ROZDZIAŁ 5

ILE ZBIERAĆ I JAKIE FORMY WPŁAT ZORGANIZOWAĆ?

NIE ZA MAŁO

Chciałoby się powiedzieć: ZBIERAJ WIĘCEJ NIŻ POTRZEBUJESZ, ale na to nie pozwalają regulaminy podmiotów prowadzących zbiórki. To, co możemy więc zasugerować, to dokładne, wielokrotne przeanalizowanie kwoty, jaką planujesz zdobyć w całej akcji. Wartym rozważenia jest też, proponowane zawsze przez finansistów, stworzenie „poduszki finansowej" – to bufor na wypadek nieprzewidzianych sytuacji.

Nie chodzi nam o chciwość czy jakiekolwiek formy oszustwa! Po prostu prawdopodobieństwo, że w twojej zbiórce pojawią się niezaplanowane, dodatkowe koszty, jest spore. A nawet bardzo duże. Jeśli tak się nie stanie – zawsze możesz przekazać pieniądze na wybrany przez siebie cel charytatywny. To o wiele bardziej komfortowa sytuacja niż konieczność zwiększania kwoty zbiórki w trakcie jej trwania. Nie tylko ze względu na regulaminy portali do prowadzenia takich akcji, gdzie nie zawsze jest to możliwe, ale przede wszystkim – z powodu darczyńców. Dla niektórych nagłe zwiększenie kwoty może negatywnie rzutować zarówno na wiarygodność zbiórki, jak i motywację – oddalający się cel osłabia mobilizację wpłacających.

Oczywiście, zasady niemal wszystkich portali wymagają potwierdzenia (w formie dokumentów), na co ma zostać przeznaczona kwota ze zbiórki. Takich papierów, za którymi idą też spore wydatki, od chwili rozpoczęcia twojej zbiórki, będzie wyłącznie przybywać. **Zanim więc określisz finalną kwotę, przyjrzyj się analogicznym zbiórkom, a najlepiej – skonsultuj z ich organizatorami. Nie warto wyważać otwartych drzwi.**

Na ustalenie tej finalnej kwoty warto dać sobie chwilę. **W przypadku akcji dla Julki lekarze początkowo mówili o koszcie miliona złotych.** Dosłownie chwilę później już o półtora miliona, aż ostatecznie okazało się, że musimy zebrać 2 mln złotych. Jasno wyznaczony cel pozwolił w przejrzysty sposób poprowadzić akcję. Dzięki wsparciu Ministerstwa Obrony Narodowej, w postaci zapewnienia Julce transportu rządowym samolotem, udało się nam zaoszczędzić sporą kwotę. Gdyby nie ten fakt, konieczne byłoby pewnie zbieranie dodatkowych pieniędzy w trakcie leczenia w Bostonie. Komplikacje pooperacyjne wymagały niezaplanowanych badań, wydłużył się pobyt w USA. Wszystko to znacząco przewyższyło pierwotnie założone wydatki.

Planując finalną kwotę, nie zapominaj też o podatkach! Jeśli wpłata od któregokolwiek z dar-

czyńców przekroczy 4902 zł, w niektórych przypadkach musisz sam zapłacić podatek (np. gdy uzbierasz taką kwotę od jednego darczyńcy podczas eventu charytatywnego, w licytacjach na Facebooku czy na portalu www.zrzutka.pl, który w przeciwieństwie do np. www.siepomaga.pl, nie jest fundacją; szczegóły znajdziesz tutaj: Zrzutki a Urząd Skarbowy)

Choć na początku trudno się do tego przekonać, naprawdę warto trzymać się maksymy z podręcznika dla fundraiserów: ***należy pamiętać o zasadzie: proś o mało, a otrzymasz mało – i nigdy jej nie stosować.*** *Bo gdy prosisz o zbyt mało, możesz obrazić kogoś, jeśli poczuje, że jego hojność oceniono zbyt nisko. Lepiej więc już prosić o za dużo, bo grozi ci wtedy najwyżej tyle, że darczyńca słysząc wygórowaną kwotę, zacznie się serdecznie i głośno śmiać. Bądź na to gotowy i śmiej się razem z nim, a potem spytaj go, jaka kwota będzie bardziej odpowiednia. (1)*

1. Maciej Gnyszka, Fundraising – pierwszy polski praktyczny podręcznik. Wydawnictwo Helion, Gliwice 2014

NA ILE MOŻESZ LICZYĆ?

