



**KOMITET  
DO SPRAW  
POŻYTKU  
PUBLICZNEGO**



Narodowy Instytut Wolności  
Centrum Rozwoju Społeczeństwa Obywatelskiego



Rządowy Program  
Fundusz Inicjatyw  
Obywatelskich  
na lata 2021-2030

**NOWEFIO**

SFINANSOWANO ZE ŚRODKÓW NARODOWEGO INSTYTUTU WOLNOŚCI – CENTRUM  
ROZWOJU SPOŁECZEŃSTWA OBYWATELSKIEGO W RAMACH RZĄDOWEGO PROGRAMU  
FUNDUSZ INICJATYW OBYWATELSKICH NOWEFIO NA LATA 2021-2030

## **„AKADEMIA FUNDRAISINGU DLA OSP”**

### **LEKCJA 5**

# **Narzędzia skutecznego fundraisera**

opracowano w ramach Projektu

**„Akademia fundraisingu dla OSP z Województwa Małopolskiego”**

finansowanego ze środków Narodowego Instytutu Wolności – Centrum Rozwoju  
Społeczeństwa Obywatelskiego w ramach Rządowego Programu Fundusz Inicjatyw  
Obywatelskich NOWEFIO na lata 2021-2030

**SKRYPT**

## SPIS TREŚCI

Rozdział 1. System ewidencji kontaktów oraz historii wsparcia w OSP .....	3
Rozdział 2. Kanały przyjmowania darowizn oraz standardy identyfikacji i ewidencji wpłat .....	12
Rozdział 3. Narzędzia obsługi relacji z darczyńcami i interesariuszami: komunikacja, biuletyn elektroniczny i archiwizacja .....	19
Rozdział 4. Narzędzia organizacji pracy fundraisingowej oraz obiegu dokumentów i materiałów w OSP .....	28
Rozdział 5. Narzędzia analityczne i raportowe fundraisingu OSP oraz mechanizmy bezpieczeństwa informacji i kontroli dostępu .....	36
Rozdział 6. Nowoczesne narzędzia fundraisingu w praktyce OSP – od wyboru do wdrożenia.....	45
Słownik .....	58
Bibliografia i źródła .....	69
Checklista .....	74
Pytania do analizy (do dyskusji) .....	77
Ćwiczenia .....	79
Test sprawdzający .....	85

## ROZDZIAŁ 1. System ewidencji kontaktów oraz historii wsparcia w OSP

### Dlaczego OSP potrzebuje uporządkowanej ewidencji kontaktów i historii wsparcia?

Ewidencja kontaktów oraz historii wsparcia to w praktyce „pamięć instytucjonalna” fundraisingu w OSP: uporządkowany zbiór informacji o osobach i podmiotach, z którymi jednostka utrzymuje relacje, oraz o tym, jakie wsparcie zostało udzielone, kiedy, w jakiej formie i w jakim kontekście. W OSP, gdzie znacząca część pracy jest wykonywana społecznie, a odpowiedzialności przechodzą pomiędzy kolejnymi zarządami i funkcyjnymi, brak takiej „pamięci” skutkuje utratą kontaktów, dublowaniem działań, nieczytelną historią ustaleń oraz ryzykiem błędów w komunikacji i rozliczalności. Z perspektywy standardów zarządzania danymi osobowymi jest to również obszar, w którym szczególnie łatwo o nieuprawnione gromadzenie informacji w prywatnych telefonach, notatnikach lub rozproszonych plikach, co zwiększa ryzyko naruszeń ochrony danych<sup>1</sup>.

Warto podkreślić, że OSP funkcjonują formalnie jako stowarzyszenia o szczególnej roli i zadaniach uregulowanych w odrębnych przepisach, a jednocześnie działają w realiach lokalnej wspólnoty, w której relacje są wieloletnie, a „kapitał zaufania” ma znaczenie kluczowe<sup>2</sup>. Właśnie dlatego ewidencja kontaktów w OSP nie powinna być traktowana wyłącznie jako „lista darczyńców”. To system obejmujący także sympatyków, partnerów, sponsorów rzeczowych, wolontariuszy, instytucje publiczne, media lokalne oraz osoby i podmioty, które mogą stać się darczyńcami w przyszłości. W kolejnych rozdziałach lekcji 5 omówione zostaną odrębnie narzędzia przyjmowania darowizn, narzędzia komunikacji operacyjnej oraz analityka i raportowanie. W tym rozdziale koncentrujemy się wyłącznie na tym, jak zbudować i prowadzić rzetelną, praktyczną oraz zgodną z prawem ewidencję kontaktów i historii wsparcia – oraz jakie narzędzia to umożliwiają.

### Co dokładnie powinien obejmować „system ewidencji” w OSP?

System ewidencji kontaktów i historii wsparcia to nie tylko „program”, lecz całość rozwiązania obejmująca: (1) zakres danych (co zbieramy i po co), (2) standardy zapisu (jak zapisujemy, aby dane były porównywalne), (3) narzędzie (gdzie te dane przechowujemy), oraz (4) zasady dostępu i odpowiedzialności (kto może przeglądać, kto edytować, kto usuwać). Podstawą jest przyjęcie, że jednym „rekordem” w systemie jest zawsze konkretny podmiot relacji: osoba fizyczna albo organizacja (np. firma, instytucja publiczna, koło gospodyń, stowarzyszenie, parafia). Dla OSP szczególnie ważne jest też rozróżnienie pomiędzy:

<sup>1</sup> Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2016/679 z dnia 27 kwietnia 2016 r. (RODO), Dz.U. UE L 119 z 4.5.2016, art. 5 (zasady przetwarzania), s. 35–36, [https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PL/TXT/PDF](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PL/TXT/PDF;);

<sup>2</sup> Związek Ochotniczych Straży Pożarnych RP, *OSP – działaj sprawnie! Poradnik dla zarządów i nie tylko*, stan prawny 1.05.2023, fragment: „Formalnie OSP to stowarzyszenia...”, s. 7, [https://zosprp.pl/wp-content/uploads/2023/12/PoradnikOSP\\_potencjal\\_mlodych2023.pdf](https://zosprp.pl/wp-content/uploads/2023/12/PoradnikOSP_potencjal_mlodych2023.pdf);

- **kontaktem** (kto to jest i jak się z nim skontaktować),
- **relacją** (jaki jest charakter związku z OSP i jakie są ustalenia),
- **interakcją** (co i kiedy się wydarzyło: rozmowa, spotkanie, udział w wydarzeniu),
- **wsparciem** (co zostało przekazane: pieniądze, rzecz, usługa, użyczenie, praca wolontariacka).

Takie rozdzielanie nie jest „akademickie”. W praktyce eliminuje ono najczęstszy błąd ewidencyjny - mieszanie w jednym polu informacji o darowiznie, rozmowie i preferencjach, co po kilku miesiącach staje się nieczytelne i nieprzydatne. Z punktu widzenia zgodności z prawem ochrony danych osobowych kluczowe jest natomiast to, aby dane były przetwarzane zgodnie z zasadami: legalności, minimalizacji, ograniczenia celu, prawidłowości, ograniczenia przechowywania i bezpieczeństwa<sup>3</sup>. W systemie ewidencji musi więc być możliwe wykazanie: skąd pochodzą dane, jaki jest cel ich przetwarzania oraz jak długo są potrzebne.

Zakres ewidencji w OSP powinien być adekwatny do skali działań fundraisingowych. Dla małej jednostki będzie to często uporządkowany arkusz kalkulacyjny; dla większej – narzędzie bazodanowe lub wyspecjalizowany system do zarządzania relacjami. Niezależnie od wybranego rozwiązania, system powinien umożliwiać: (1) szybkie wyszukiwanie kontaktów, (2) odróżnienie osób i organizacji, (3) rejestrowanie historii wsparcia i interakcji, (4) ograniczanie dostępu do danych, oraz (5) eksport danych w celu archiwizacji lub przekazania następcom (co jest istotne organizacyjnie i dowodowo).

### **Minimalny model danych: jakie informacje warto gromadzić, aby ewidencja była użyteczna**

W dobrze zaprojektowanej ewidencji większość danych powinna mieć charakter „użytkowy”, czyli bezpośrednio wspierać realizację celów fundraisingowych i relacyjnych OSP. Zasada minimalizacji danych oznacza, że nie należy zbierać informacji „na zapas”, ani danych nadmiarowych lub wrażliwych, jeżeli nie są niezbędne<sup>4</sup>. W praktyce OSP powinny budować model danych w warstwach: **dane podstawowe**, **dane relacyjne** oraz **historia działań i wsparcia**.

**Dane podstawowe o osobie fizycznej** obejmują najczęściej: imię i nazwisko, miejscowość (lub ogólny obszar), numer telefonu i/lub adres poczty elektronicznej, preferowany kanał kontaktu, oraz informację o tym, skąd kontakt został pozyskany (źródło). W OSP przydatne jest również pole „rola w relacji”, np. sympatyk, darczyńca, członek wspierający, wolontariusz, przedstawiciel firmy, przedstawiciel instytucji publicznej, dziennikarz lokalny. Tego rodzaju kategoryzacja nie jest „etykietowaniem” w sensie potocznym, lecz porządkuje sposób

<sup>3</sup> Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2016/679 z dnia 27 kwietnia 2016 r. w sprawie ochrony osób fizycznych w związku z przetwarzaniem danych osobowych i w sprawie swobodnego przepływu takich danych oraz uchylenia dyrektywy 95/46/WE, RODO, art. 5 (w tym minimalizacja danych, integralność i poufność, rozliczalność), s. 35–36, <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PL/TXT/PDF/?uri=CELEX:32016R0679>;

<sup>4</sup> Tamże;

współpracy i umożliwia dopasowanie komunikacji do kontekstu (przy czym kwestie narzędzi komunikacji omawiane są w kolejnym rozdziale).

**Dane podstawowe o organizacji** powinny obejmować: nazwę, miejscowość i adres, numer identyfikacyjny (NIP – jeżeli istotny dla rozliczeń lub umów), dane osoby kontaktowej oraz podstawowe informacje o charakterze podmiotu (firma, instytucja publiczna, organizacja społeczna, parafia, media). W OSP szczególnie istotne jest, aby w przypadku organizacji rozdzielać dane organizacji (jako podmiotu) od danych osoby kontaktowej (jako osoby fizycznej). Ma to znaczenie zarówno praktyczne (zmiana osoby kontaktowej nie powinna „kasować” relacji z firmą), jak i prawne (dane osobowe osoby kontaktowej wymagają odrębnego podejścia w zakresie podstawy i obowiązku informacyjnego)<sup>5</sup>.

**Dane relacyjne** to te, które opisują „jak i dlaczego ten kontakt jest ważny dla OSP”. W praktyce mogą obejmować: obszary zainteresowań (np. bezpieczeństwo, młodzież, edukacja), powiązania z lokalną społecznością (np. mieszkańiec, przedsiębiorca lokalny, radny), preferencje dotyczące form wsparcia (np. wsparcie rzeczowe zamiast finansowego), oraz ograniczenia (np. prośba o kontakt wyłącznie w określonych miesiącach). Należy przy tym zachować ostrożność, aby nie zapisywać informacji zbędnych lub potencjalnie wrażliwych. Z punktu widzenia praktyki fundraisingowej wystarczy zapisywać tylko to, co jest konieczne do prowadzenia relacji i realizacji uzasadnionego celu.

**Historia interakcji** powinna być prowadzona w sposób umożliwiający „odtworzenie przebiegu relacji”: kiedy nastąpił kontakt, jaką drogą, jaka była treść ustaleń, jakie działania zostały wykonane przez OSP (np. przekazanie podziękowania, zaproszenie na wydarzenie, przekazanie informacji o efekcie). Dobrą praktyką jest, aby każda interakcja miała datę, krótki opis oraz wskazanie osoby po stronie OSP, która prowadziła kontakt (np. prezes, skarbnik, osoba ds. współpracy). Ten element, choć organizacyjnie powiązany z obiegiem pracy, jest fundamentalny dla ewidencji relacyjnej: bez historii kontaktu dane kontaktowe nie przekładają się na zdolność budowania trwałego wsparcia.

**Historia wsparcia** w OSP powinna obejmować nie tylko darowizny pieniężne, lecz także wsparcie rzeczowe (np. sprzęt, materiały), usługi (np. transport, druk), użyczenia (np. udostępnienie przestrzeni), oraz wsparcie czasu (wolontariat, praca społeczna). Ujęcie tego w systemie pozwala realnie wykazać wartość relacji i zrozumieć, kto i w jaki sposób wspiera jednostkę. Na poziomie ewidencyjnym każda pozycja wsparcia powinna mieć: datę, rodzaj wsparcia, wartość (jeżeli da się ją racjonalnie określić), cel lub kontekst (np. „doposażenie”, „zawody”, „remont”), oraz informację o sposobie potwierdzenia (np. umowa darowizny, protokół przekazania, potwierdzenie przelewu). Szczegóły kanałów przyjmowania darowizn i identyfikacji wpłat są przedmiotem odrębnego rozdziału – tutaj istotne jest wyłącznie to, aby ewidencja kontaktów była przygotowana do przypisywania wsparcia do właściwego podmiotu.

