



PODRĘCZNIK OFERENTA NA ROK 2025 W RAMACH PROJEKTU PN.: PRZYSTANEK – CZAS NA PODKARPACKĄ MŁODZIEŻ! EDYCJA 2024-2026



SPINANSOWANO ZE ŚRODKÓW NARODOWEGO INSTYTUTU WOLNOŚCI –
CENTRUM ROZWOJU SPOŁECZEŃSTWA OBYWATELSKIEGO
W RAMACH RZĄDOWEGO PROGRAMU FUNDUSZ MŁODZIEŻOWY NA LATA 2022-2033

Spis Treści

Wstęp.....	3
Rozdział I Informacje podstawowe.....	4
Organizacje młodzieżowe.....	4
Ścieżki.....	6
Inicjatywa.....	6
Patron.....	7
Przykładowe działania.....	8
Rozdział II Logika projektowa.....	10
Problem.....	10
Odbiorcy.....	11
Cel.....	12
Działania.....	15
Ryzyka.....	16
Rezultaty.....	18
Kosztorys.....	19
Wydatki kwalifikowane.....	21
Wydatki niekwalifikowane.....	21
Kategorie kosztów.....	22
Ujęcie zasobów własnych.....	24
Rozdział III Umowa.....	25
Zakończenie - ostatnie wskazówki dla Oferenta.....	26

Wstęp

Niniejszy podręcznik jest przeznaczony dla Oferentów, którzy mają zamiar ubiegać się o środki na realizację inicjatyw w ramach projektu pn. „Przystanek – Czas na Podkarpacką Młodzież! Edycja 2024-2026” Edycja 2025. Podręcznik umożliwi zrozumienie idei i koncepcji składania ofert w naborze. Podręcznik nie zastępuje postanowień regulaminu konkursowego. Stanowi on uzupełnienie i integralną część dokumentacji konkursowej.

Projekt pn. „Przystanek – Czas na Podkarpacką Młodzież! Edycja 2024-2026” sfinansowano ze środków Narodowego Instytutu Wolności – Centrum Rozwoju Społeczeństwa Obywatelskiego w ramach Rządowego Programu Fundusz Młodzieżowy na lata 2022 -2033.

DANE KONTAKTOWE FUNDACJI MISJI OBYWATELSKIEJ:



kontakt@fmo.com.pl

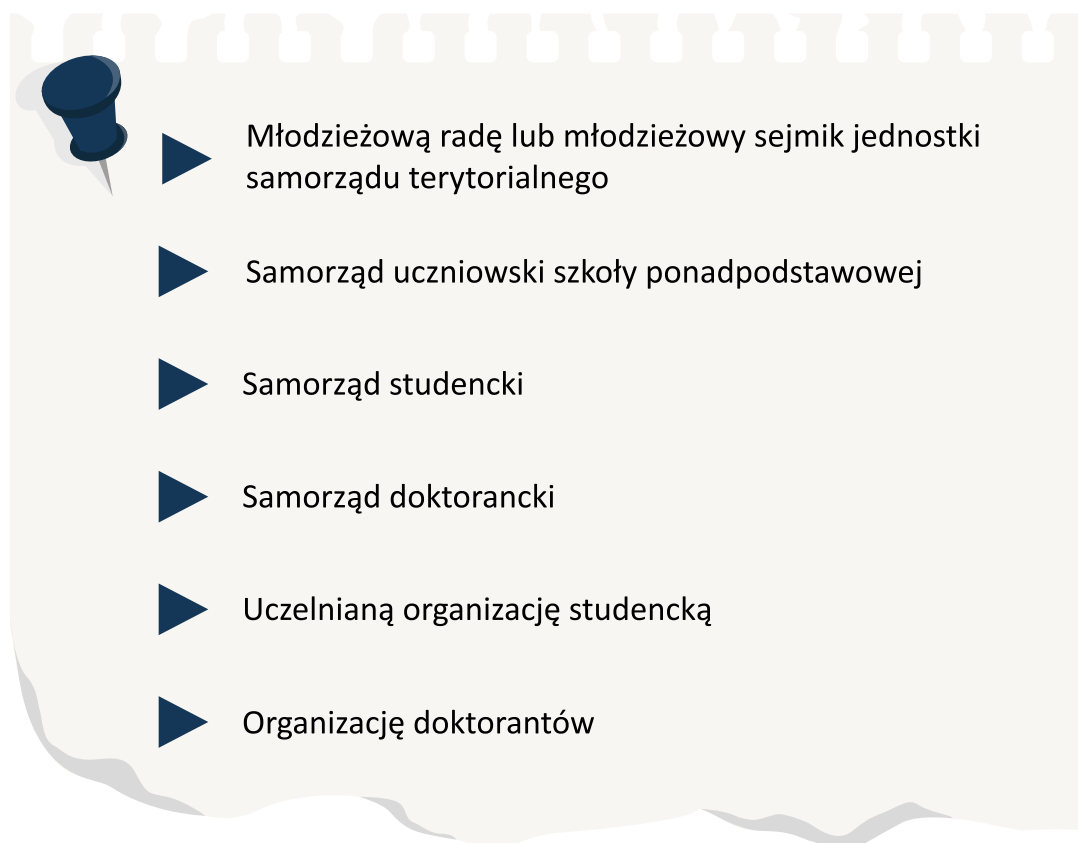


ul. Targowa 3/107, 35-064 Rzeszów

Rozdział I: Informacje podstawowe

Organizacje młodzieżowe

Projekt pn. „Przystanek – Czas na Podkarpacką Młodzież! Edycja 2024-2026” jest skierowany do młodzieżowych organizacji. Na potrzeby realizacji projektu **za młodzieżową organizację uważa się:**



Młodzieżowa rada lub sejmik jednostki samorządu terytorialnego – młodzieżowy organ na poziomie jednostki samorządu terytorialnego, którego prawne podstawy działania na wszystkich szczeblach samorządu terytorialnego zostały uregulowane bądź wzmocnione przepisami ustawy z dnia 20 kwietnia 2021 r. o zmianie ustawy o samorządzie gminnym, ustawy o samorządzie powiatowym, ustawy o samorządzie województwa oraz ustawy o działalności pożytku publicznego i wolontariacie. Ma charakter konsultacyjny, doradczy i inicjatywny, a jego głównym zadaniem jest wspieranie i upowszechnianie idei samorządowej wśród młodzieży. Jego powołanie przez organ uchwałodawczy jednostki samorządu terytorialnego jest fakultatywne.

Samorządy uczniowskie szkół ponadpodstawowych, samorządy studenckie i doktoranckie, uczelniane organizacje studenckie i doktorancie:


Samorząd uczniowski. Zgodnie z postanowieniami ustawy Prawo oświatowe, samorząd uczniowski tworzą wszyscy uczniowie danej szkoły, którzy w demokratyczny sposób wyłaniają

organ samorządu reprezentujący uczniów i uprawniony do przedstawiania w ich imieniu wniosków i opinii.

Samorząd studencki- reprezentuje ogół studentów uczelni. Działalność samorządu studenckiego obejmuje sprawy socjalno-bytowe i kulturalne oraz decyduje w sprawach rozdziału środków finansowych przeznaczonych przez uczelnię na sprawy studenckie. Organy samorządu tj. przewodniczący i organ uchwałodawcy, są wyłaniane w demokratycznej procedurze przez studentów.

Samorząd doktorancki- reprezentant ogółu doktorantów uczelni, który swą działalnością obejmuje sprawy socjalno-bytowe i kulturalne oraz decyduje w sprawach rozdziału środków finansowych przeznaczonych przez uczelnię na sprawy doktoranckie. Doktoranci wyłaniają demokratycznie organy samorządu- przewodniczącego i organ uchwałodawczy.

