasz wniosek papierowo upewnij się, czy liczy się data złożenia wniosku, czy stempla pocztowego.

**Powodzenia
w pisaniu dobrych
wniosków!**

ngo.pl



WEBINAR

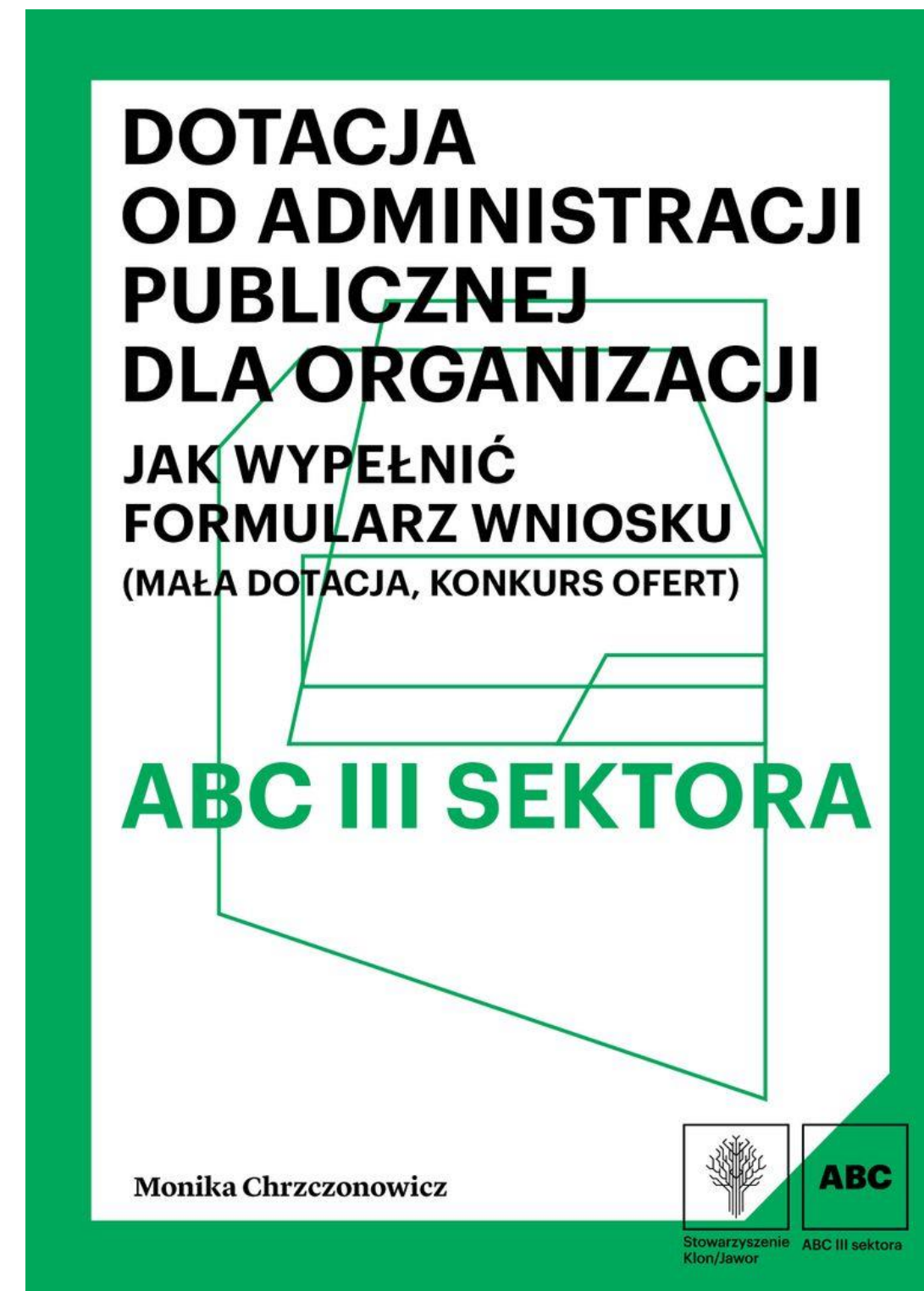
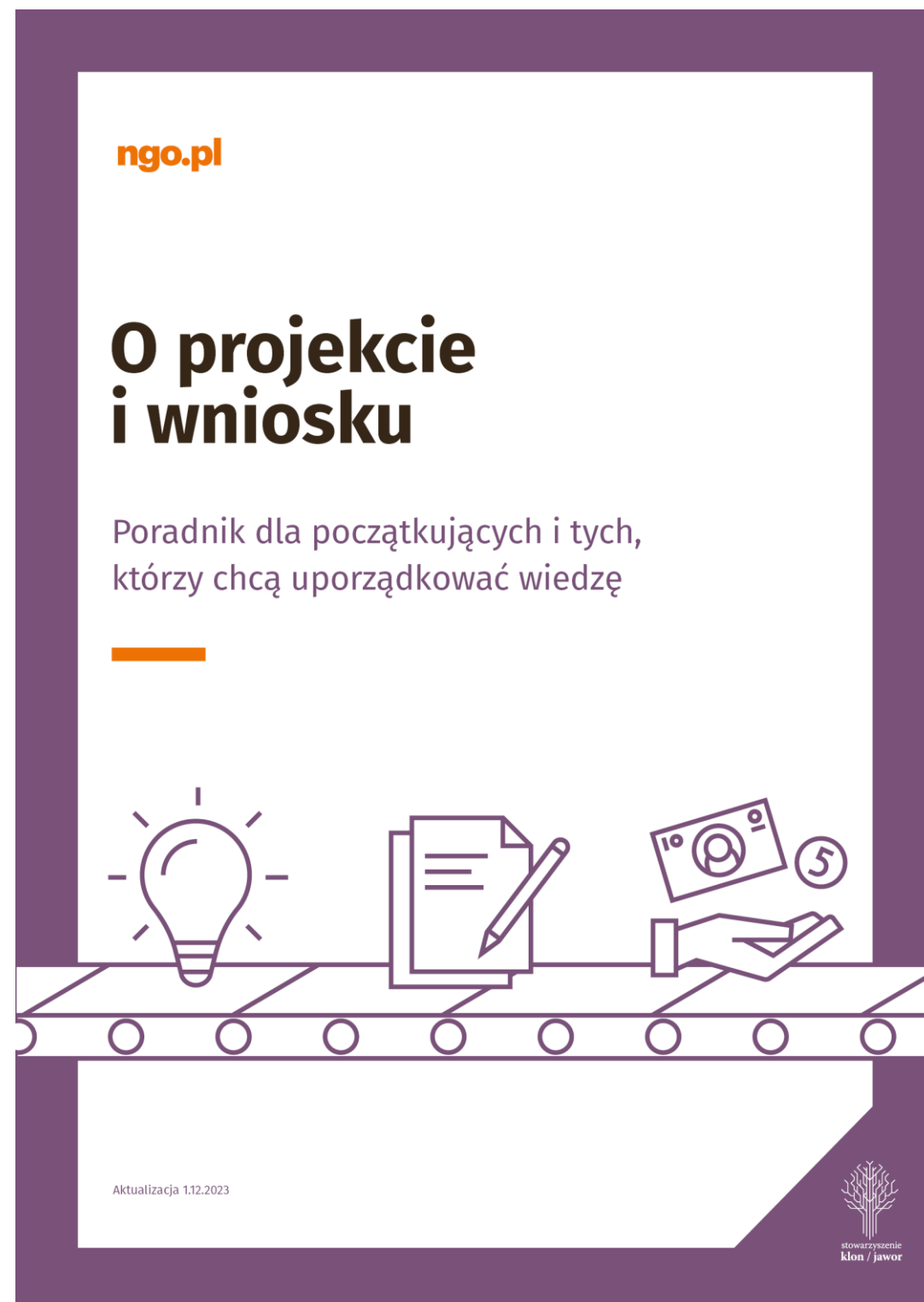
Jak przygotować dobry wniosek o dotację

ngo.pl



Dziękuję!

Polecamy poradniki PDF



Polecamy serwis fundusze.ngo.pl

Fundusze

[Aktualne konkursy](#)[Wyniki konkursów](#)[Archiwum](#)

Wyróżnione

Dofinansowanie na reklamę 10 tys. USD miesięcznie – program Google Ad Grants

W ramach programu Google Ad Grants, organizacja non-profit może korzystać z reklam tekstowych Google Ads. Dowiedz się czy Twoja organizacja może skorzystać z programu i zobacz film o Google Ad Grants.

📍 Cała Polska

🌐 Zagraniczny

🕒 Procent dofinansowania nieznany

📅 Nabór całoroczny

🕒 Łączny budżet nieznany

🕒 Dotacje do 10 tys.

📁 Finansowanie, Promocja, media społecznościowe

🔗 Webup! S.C.

ngo.pl



Miejsce przyjazne Twojej organizacji. Bądź na bieżąco,
korzystaj codziennie! **Czytaj, informuj, zapraszaj!**

edu.ngo.pl

Edukacja z ngo.pl

Kursy online, poradniki,
webinary – przydatne dla każdej
organizacji pozarządowej

Zobacz ofertę