<sup>5</sup> Dudek Ł., ePoradnik RODO dla NGO, Konfederacja Inicjatyw Pozarządowych Rzeczypospolitej, Warszawa 2019, [https://niw.gov.pl/wp-content/uploads/2021/07/RODOdlaNGO\\_poradnik.pdf](https://niw.gov.pl/wp-content/uploads/2021/07/RODOdlaNGO_poradnik.pdf);

W większości OSP kluczowym wyzwaniem jest **unikalna identyfikacja kontaktu**. Praktycznym standardem jest nadawanie każdemu kontaktowi wewnętrznego identyfikatora (np. „OSP-000123”), niezależnego od numeru telefonu czy adresu e-mail, ponieważ te dane mogą się zmieniać. W przypadku organizacji analogicznie warto stosować identyfikator organizacji oraz identyfikator osoby kontaktowej. Takie podejście ułatwia usuwanie duplikatów, porządkowanie danych oraz łączenie danych z różnych źródeł (np. formularzy, list uczestników wydarzeń, zestawień wpłat).

### Zasady zgodności z prawem ochrony danych w ewidencji kontaktów – minimum, które musi rozumieć każda OSP

OSP, prowadząc ewidencję kontaktów obejmującą dane osób fizycznych, działa jako administrator danych i ponosi odpowiedzialność za zgodność przetwarzania z prawem oraz za możliwość wykazania tej zgodności (zasada rozliczalności)<sup>6</sup>. To oznacza, że ewidencja nie może być prowadzona „na zasadzie zwyczaju”, lecz musi być oparta o przemyślane cele i podstawy przetwarzania, a także o odpowiednie zabezpieczenia.

Po pierwsze, **każdy cel gromadzenia danych powinien być jasno określony**, a dane powinny być adekwatne do tego celu<sup>7</sup>. W praktyce ewidencja fundraisingowa w OSP może obejmować cele takie jak: utrzymywanie relacji z darczyńcami i sympatykami, dokumentowanie wsparcia, przygotowanie sprawozdań wewnętrznych lub zewnętrznych, oraz kontakt w sprawach organizacyjnych dotyczących wsparcia. Dobór podstawy prawnej przetwarzania zależy od konkretnej sytuacji (np. zgoda, obowiązek prawny, prawnie uzasadniony interes), a szczegółowe zasady doboru podstaw i formułowania klauzul informacyjnych powinny być omówione w lekcji poświęconej ochronie danych osobowych. Na potrzeby tego rozdziału kluczowe jest rozumienie, że **przetwarzanie jest legalne tylko wtedy, gdy spełniona jest co najmniej jedna przesłanka legalizująca przetwarzanie danych**<sup>8</sup>.

Po drugie, OSP musi wypełniać **obowiązek informacyjny** wobec osób, których dane zbiera bezpośrednio, poprzez przekazanie podstawowych informacji: kto jest administratorem, w jakich celach i na jakiej podstawie dane są przetwarzane, jak długo będą przechowywane, jakie prawa przysługują osobie, oraz komu dane mogą być ujawniane<sup>9</sup>. W systemie ewidencji kontaktów praktycznym rozwiązaniem jest posiadanie pola „obowiązek informacyjny spełniony: tak/nie – data – sposób” oraz (jeżeli ma to zastosowanie) pola dokumentującego zgodę lub sprzeciw. W poradnikach kierowanych do organizacji pozarządowych podkreśla się,

---

<sup>6</sup> Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2016/679 z dnia 27 kwietnia 2016 r. w sprawie ochrony osób fizycznych w związku z przetwarzaniem danych osobowych i w sprawie swobodnego przepływu takich danych oraz uchylenia dyrektywy 95/46/WE, RODO, art. 5, op.cit.;

<sup>7</sup> Tamże;

<sup>8</sup> Tamże, RODO, art. 6;

<sup>9</sup> Tamże, RODO, art. 13;

SFINANSOWANO ZE ŚRODKÓW NARODOWEGO INSTYTUTU WOLNOŚCI – CENTRUM ROZWOJU SPOŁECZEŃSTWA OBYWATELSKIEGO  
W RAMACH RZĄDOWEGO PROGRAMU FUNDUSZ INICJATYW OBYWATELSKICH NOWEFIO NA LATA 2021-2030

że brak uporządkowania tych elementów jest jedną z najczęstszych przyczyn problemów zgodności<sup>10</sup>.

Po trzecie, jeżeli OSP korzysta z zewnętrznych narzędzi informatycznych (np. systemu prowadzonego w chmurze), bardzo często dochodzi do powierzenia przetwarzania danych dostawcy usługi, co wymaga odpowiednich ustaleń i umowy powierzenia, obejmującej m.in. zobowiązania dotyczące bezpieczeństwa, poufności, wsparcia praw osób oraz zgłaszania naruszeń<sup>11</sup>. Ten element jest krytyczny w kontekście wyboru narzędzi i nie może być pominięty w myśleniu o „systemie ewidencji”.

Po czwarte, system ewidencji musi być zabezpieczony adekwatnie do ryzyka: poprzez kontrolę dostępu, separację uprawnień, kopie zapasowe i ochronę przed nieuprawnionym dostępem<sup>12</sup>. W niniejszym rozdziale sygnalizujemy tę konieczność, natomiast mechanizmy bezpieczeństwa informacji i kontroli dostępu są przedmiotem rozdziału 5 lekcji 5.

### **Dobór narzędzia - jakie rozwiązania są realistyczne dla OSP i czym się kierować**

Wybór narzędzia powinien wynikać z odpowiedzi na trzy pytania: (1) ilu kontaktów i jakiego typu wsparcia OSP realnie obsługuje, (2) ile osób będzie równolegle korzystać z ewidencji, oraz (3) jakim budżetem i kompetencjami dysponuje jednostka. W praktyce narzędzia dla OSP można ułożyć w „drabinę dojrzałości”: od arkusza kalkulacyjnego, przez proste bazy danych, po systemy do zarządzania relacjami i darczyńcami.

**Arkusze kalkulacyjne** są często najrozsądniejszym punktem startu, o ile zostaną przygotowane profesjonalnie. Arkusze Google (Google Sheets) umożliwiają współdzielenie i pracę kilku osób z kontrolą dostępu oraz historią zmian<sup>13</sup>. Microsoft Excel oferuje bardzo rozbudowane funkcje analityczne i możliwość pracy w środowisku lokalnym lub internetowym (w zależności od licencji), co może odpowiadać OSP o specyficznych wymaganiach organizacyjnych<sup>14</sup>. LibreOffice Calc jest rozwiązaniem bezpłatnym, rozwijanym jako oprogramowanie otwarte, co bywa istotne tam, gdzie jednostka nie chce ponosić kosztów licencyjnych<sup>15</sup>. Arkusz kalkulacyjny dobrze sprawdza się przy kilkuset kontaktach, pod warunkiem że zastosuje się jasne reguły zapisu, pola obowiązkowe i mechanizmy ograniczające duplikaty. Jego ograniczeniem jest słabsze wsparcie dla „relacji” między rekordami (np. jedna firma i wielu przedstawicieli) oraz trudność w konsekwentnym prowadzeniu historii interakcji.

<sup>10</sup> Dudek Ł., ePoradnik RODO dla NGO, Konfederacja Inicjatyw Pozarządowych Rzeczypospolitej, Warszawa 2019, op. cit.;

<sup>11</sup> Tamże, s. 44-45;

<sup>12</sup> Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2016/679 z dnia 27 kwietnia 2016 r. w sprawie ochrony osób fizycznych w związku z przetwarzaniem danych osobowych i w sprawie swobodnego przepływu takich danych oraz uchylenia dyrektywy 95/46/WE, RODO, art. 32, op.cit.;

<sup>13</sup> Google, „Google Sheets: Online Spreadsheets & Templates”, opis usługi: <https://workspace.google.com/products/sheets/>;

<sup>14</sup> Microsoft, „Excel | Microsoft 365”, opis produktu: <https://www.microsoft.com/pl-pl/microsoft-365/excel>;

<sup>15</sup> The Document Foundation (LibreOffice), „Calc”, opis programu: <https://www.libreoffice.org/discover/calc>;

**Narzędzia bazodanowe typu „aplikacja bez programowania”** (np. Airtable) pozwalają budować relacyjne bazy (oddzielne tabele dla osób, organizacji, interakcji i wsparcia) oraz tworzyć widoki i formularze do wprowadzania danych. Airtable jest promowany jako platforma do budowy aplikacji operacyjnych na danych, co w praktyce oznacza, że OSP może zbudować „mini-system ewidencji” bardziej uporządkowany niż arkusz, bez inwestowania w pełny system klasyczny<sup>16</sup>. To rozwiązanie staje się szczególnie użyteczne, gdy OSP chce rozdzielić role (np. ktoś wprowadza kontakty, ktoś rejestruje wsparcie) i ograniczyć ryzyko przypadkowego usunięcia danych.

**Systemy do zarządzania relacjami dla organizacji społecznych** – z perspektywy funkcjonalnej najbardziej adekwatnym przykładem jest CiviCRM, narzędzie otwarte rozwijane z myślą o organizacjach pozarządowych, umożliwiające centralizację danych o interesariuszach i prowadzenie ewidencji relacyjnej<sup>17</sup>. W praktyce CiviCRM może być wdrażany jako samodzielny system lub jako rozwiązanie zintegrowane ze stroną internetową opartą o popularne systemy zarządzania treścią. (W lekcji dotyczącej narzędzi internetowych i kanałów wsparcia zwykle omawia się integracje szerzej; w tym rozdziale podkreślamy tylko, że system ewidencji może być częścią ekosystemu narzędzi OSP). Zaletą tego typu rozwiązań jest dopasowanie do potrzeb organizacji społecznych, natomiast kosztem jest zwykle większa złożoność wdrożenia i potrzeba wsparcia technicznego (hosting, aktualizacje, konfiguracja).

**Uniwersalne systemy do zarządzania relacjami** (np. HubSpot, Zoho, Bitrix24, SuiteCRM, Odoo, Salesforce) są projektowane głównie dla biznesu, ale mogą być użyteczne w OSP, jeżeli jednostka ma kompetencje do ich uproszczonego wykorzystania i właściwego skonfigurowania pól. HubSpot oferuje bezpłatny wariant podstawowy i akcentuje funkcję centralnej bazy kontaktów<sup>18</sup>. Zoho promuje rozwiązanie jako system do zarządzania relacjami w środowisku internetowym<sup>19</sup>. Bitrix24 łączy elementy relacji z narzędziami pracy zespołowej<sup>20</sup>. SuiteCRM jest systemem otwartym, który można wdrożyć samodzielnie (co bywa istotne przy wymogach kontroli nad danymi)<sup>21</sup>. Odoo jest pakietem aplikacji biznesowych, w którym moduł relacji jest jednym z elementów<sup>22</sup>. Salesforce posiada rozwiązania dedykowane sektorowi organizacji społecznych (Nonprofit Cloud), jednak ich koszt i złożoność mogą przekraczać realia wielu OSP<sup>23</sup>. Przy tych narzędziach kluczowe jest to, aby nie „przenosić” bezrefleksyjnie biznesowych kategorii (np. „sprzedaż”, „lejek”) do OSP, lecz skonfigurować system pod realne cele: ewidencję kontaktów, historię wsparcia i historię interakcji.

<sup>16</sup> Airtable, „Airtable”, opis platformy: <https://www.airtable.com>;

<sup>17</sup> CiviCRM, „Home”, opis systemu: <https://civicrm.org>;

<sup>18</sup> HubSpot, „Streamline Your Entire Business With a Free CRM”, opis produktu: <https://www.hubspot.com/products/crm>;

<sup>19</sup> Zoho, „Zoho CRM”, opis produktu: <https://www.zoho.com/crm/>;

<sup>20</sup> Bitrix24, „Bitrix24”, opis platformy: <https://www.bitrix24.pl/>;

<sup>21</sup> SuiteCRM, „SuiteCRM”, opis systemu: <https://suitecrm.com>;

<sup>22</sup> Odoo, „Free online CRM software”, opis modułu: <https://www.odoo.com/app/crm>;

<sup>23</sup> Salesforce, „Nonprofit Cloud”, opis rozwiązania: <https://www.salesforce.com/nonprofit/cloud>;

Dla OSP sensownymi kryteriami wyboru narzędzia są: możliwość prowadzenia ewidencji osób i organizacji, możliwość dodawania historii interakcji i wsparcia, możliwość eksportu danych, kontrola dostępu, łatwość obsługi, koszt całkowity (nie tylko licencja, ale i czas wdrożenia), oraz dostępność wsparcia technicznego. Na etapie wyboru należy unikać składania sobie obietnic, że „z czasem dojdziemy do rozbudowanej analityki” – analityka jest osobnym obszarem (rozdział 5), a tutaj priorytetem jest solidna jakość danych, bez której żadna analiza nie będzie wiarygodna.