Uczelniana organizacja studencka zgodnie z m.in. 111 ust. 1 ustawy – Prawo o szkolnictwie wyższym i nauce, studenci mają prawo zrzeszania się w uczelnianych organizacjach studenckich. O powstaniu uczelnianej organizacji studenckiej jej organ niezwłocznie informuje rektora uczelni. Uczelnia może przeznaczać środki na realizację działań uczelnianych organizacji studenckich, zaś te są obowiązane przedstawić uczelni sprawozdanie z wykorzystania środków otrzymanych w danym roku akademickim. Do podstawowych zadań uczelnianych organizacji studenckich należą w szczególności: prowadzenie przez studentów działalności naukowej w wąskim obszarze określonej dziedziny nauki i dyscyplinie naukowej lub dziedziny sztuki i dyscyplinie artystycznej oraz integracja środowiska studenckiego w ramach danej uczelni wyższej lub jej jednostki organizacyjnej, bez uszczerbku dla funkcji integracyjnej samorządu studenckiego.



UWAGA!
Projekt pn. „Przystanek- Czas na Podkarpacką Młodzież! Edycja 2024-2026” jest skierowany do młodzieżowych organizacji z województwa podkarpackiego!

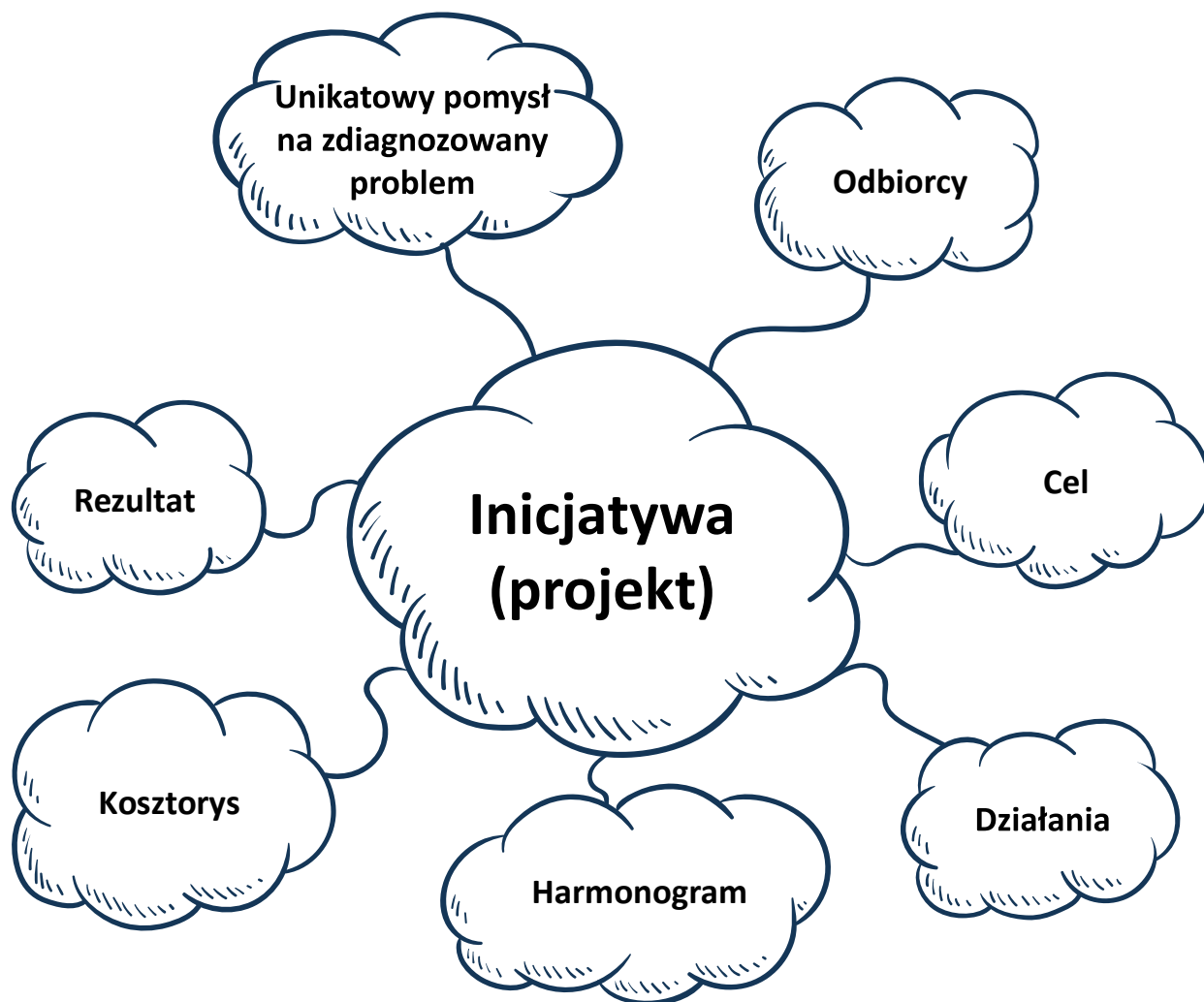
Ścieżki

Konkurs dotacyjny realizowany przez Fundację Misji Obywatelskiej w ramach projektu „Przystanek – Czas na Podkarpacką Młodzież! Edycja 2024-2026” oferuje możliwość realizacji własnych pomysłów (inicjatyw) w ramach **dwóch ścieżek**:

Ścieżka nr 1 „Tworzenie i aktywizacja rad młodzieżowych”	Inicjatywy realizowane w tym obszarze mają na celu przede wszystkim wsparcie działań zmierzających do tworzenia młodzieżowych rad i sejmików na terenie województwa podkarpackiego, pomóc zaistnieć przedsięwzięciom realizowanym przez rady i sejmiki na Podkarpaciu dla wspólnot lokalnych oraz służyć zwiększeniu potencjału i trwałości młodzieżowych organów przy jednostkach samorządu terytorialnego przez kompetencyjne i organizacyjne wzmocnienie liderów rad i realizowanych przez nich działań.
Ścieżka nr 2 „Aktywizacja samorządów uczniowskich i studenckich”	Środki dostępne w tym obszarze przeznaczone są dla samorządów uczniowskich szkół ponadpodstawowych, samorządów studenckich i doktoranckich uczelni wyższych oraz uczelnianych organizacji studenckich i doktoranckich z terenu województwa podkarpackiego. Działania powinny umożliwić realizację planowanych przedsięwzięć służących aktywizacji młodzieży skupionej w samorządach i uczelnianych organizacjach z terenu województwa podkarpackiego.

Inicjatywa

Inicjatywa, to inaczej projekt posiadający unikatowy pomysł mający jasno określony cel realizowany przez działania zmierzający do osiągnięcia zakładanego rezultatu w określonym czasie.



Patron

Każda uprawniona młodzieżowa organizacja nieposiadająca osobowości prawnej musi złożyć wniosek konkursowy za pośrednictwem **Patrona**.

Patron to organizacja pozarządowa (np. fundacja, stowarzyszenie) lub podmiot wymieniony w art. 3 ust. 3 Ustawy z dnia 24 kwietnia 2003 r. o działalności pożytku publicznego i o wolontariacie (Dz. U 2024.1491). Organizacja ta może ubiegać się o przyznanie mikrodotacji na realizację inicjatywy poprzez złożenie oferty. Pośrednictwo Patrona jest niezbędne dla zrealizowania inicjatywy przez organizację młodzieżową (samorząd lub młodzieżową radę). Patron, który otrzyma mikrodotację na wsparcie realizacji inicjatywy to Realizator projektu, o którym mowa w art. 2 pkt. 6 UoDPPioW.