Zbiórkę #SERCEJULKI wsparło na www.zrzutka.pl ok. 21 tysięcy osób. Uzbieraliśmy tam 2 mln zł, co daje średnią arytmetyczną na poziomie 95 złotych od darczyńcy. Weźmy jednak pod uwagę, że naszą zbiórkę realizowaliśmy dwa lata temu i że rozpiętość wpłat była gigantyczna. Szukając uśrednionych, bardziej ogólnych danych, można odwołać się do obliczeń wykonanych przez www.zrzutka.pl z sierpnia 2021: na podstawie 7 122 821 wpłat dokonanych na przestrzeni ostatnich ponad 7 i pół roku, ***zrzutka.pl wyliczyła średnią wartość donacji na poziomie 65,48 zł, a także średnią dla poszczególnych lat. (2)***

2. Zrzutka.pl, 500 milionów złotych przekazane na zrzutki,

Przy działaniach offline na pewno również można mówić o sporej amplitudzie wpłat – inaczej będzie wyglądało wsparcie zbiórki podczas prestiżowej aukcji charytatywnej np. w trakcie eventu dla przedstawicieli świata biznesu, inaczej podczas zbiórki na ulicy wśród przypadkowych przechodniów. **Jednak naprawdę liczy się każda jedna złotówka!** Warto jedynie przemyśleć nakład pracy, a tym samym kosztów, jakie trzeba ponieść, by zdobyć określoną kwotę. Działania online skutecznie wypierają tradycyjne formy zbiórek właśnie ze względu na ten przelicznik. Organizacja np. koncertu charytatywnego wymaga poniesienia niewspółmiernie większych kosztów niż wykupienie kampanii promocyjnej w świecie online.

Warto też pamiętać, że dla zbiórki liczą się **nie tylko pieniądze.** Jeśli darczyńca mówi ci, że nie może wesprzeć twojej akcji finansowo, spróbuj mu zaproponować inny rodzaj pomocy. Czas, rzeczy, doradztwo czy kapitał ludzki – przydać ci się może wszystko!

FORMY WPŁAT

Znamienitej większości wpłat dokonuje się dziś online. Najczęściej z urządzeń mobilnych. Oznacza to, że numer konta w fundacji, na które trzeba wykonać tradycyjny przelew przez internet z mnóstwem danych

do uzupełnienia, zdecydowanie nie wystarczy. **Trzeba wyjść naprzeciw swoim darczyńcom, przygotowując prosty i szybki sposób wpłat.** Szczęśliwie, większość dużych portali do prowadzenia zbiórek i takich też fundacji oraz stowarzyszeń, zajmie się tym za ciebie.

KONTO NA PORTALU

Portale do zbiórek proponują różne formy przekazywania pieniędzy przez darczyńców, dzięki czemu znakomicie ułatwiają płatności, np. **szybki przelew, płatność kartą płatniczą, BLIK, ApplePay, Google Pay czy PayPal.** Niektóre umożliwiają też transfer środków z zagranicy. Niestety, nadal część z tych stron nie jest wystarczająco wiarygodna dla osób wspierających. Właśnie m.in. za takie usługi musisz też na ogół zapłacić prowizję dla portalu.

KONTO W FUNDACJI

Jeśli przed tobą zbiórka charytatywna i zapisałeś/aś się do fundacji/stowarzyszenia, to dostaniesz indywidualny numer konta, który można podawać darczyńcom. W fundacji/stowarzyszeniu zakładane jest subkonto do wpłat złotówkowych oraz do wpłat walutowych. Największy minus – w wielu mniejszych, bezpłatnych dla podopiecznych fundacjach, nadal możliwe są tylko

tradycyjne przelewy online lub wpłaty gotówkowe. W dużych tego typu podmiotach ten problem raczej już nie występuje, ALE trzeba zapłacić prowizję (od 3 do nawet 10%).

Fundacja/stowarzyszenie z każdej wydanej złotówki z twojego konta musi się rozliczyć. Nie otrzymasz więc pieniędzy bez potwierdzenia, na co są ci one potrzebne. Najczęściej organizacje te w ogóle nie wysyłają pieniędzy na konto twoje, a od razu na konto podmiotu, który wystawia fakturę za dany wydatek.

ROZWIĄZANIE

W przypadku zbiórki charytatywnej najrozsądniejsze wydaje się być równoległe skorzystanie z dwóch opcji:

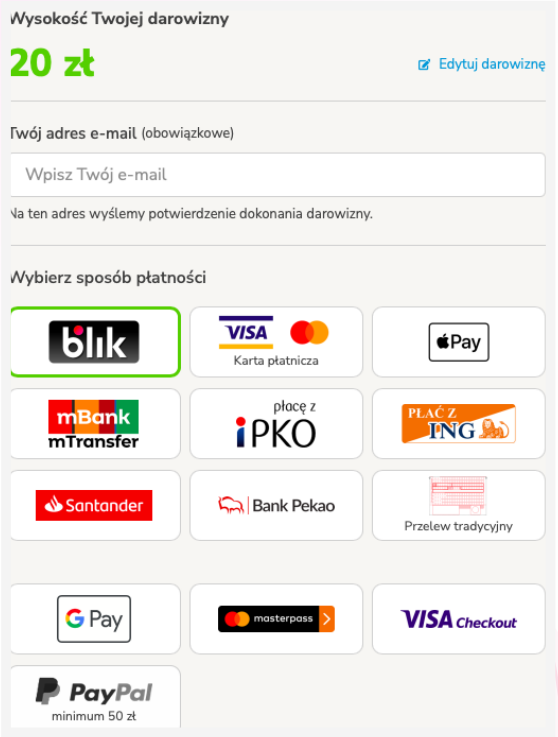
- konta w portalu (choćby ze względu na różne formy wpłat, jakie ten umożliwia)
- konta w bezpłatnej fundacji/stowarzyszeniu (wzrost wiarygodności całej akcji).