### Jak OSP może praktycznie skonfigurować ewidencję w wybranych narzędziach?

Poniżej przedstawiamy praktyczne podejścia do konfiguracji ewidencji kontaktów i historii wsparcia. Każde z nich można wdrożyć w OSP bez budowania „dużego systemu informatycznego”, o ile zachowa się standardy danych i minimalne zasady ochrony informacji.

#### A) Arkusz kalkulacyjny (Arkusze Google / Excel / LibreOffice Calc)

To wariant, który rekomenduje się jako startowy dla OSP o niewielkiej skali fundraisingu lub dla jednostek budujących dopiero pierwszą uporządkowaną bazę. W arkuszu należy unikać „jednej tabeli na wszystko”, w której w jednej komórce zapisuje się historię wsparcia. Zamiast tego należy zastosować co najmniej dwa arkusze: „Kontakty” oraz „Wsparcie”. W arkuszu „Kontakty” każdy wiersz powinien odpowiadać jednemu podmiotowi (osobie lub organizacji), a w arkuszu „Wsparcie” – jednej pozycji wsparcia, z odwołaniem do identyfikatora kontaktu. Takie rozdzielanie umożliwia później filtrowanie, porządkowanie i analizę bez deformowania danych. Narzędzia arkuszowe są dobrze udokumentowane i powszechnie stosowane, a kluczową przewagą Arkuszy Google jest praca zespołowa w czasie rzeczywistym<sup>24</sup>.

#### B) Airtable (relacyjna baza danych bez programowania).

W Airtable OSP może stworzyć osobne tabele: „Osoby”, „Organizacje”, „Interakcje” i „Wsparcie”, a następnie połączyć je relacjami. Rozwiązanie to jest szczególnie użyteczne, gdy OSP ma kilka typów kontaktów (osoby prywatne, firmy, instytucje) i chce zachować porządek „kto jest kim” bez duplikowania danych. W praktyce oznacza to, że wsparcie (rekord w tabeli „Wsparcie”) zawsze wskazuje powiązaną osobę lub organizację, a interakcja wskazuje kontakt oraz krótki opis i datę. Airtable dostarcza też formularze do wprowadzania danych, które mogą ograniczyć liczbę błędów w zapisie (np. przez listy wyboru zamiast dowolnego tekstu)<sup>25</sup>.

#### C) CiviCRM (system rozwijany dla organizacji społecznych).

CiviCRM jest narzędziem otwartym, projektowanym jako system ewidencji interesariuszy dla organizacji społecznych, który umożliwia centralizację danych kontaktowych i historii relacji<sup>26</sup>. Z perspektywy OSP kluczowa wartość polega na tym, że system ten „zakłada” konieczność prowadzenia relacji z darczyńcami, członkami i sympatykami jako podstawowego procesu, a nie jako „dodatku” do sprzedaży.

<sup>24</sup> Google, „Google Sheets: Online Spreadsheets & Templates”, op. cit.;

<sup>25</sup> Airtable, „Airtable”, op. cit.;

<sup>26</sup> CiviCRM, „Home”, op. cit.;

SFINANSOWANO ZE ŚRODKÓW NARODOWEGO INSTYTUTU WOLNOŚCI – CENTRUM ROZWOJU SPOŁECZEŃSTWA OBYWATELSKIEGO  
W RAMACH RZĄDOWEGO PROGRAMU FUNDUSZ INICJATYW OBYWATELSKICH NOWEFIO NA LATA 2021-2030

W praktyce CiviCRM pozwala uporządkować: profil kontaktu, notatki, historię działań, a także przypisać wsparcie do kontaktu. Wariant wdrożeniowy (samodzielny serwer czy hosting zewnętrzny) ma bezpośrednie znaczenie dla obowiązków związanych z powierzeniem danych i bezpieczeństwem, co należy rozpatrywać w zgodzie z zasadami bezpieczeństwa przetwarzania<sup>27</sup>.

#### **D) HubSpot / Zoho / Bitrix24 / SuiteCRM / Odoo / Salesforce (systemy uniwersalne).**

W prezentowanych systemach OSP powinna potraktować funkcję „kontaktu” jako rdzeń, a następnie skonfigurować własne pola: „typ interesariusza”, „źródło kontaktu”, „preferowany kanał kontaktu”, „status relacji”, oraz dodać moduł rejestrowania interakcji i wsparcia (często realizowane przez notatki lub dedykowane obiekty). HubSpot akcentuje posiadanie centralnej bazy kontaktów<sup>28</sup>, Zoho – uporządkowane zarządzanie relacjami<sup>29</sup>, Bitrix24 – rozwiązanie łączące relacje i narzędzia pracy<sup>30</sup>, SuiteCRM – otwartość i możliwość samodzielnego wdrożenia<sup>31</sup>, Odoo – modułowość<sup>32</sup>, a Salesforce – rozwiązania sektorowe dla organizacji społecznych<sup>33</sup>. Te systemy mogą być użyteczne, ale wymagają dojrzałej dyscypliny danych - jeśli OSP nie zdefiniuje standardów pól i sposobu zapisu, system stanie się jedynie „drogim notatnikiem”.

### **Najczęstsze błędy w ewidencji kontaktów w OSP i ich konsekwencje praktyczne**

Najpoważniejszym błędem jest rozproszenie danych: część kontaktów w telefonie prywatnym, część w notesie, część w komunikatorze, część w skrzynce e-mail. Skutkiem jest brak możliwości wykazania rozliczalności, trudność w przekazywaniu obowiązków oraz realne ryzyko ujawnienia danych osobom nieuprawnionym. Z perspektywy prawa ochrony danych istotne jest, że administrator ma obowiązek wdrożyć środki adekwatne do ryzyka, a w razie incydentu wykazać, że działał rozsądnie i proporcjonalnie<sup>34</sup>.

Drugim częstym błędem jest prowadzenie ewidencji „na nadmiarze” zbieranie danych, które nie są potrzebne (np. szczegółowych informacji osobistych), oraz brak reguł retencji, czyli decyzji, kiedy dane są usuwane lub anonimizowane. Zasada ograniczenia przechowywania wynika wprost z podstawowych zasad przetwarzania danych<sup>35</sup>. Trzecim błędem jest brak rozdzielenia osoby i organizacji, co uniemożliwia profesjonalne prowadzenie relacji

<sup>27</sup> Tamże; Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2016/679 z dnia 27 kwietnia 2016 r. w sprawie ochrony osób fizycznych w związku z przetwarzaniem danych osobowych i w sprawie swobodnego przepływu takich danych oraz uchylenia dyrektywy 95/46/WE, RODO, art. 32, op.cit.;

<sup>28</sup> HubSpot, „Streamline Your Entire Business With a Free CRM”, op.cit.;

<sup>29</sup> Zoho, „Zoho CRM”, op.cit.;

<sup>30</sup> Bitrix24, op.cit.;

<sup>31</sup> SuiteCRM, op.cit.;

<sup>32</sup> Odoo, „Free online CRM software”, op.cit.;

<sup>33</sup> Salesforce, „Nonprofit Cloud”, op.cit.;

<sup>34</sup> Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2016/679 z dnia 27 kwietnia 2016 r. w sprawie ochrony osób fizycznych w związku z przetwarzaniem danych osobowych i w sprawie swobodnego przepływu takich danych oraz uchylenia dyrektywy 95/46/WE, RODO, art. 32, op.cit.;

<sup>35</sup> Tamże, art. 5, op.cit.;

z partnerami instytucjonalnymi. Czwartym – brak historii interakcji, który powoduje, że każdy kolejny kontakt zaczyna się „od zera”, a OSP nie uczy się na własnych doświadczeniach.

Jeżeli OSP potraktuje ewidencję jako narzędzie porządkujące, a nie jako „dodatkową biurokrację”, wówczas szybko pojawia się efekt praktyczny: mniej pomyłek, większa spójność relacji, większa wiarygodność w oczach darczyńców i partnerów oraz zdolność do planowania działań fundraisingowych na podstawie faktów, a nie intuicji. W kolejnych rozdziałach lekcji 5 pokażemy, jak tę ewidencję powiązać z kanałami przyjmowania darowizn, komunikacją operacyjną oraz analityką – bez dublowania treści i z zachowaniem czytelnego podziału funkcji narzędzi.

## ROZDZIAŁ 2. Kanały przyjmowania darowizn oraz standardy identyfikacji i ewidencji wpłat

### Co OSP powinno „mieć pod kontrolą”, gdy uruchamia przyjmowanie wpłat?

Skuteczny fundraising w OSP zaczyna się od uporządkowania dwóch elementów: **(1) sposobów, w jakie wpłata może trafić do OSP**, oraz **(2) sposobu, w jaki OSP zapisze tę wpłatę w swojej ewidencji**, aby dało się ją jednoznacznie rozpoznać i rozliczyć. W praktyce oznacza to, że OSP nie powinna udostępniać kanałów wpłat „przypadkowo”, tylko uruchamiać je w sposób spójny: każdy kanał ma dostarczać danych, które pozwalają odpowiedzieć na cztery pytania: **kiedy wpłata została wykonana, jaką miała kwotę, z jakiego kanału pochodzi i na jaki cel została przeznaczona**. Jeżeli darczyńca pozostawił dane kontaktowe, OSP powinna umieć powiązać wpłatę z konkretną osobą lub podmiotem (zgodnie z zasadami ewidencji kontaktów).

W tym rozdziale przyjmujemy prostą zasadę praktyczną: **każdy kanał wpłat ma być tak ustawiony, żeby OSP mogła pobrać zestawienie transakcji** (np. z banku lub z panelu narzędzia) oraz żeby można było powiązać to zestawienie z wpływem środków na rachunek bankowy. Narzędzia, które nie dają takiej możliwości albo ukrywają dane rozliczeniowe, w praktyce generują ryzyko błędów i utrudniają późniejszą komunikację z darczyńcami.

### Krok pierwszy: przygotuj „kartę wpłaty” OSP – zestaw stałych informacji, który będziesz wykorzystywać wszędzie

Zanim OSP uruchomi jakiegokolwiek narzędzie płatnicze, potrzebuje jednego, wspólnego „rdzenia” informacji. W praktyce jest to **karta wpłaty OSP**: krótki zestaw danych, który będzie powtarzany na stronie internetowej, w materiałach informacyjnych, w opisach narzędzi płatniczych i w komunikacji z darczyńcami. Dzięki temu OSP minimalizuje ryzyko, że w różnych miejscach pojawią się sprzeczne dane (np. różne numery konta albo różne opisy celu).

Karta wpłaty powinna zawierać: pełną nazwę OSP, miejscowość, numer rachunku bankowego, nazwę banku (opcjonalnie), dane kontaktowe do spraw wsparcia (co najmniej adres poczty elektronicznej), oraz krótką listę celów, na które OSP przyjmuje wpłaty (jeżeli OSP rozróżnia cele). Ten element jest kluczowy: darczyńcy częściej wspierają, gdy cel jest nazwany jasno, a OSP ma później prostą możliwość przypisania wpłaty do celu w ewidencji.

Jeżeli OSP korzysta z narzędzi internetowych, karta wpłaty powinna być punktem wyjścia do ustawień w narzędziu: nazwy odbiorcy, numeru rachunku do wypłat, treści potwierdzeń, listy celów oraz krótkich opisów. Narzędzia takie jak Wpłatcam i FaniPay komunikują, że są przeznaczone do zbierania wpłat przez internet dla organizacji społecznych i wypłacają środki na rachunek organizacji; w praktyce oznacza to, że numer rachunku OSP i dane identyfikacyjne

SFINANSOWANO ZE ŚRODKÓW NARODOWEGO INSTYTUTU WOLNOŚCI – CENTRUM ROZWOJU SPOŁECZEŃSTWA OBYWATELSKIEGO  
W RAMACH RZĄDOWEGO PROGRAMU FUNDUSZ INICJATYW OBYWATELSKICH NOWEFIO NA LATA 2021-2030

organizacji muszą być wprowadzone do systemu w sposób zgodny z dokumentami organizacji<sup>36</sup>.

### **Krok drugi: wybierz 2–4 kanały wpłat i nazwij je po ludzku, tak aby każdy w OSP rozumiał, czym się różnią**

W realiach OSP najlepiej sprawdza się zestaw niewielu kanałów – ale takich, które faktycznie odpowiadają na potrzeby lokalnej społeczności. Dla większości jednostek sensownym punktem wyjścia jest:

1. **przelew na rachunek bankowy OSP** – kanał podstawowy i najbardziej uniwersalny;
2. **szybka wpłata przez internet** – dla osób, które chcą wpłacić od razu w telefonie (np. płatność mobilna lub przelew elektroniczny). Narzędzia typu Wpłacam i FaniPay są projektowane właśnie do tego zastosowania<sup>37</sup>;
3. **darowizny „od zakupów w internecie”** – jako kanał dodatkowy, który nie wymaga od darczyńcy klasycznej wpłaty, ale polega na przekazywaniu części wartości zakupów przez sklepy współpracujące z platformą. Tak działa FaniMani, które opisuje rejestrację organizacji i zbieranie darowizn od zakupów<sup>38</sup>;
4. jeżeli OSP prowadzi działania, które wymagają obsługi w portalu administracji publicznej (co było omawiane w lekcji 4), narzędziem jest **portal zbiorki.gov.pl**. W tym rozdziale traktujemy go wyłącznie jako narzędzie do obsługi formalnej i dokumentacyjnej, a nie jako temat merytoryczny zbiórek<sup>39</sup>.