Dla prawidłowego złożenia oferty istotne jest, **aby organizacja patronacka również posiadała siedzibę na terenie województwa podkarpackiego**. W przypadku, kiedy wniosek konkursowy zostanie złożony przez organizację patronacką posiadającą siedzibę poza granicami województwa podkarpackiego będzie odrzucony z przyczyn formalnych.

PRZYKŁAD



Młodzieżowa rada powiatu dębickiego chce zorganizować zawody sportowe, jednakże nie posiada osobowości prawnej. Fundacja Zielone Światło z Dębicy zgodziła się zostać Patronem młodzieżowej rady i w jej imieniu złożyła ofertę w naborze. Dzięki wsparciu Patrona młodzieżowa rada może zrealizować inicjatywę.

ZAPAMIĘTAJ!

1. Patron to organizacja pozarządowa lub podmiot wymieniony w art. 3 ust. 3 UoDPPioW
2. Patron musi posiadać siedzibę na terenie województwa podkarpackiego.

Przykładowe działania

Przykładowe działania, które mogą być realizowane w ramach ścieżki nr 1 „Tworzenie i aktywizacja rad młodzieżowych” oraz ścieżki nr 2 „Aktywizacja samorządów uczniowskich i studenckich”:

Ścieżka nr 1

„Tworzenie i aktywizacja rad młodzieżowych”

- podnoszeniu umiejętności, kompetencji i kwalifikacji członków młodzieżowych rad i sejmików celem poznania struktury, zadań i obowiązków różnych instytucji publicznych, podstawowych przepisów prawa lokalnego, sposobów finansowania inicjatyw oraz zakresu obowiązków poszczególnych urzędników (szkolenia stacjonarne, e-learning, obozy szkoleniowe, wspólne warsztaty dla członków ze starej i nowej kadencji),
- podnoszenie umiejętności, kompetencji i kwalifikacji opiekunów młodzieżowych rad,
- współpracę kilku młodzieżowych rad i sejmików celem wymiany doświadczeń i realizacji wspólnych projektów,
- organizowanie i angażowanie się w akcje charytatywne,
- wolontariat,
- flashmob'y,
- konkursy,
- zawody sportowe,

- wydarzenia kulturalne,
- plebiscyty,
- współpracę z samorządami uczniowskimi,
- organizowanie konferencji poświęconych lokalnym problemom młodzieży,
- promocję rad i sejmików w mediach społecznościowych,
- współpracę międzynarodową z młodzieżowymi organami lokalnymi z innych krajów celem wymiany
- doświadczeń.

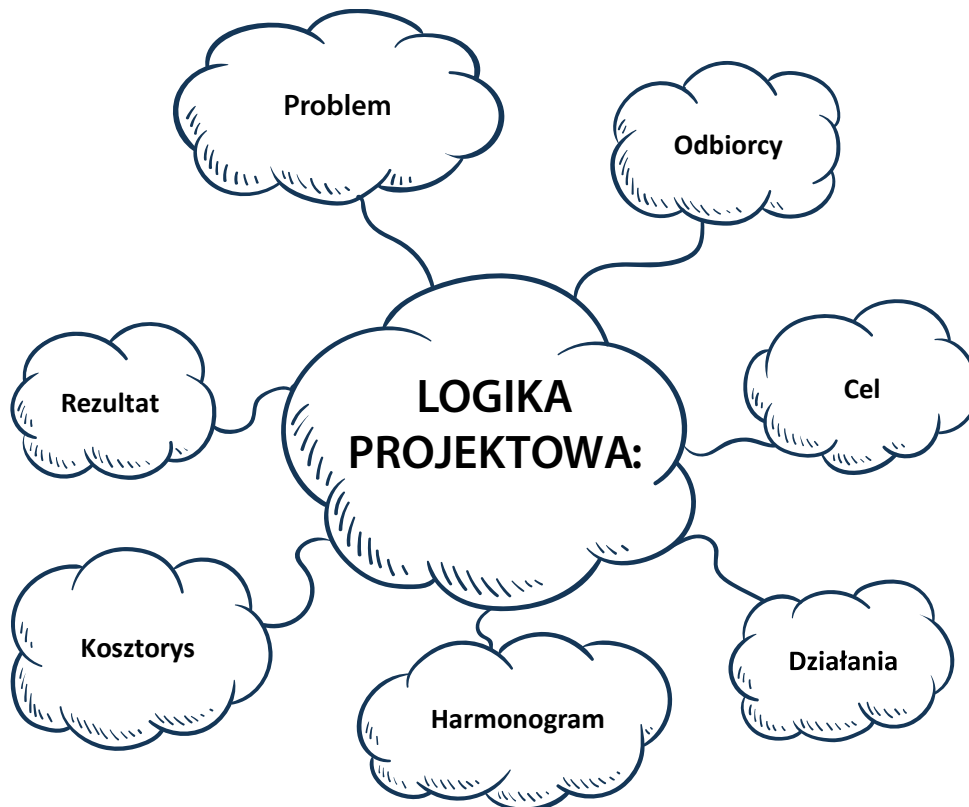
Ścieżka nr 2 „Aktywizacja samorządów uczniowskich i studenckich”

- podnoszeniu umiejętności, kompetencji i kwalifikacji liderów samorządów uczniowskich, studenckich i doktoranckich oraz organizacji studenckich i doktoranckich celem poznania praw i zadań samorządów i uczelnianych organizacji oraz zasad działania współpracujących instytucji publicznych (szkolenia stacjonarne, e-learning, obozy szkoleniowe, warsztaty),
- podnoszeniu umiejętności, kompetencji i kwalifikacji opiekunów samorządów i uczelnianych organizacji,
- organizowaniu i angażowaniu się w akcje charytatywne,
- wolontariacie,
- uczestnictwie w Korpusie Solidarności,
- współpracy z organizacjami pozarządowymi w realizacji wolontariatu,
- flashmob’ach,
- konkursach,
- zawodach sportowych,
- wydarzeniach kulturalnych,
- plebiscytach,
- współpracy samorządów uczniowskich, studenckich i doktoranckich celem wymiany doświadczeń i realizacji wspólnych projektów,
- organizowaniu konferencji poświęconych wyzwaniom świata współczesnego z perspektywy młodego pokolenia,
- informowaniu o działaniach samorządu lub organizacji w mediach społecznościowych i tradycyjnych.

Rozdział II: Logika projektowa

Wasza inicjatywa musi być dobrze zaplanowana. Oznacza to, że aby osiągnąć sukces pomysł musi posiadać odpowiednią logikę tzw. **logikę projektową**, która stanowi pewien sposób myślenia i projektowania.

Logika projektowa w gruncie rzeczy składa się z następujących elementów:



Problem

Każda inicjatywa (projekt) musi odpowiadać na określony problem, bowiem bez problemu nie ma inicjatywy. **Problemem** w logice projektowej jest określona sytuacja, która jest uznawana za niekorzystną.

Każdy problem ma swoje przyczyny. Celem inicjatywy jest ich usunięcie lub złagodzenie. Dlatego **ważna jest diagnoza problemu** polegająca na poznaniu przyczyn, jak i skutków danego problemu. Bez poznania przyczyn problemu niemożliwe będzie osiągnięcie zakładanego sukcesu.

Diagnoza problemu, to wiedza oparta na podstawie dostępnych analiz zewnętrznych i wewnętrznych (np. raporty, badania, statystyki, ankiety), własnego doświadczenia i doświadczenia innych (np. na podstawie pracy z określoną grupą ludzi, rozmów, konsultacji), jak również obserwacji.