Alternatywę stanowi wybór:
- portalu, który posiada jednocześnie swoją fundację (np. www.siepomaga.pl)
- dużej, na ogół niestety pobierającej opłaty fundacji, zaawansowanej technologicznie pod kątem różnorodności form wpłat (np. www.mammarzenie.org).

INDYWIDUALNIE: PAYPAL

Paypal to dla darczyńcy nie tylko szybka, ale i bezpieczna forma przelewania pieniędzy. Jednak żeby zbierać przy jego pomocy, zarówno ty, jak i osoba cię wspierająca, musicie założyć konto osobiste.

Założenie konta i płatności za pomocą PayPal są bezpłatne (wyjątek to przeliczenie waluty). Można z niego korzystać za pomocą aplikacji mobilnej. Opłatom podlegają tylko niektóre operacje – wysyłanie pieniędzy z karty kredytowej lub przelewy zagraniczne.



CHARYTATYWNE SMS-y

Planując długą i dużą zbiórkę, warto rozważyć opcję charytatywnych SMS-ów. Żeby jednak dochód z ich wysłania zasilił konto twojej zbiórki, czeka cię dość skomplikowana i czasochłonna procedura. Musisz się zgłosić z dokładnym opisem, a przede wszystkim planem promocji medialnej twojej akcji, do każdego operatora sieci telefonii komórkowych. Każdy musi indywidualnie wyrazić zgodę, która jest zależna od wysokich wymagań korporacji związanych głównie z kampanią twojej zbiórki. Później szereg formalności, zgłoszeń i wreszcie – rozliczeń. Warto jednak pamiętać, że w naszym kraju nadal występuje problem wykluczenia cyfrowego. Niektóre grupy społeczne, np. seniorzy, nie posługują się internetem. SMS-y mogą więc być bardzo pomocne.

Więcej dowiesz się tutaj: ZOBACZ

KOSZTY ORGANIZACJI ZBIÓRKI

Nie zawsze wszystko, czego potrzebujesz do organizacji zbiórki, uda ci się pozyskać od darczyńców za darmo. Jest jednak dobra wiadomość – niektóre portale prowadzące zbiórki akceptują takie wydatki jako część wliczaną do finalnej kwoty akcji. Jest tak m.in. na portalu

www.zrzutka.pl. Wystarczy, że przedłożysz dokumentację potwierdzającą koszty związane z organizacją, np. druk plakatów czy ulotek.

NADZIEJA NA 1%

Kiedy cel zbiórki wymaga długofalowego wsparcia, warto oczywiście rozważyć wystąpienie o 1% podatku dochodowego od osób fizycznych, który podatnicy mogą przekazać organizacjom pożytku publicznego. Są nimi niektóre fundacje lub stowarzyszenia działające na rzecz innych (wybierając podmiot, gdzie chcemy zorganizować zbiórkę, dobrze na to od razu zwrócić uwagę). 1% jest opcją tym bardziej godną uwagi, ponieważ nie wymaga od nas dodatkowej pracy. Konieczne jest podleganie pod fundację czy stowarzyszenie pożytku publicznego. To one w naszym imieniu umożliwią realizację takich wpłat. Nie potrzeba dodatkowych dokumentów ani specjalnie skomplikowanych rozliczeń. Niestety – na pieniądze trzeba trochę poczekać. PIT-y rozlicza się do końca kwietnia, a pierwsze z nich wpływy zazwyczaj pojawiają się na koncie dopiero w miesiącach letnich. **Mimo to 1% podatku stanowi często jedyną szansę przetrwania dla wielu osób czy organizacji:** *Od lat najwięcej pieniędzy z tego źródła dostaje Fundacja Dzieciom „Zdążyć z Pomocą", która z odpisów z podatku*

*za 2019 rok zebrała ponad **185,5 miliona złotych**, wyprzedzając drugą na liście Fundację Avalon o ponad 130 milionów złotych. Kolejna na liście beneficjentów była Fundacja Pomocy Osobom Niepełnosprawnym Słoneczko. (3)*

1% to także ciekawy przykład ukazujący szersze zjawiska socjologiczne związane ze zbiórkami w naszym kraju: *Są wspaniałe zrywy i akcje, ale jeśli chodzi o skalę i systematyczność, jest już słabo. Rocznie na alkohol wydajemy około 40 miliardów złotych. Ale spośród ponad 26 milionów podatników PIT darowizny, a zatem własne środki, na cele pożytku publicznego wpłaca zaledwie co setny. W 2018 roku z imponującej kwoty ponad 900 miliardów złotych wypracowanego przez Polaków dochodu na darowizny na cele pożytku publicznego trafiło niewiele ponad 180 milionów, czyli około 7 zł rocznie na podatnika. Dla porównania: w USA wielkość darowizn przypadająca rocznie na jedno gospodarstwo domowe to 2,5 tysiąca dolarów.* (4)

3. M. Wlekły, Internetowe zbiórki. Współzawodnictwo w cierpieniu
4. jw.