Nazwanie kanałów jasny i zrozumiały ma znaczenie operacyjne. Zamiast mówić „operator płatności”, OSP może stosować określenia: „wpłata przelewem”, „wpłata szybka przez internet”, „darowizna od zakupów”, „kanał administracyjny”. Taki język ułatwia szkolenie nowych osób w OSP i ogranicza pomyłki.

<sup>36</sup> Wpłacam (ngo.pl), „Wpłacam” (opis narzędzia, informacje o prowizji i obsłudze płatności przez PayU), <https://wplacam.ngo.pl/>; FaniPay, „Strona główna – system płatności dla fundacji i stowarzyszeń” (informacja o wypłatach na konto organizacji i dostępie do danych wpłacających), <https://fanipay.pl/>;

<sup>37</sup> Tamże; FaniMani (pomoc), „Jak działają płatności FaniPAY” (opis procesu wpłaty oraz danych wymaganych od darczyńcy), <https://fanimani.pl/pomoc/dla-organizacji/fanipay/poczatek-czyli-start/jak-dzialaja-platnosci-fanipay/>;

<sup>38</sup> FaniMani, „Zarejestruj organizację” (opis, że FaniMani to darowizny od zakupów online oraz że konto organizacji daje dostęp do dodatkowych narzędzi), <https://fanimani.pl/rejestracja-organizacji/>; FaniMani (pomoc), „Co trzeba zrobić, aby zbierać darowizny do zakupów online?” (opis rejestracji organizacji i rozpoczęcia zbierania), <https://fanimani.pl/pomoc/dla-organizacji/fanimani/co-trzeba-zrobic-aby-zbierac-darowizny-do-zakupow-online/>;

<sup>39</sup> Ministerstwo Spraw Wewnętrznych i Administracji, „Zgłoś zbiórkę publiczną” (opis funkcji portalu i jego zastosowania), <https://www.gov.pl/web/mswia/zglos-zbiorke-publiczna>; Portal Zbiórek Publicznych (MSWiA), „Portal zbiórek” (informacje i funkcje serwisu), <https://zbiorki.gov.pl/zbiorki/index>;

### **Krok trzeci: ustaw prosty standard opisu wpłat – tak, aby OSP nie musiała domyślać się celu**

Najczęstszym problemem w ewidencji wpłat w OSP jest sytuacja, w której pieniądze wpływają, ale nie wiadomo, **na co były przeznaczone** albo **z jakiej akcji wynikają**. Rozwiązaniem jest prosty standard opisu, który OSP stosuje konsekwentnie.

W praktyce proponuję dwa uzupełniające się mechanizmy:

- **Mechanizm A: krótka lista celów (3–7 pozycji) oraz ich stałe nazwy.**  
Cele powinny być nazwane tak, aby osoba z zewnątrz rozumiała je bez tłumaczenia, np. „sprzęt ratowniczy”, „młodzieżowa drużyna”, „remiza – utrzymanie”, „szkolenia”, „działania statutowe”. Nazwy mają być stałe w czasie. Jeżeli OSP zmienia nazwy celów co kilka miesięcy, ewidencja staje się nieporównywalna.
- **Mechanizm B: prosta reguła opisu przelewu / wyboru celu w formularzu.**  
Dla przelewów bankowych OSP podaje darczyńcom krótką instrukcję: „W tytule przelewu wpisz: DAROWIZNA + nazwa celu”. Dla wpłat internetowych OSP ustawia w narzędziu listę celów, którą darczyńca wybiera jednym kliknięciem. Narzędzia FaniPay opisują wprost proces wpłaty, w którym darczyńca podaje kwotę oraz dane i akceptuje zasady; w praktyce lista celów jest elementem, który OSP powinna wprowadzić do panelu, jeżeli narzędzie to umożliwia<sup>40</sup>.

Jeżeli OSP prowadzi więcej niż jedną akcję, warto dodać trzeci element: **oznaczenie źródła**, czyli informację, skąd darczyńca trafił do wpłaty (np. „festyn”, „rocznica”, „strona internetowa”). W narzędziach internetowych osiąga się to najprościej poprzez tworzenie osobnych odnośników do wpłaty dla różnych miejsc publikacji (osobny odnośnik na stronę, osobny do mediów społecznościowych, osobny do wydarzenia). Dzięki temu w ewidencji OSP widzi, które miejsca faktycznie generują wpłaty, bez zgadywania.

### **Krok czwarty: wybierz narzędzie do szybkich wpłat przez internet i uruchom je w sposób bezpieczny dla OSP**

Szybkie wpłaty przez internet służą temu, aby darczyńca mógł wesprzeć OSP „tu i teraz”, w szczególności w telefonie. W Polsce w praktyce liczy się dostępność popularnych metod płatności, zwłaszcza płatności mobilnych, takich jak BLIK. Strona BLIK opisuje typowy przebieg płatności w internecie: wybór płatności, wpisanie kodu i potwierdzenie w aplikacji bankowej<sup>41</sup>. Takie płatności są często udostępniane w ramach narzędzi płatniczych dla organizacji.

Wybierając narzędzie, OSP powinna patrzeć nie na liczbę funkcji, tylko na to, czy narzędzie zapewnia trzy elementy:

<sup>40</sup> FaniMani (pomoc), „Jak działają płatności FaniPAY”, op.cit.; FaniPay, „Strona główna – system płatności dla fundacji i stowarzyszeń”, op.cit.;

<sup>41</sup> BLIK, „Jak korzystać z BLIKA? – Płatności w internecie z kodem BLIK” (opis przebiegu płatności), <https://www.blik.com/jak-korzystac-z-blika>;

1. **czytelne rozliczenia i możliwość pobrania zestawień wpłat,**
2. **wypłatę środków na rachunek OSP,**
3. **możliwość zebrania minimalnych danych darczyńcy, jeśli darczyńca je podaje (np. do podziękowania).**

W praktyce, dla OSP szczególnie użyteczne są dwa rozwiązania „gotowe”, ponieważ nie wymagają budowy własnej infrastruktury technicznej: **Wpłacam (ngo.pl)** oraz **FaniPay (FaniMani/Autopay)**.

**Wpłacam (ngo.pl)** komunikuje, że aplikacja jest bezpłatna, a prowizja za obsługę płatności jest pobierana automatycznie z darowizn (podaje stawki prowizji) oraz że płatności obsługuje PayU<sup>42</sup>. W sekcji FAQ Wpłacam wskazuje również poziom prowizji od darowizny jednorazowej i cyklicznej, co jest istotne, bo wpływa na to, jak OSP będzie uzgadniać kwoty w ewidencji (kwota darowizny a kwota faktycznie wypłacona po potrąceniu kosztów)<sup>43</sup>.

**FaniPay** opisuje proces uruchomienia i wskazuje, że darowizny są wypłacane na konto bankowe organizacji w dni robocze oraz że organizacja ma dostęp do danych wpłacających (imię, nazwisko, adres poczty elektronicznej) w celu podziękowania<sup>44</sup>. Dodatkowo, w pomocy FaniMani opisany jest przebieg płatności FaniPay oraz dane, o które proszony jest darczyńca (kwota, imię, nazwisko, adres poczty elektronicznej, akceptacja zasad) – to jest dokładnie ten minimalny zakres, który jest użyteczny operacyjnie i nie przeładowuje formularza<sup>45</sup>.

### **Jak korzystać z w/w narzędzi w OSP?**

Najpierw OSP wybiera jedno narzędzie (Wpłacam albo FaniPay) i uruchamia je dla jednego, prostego celu, aby nauczyć się rozliczeń i ewidencji. W tym momencie kluczowe jest, aby OSP w panelu narzędzia ustawiła: (1) dane organizacji zgodne z dokumentami, (2) rachunek bankowy do wypłat, (3) nazwy celów zgodne z „kartą wpłaty”, (4) treść krótkiej informacji, którą darczyńca zobaczy w procesie wpłaty. Następnie OSP wykonuje test operacyjny: jedna wpłata testowa (np. minimalna), pobranie zestawienia transakcji i sprawdzenie, czy OSP rozumie, skąd wziąć identyfikator transakcji i jak zestawić to z wypłatą na rachunek.

Jeżeli OSP od początku zrobi ten test, uniknie najczęstszego błędu - uruchomienia płatności internetowych bez przygotowania ewidencji, a następnie chaotycznego „odtworzenia” źródeł wpłat po kilku tygodniach.

### **Krok piąty: dodaj kanał „darowizny od zakupów w internecie” – narzędzie FaniMani jako stałe źródło wsparcia**

FaniMani jest narzędziem innego typu niż klasyczna wpłata. W modelu FaniMani darczyńca nie wykonuje przelewu na rzecz OSP wprost, tylko robi zakupy w sklepach internetowych

<sup>42</sup> Wpłacam (ngo.pl), op.cit;

<sup>43</sup> Wpłacam (ngo.pl), „FAQ – Czy cała moja darowizna trafi do organizacji?” (wysokość prowizji od darowizn jednorazowych i cyklicznych), op.cit.;

<sup>44</sup> FaniPay, „Strona główna – system płatności dla fundacji i stowarzyszeń”, op.cit.;

<sup>45</sup> FaniMani (pomoc), „Jak działają płatności FaniPAY” , op.cit.;

poprzez mechanizm platformy, a część wartości zakupów jest przekazywana na rzecz organizacji. FaniMani opisuje wprost, że „to przede wszystkim darowizny od zakupów online” oraz że rejestracja organizacji daje dostęp również do FaniPay i innych narzędzi udostępnianych przez fundację<sup>46</sup>.

Z punktu widzenia OSP narzędzie FaniMani jest szczególnie wartościowe, ponieważ może budować stały strumień wsparcia bez tego, aby każdy sympatyk musiał wykonywać odrębną wpłatę. OSP musi jednak rozumieć specyfikę ewidencji: w tym modelu pieniądze pojawiają się po pewnym czasie, a darowizny mają swoje statusy (od rejestracji do potwierdzenia i wypłaty). Materiał pomocy FaniMani opisuje, że każda darowizna od zakupów przechodzi proces od rejestracji w systemie przez potwierdzenie i rozliczenie aż do wypłaty, a na każdym etapie ma określony status<sup>47</sup>.

### **Jak OSP korzysta z FaniMani – w sposób, który da się prowadzić w ewidencji**

Najpierw OSP zakłada konto organizacji w FaniMani (rejestracja organizacji)<sup>48</sup>. Następnie przygotowuje krótką instrukcję dla sympatyków: jak wejść na profil OSP w FaniMani i jak wykonać zakupy tak, aby darowizna została naliczona. Pomoc FaniMani wskazuje, że do zbierania darowizn od zakupów wystarczy założenie konta organizacji, a po rejestracji organizacja otrzymuje podpowiedzi e-mailowe, jak rozpocząć zbieranie<sup>49</sup>. To jest ważne narzędziowo - OSP dostaje materiał, który można wykorzystać w komunikacji.

W ewidencji OSP pieniądze z FaniMani należy traktować jako osobny kanał (np. „darowizny od zakupów – FaniMani”). Wpłaty w tym kanale będą często rozliczane zbiorczo, dlatego w ewidencji należy zachować zestawienia z systemu (np. raporty i informacje o wypłatach) jako podstawę uzgodnienia z wyciągiem bankowym. Dzięki temu OSP może później rzetelnie wykazać źródło środków i uniknie błędu polegającego na wpisaniu „nie wiadomo skąd” w historii wsparcia.

### **Krok szósty: wprowadź jeden, prosty sposób zapisywania wpłat – tak, aby każdy w OSP robił to identycznie**

Skuteczny fundraiser w OSP powinien doprowadzić do tego, że ewidencja wpłat działa „z automatu” - niezależnie od tego, kto akurat pełni funkcję skarbnika lub kto wspiera fundraising, wpisy są spójne i porównywalne. Najczęściej wystarcza prosta ewidencja w arkuszu (albo moduł ewidencyjny w systemie), ale konieczny jest jeden standard.

W praktyce każdy wpis w ewidencji powinien zawierać:

- **data** (data wpływu na rachunek lub data transakcji – zależnie od tego, co narzędzie udostępnia i jak rozlicza wypłaty);

<sup>46</sup> FaniMani, „Zarejestruj organizację”, op.cit.;

<sup>47</sup> FaniMani, „Statusy darowizn od zakupów online”, op.cit.;

<sup>48</sup> Tamże;

<sup>49</sup> Tamże;

SFINANSOWANO ZE ŚRODKÓW NARODOWEGO INSTYTUTU WOLNOŚCI – CENTRUM ROZWOJU SPOŁECZEŃSTWA OBYWATELSKIEGO  
W RAMACH RZĄDOWEGO PROGRAMU FUNDUSZ INICJATYW OBYWATELSKICH NOWEFIO NA LATA 2021-2030

- **kwota** (kwota wpłaty darczyńcy; w przypadku narzędzi z prowizją warto dodatkowo mieć pole „koszt obsługi”, jeżeli OSP rozdziela tę informację);
- **kanal** (np. „przelew bankowy”, „Wpłacam”, „FaniPay”, „FaniMani”);
- **cel** (jedna z nazw z „karty wpłaty”);
- **oznaczenie źródła** (np. „strona”, „wydarzenie”, „media społecznościowe” – jeżeli OSP stosuje odnośniki rozdzielone);
- **identyfikator transakcji** (numer z banku lub identyfikator z panelu narzędzia);
- **darczyńca** (jeżeli jest możliwy do ustalenia: imię i nazwisko albo nazwa podmiotu; jeśli brak – „anonimowa”).