Diagnostując problem warto zadać sobie pytania:

- Jakie są przyczyny problemu?
- Kogo on dotyczy?
- Jakie wywołuje skutki?
- Skąd o nim wiemy?



WSKAZÓWKA

Dokonanie diagnozy problemu będzie kluczowe dla prawidłowego określenia potrzeby realizacji inicjatywy w ofercie (punkt III. D).

Odbiorcy

Niewątpliwie przy diagnozie problemu będziecie określać grupę odbiorców, których on dotyczy. Wasza inicjatywa, której celem jest rozwiązanie problemu będzie kierowana do określonego grona odbiorców tzw. grupy docelowej. **Istotne jest scharakteryzowanie grupy odbiorców** poprzez różne kryteria (np. wieku, poziomu niepełnosprawności, płci, miejsca zamieszkania itp.).

Ważne jest, aby grupa docelowa odbiorców była maksymalnie jednorodna. W przypadku, jeśli nie jest to możliwe musicie zdawać sobie sprawę z różnorodności i uwzględnić ją w swojej koncepcji projektu (inicjatywy).

W koncepcji inicjatywy należy określić liczbę osób, która zostanie objęta działaniami. Liczba osób objętych wsparciem musi być dostosowana do waszego potencjału. Oznacza to, że nie może być ona zarówno zaniżona, jak i zawyżona. Wielkość grupy odbiorców musi dawać gwarancję indywidualizacji działań oraz osiągnięcia zakładanych rezultatów. Warto mieć na uwadze, że osoby pośrednie (np. rodzice i opiekunowie dzieci biorących udział w inicjatywie) nie są grupą docelową.

Ważnym elementem podczas opracowywania koncepcji inicjatywy jest sposób dotarcia do grupy docelowej oraz jej zrekrutowanie. Podczas realizacji inicjatywy możecie się napotkać na problemy niskiego, jak i wysokiego zainteresowania odbiorców.

Konieczne zatem jest określenie zasad i kryteriów rekrutacji, które umożliwią zweryfikowanie czy osoby zgłaszające swój udział w waszej inicjatywie należą do grupy docelowej. Zasady i kryteria rekrutacji muszą być przemyślane- nie zawsze najlepszym rozwiązaniem jest kryterium pierwszeństwa. Podczas prowadzenia rekrutacji należy rozważyć stworzenie listy rezerwowej



WSKAZÓWKA

Określenie grupy odbiorców jest przedmiotem punktu III. E oferty. Należy wskazać do kogo skierowana jest inicjatywa i dlaczego (określić grupę odbiorców oraz kryteria, które przesądziły o jej dobraniu). W tym miejscu należy również opisać zasady rekrutacji do projektu.

PRZYKŁAD

W Liceum XYZ uczniowie mają problem z matematyką o czym świadczą niskie oceny. Konieczny jest wzrost wiedzy uczniów z zakresu matematyki. W ramach inicjatywy (projektu) dla 25 uczniów będą organizowane zajęcia z matematyki. Podczas rekrutacji w pierwszej kolejności będą brane pod uwagę osoby mające niskie oceny z tego przedmiotu.

ZAPAMIĘTAJ!

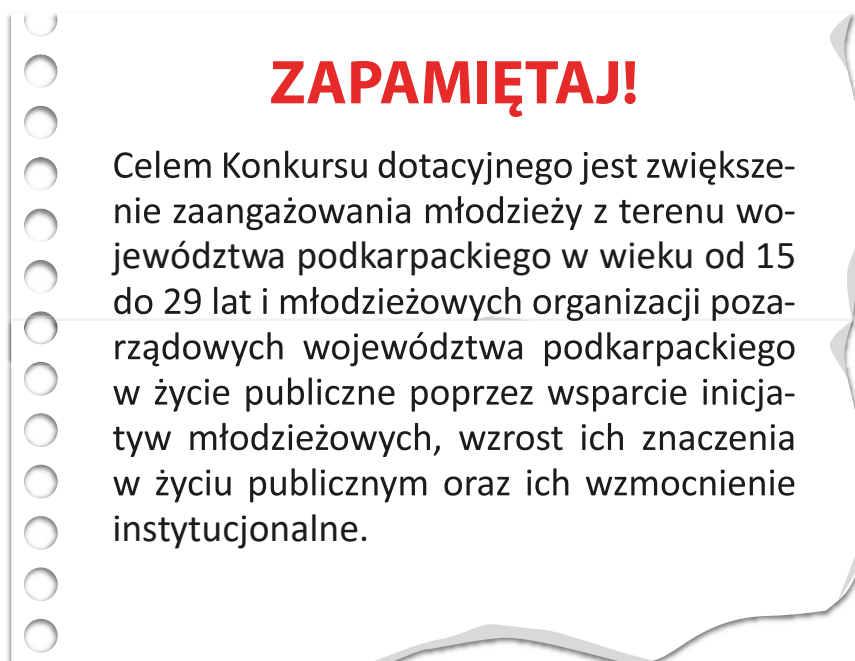
- Inicjatywa (projekt) musi mieć odbiorców.
- Odbiorcami inicjatywy są osoby lub podmioty, który dotyczy zdefiniowany przez Was problem.
- Grupa odbiorców musi być scharakteryzowana.
- Odbiorcy pośredni nie są grupą docelową.
- Należy określić liczbę odbiorców dostosowaną do realnych możliwości.
- Rekrutacja powinna być prowadzona w oparciu o kryteria, które będą dostosowane do potrzeb inicjatywy.

Cel

Po zdefiniowaniu problemu, poznaniu jego przyczyn i skutków, jak również po określeniu i scharakteryzowaniu grupy odbiorów, konieczne jest sformułowanie **celu głównego** inicjatywy.

Celem główny inicjatywy jest osiągnięcie pożądanego stanu w przyszłości, w trakcie lub po zakończeniu realizacji inicjatywy. Cele szczegółowe inicjatywy mają za zadanie przyczynić się do osiągnięcia celu głównego.

Cel inicjatywy musi być spójny (zgodny) z celem programu lub konkursu, w ramach którego ma być realizowana inicjatywa.



Jedną z popularnych metod określających cele projektów jest metoda SMART. Według niej każdy prawidłowo sformułowany cel powinien być:

- konkretny,
- mierzalny,
- osiągalny,
- istotny,
- określony w czasie.

Podczas formułowania celu głównego inicjatywy należy zadać sobie pytania:

- Jak sytuacja będzie wyglądała po zakończeniu realizacji inicjatywy?
- O ile będzie lepsza?
- Jak to będzie sprawdzone i kiedy?

Przykład praktyczny:

Cel główny: Zwiększenie zaangażowania młodzieży w wieku 15–29 lat z terenu województwa podkarpackiego w życie publiczne poprzez zorganizowanie cyklu działań edukacyjno-partycypacyjnych do końca listopada 2025 roku.

Przykład zastosowania metody SMART:

- **Konkretność** – określa kto (młodzież z Podkarpacia), co (zaangażowanie w życie publiczne), jak (działania edukacyjno-partycypacyjne).
- **Mierzalność** – cykl działań z konkretnymi rezultatami (np. liczba spotkań, uczestników).
- **Osiągalność** – realny do zrealizowania w ramach dostępnych zasobów.
- **Realność** – odnosi się do aktualnych potrzeb młodzieży.
- **Terminowość** – wyznaczony termin realizacji: listopad 2025 r.