Ten standard ma jedną kluczową zaletę: pozwala OSP wyjaśniać rozbieżności. Jeżeli na rachunku bankowym jest wpływ zbiorczy z narzędzia internetowego, OSP nie wpisuje go jako „jednej darowizny”, tylko uzgadnia go z zestawieniem transakcji w narzędziu. Wpłacam wprost wskazuje, że pobiera prowizję od darowizny, co w praktyce oznacza, że wpływ na rachunek może być różny od sumy wpłat brutto – i właśnie dlatego identyfikator transakcji oraz zestawienie z narzędzia mają znaczenie<sup>50</sup>.

### **Krok siódmy: zabezpiecz dane darczyńców w narzędziach – minimum, które musi być spełnione**

W narzędziach wpłat internetowych i w ewidencji wpłat OSP przetwarza dane osób, które wpłacają (jeżeli je podają). W tym rozdziale nie powtarzam całej tematyki ochrony danych osobowych, ale wskazuję minimum narzędziowe, które powinno być spełnione, aby działanie było zgodne z prawem i standardami.

Po pierwsze, jeżeli OSP korzysta z zewnętrznego dostawcy, który przetwarza dane w jej imieniu (np. dostawca systemu wpłat), co do zasady konieczne jest uregulowanie tej relacji zgodnie z art. 28 RODO (podmiot przetwarzający)<sup>51</sup>. Po drugie, jeżeli OSP zbiera dane bezpośrednio od darczyńcy w formularzu, musi przekazać informację o przetwarzaniu danych zgodnie z art. 13 RODO (obowiązek informacyjny)<sup>52</sup>. Po trzecie, OSP musi zapewnić odpowiednie środki bezpieczeństwa (kontrola dostępu, ochrona danych, możliwość odtworzenia) zgodnie z art. 32 RODO<sup>53</sup>.

W praktyce dla OSP oznacza to konkretne działania narzędziowe: dostęp do panelu narzędzia wpłat ma mieć ograniczona liczba osób, hasła i dostęp powinny być przekazywane w sposób

<sup>50</sup> Wpłacam (ngo.pl), „Wpłacam”, op.cit.;

<sup>51</sup> Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2016/679 z dnia 27 kwietnia 2016 r. (RODO), art. 28, <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PL/TXT/PDF>;

<sup>52</sup> Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2016/679 z dnia 27 kwietnia 2016 r. w sprawie ochrony osób fizycznych w związku z przetwarzaniem danych osobowych i w sprawie swobodnego przepływu takich danych oraz uchylenia dyrektywy 95/46/WE, RODO, art. 13, op.cit.;

<sup>53</sup> Tamże, art. 32, op.cit.;

kontrolowany, a eksporty danych transakcyjnych powinny być przechowywane w miejscu zabezpieczonym (nie w prywatnych skrzynkach). Narzędzia takie jak FaniPay wskazują dostęp do danych wpłacających, co jest operacyjnie użyteczne, ale jednocześnie oznacza, że OSP musi świadomie ograniczyć dostęp do tych danych tylko do osób, które realizują zadania ewidencji i komunikacji<sup>54</sup>.

Podsumowując, zestawiamy narzędzia, które w praktyce odpowiadają potrzebom OSP w omawianym zakresie:

- **Wpłacam (ngo.pl)** – gdy OSP chce szybko uruchomić wpłaty internetowe w gotowym systemie; narzędzie komunikuje stawki prowizji i obsługę płatności przez PayU, co ułatwia przewidywanie rozliczeń<sup>55</sup>;
- **FaniPay (FaniMani/Autopay)** – gdy OSP chce udostępnić szybkie wpłaty na stronie i mieć dostęp do podstawowych danych darczyńców do podziękowania; narzędzie opisuje wypłaty na konto bankowe oraz zakres danych wpłacających<sup>56</sup>;
- **PayU (oferta dla organizacji społecznych)** – gdy OSP ma wsparcie techniczne i chce wdrażać płatności jako rozwiązanie operatora; PayU komunikuje ofertę dla fundacji, stowarzyszeń i NGO oraz dostępność metod płatności<sup>57</sup>;
- **FaniMani** – gdy OSP chce zbudować kanał „darowizn od zakupów”; platforma opisuje rejestrację organizacji i zasady działania darowizn od zakupów wraz ze statusami darowizn<sup>58</sup>;
- **Portal zbiorki.gov.pl** – jako narzędzie administracyjne do obsługi działań wymagających zgłoszeń i sprawozdawczości; MSWiA opisuje funkcje portalu na stronie gov.pl<sup>59</sup>.

---

<sup>54</sup> FaniPay, „Strona główna – system płatności dla fundacji i stowarzyszeń”, op.cit.;

<sup>55</sup> Wpłacam (ngo.pl), op.cit.;

<sup>56</sup> FaniPay, FaniMani, op.cit.;

<sup>57</sup> PayU, „Fundacje, stowarzyszenia i NGO”, PayU, „Fundacje”, op.cit.;

<sup>58</sup> FaniPay, FaniMani, op.cit.;

<sup>59</sup> Ministerstwo Spraw Wewnętrznych i Administracji, „Zgłoś zbiórkę publiczną” (opis funkcji portalu i jego zastosowania), <https://www.gov.pl/web/mswia/zglos-zbiorke-publiczna>; Portal Zbiórek Publicznych (MSWiA), „Portal zbiórek” (informacje i funkcje serwisu), <https://zbiorki.gov.pl/zbiorki/index>;

## ROZDZIAŁ 3. Narzędzia obsługi relacji z darczyńcami i interesariuszami: komunikacja, biuletyn elektroniczny i archiwizacja

### Dlaczego w OSP potrzebny jest uporządkowany system komunikacji i archiwizacji?

OSP buduje zaufanie w społeczności przede wszystkim poprzez rzetelność, przewidywalność i możliwość „odtworzenia” historii współpracy. W praktyce oznacza to, że każda osoba wspierająca (darczyńca indywidualny), każda firma (partner), każda instytucja publiczna (gmina, powiat, szkoła) oraz każda organizacja współpracująca powinna mieć jasny, spójny punkt kontaktu, a OSP powinna być w stanie szybko i wiarygodnie odpowiedzieć na pytania: kiedy i w jakiej sprawie kontaktowaliśmy się, kto odpowiadał, co ustalono, jakie dokumenty przekazano, czy i jakie zgody komunikacyjne zostały udzielone, oraz jakie informacje zostały przekazane po zakończeniu zbiórki lub po wykorzystaniu darowizny.

W realiach OSP szczególnie istotne są trzy uwarunkowania:

- po pierwsze, rotacja osób pełniących funkcje w zarządzie i w jednostce powoduje ryzyko „utrąty pamięci organizacyjnej”, jeżeli komunikacja odbywa się z prywatnych skrzynek i telefonów;
- po drugie, działalność fundraisingowa opiera się na danych osobowych (co najmniej imię, nazwisko, numer telefonu, adres poczty elektronicznej), a zatem musi być prowadzona w sposób zgodny z zasadami legalności, minimalizacji, ograniczenia czasowego przechowywania i bezpieczeństwa<sup>60</sup>;
- po trzecie, komunikacja elektroniczna o charakterze fundraisingowym (zwłaszcza masowa, cykliczna) wymaga szczególnej dyscypliny w zakresie zgód i możliwości łatwej rezygnacji z otrzymywania informacji – co ma bezpośrednie znaczenie prawne i reputacyjne<sup>61</sup>.

Celem tego rozdziału jest przedstawienie zestawu narzędzi i standardów pracy, które pozwalają OSP prowadzić komunikację operacyjną (potwierdzenia, podziękowania, informacje o efektach, odpowiedzi na pytania, uzgodnienia z partnerami), wysyłać biuletyn

<sup>60</sup> Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2016/679 z dnia 27 kwietnia 2016 r. (RODO), art. 5 (zasady przetwarzania), <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PL/TXT/PDF/?uri=CELEX:32016R0679>;  
Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2016/679 (RODO), art. 32 (bezpieczeństwo przetwarzania), <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PL/TXT/PDF/?uri=CELEX:32016R0679>;

<sup>61</sup> Ustawa z dnia 12 lipca 2024 r. – Prawo komunikacji elektronicznej, Dz.U. 2024 poz. 1221, art. 398, <https://isap.sejm.gov.pl/isap.nsf/download.xsp/WDU20240001221/O/D20241221.pdf>; Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2016/679 (RODO), art. 7 (warunki wyrażenia zgody) oraz art. 13 (obowiązek informacyjny), <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PL/TXT/PDF/?uri=CELEX:32016R0679>;

elektroniczny do osób, które tego oczekują, oraz archiwizować komunikację w sposób uporządkowany i możliwy do wykorzystania w praktyce.

### **Punkt kontaktu OSP: poczta elektroniczna w domenie i wspólna skrzynka dla zespołu**

W fundraisingu i współpracy partnerskiej poczta elektroniczna pozostaje podstawowym kanałem, ponieważ umożliwia jednoznaczne wskazanie nadawcy, utrzymanie ciągłości w czasie, dołączanie dokumentów oraz archiwizację korespondencji. Standardem profesjonalnym jest używanie adresów w domenie OSP (np. **kontakt@...**, **wsparcie@...**, **partnerzy@...**) zamiast prywatnych skrzynek członków. To rozwiązanie ogranicza ryzyko utraty dostępu do korespondencji oraz wzmacnia wiarygodność.

Kluczowym narzędziem organizacyjnym jest **wspólna skrzynka (współdzielona)**, czyli takie ustawienie, w którym kilka osób uprawnionych może odbierać i wysyłać wiadomości w imieniu OSP, bez udostępniania haseł i bez „rozpraszania” historii kontaktu. W praktyce dla OSP sprawdzają się dwa popularne podejścia:

- **Wspólna skrzynka oparta na grupie dyskusyjnej z funkcją wspólnej skrzynki odbiorczej (Google Workspace).**

W tym modelu tworzy się grupę (np. **darczyncy@...**) i włącza funkcję wspólnej skrzynki odbiorczej, co pozwala m.in. przypisywać wiadomości do osób i oznaczać status obsługi. Google opisuje ten mechanizm jako „grupy ze wspólną skrzynką odbiorczą” i wskazuje, że należy włączyć funkcję wspólnej skrzynki w ustawieniach grupy<sup>62</sup>. To rozwiązanie jest szczególnie wygodne, gdy OSP chce mieć prostą obsługę „jednego adresu do kontaktu”, a jednocześnie rozdzielać obsługę pomiędzy kilka osób.

- **Udostępniona skrzynka pocztowa w środowisku Microsoft 365.**

Microsoft opisuje udostępnione skrzynki jako rozwiązanie, w którym zespół może monitorować i wysyłać wiadomości z jednego konta, a dostęp jest nadawany uprawnieniami (bez przekazywania hasła)<sup>63</sup>. W dokumentacji Microsoft znajduje się zarówno opis „czym jest udostępniona skrzynka”, jak i instrukcja jej utworzenia i konfiguracji<sup>64</sup>. To podejście jest korzystne dla OSP, które już korzystają z pakietu Microsoft (poczta, pliki, współpraca) i chcą spójnych narzędzi administracyjnych.

<sup>62</sup> Google Workspace Admin Help, „Grupy ze wspólną skrzynką odbiorczą”, <https://support.google.com/a/users/answer/167430?hl=pl>; Google Workspace Admin Help, „Tworzenie grupy ze wspólną skrzynką odbiorczą”, <https://support.google.com/a/users/answer/10375787?hl=pl>;

<sup>63</sup> Microsoft Learn, „Udostępnione skrzynki pocztowe — informacje”, <https://learn.microsoft.com/pl-pl/microsoft-365/admin/email/about-shared-mailboxes?view=o365-worldwide>;

<sup>64</sup> Microsoft Learn, „Tworzenie udostępnionej skrzynki pocztowej”, <https://learn.microsoft.com/pl-pl/microsoft-365/admin/email/create-a-shared-mailbox?view=o365-worldwide>; Microsoft Learn, „Konfigurowanie ustawień udostępnionej skrzynki pocztowej”, <https://learn.microsoft.com/pl-pl/microsoft-365/admin/email/configure-a-shared-mailbox?view=o365-worldwide>;

### Jak OSP może wdrożyć w praktyce w/w narzędzia?

1. Krok 1. OSP wyznacza „adresy funkcjonalne”, czyli skrzynki przypisane do obszaru, a nie do osoby. Minimalny zestaw dla fundraisingu i współpracy to zwykle: **kontakt, wsparcie/darowizny, partnerzy**, ewentualnie **media**;
2. Krok 2. OSP wybiera rozwiązanie wspólnej skrzynki (Google lub Microsoft) i zakłada skrzynkę/grupę. W tym kroku szczególnie ważne jest, aby dostęp był nadawany imiennie, a nie poprzez współdzielenie hasła (to podstawa kontroli dostępu i rozliczalności)<sup>65</sup>;
3. Krok 3. OSP ustala zasady wysyłki „w imieniu OSP”: jednolity podpis (z nazwą OSP, adresem, numerem telefonu, identyfikatorem jednostki, a także informacją o sposobie rezygnacji z biuletynu, jeżeli wiadomość ma charakter cykliczny);
4. Krok 4. OSP wprowadza w skrzynce prostą, powtarzalną strukturę porządkowania wiadomości, np. etykiety lub foldery: „nowe”, „w toku”, „zakończone”, „umowy i dokumenty”, „podziękowania i informacje o efektach”. Struktura ma być na tyle prosta, aby była stosowana konsekwentnie, a jednocześnie pozwalała szybko odnaleźć historię kontaktu;
5. Krok 5. OSP ustala zasadę, że istotne ustalenia (np. deklaracja wsparcia, potwierdzenie zakresu współpracy, zgoda na publikację informacji o partnerstwie) pozostają w korespondencji e-mail lub są potwierdzane e-mailem po rozmowie telefonicznej. Takie postępowanie wspiera rozliczalność i ogranicza spory interpretacyjne.

Warto podkreślić, że sama skrzynka pocztowa nie „tworzy relacji”, ale zapewnia warunki do profesjonalnej obsługi relacji: stały punkt kontaktu, uporządkowanie historii i możliwość zastępstw. Elementy budowania relacji (plan kontaktów, komunikaty, argumentacja) są zwykle omawiane w innych modułach Akademii; tutaj koncentrujemy się na narzędziach i standardach obsługi.

### Komunikacja seryjna i biuletyn elektroniczny: narzędzia, zgody, archiwizacja wysyłek

Biuletyn elektroniczny (regularna informacja o działaniach, efektach, potrzebach) jest jednym z najbardziej użytecznych narzędzi utrzymania relacji, pod warunkiem że jest wysyłany do osób, które tego oczekują, oraz w sposób zgodny z prawem i standardami. W OSP należy odróżnić dwie sytuacje:

1. **sytuacja 1: korespondencja indywidualna i operacyjna** – odpowiedź na pytanie, potwierdzenie, podziękowanie po wsparciu, ustalenia z partnerem. Tego typu komunikacja jest zwykle elementem bieżącej współpracy i nie jest traktowana jako masowy przekaz promocyjny;
2. **sytuacja 2: komunikacja seryjna (biuletyn) o charakterze cyklicznym lub promującym wsparcie** – wysyłana do wielu osób, najczęściej zawierająca prośbę o wsparcie,

<sup>65</sup> Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2016/679 (RODO), art. 32 (bezpieczeństwo przetwarzania), <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PL/TXT/PDF/?uri=CELEX:32016R0679>); Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2016/679 (RODO), art. 7 (warunki wyrażenia zgody) oraz art. 13 (obowiązek informacyjny), <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PL/TXT/PDF/?uri=CELEX:32016R0679>);

informację o możliwości przekazania darowizny lub zachętę do zaangażowania. W tej sytuacji OSP musi szczególnie zadbać o właściwą podstawę komunikacji.

Z perspektywy prawa komunikacji elektronicznej, **używanie poczty elektronicznej, telefonu, SMS lub innych telekomunikacyjnych urządzeń końcowych dla celów marketingu bezpośredniego wymaga uprzedniej zgody abonenta lub użytkownika końcowego**<sup>66</sup>. W praktyce fundraisingowe zachęty do wsparcia, wysyłane masowo, należy traktować jako komunikację wymagającą precyzyjnego zarządzania zgodami, ponieważ ryzyko skargi i konsekwencji reputacyjnych jest realne. Z perspektywy ochrony danych osobowych, jeżeli OSP opiera wysyłkę na zgodzie, musi być w stanie wykazać, że zgoda została udzielona, oraz zapewnić możliwość łatwego wycofania zgody<sup>67</sup>. Ponadto OSP ma obowiązek informowania osób o przetwarzaniu ich danych (obowiązek informacyjny) oraz stosowania środków bezpieczeństwa adekwatnych do ryzyka<sup>68</sup>.

### **Dlaczego do biuletynu elektronicznego warto stosować narzędzia wyspecjalizowane, a nie zwykłą pocztę?**

Zwykła wysyłka „do wielu odbiorców” z poziomu skrzynki e-mail jest ryzykowna, ponieważ utrudnia udowodnienie zgód, obsługę rezygnacji, prowadzi do błędów (ujawnienie adresów w polu „Do/DW”), a także pogarsza dostarczalność wiadomości. Narzędzia do biuletynu elektronicznego zapewniają mechanizmy: formularza zapisu, potwierdzenia zapisu, automatycznej obsługi rezygnacji, list segmentów oraz archiwum kampanii.

### **Jak OSP powinna to wdrożyć w/w rozwiązania?**

1. Krok 1. OSP definiuje, czym w jej przypadku jest biuletyn elektroniczny: jakie informacje zawiera (np. podsumowanie działań, efekty wsparcia, potrzeby sprzętowe, zaproszenia na wydarzenia), oraz kto jest jego adresatem (darczyńcy indywidualni, sympatycy, rodzice dzieci z MDP, lokalni przedsiębiorcy, mieszkańcy);
2. Krok 2. OSP wybiera narzędzie do wysyłek seryjnych, które pozwala prowadzić listy odbiorców oraz automatycznie obsługiwać rezygnacje. Przykładowo, MailerLite opisuje mechanizm podwójnego potwierdzenia zapisu i rekomenduje jego stosowanie jako dobrą praktykę, nawet jeżeli nie jest to wymóg wynikający wprost z przepisów o ochronie danych<sup>69</sup>. GetResponse udostępnia instrukcje konfiguracji wiadomości potwierdzającej subskrypcję oraz ustawień subskrypcji z potwierdzeniem<sup>70</sup>;
3. Krok 3. OSP przygotowuje **formularz zapisu** w sposób jednoznaczny. Minimalnie powinien zawierać: informację, że osoba zapisuje się do biuletynu elektronicznego

<sup>66</sup> Ustawa z dnia 12 lipca 2024 r. – Prawo komunikacji elektronicznej, Dz.U. 2024 poz. 1221, art. 398, op.cit.;

<sup>67</sup> Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2016/679 (RODO), art. 7 (warunki wyrażenia zgody) oraz art. 13 (obowiązek informacyjny), op.cit.;

<sup>68</sup> Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2016/679 z dnia 27 kwietnia 2016 r. (RODO), art. 5 (zasady przetwarzania), op.cit.; Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2016/679 (RODO), art. 32 (bezpieczeństwo przetwarzania), op.cit.;

<sup>69</sup> MailerLite Help, „Jak zastosować podwójne potwierdzenie zapisu przy zbieraniu odbiorców”, <https://www.mailerlite.com/pl/help/how-to-use-double-opt-in-when-collecting-subscribers>;

<sup>70</sup> GetResponse – Pomoc, „Wiadomość potwierdzająca subskrypcję”, <https://www.getresponse.pl/pomoc/wiadomosc-potwierdzajaca-subskrypcje.html>;

- OSP; zakres treści; częstotliwość; informację o możliwości rezygnacji; oraz odwołanie do informacji o przetwarzaniu danych (klauzula informacyjna)<sup>71</sup>;
4. Krok 4. OSP włącza mechanizm podwójnego potwierdzenia zapisu (praktyka szczególnie przydatna dla OSP), ponieważ pozwala ograniczyć błędne zapisy, spam oraz spory co do tego, czy dana osoba rzeczywiście chciała otrzymywać biuletyn. Narzędzia takie jak MailerLite i Mailchimp opisują w dokumentacji technicznej włączenie podwójnego potwierdzenia oraz jego działanie<sup>72</sup>;
  5. Krok 5. OSP archiwizuje dowody pozyskania zgody i sposób pozyskania adresu. W praktyce narzędzia mailingowe przechowują metadane zapisu (czas, źródło formularza), co ułatwia wykazanie zgody<sup>73</sup>. Równolegle warto, aby informacja o zgodzie była odnotowana w bazie kontaktów (system ewidencji kontaktów jest omawiany odrębnie w innym rozdziale tej lekcji) – z datą, zakresem zgody i źródłem<sup>74</sup>;
  6. Krok 6. OSP ustala standard wysyłki: kto zatwierdza treść, z jakiego adresu wychodzi biuletyn, gdzie przechowywane są kopie kampanii oraz jak obsługiwane są odpowiedzi. W praktyce część odbiorców odpowiada na biuletyn (np. z pytaniem o sprzęt), więc OSP powinna mieć procedurę przenoszenia takich odpowiedzi do wspólnej skrzynki e-mail i powiązania ich z historią kontaktu;
  7. Krok 7. OSP dba o archiwizację wysyłek: większość narzędzi umożliwia podgląd kampanii, raporty oraz archiwum wysłanych wiadomości. Archiwum jest przydatne nie tylko marketingowo, ale także dowodowo (co komunikowaliśmy i kiedy).

#### Rekomendowane narzędzia do biuletynu elektronicznego dla OSP:

- **MailerLite** - praktyczne formularze zapisu, mechanizmy potwierdzeń, prosta obsługa list i segmentów; dokumentacja opisuje działanie podwójnego potwierdzenia oraz wskazuje, że jest to zalecana praktyka<sup>75</sup>;
- **GetResponse** - rozbudowane funkcje komunikacji seryjnej i automatyzacji; dokumentacja wyjaśnia konfigurację wiadomości potwierdzającej oraz ustawień subskrypcji<sup>76</sup>;
- **Mailchimp** - dojrzałe narzędzie z rozbudowanymi ustawieniami list, w tym włączaniem podwójnego potwierdzenia<sup>77</sup>;

<sup>71</sup> Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2016/679 z dnia 27 kwietnia 2016 r. (RODO), art. 5 (zasady przetwarzania), op.cit.; Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2016/679 (RODO), art. 13 (obowiązek informacyjny), op.cit.;

<sup>72</sup> MailerLite Help, „Jak zastosować podwójne potwierdzenie zapisu przy zbieraniu odbiorców”, op.cit.; Mailchimp Help, „Choose opt-in settings”, <https://mailchimp.com/help/set-signup-preferences/>;

<sup>73</sup> Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2016/679 (RODO), art. 7 (warunki wyrażenia zgody) oraz art. 13 (obowiązek informacyjny), op.cit.; MailerLite Blog, „How to create opt-in forms that still work under GDPR”, <https://www.mailerlite.com/pl/blog/how-to-create-opt-in-forms-that-still-work-under-gdpr>;

<sup>74</sup> Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2016/679 z dnia 27 kwietnia 2016 r. (RODO), art. 5 (zasady przetwarzania), op.cit.; Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2016/679 (RODO), art. 7 (warunki wyrażenia zgody) oraz art. 13 (obowiązek informacyjny), op.cit.;

<sup>75</sup> MailerLite Help, „Jak zastosować podwójne potwierdzenie zapisu przy zbieraniu odbiorców”, op.cit.;

<sup>76</sup> GetResponse – Pomoc, „Wiadomość potwierdzająca subskrypcję”, op.cit.;

<sup>77</sup> Mailchimp Help, „Choose opt-in settings”, op.cit.;

- **FreshMail** - rozwiązanie popularne na rynku polskim; w praktyce często stosowane w integracjach ze stronami internetowymi i sklepami (co bywa przydatne w OSP np. przy stronach z materiałami)<sup>78</sup>.

Wybór narzędzia powinien uwzględniać: dostępność języka polskiego, prostotę konfiguracji, koszty, możliwość obsługi rezygnacji i raportowania, oraz łatwość eksportu danych (na wypadek zmiany narzędzia). Z punktu widzenia zgodności, kluczowe jest, aby narzędzie wspierało rejestrowanie podstawowych informacji o zapisie i umożliwiało natychmiastową rezygnację z biuletynu.

### **Wiadomości w mediach społecznościowych: jedno miejsce do obsługi i porządkowanie historii kontaktu**

W OSP wiadomości od darczyńców i mieszkańców często spływają kanałami społecznościowymi: przez stronę jednostki, komentarze, wiadomości prywatne. W praktyce problemem jest rozproszenie: jedna osoba odpowiada z telefonu, druga nie widzi ustaleń, a po miesiącu nie da się odtworzyć, co obiecano. Dlatego rozwiązaniem narzędziowym jest przeniesienie obsługi wiadomości do jednego panelu i wprowadzenie prostych zasad archiwizacji.

Dla OSP korzystających z profilu i strony na platformach Meta, użytecznym narzędziem jest **Skrzynka odbiorcza w Meta Business Suite**, która pozwala zarządzać wiadomościami z różnych kanałów w jednym miejscu. Meta wskazuje, że w ramach tej skrzynki można zarządzać wiadomościami w Messengerze, na Instagramie oraz w innych powiązanych kanałach<sup>79</sup>. W praktyce oznacza to, że OSP może ograniczyć sytuacje, w których odpowiedzi są udzielane wyłącznie z prywatnych kont.