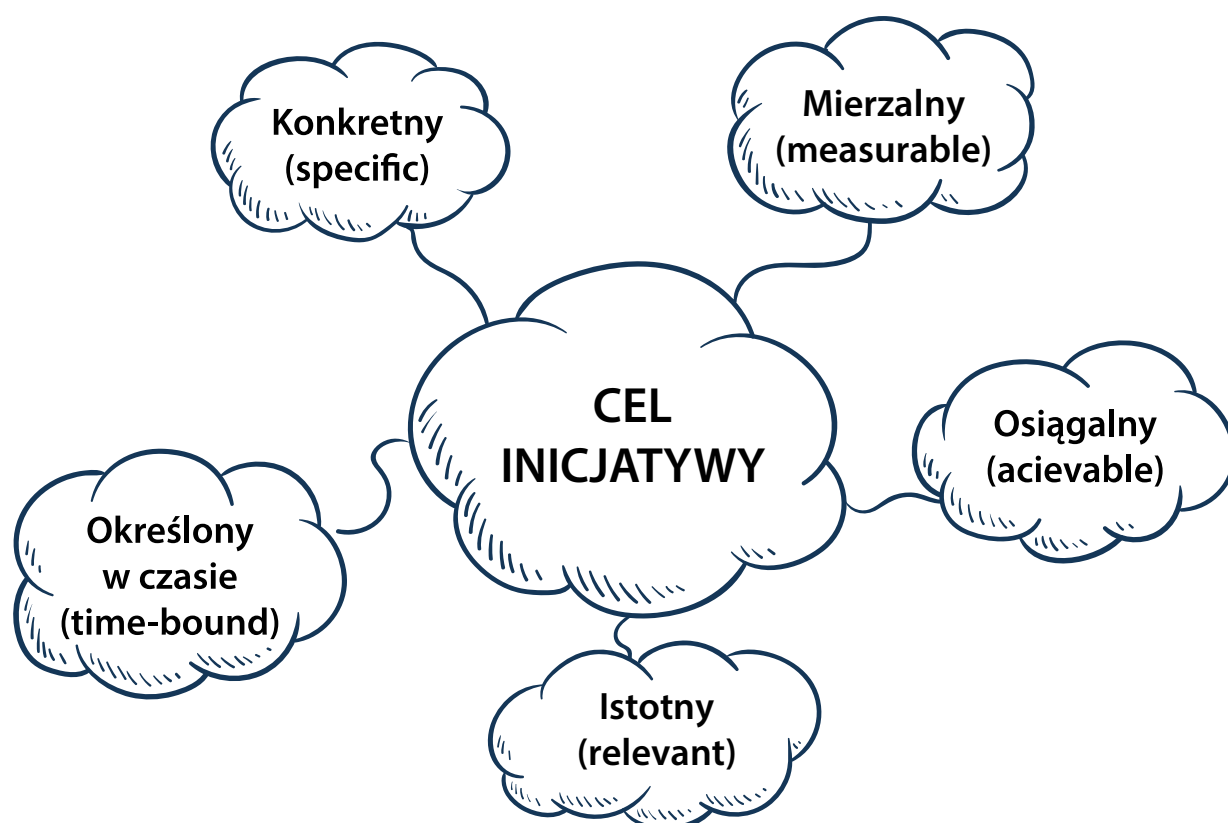
Cele szczegółowe:

- Przeprowadzenie serii 5 warsztatów obywatelskich dla minimum 100 młodych osób z 3 powiatów województwa podkarpackiego do końca września 2025 roku.
- Zorganizowanie dwóch debat młodzieżowych z udziałem lokalnych decydentów i przedstawicieli NGO, zwiększających kompetencje uczestników w zakresie dialogu społecznego do października 2025 roku.
- Stworzenie i uruchomienie młodzieżowej rady inicjatyw lokalnych, która będzie wspierać młodych w opracowywaniu własnych projektów społecznych – zainicjowanie działalności do końca trwania inicjatywy.



WSKAZÓWKA

Cel inicjatywy wskaż w punkcie III. C Oferty „Syntetyczny opis inicjatywy”



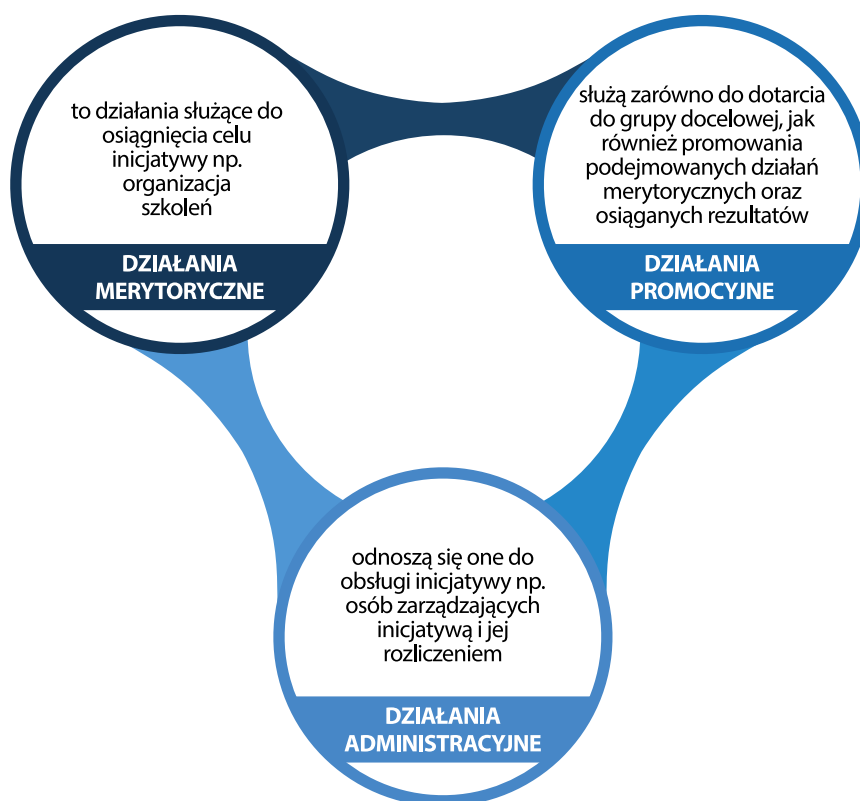
Działania

Działania to sposób osiągnięcia zakładanego celu. Muszą one być dopasowane do potrzeb i oczekiwań odbiorców inicjatywy, jak również ułożone w logicznej kolejności.

W inicjatywie należy uwzględnić te działania, które będą odnosić się do charakterystyki sytuacji problemowej i specyfiki grupy odbiorców. Działania, które nie przyczyniają się do osiągnięcia zakładanego celu nie powinny być uwzględniane.

Warto mieć na uwadze, że działania mogą odnosić się do utrzymania zainteresowania uczestników inicjatywy (np. integracja) lub umożliwienia wzięcia w nim udziału (np. sfinansowanie podróży), o ile istnieje taka potrzeba.

Kategorie działań w ramach inicjatywy:



Harmonogram działań

Kolejnym krokiem będzie umiejscowienie w logicznej kolejności zaplanowanych działań w czasie przy wykorzystaniu zasobów (rzeczowych, osobowych, finansowych), które umożliwią osiągnięcie zakładanych rezultatów.



UWAGA!

wszystkie działania muszą
mieścić się w terminie
realizacji inicjatywy!

PRZYKŁAD



Inicjatywa realizowana jest w terminie od 15.05.2024 r. do 15.10.2024 r. Zatem określone działanie nie może rozpocząć się przez 15.05.2024 r. ani zakończyć się po 15.10.2024 r.



WSKAZÓWKA

Zaplanowane działania należy wymienić w punkcie III. G Oferty „Harmonogram działań”. Działania powinny zostać wskazane w kolejności chronologicznej, z uwzględnieniem wszystkich etapów projektu (m.in. przygotowanie, rekrutacja, promocja, realizacja, podsumowanie).