### **Jak OSP może zorganizować obsługę wiadomości w mediach społecznościowych?**

1. Krok 1. OSP ustala zasadę, że wiadomości w mediach społecznościowych są obsługiwane przez osoby uprawnione do strony OSP, nie przez prywatne konta w trybie nieformalnym;
2. Krok 2. OSP zakłada i porządkuje role dostępu w narzędziu administracyjnym, tak aby każda osoba odpowiadała w ramach przydzielonych uprawnień<sup>80</sup>;
3. Krok 3. OSP przyjmuje regułę przenoszenia ustaleń „ważnych” do kanału archiwizowalnego - jeżeli w wiadomości prywatnej pada deklaracja wsparcia, propozycja partnerstwa, prośba o fakturę lub inne ustalenie wymagające formalności, OSP odpowiada uprzejmie i prosi o przesłanie informacji na adres e-mail OSP (w domenie) albo sama wysyła e-mail podsumowujący ustalenia. W ten sposób historia relacji nie pozostaje wyłącznie w komunikatorze;

<sup>78</sup> Shoper – Centrum Pomocy, „Efektywny zapis na newsletter przy użyciu Freshmail”, <https://www.shoper.pl/learn/arttykul/efektywny-zapis-na-newsletter-z-wykorzystaniem-freshmaila/>;

<sup>79</sup> Meta Business Help Center, „Skrzynka odbiorcza w Meta Business Suite – informacje”, <https://pl-pl.facebook.com/business/help/294426838452244>;

<sup>80</sup> Szczegółowe zagadnienia bezpieczeństwa i kontroli dostępu są omawiane odrębnie, w tej części rozdziału wskazujemy jedynie standard organizacyjny;

SFINANSOWANO ZE ŚRODKÓW NARODOWEGO INSTYTUTU WOLNOŚCI – CENTRUM ROZWOJU SPOŁECZEŃSTWA OBYWATELSKIEGO  
W RAMACH RZĄDOWEGO PROGRAMU FUNDUSZ INICJATYW OBYWATELSKICH NOWEFIO NA LATA 2021-2030

4. Krok 4. OSP stosuje prosty standard notowania w bazie kontaktów: data kontaktu, kanał (media społecznościowe), temat, rezultat (np. „prośba o numer konta – przekazano”, „deklaracja wsparcia rzeczowego – skierowano do kontaktu e-mail”). Dzięki temu komunikacja społecznościowa jest częścią historii relacji, a nie „oderwanym wątkiem”.

Ważne jest, aby OSP pamiętała, że media społecznościowe są kanałem szybkim, ale mniej formalnym i bardziej podatnym na chaos archiwizacyjny. Dlatego narzędzia takie jak Meta Business Suite powinny być traktowane jako panel obsługi bieżącej, natomiast ustalenia i dokumenty powinny trafić do poczty elektronicznej i repozytorium dokumentów.

### **SMS i komunikacja telefoniczna: narzędzia i zgodność, gdy komunikacja dotyczy fundraisingu**

W działalności OSP SMS bywa wykorzystywany do powiadomień organizacyjnych, zaproszeń na wydarzenia, przypomnień. Jeżeli jednak SMS ma charakter zachęty do wsparcia lub jest elementem komunikacji fundraisingowej, należy zachować szczególną ostrożność: prawo komunikacji elektronicznej wiąże użycie telekomunikacyjnych urządzeń końcowych dla marketingu bezpośredniego z koniecznością posiadania uprzedniej zgody<sup>81</sup>.

Z narzędziowego punktu widzenia, jeżeli OSP potrzebuje uporządkowanej wysyłki SMS (z szablonami, historią, listami), może korzystać z rozwiązań takich jak **SMSAPI**, które udostępnia zarówno panel, jak i dokumentację do automatyzacji wysyłek<sup>82</sup>. W praktyce takie narzędzie powinno być używane wyłącznie wtedy, gdy OSP ma jasne podstawy kontaktu i udokumentowane zgody odbiorców na taki kanał komunikacji w zakresie fundraisingu. W przypadku komunikacji operacyjnej nie mającej charakteru marketingowego (np. informacja o wydarzeniu dla członków jednostki), nadal konieczne jest zachowanie zasad ochrony danych oraz uporządkowanie bazy numerów i uprawnień do wysyłki<sup>83</sup>.

### **Archiwizacja komunikacji: co przechowywać, gdzie przechowywać i jak zachować „odtworzalność” relacji**

Archiwizacja w fundraisingu nie polega na „gromadzeniu wszystkiego bez końca”. Prawidłowa archiwizacja łączy dwa cele: (1) możliwość odtworzenia historii relacji i rozliczenia działań oraz (2) zgodność z zasadą ograniczenia czasowego i minimalizacji danych<sup>84</sup>. Oznacza to, że OSP powinna świadomie określić, jakie informacje są potrzebne i przez jaki czas.

<sup>81</sup> Ustawa z dnia 12 lipca 2024 r. – Prawo komunikacji elektronicznej, Dz.U. 2024 poz. 1221, art. 398, op.cit;

<sup>82</sup> SMSAPI, „Dokumentacja i przykłady”, <https://www.smsapi.pl/docs>;

<sup>83</sup> Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2016/679 z dnia 27 kwietnia 2016 r. (RODO), art. 5 (zasady przetwarzania), op.cit; Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2016/679 (RODO), art. 32 (bezpieczeństwo przetwarzania), op.cit;

<sup>84</sup> Tamże; Dudek Ł., RODO dla NGO. ePoradnik, Konfederacja Inicjatyw Pozarządowych Rzeczypospolitej, Warszawa 2019, omówienie zasady ograniczenia czasowego przechowywania danych, s. 23, [https://niw.gov.pl/wp-content/uploads/2021/07/RODOdlaNGO\\_poradnik.pdf](https://niw.gov.pl/wp-content/uploads/2021/07/RODOdlaNGO_poradnik.pdf);

W praktyce fundraisingowej OSP warto wyróżnić trzy kategorie materiałów do archiwizacji:

- **kategoria A: komunikacja dowodowa i formalna** – ustalenia z partnerem, deklaracje wsparcia, potwierdzenia przekazania darowizny rzeczowej, uzgodnienia w sprawie promocji partnerstwa, zgody na wykorzystanie logotypu, ustalenia dotyczące rozliczeń. Te materiały powinny być archiwizowane w sposób umożliwiający szybkie odnalezienie, ponieważ dotyczą odpowiedzialności organizacyjnej;
- **kategoria B: komunikacja relacyjna** – podziękowania, informacje o efektach, odpowiedzi na pytania darczyńców, wymiana informacji o potrzebach. Ta komunikacja jest kluczowa dla jakości relacji i retencji darczyńców, dlatego powinna być powiązana z historią kontaktu (w bazie kontaktów) oraz zachowana przez czas uzasadniony celami relacji;
- **kategoria C: zgody i preferencje komunikacyjne** – informacja, czy dana osoba chce otrzymywać biuletyn elektroniczny, czy wyraziła zgodę na kontakt fundraisingowy określonym kanałem, kiedy i w jaki sposób zgoda została udzielona, oraz czy została wycofana. Z perspektywy zgodności, ta kategoria ma szczególne znaczenie, ponieważ OSP powinna być w stanie wykazać podstawę komunikacji i respektować rezygnacje<sup>85</sup>.

#### Gdzie archiwizować, aby było to praktyczne dla OSP?

- **Korespondencja e-mail:** archiwum zapewnia sama skrzynka (Google/Microsoft), ale OSP powinna dążyć do tego, aby istotne załączniki (umowy, potwierdzenia, podsumowania ustaleń) trafiały równoległe do uporządkowanego repozytorium plików;
- **Repozytorium plików:** w praktyce OSP często wykorzystują rozwiązania chmurowe dostarczane wraz z pocztą (np. narzędzia dyskowe i współdzielenie dokumentów w ekosystemie pocztowym). Przy wyborze należy uwzględnić kontrolę dostępu, historię zmian i możliwość nadawania uprawnień<sup>86</sup>;
- **Baza kontaktów:** podstawowe zdarzenia komunikacyjne (data, temat, rezultat) powinny być zapisywane w historii kontaktu, aby członek zarządu lub osoba odpowiedzialna mogła szybko zrozumieć kontekst relacji<sup>87</sup>.

#### Jak OSP może zachować porządek archiwizacji bez rozbudowanych systemów?

1. Krok 1. OSP przyjmuje jednolitą zasadę nazywania plików i wątków, np. „2025-03-12\_FirmaX\_deklaracja\_wsparcia”, „2025-06-01\_Podziekowanie\_darowizna\_sprzet”. Taki standard znacząco skraca czas szukania;

<sup>85</sup> Ustawa z dnia 12 lipca 2024 r. – Prawo komunikacji elektronicznej, Dz.U. 2024 poz. 1221, art. 398, op.cit.; Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2016/679 (RODO), art. 7 (warunki wyrażenia zgody) oraz art. 13 (obowiązek informacyjny), op.cit.;

<sup>86</sup> Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2016/679 (RODO), art. 32 (bezpieczeństwo przetwarzania), op.cit.;

<sup>87</sup> Techniczne narzędzia ewidencji kontaktów omawia odrębny rozdział;

SFINANSOWANO ZE ŚRODKÓW NARODOWEGO INSTYTUTU WOLNOŚCI – CENTRUM ROZWOJU SPOŁECZEŃSTWA OBYWATELSKIEGO  
W RAMACH RZĄDOWEGO PROGRAMU FUNDUSZ INICJATYW OBYWATELSKICH NOWEFIO NA LATA 2021-2030

2. Krok 2. OSP ustala, że dokumenty formalne są zawsze przechowywane w repozytorium plików w folderze „Partnerzy/Darczyńcy/...”, a w e-mailu pozostaje jedynie kopia korespondencji;
3. Krok 3. OSP ustala okresy przechowywania dla kategorii informacji, pamiętając o zasadzie ograniczenia czasowego (dane nie mogą być przechowywane dłużej niż to niezbędne do celów przetwarzania)<sup>88</sup>. Dla części dokumentów okres wynika z przepisów o dokumentacji finansowej, ale szczegóły te są zwykle omawiane w modułach prawno-finansowych; na potrzeby relacji kluczowe jest, aby OSP nie przechowywała danych kontaktowych „bezterminowo” bez uzasadnienia;
4. Krok 4. OSP zapewnia, aby osoby przetwarzające dane miały upoważnienia i dostęp adekwatny do zadań, a narzędzia były skonfigurowane w sposób bezpieczny (to wynika z obowiązku stosowania odpowiednich środków bezpieczeństwa)<sup>89</sup>.

### **Komunikacja z instytucjami publicznymi: e-Doręczenia jako kanał formalny**

W relacjach z interesariuszami publicznymi (urzędy, jednostki samorządu terytorialnego) coraz większe znaczenie ma kanał formalny doręczeń elektronicznych. Z perspektywy OSP ważna jest zasada: nie każda jednostka ma obowiązek posiadania adresu do e-Doręczeń, ale część organizacji może podlegać obowiązkowi (zależnie od wpisu i prowadzenia działalności gospodarczej). Materiały informacyjne dla NGO wskazują, że obowiązek dotyczy organizacji prowadzących działalność gospodarczą, wpisanych do rejestru przedsiębiorców, a terminy są powiązane z datą wpisu (m.in. od 1 stycznia 2025 r. dla nowych wpisów oraz do 1 kwietnia 2025 r. dla wcześniejszych wpisów)<sup>90</sup>. Równoległe rządowy portal e-Doręczeń publikuje harmonogram i odpowiedzi potwierdzające obowiązek dla fundacji i stowarzyszeń prowadzących działalność gospodarczą, wpisanych do rejestru przedsiębiorców KRS<sup>91</sup>.

Z punktu widzenia narzędzi komunikacji, e-Doręczenia są istotne, ponieważ zapewniają formalną ścieżkę doręczeń, która może być wykorzystywana w relacjach z urzędami. Dla fundraisingu nie jest to narzędzie podstawowe, ale dla relacji z interesariuszami publicznymi (np. umowy użyczenia, sprawy administracyjne, korespondencja formalna) może mieć znaczenie organizacyjne i archiwizacyjne.