- Przy każdym działaniu określ planowaną datę lub przedział czasowy. Zwróć uwagę aby czas przeznaczony na określone działanie był wystarczający dla jego realizacji.
- Unikaj ogólników typu „działania edukacyjne” – zamiast tego wskaż konkretne formy: np. warsztaty nt. komunikacji, debaty z samorządem, gra symulacyjna itp.
- Sprawdź, czy każde działanie w harmonogramie przyczynia się do osiągnięcia określonych celów
- Harmonogram powinien być spójny z budżetem – nie planuj działań, które nie są ujęte kosztowo.
- Planując działania możesz skorzystać z pytań pomocniczych: Co zostanie zrealizowane w ramach inicjatywy? Czy działania są atrakcyjne dla uczestników? Czy harmonogram działań jest logiczny?

Ryzyka

Realizując inicjatywę istnieje duża szansa na napotkanie różnych przeciwności mających wpływ na jego wykonanie. Konieczne jest zatem, aby podczas tworzenia koncepcji zadania i planowania określonych działań **wziąć pod uwagę możliwe ryzyka**.

Ryzykiem jest wystąpienie zdarzeń, które mogą mieć negatywny wpływ na osiągnięcie zakładanego celu.

Na etapie opracowywania działań należy przewidzieć możliwe ryzyka, które mogą wystąpić podczas realizacji inicjatywy, ich stopień oraz plan działania zmierzający do minimalizacji ich wystąpienia lub ograniczenia negatywnych skutków. Eksperti oceniający ofertę będą wiedzieć, że oferent przewiduje wystąpienie negatywnych sytuacji już na etapie składania oferty.

Analiza ryzyka powinna obejmować następujące kroki:

1. Określenie rodzaju ryzyka
2. Określenie stopnia prawdopodobieństwa wystąpienia ryzyka
3. Zaplanowanie działań, które posłużą minimalizowaniu ryzyka i jego skutków



WSKAZÓWKA

Analiza ryzyka jest niezbędna do opracowania punktu III. H Oferty „Ryzyka”.

Rodzaje ryzyk mogą dotyczyć:

- organizacji i logistyki (np. niedostępność sali, opóźnienie w dostawie materiałów),
- zaangażowania uczestników (np. niska frekwencja, trudności z rekrutacją),
- współpracy z partnerami (np. wycofanie się organizacji wspierającej),
- komunikacji i promocji (np. słaby zasięg działań promocyjnych),
- czynników zewnętrznych (np. niekorzystna pogoda przy działaniach plenerowych, zmiany regulacji sanitarnych).

Pamiętaj o określeniu prawdopodobieństwa wystąpienia ryzyka z wykorzystaniem np. prostej skali obejmującej: stopień niski, stopień średni, stopień wysoki

Przykładowa analiza:

Rodzaj ryzyka	Prawdopodobieństwo	Działanie minimalizujące
Choroba osoby prowadzącej warsztat	Niskie	Zapewnienie zastępstwa, przygotowanie materiałów do samodzielnego prowadzenia zajęć
Problemy z dostępnością sali	Średnie	Rezerwacja alternatywnej lokalizacji, podpisanie umowy użyczenia z wyprzedzeniem
Zła pogoda przy wydarzeniu plenerowym	Wysokie	Miejsce awaryjne pod dachem, możliwość przeniesienia terminu
Wycofanie się partnera projektu	Niskie	Podpisanie listu intencyjnego z kilkoma partnerami, znalezienie zapasowego podmiotu

ZAPAMIĘTAJ!

- Nie pisz: „Ryzyko nie występuje” – zawsze może się coś wydarzyć.
- Lepiej wskazać mniej przykładów z dobrze przemyślaną strategią niż listę ogólników bez planu działania.
- Ryzyka powinny być **związane z konkretnymi działaniami w harmonogramie**.

Rezultaty

Rezultaty są wynikiem działania, pokazują, na ile zmierzamy do celu, są nowym stanem faktycznym, korzyścią inicjatywy już w trakcie jej trwania.

Są one dzielone poprzez dwa pojęcia: produkty i rezultaty (miękkie, twarde, ilościowe, jakościowe).

Produkty określają „dobra i usługi” powstałe w wyniku realizowanych działań np.

- Liczba wydarzeń np. 1 turniej piłki nożnej.
- Liczba uczestników wydarzeń np. 25 uczestników szkolenia,
- Liczba materiałów edukacyjnych np. 1 poradnik ekologiczny

Rezultaty odzwierciedlają efekt realizowanych działań na poziomie kompetencji, postaw, wiedzy, zaangażowania, podkreślają zmianę jaka nastąpi dzięki inicjatywie. Przykłady:

- 25 uczestników podniosło wiedzę z zakresu prawa obywatelskiego
- Nastąpił wzrost wiedzy i świadomości ekologicznej uczestników
- 3 osoby zaangażowały się w działania lokalnej młodzieżowej rady

Produkty i rezultaty należy w sposób odpowiednio mierzyć.

Przykładowo, liczbę uczestników można zmierzyć na podstawie listy obecności. Z kolei podniesienie wiedzy może zostać zmierzone poprzez testy przed szkoleniem i po szkoleniu, a wzrost świadomości poprzez wyniki ankiety ewaluacyjnej. Należy wziąć pod uwagę, że wskaźnik rezultatu (poziom osiągnięcia) nie może w tym wypadku wynieść 100%. Zawsze znajdzie się jedna osoba, która zadeklaruje, że nie podniosła swoich umiejętności w danej dziedzinie.



WSKAZÓWKA

Określenie rezultatów oraz wskaźników i wykorzystywanych sposobów ich monitorowania jest przedmiotem punktów III. I oraz J Oferty. Uzupełniając tą część pamiętaj:

- 1. Produkty i rezultaty muszą być spójne z działaniami i celami.** Nie wpisuj rezultatów, których nie da się osiągnąć poprzez zaplanowane działania.
- 2. Nie przeszacowuj.** Jeśli planujesz przeszkolenie 30 osób, nie zakładaj, że 100% osiągnie pełen poziom wiedzy. Wskaźnik 80–90% to bardziej realistyczne podejście.
- 3. Planuj metody weryfikacji z wyprzedzeniem.** Zastanów się, **jak i kiedy** zbierzesz dane – testy, ankiety, wywiady, listy obecności itp.
- 4. Użyj prostych narzędzi pomiaru.** Krótkie testy wiedzy, formularze samooceny, ankiety, dokumentacja fotograficzna.

Nazwa rezultatu	Planowany poziom osiągnięcia rezultatów (wartość docelowa)	Sposób monitorowania rezultatów/ źródło informacji o osiągnięciu wskaźnika
Organizacja warsztatów ekologicznych	3 warsztaty ekologiczne	Listy obecności, dokumentacja fotograficzna
Wzrost wiedzy ekologicznej wśród uczestników warsztatów	Wzrost wiedzy wśród 70% uczestników	Test wiedzy przed i po warsztatach

Kosztorys

Podczas planowania inicjatywy opracowanie budżetu stanowi bardzo ważny element. W ofercie konkursowej musicie przedstawić rodzaj kosztu (konkretny wydatek) odnoszący się do określonego działania, rodzaj miary, koszt jednostkowy oraz liczbę jednostek danego wydatku.

PRZYKŁAD



Pozycja: I.1
 Rodzaj kosztu: wynagrodzenie trenera Rodzaj miary: godzina
 Koszt jednostkowy: 50,00 zł Liczba jednostek: 2
 Suma: 100,00 zł

Ostateczny budżet inicjatywy zostanie opracowany po ogłoszeniu wyników we współpracy z Operatorem.



WSKAZÓWKA

Zapoznaj się z instrukcją umieszczoną w arkuszu stanowiącym Załącznik nr 1 do oferty.

INSTRUKCJA	
Pozycja	Liczba porządkowa ze względu na kategorię kosztów.
Nazwa wydatku	Wskaż nazwę wydatku np. honorarium artysty.
Rodzaj miary	Wskaż rodzaj miary np. godzina, zestaw, miesiąc, usługa.
Koszt jednostkowy	Wskaż kwotę jednostkową dla danego wydatku.
Liczba jednostek	Wskaż liczbę jednostek dla danego wydatku.
ZAPAMIĘTAJ	
Udział procentowy dla kategorii I (koszty bieżące) musi wynieść minimum 60% wartości całej mikrodotacji.	
Udział procentowy dla kategorii II (koszty administracyjne) może wynieść max 25% wartości mikrodotacji.	
Udział procentowy dla kategorii III (koszty rozwoju instytucjonalnego) może wynieść max 20% wartości całej mikrodotacji.	
INNE UWAGI	
Każdy wydatek w kategorii III należy uzasadnić we wniosku w punkcie V. Uwagi. Brak uzasadnienia oznaczać będzie niekwalifikowalność wydatku.	
Dla każdego wydatku zawierającego rodzaj miary zestaw lub komplet we wniosku w punkcie V. Uwagi należy opisać co każdorazowo wchodzi w skład danego zestawu lub kompletu.	
W razie potrzeby, dodaj w kosztorysie kolejny wiersz. Zwróć uwagę, czy dodanie wiersza nie spowodowało negatywnego wpływu na obliczenia arkusza. W takiej sytuacji skontaktuj się z Operatorem.	
Arkusz został opracowany w sposób zapewniający automatyczne naliczanie wartości w kolumnach SUMA (kolumna G), KWOTA (kolumna K) oraz UDZIAŁ % (kolumna L)-nie należy samodzielnie wpisywać wartości w tych miejscach!	
Podczas składania oferty wraz z załącznikiem, pamiętaj aby wydrukowany kosztorys był czytelny	
Pamiętaj, aby załącznik podpisać zgodnie z zasadami reprezentacji Patrona lub pełnomocnictwem!	

Wydatki kwalifikowane

Wydatki kwalifikowane to takie wydatki, które można sfinansować w ramach inicjatywy i są zgodne z regulaminem konkursu. Eksperti oceniając ofertę będą weryfikować, czy dany wydatek zawarty w ofercie jest kosztem kwalifikowanym. Weryfikacja kwalifikowalności wydatku będzie również dokonywana na etapie oceny sprawozdania lub działań monitoringowych i kontrolnych.

Koszty kwalifikowane (wydatki, które można pokryć w ramach inicjatywy) uważa się wydatki, które spełniają **wszystkie** z wymienionych poniżej warunków:

- są niezbędne dla realizacji inicjatywy,
- są racjonalne i efektywne,
- dokumenty zostały wystawione i faktycznie poniesione w okresie realizacji inicjatywy,
- są udokumentowane,
- zostały przewidziane w budżecie inicjatywy,
- są zgodne ze szczegółowymi wytycznymi określonymi w niniejszym Regulaminie
- są zgodne z odrębnymi przepisami prawa powszechnie obowiązującego.

Wydatki niekwalifikowane

Planując budżet inicjatywy należy upewnić się czy wydatek, który chcemy sfinansować nie jest przypadkiem kosztem niekwalifikowanym. Kosztem niekwalifikowane są wydatki, które nie są niezbędne do realizacji projektu, jak również wymienione w regulaminie konkursu m.in.:

1. poniesione przed terminem realizacji inicjatywy lub po jej zakończeniu;
2. podatek od towarów i usług (VAT), jeśli może zostać odliczony w oparciu o ustawę z dnia 11 marca 2004 r. o podatku od towarów i usług (t.j. Dz. U. z 2020 r. poz. 106 z późn. zm.);
3. zakup nieruchomości gruntowej, lokalowej, budowlanej;
4. wydatki majątkowe (w rozumieniu art. 3 ust. 1 pkt 14-15 ustawy z dnia 29 września 1994 r. o rachunkowości (t.j. Dz. U. z 2021 r. poz. 217 z późn. zm.) i art. 16a ust. 1 w zw. z art. 16d ust. 1 ustawy z dnia 15 lutego 1992 r. o podatku dochodowym od osób prawnych (t.j. Dz. U. z 2021 r. poz. 1800));
5. pozostałe wartości niematerialne i prawne (autorskie prawa majątkowe, prawa pokrewne, licencje, koncesje itp., know-how), których przewidywany okres używania jest dłuższy niż rok oraz zostały przeznaczone na potrzeby własne jednostki lub oddane do używania na podstawie umów najmu czy dzierżawy;
6. inwentarz żywy;

7. wyposażenie, które nie jest merytorycznie uzasadnione;
8. amortyzacja;
9. leasing;
10. pożyczki;
11. bezpośrednio pomocy finansowej dla osób fizycznych;
12. rezerwy na pokrycie przyszłych strat lub zobowiązań;
13. odsetki z tytułu niezapłaconych w terminie zobowiązań;
14. koszty kar i grzywien;
15. koszty procesów sądowych;
16. nagrody, premie i inne formy bonifikaty rzeczowej lub finansowej dla osób zajmujących się realizacją inicjatywy;
17. ekwiwalent za niewykorzystany urlop;
18. zakup napojów alkoholowych i innych środków odurzających;
19. 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, składek na Pracownicze Plany Kapitałowe (PPK) i innych obowiązkowych zobowiązań wobec Skarbu Państwa i ZUS, opłat bankowych (przelewy, przewalutowanie), a także opłat za zaświadczenie o niekaralności, opłaty za zajęcie pasa drogowego oraz kosztów związanych z uzyskaniem informacji publicznej (z wyjątkiem realizacji działań merytorycznych prowadzonych w interesie ogólnym);
20. koszty wyjazdów służbowych osób zaangażowanych w realizację projektu na podstawie umowy cywilnoprawnej, chyba że umowa ta określa zasady i sposób podróży służbowych;
21. wydatki związane z tworzeniem kapitału żelaznego organizacji;
22. wydatki związane z realizacją celów religijnych oraz uprawiania kultu religijnego;
23. zakup środków trwałych;
24. wydatki związane z prowadzeniem jakiejkolwiek działalności gospodarczej.

Kategorie kosztów

Opracowując budżet inicjatywy konieczne będzie skonstruowanie kosztorysu w oparciu o następujące kategorie kosztów:

1. **Koszty bieżące**, w tym koszty promocji (to koszty bezpośrednio związane z realizacją inicjatywy) wynoszące **co najmniej** 60% wartości całej mikrodotacji.
2. **Koszty obsługi inicjatywy** (to koszty administracyjno-księgowe – w części odpowiadającej zaangażowaniu danej osoby, w realizację inicjatywy, jak również innych osób zatrudnionych specjalnie na potrzeby inicjatywy) nie mogą wynieść więcej niż 25%

wartości mikrodotacji. Będą to w szczególności:

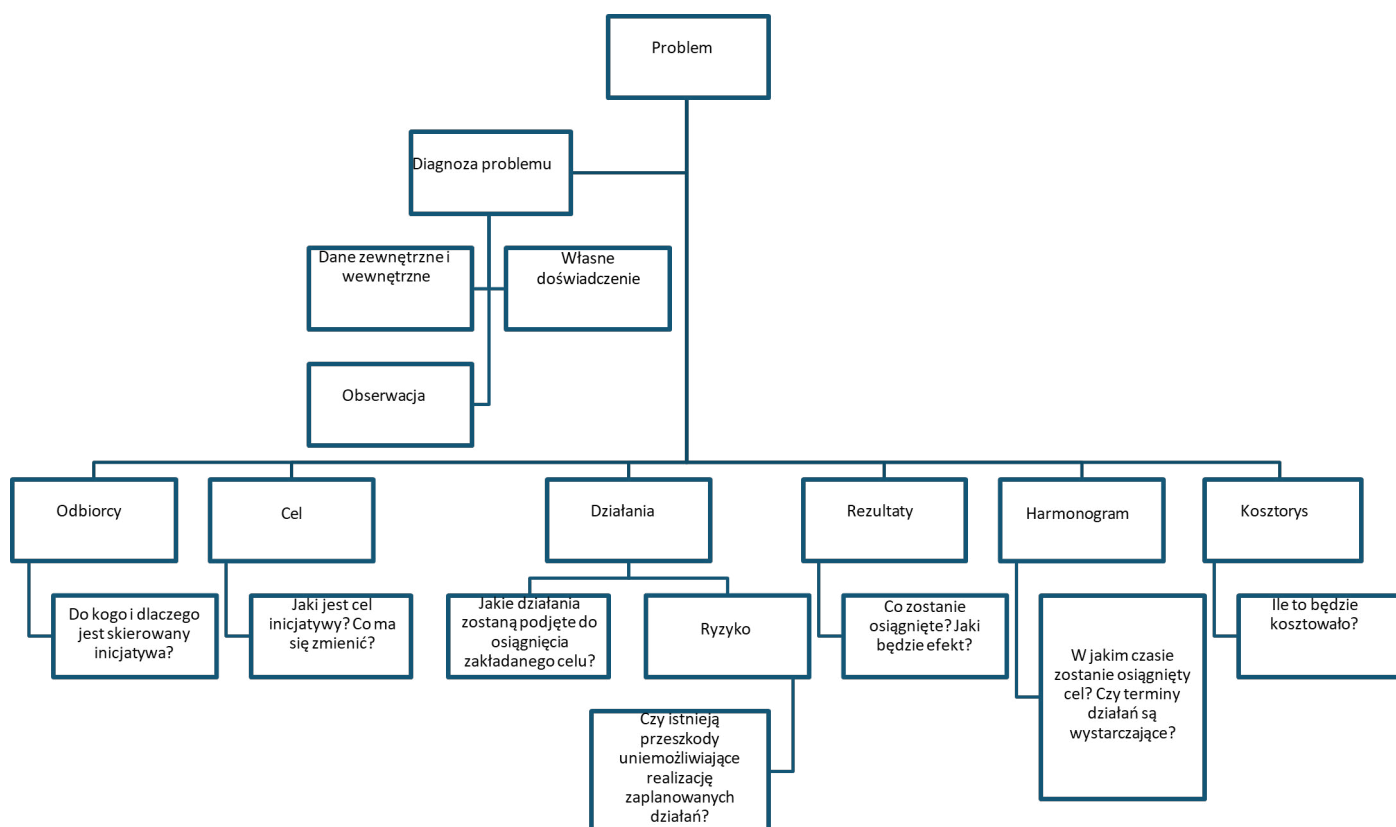
- Koszty rozliczenia mikrodotacji
- Kierowanie inicjatywą
- Wykonywanie zadań administracyjnych
- Wykonywanie zadań księgowych

3. Koszty rozwoju instytucjonalnego mogą wynieść nie więcej niż 20% wartości mikrodotacji.

Zwróć uwagę na:

1. Udział procentowy dla kategorii I (koszty bieżące) musi wynieść minimum 60% wartości całej mikrodotacji.
2. Udział procentowy dla kategorii II (koszty administracyjne) może wynieść max 25% wartości mikrodotacji.
3. Udział procentowy dla kategorii III (koszty rozwoju instytucjonalnego) może wynieść max 20% wartości całej mikrodotacji.





Ujęcie zasobów własnych

Podczas opracowywania koncepcji inicjatywy, konieczne jest wykazanie potencjału umożliwiającego realizację inicjatywy. Na etapie składania wniosku nie musi podawać imienia i nazwiska, kto będzie odpowiedzialny za wykonanie inicjatywy. Należy krótko przedstawić wymogi i kwalifikacje, które dana osoba musi spełnić, aby realizować inicjatywę.

Rozdział III: Umowa

Wasza oferta została zakwalifikowana do realizacji? Gratulacje! Teraz przyszedł czas na podpisanie umowy.



Niedostosowanie oferty wyznaczonym przez Operatora terminie może skutkować odstąpieniem przez Operatora od podpisania umowy o realizację inicjatywy.

Po ogłoszeniu wyników Operator w terminie przewidzianym w regulaminie skontaktuje się z Wami celem przygotowania ostatecznego kształtu oferty, w tym jego kosztorysu, jak również przekazania mu niezbędnych dokumentów do sporządzenia umowy.

Należy mieć na uwadze, że zakwalifikowanie inicjatywy do dofinansowania nie jest równoznaczne z zaakceptowaniem jej w całości. Podczas oceny merytorycznej eksperci oceniający ofertę konkursową mogli dokonywać uwag i sugestii proponując zmiany, w szczególności w zakresie dotyczącym kosztorysu (np. wydatek zawyżony, zbędny do realizacji). Operator poinformuje was, co należy zmienić w ofercie konkursowej, aby ostateczny kształt oferty był zaakceptowany i umożliwiał podpisanie umowy o realizację inicjatywy.

Ostateczny kształt oferty konkursowej, który został zaakceptowany przez Operatora umożliwia podpisanie umowy. Umowę podpisuje Oferent zgodnie ze sposobem reprezentacji. Od podpisania umowy Oferent jest Realizatorem inicjatywy.

Zakończenie- ostatnie wskazówki dla Oferenta

Dziękujemy za zapoznanie się z podręcznikiem. Mamy nadzieję, że zawarte tu informacje pomogą Ci w przygotowaniu przemyślanej, spójnej i skutecznej oferty. Pamiętaj, że każda dobrze zaplanowana inicjatywa to nie tylko szansa na zdobycie dofinansowania, ale przede wszystkim realny wpływ na otaczającą rzeczywistość i aktywizację młodzieży w Twojej społeczności.

W trakcie przygotowywania oferty:

- bądź **konkretny** – unikaj ogólników, pokaż, że masz plan,
- bądź **realistyczny** – lepiej zaproponować mniej działań, ale wykonać je dobrze,
- bądź **zaangażowany** – Twoja pasja i motywacja mają znaczenie!
- Pamiętaj o podpisaniu Oferty oraz wszystkich wymaganych załączników z zachowaniem zasad reprezentacji Patrona!

Jeśli Twoja inicjatywa zostanie zakwalifikowana do realizacji – gratulacje! Kolejny krok to zapoznanie się z **Podręcznikiem dla Realizatorów Inicjatywy**, w którym przedstawimy szczegółowe informacje o tym:

- jakie są Twoje obowiązki jako realizatora,
- jakie dokumenty musisz prowadzić,
- jak raportować działania i rozliczać się z otrzymanych środków.

Na zakończenie – kilka dobrych praktyk:

- **Zadbaj o kontakt z młodzieżą i lokalnym otoczeniem** – to klucz do sukcesu Twojej inicjatywy.
- **Planuj z wyprzedzeniem**, ale pozostaw miejsce na elastyczność.
- **Zbieraj dokumentację na bieżąco** – zdjęcia, listy obecności, relacje uczestników.
- **Dbaj o komunikację i widoczność projektu** – pokaż, co udało się osiągnąć!