<sup>88</sup> Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2016/679 z dnia 27 kwietnia 2016 r. (RODO), art. 5 (zasady przetwarzania), op.cit.; Dudek Ł., RODO dla NGO. ePoradnik, Konfederacja Inicjatyw Pozarządowych Rzeczypospolitej, Warszawa 2019, op.cit.;

<sup>89</sup> Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2016/679 (RODO), art. 32 (bezpieczeństwo przetwarzania), op.cit.; Dudek Ł., RODO dla NGO. ePoradnik, op.cit.;

<sup>90</sup> ngo.pl, „e-Doręczenia przy rejestracji w KRS już od 1 stycznia 2025 roku”, <https://publicystyka.ngo.pl/e-doreczenia-przy-rejestracji-w-krs-juz-od-1-stycznia-2025-roku-tau>;

<sup>91</sup> Gov.pl, „Najczęściej zadawane pytania – e-Doręczenia” (sekcja harmonogramu i obowiązków dla podmiotów niepublicznych, <https://www.gov.pl/web/e-doreczenia/pytania-i-odpowiedzi>;

## ROZDZIAŁ 4. Narzędzia organizacji pracy fundraisingowej oraz obiegu dokumentów i materiałów w OSP

### Dlaczego OSP potrzebuje uporządkowanego systemu pracy i obiegu materiałów w fundraisingu?

Fundraising w OSP jest procesem powtarzalnym: obejmuje przygotowanie komunikatów i materiałów, uzgodnienia wewnętrzne, publikacje i dystrybucję, kontakt z darczyńcami i partnerami, a następnie porządkowanie dokumentów potwierdzających ustalenia i realizację działań. W praktyce OSP działa w warunkach ograniczonych zasobów czasowych, zmienności składu osobowego, rotacji funkcji w zarządzie oraz równoległego prowadzenia działalności operacyjnej i społecznej. Z tego powodu narzędzia organizacji pracy oraz obiegu dokumentów powinny zapewniać trzy kluczowe efekty: ciągłość (wiedza i materiały pozostają w OSP, a nie „u osoby”), rozliczalność (wiadomo, kto i kiedy przygotował, zatwierdził lub zmienił dokument) oraz możliwość szybkiego odtworzenia stanu sprawy (łatwo znaleźć aktualną wersję i komplet załączników).

W tym rozdziale koncentruję się wyłącznie na narzędziach i praktycznych standardach ich użycia w OSP. Zagadnienia prawnych podstaw prowadzenia zbiórek, przyjmowania darowizn oraz kwestii podatkowych były omawiane wcześniej, natomiast wymagania bezpieczeństwa informacji i kontroli dostępu są szerzej ujęte w odrębnym rozdziale o zabezpieczeniach i kopiach zapasowych (lekcja 5, rozdział dotyczący bezpieczeństwa – zgodnie z przyjętą strukturą). W niniejszym rozdziale pojawiają się wyłącznie te elementy zgodności z prawem, które bezpośrednio warunkują prawidłowy dobór i konfigurację narzędzi (zwłaszcza w kontekście danych osobowych). Zgodnie z zasadami przetwarzania danych osobowych, OSP powinna dbać m.in. o minimalizację danych, prawidłowość oraz ograniczenie przechowywania, a także o możliwość wykazania rozliczalności<sup>92</sup>.

Aby adekwatnie dobrać narzędzia, należy jasno rozróżniać kategorie zasobów, które w fundraisingu OSP mają różny poziom wrażliwości, różny cykl życia oraz różne wymagania co do dostępu.

Pierwszą kategorią są materiały komunikacyjne i promocyjne: opisy celów, teksty apeli, grafiki, zdjęcia, pliki wideo, projekty plakatów, identyfikacja wizualna, zestawy logotypów (własnych i partnerów), szablony podziękowań, a także gotowe wersje do publikacji na stronie i w mediach społecznościowych. Te materiały często występują w wielu wersjach roboczych, dlatego narzędzia muszą wspierać wersjonowanie i jasne oznaczanie wersji „zatwierdzonej do użycia”.

<sup>92</sup> Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2016/679 z dnia 27 kwietnia 2016 r. (RODO), art. 5. Zasady dotyczące przetwarzania danych osobowych”, Eur-Lex, <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PL/TXT/PDF>;

Drugą kategorią są dokumenty współpracy i uzgodnień: pisma przewodnie, notatki ze spotkań, ustalenia z partnerem, projekty porozumień, zgody na wykorzystanie wizerunku lub materiałów (jeżeli są pozyskiwane), a także korespondencja potwierdzająca uzgodnienia. Z perspektywy obiegu dokumentów kluczowe jest, aby w OSP istniało jedno miejsce przechowywania aktualnej wersji dokumentu oraz jednoznaczna informacja, kto ma prawo wprowadzać zmiany.

Trzecią kategorią są dokumenty rozliczeniowe i dowodowe: potwierdzenia wpłat, zestawienia, protokoły przekazania, faktury i rachunki, dokumentacja wydatków, potwierdzenia przekazania rzeczy, ewidencje związane z kampanią. W tej kategorii szczególnie istotna jest kompletność, możliwość odtworzenia historii oraz trwałe przechowywanie w sposób uporządkowany. Narzędzia muszą umożliwiać szybkie odszukanie dokumentu według daty, nazwy kampanii lub kontrahenta (partnera), a także ograniczenie dostępu do osób upoważnionych.

Czwartą kategorią są dane o osobach: dane darczyńców, sympatyków, wolontariuszy oraz kontaktów po stronie partnerów. W tym rozdziale nie opisuję systemów ewidencji relacji (to jest przedmiotem innego rozdziału w lekcji 5), ale podkreślam, że narzędzia obiegu dokumentów bardzo często „przypadkowo” stają się miejscem przechowywania danych osobowych (np. listy uczestników, listy mailingowe, skany pism). Z tego powodu dobór narzędzi i struktury uprawnień powinien uwzględniać wymóg wdrożenia odpowiednich środków technicznych i organizacyjnych adekwatnych do ryzyka<sup>93</sup>.

### Dwa filary organizacji pracy: „tablica spraw” oraz „repozytorium dokumentów”

W dojrzałym systemie fundraisingu OSP warto konsekwentnie rozdzielać dwa filary:

1. **po pierwsze – miejsce zarządzania pracą**, czyli narzędzie, w którym widoczny jest stan działań (co jest do przygotowania, co jest w uzgodnieniach, co zatwierdzone, co zakończone), odpowiedzialności oraz terminy. Tego typu narzędzia nie muszą zawierać treści dokumentów w sensie plików źródłowych; powinny natomiast wskazywać, gdzie leży aktualna wersja materiału;
2. **po drugie – repozytorium dokumentów i materiałów**, czyli miejsce przechowywania plików oraz wersji roboczych i finalnych, wraz z historią zmian i czytelną strukturą katalogów. Repozytorium powinno być „własnością zespołu”, a nie pojedynczej osoby, tak aby odejście członka OSP nie powodowało utraty dostępu do zasobów.

Takie rozdzielenie ma znaczenie praktyczne. Narzędzie organizacji pracy jest zwykle prostsze, nastawione na widok procesu, a repozytorium dokumentów jest nastawione na trwałe przechowywanie, wersjonowanie i dostępność. W OSP oba filary można zbudować w oparciu o rozwiązania powszechnie dostępne (chmurowe lub instalowane lokalnie), przy zachowaniu spójnych standardów nazewnictwa i uprawnień.

<sup>93</sup> Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2016/679 z dnia 27 kwietnia 2016 r. (RODO), art. 32. Bezpieczeństwo przetwarzania”, Eur-Lex, op.cit.;

## Narzędzia do organizacji pracy fundraisingowej: tablice, plany i listy zadań

W praktyce OSP najczęściej sprawdzają się narzędzia o niskiej barierze wejścia, które można wdrożyć bez rozbudowanej administracji informatycznej. Ich przewagą jest przejrzystość - zespół widzi, na jakim etapie znajduje się przygotowanie materiałów, uzgodnienia z partnerem czy kompletowanie dokumentów:

- **Trello** jest narzędziem opartym o tablice, listy i karty. Logika pracy polega na przenoszeniu kart pomiędzy listami odpowiadającymi etapom (np. „do przygotowania”, „w uzgodnieniach”, „zatwierdzone”, „zakończone”)<sup>94</sup>. Dla OSP szczególnie użyteczne jest to, że każda karta może zawierać opis, komentarze, terminy oraz załączniki lub odnośniki do plików przechowywanych w repozytorium (np. w Dysku Google albo w bibliotece dokumentów). W praktyce oznacza to, że w jednym miejscu OSP widzi przebieg pracy, a jednocześnie nie mnoży kopii plików w różnych komunikatorach.
- **Microsoft Planner** pełni analogiczną funkcję w ekosystemie Microsoft 365: umożliwia tworzenie planów, organizowanie pracy zespołu w formie tablicy z zadaniami oraz przypisywanie odpowiedzialności<sup>95</sup>. W OSP, które korzystają z Microsoft 365 (często dostępnego na preferencyjnych warunkach dla organizacji społecznych), Planner bywa wygodny dlatego, że jest naturalnie powiązany z kontami użytkowników oraz może współpracować z innymi komponentami pakietu. Microsoft opisuje Planner jako narzędzie do organizacji pracy zespołu i śledzenia zadań, a użytkownik może przeglądać przypisane zadania w widoku „moje zadania” oraz analizować status na wykresach lub w harmonogramie<sup>96</sup>.
- **Asana** jest rozwiązaniem do organizacji projektów i zadań, w którym projekty porządkują zestawy działań, a zadania reprezentują konkretne elementy do wykonania, przypisane do osób i terminów<sup>97</sup>. Z perspektywy OSP ważne jest, aby narzędzie wspierało jednoznaczność odpowiedzialności (kto jest właścicielem zadania), a także umożliwiało dołączanie informacji i plików w jednym miejscu. Wybór Asany ma sens wtedy, gdy OSP prowadzi kilka równoległych działań fundraisingowych oraz chce zachować spójny model pracy niezależnie od tego, kto akurat pełni funkcję koordynatora.

W praktyce wdrożenie narzędzia organizacji pracy w OSP powinno opierać się na prostym standardzie: każda inicjatywa fundraisingowa (np. kampania na zakup sprzętu, wydarzenie, współpraca sponsorka) posiada jedną „sprawę” w narzędziu, a w tej sprawie zapisuje się etapy

<sup>94</sup> Trello, „Trello 101: How to Use Trello Boards & Cards” (przewodnik narzędzia: tablice, listy i karty), <https://trello.com/guide/trello-101>;

<sup>95</sup> Microsoft, „Planner help & learning” (centrum pomocy Microsoft Planner), <https://support.microsoft.com/en-us/planner>;

<sup>96</sup> Microsoft, „Manage your tasks in Microsoft Planner” (funkcje: moje zadania, wykresy, harmonogram), <https://support.microsoft.com/en-us/office/manage-your-tasks-in-microsoft-planner-7e3d66b4-684d-4a2f-8f8e-908c614d8314>;

<sup>97</sup> Asana Help Center, „Understanding projects” oraz „Understanding tasks” (projekty jako porządkowanie pracy i zadania jako elementy działań), [https://help.asana.com/s/article/understanding-projects?language=en\\_US](https://help.asana.com/s/article/understanding-projects?language=en_US);

i informacje niezbędne do przejścia od przygotowania materiałów do zakończenia. Kluczowe jest, aby tablica lub plan nie zamieniły się w miejsce przechowywania plików. Dokumenty i materiały powinny „mieszkać” w repozytorium, a narzędzie organizacji pracy powinno zawierać jednoznaczne odnośniki do właściwych plików.

### **Narzędzia obiegu dokumentów i materiałów: wspólne dyski, biblioteki dokumentów i współpraca nad plikami**

Najczęstszy problem w OSP wynika z trzymania materiałów w prywatnych skrzynkach pocztowych oraz na prywatnych dyskach członków zarządu. Rozwiązaniem jest repozytorium zespołowe, oparte o konta organizacyjne lub co najmniej o wspólne zasady dostępu:

- **Google Drive (Dysk Google) i dyski współdzielone** są szczególnie użyteczne tam, gdzie OSP korzysta z Google Workspace. Dyski współdzielone są opisane jako „specjalne foldery” w Dysku Google przeznaczone do pracy zespołowej, w których pliki należą do zespołu, a nie do pojedynczej osoby; dzięki temu pozostają dostępne nawet wtedy, gdy członek przestaje działać w organizacji<sup>98</sup>. Jest to krytyczne w realiach OSP, gdzie zmiany osobowe są naturalne. Google wskazuje również praktyki porządkowania dysków współdzielonych, w tym stosowanie uzgodnionych konwencji nazewnictwa, aby ułatwiać wyszukiwanie i unikać konfliktów nazw<sup>99</sup>.
- **SharePoint i biblioteki dokumentów w Microsoft 365** pełnią podobną rolę. Microsoft opisuje bibliotekę dokumentów jako miejsce na stronie (w SharePoint), w którym można przesyłać, tworzyć, aktualizować i współpracować nad plikami w zespole<sup>100</sup>. W praktyce OSP oznacza to, że można utworzyć bibliotekę dokumentów dla fundraisingu, a w niej katalogi i podkatalogi odpowiadające kampaniom lub typom dokumentów. Dodatkowo, w środowisku Microsoft 365 pliki współdzielone w ramach zespołu często są dostępne również przez Microsoft Teams, co zmniejsza ryzyko „rozproszenia” materiałów pomiędzy kanałami komunikacji a repozytorium<sup>101</sup>.
- **Nextcloud** jest rozwiązaniem, które może być wykorzystywane jako repozytorium plików wtedy, gdy OSP nie chce lub nie może korzystać z usług chmurowych dużych dostawców, albo gdy preferuje rozwiązanie utrzymywane lokalnie (np. na serwerze OSP lub u zaufanego dostawcy). Nextcloud oferuje funkcje udostępniania plików oraz prostego wersjonowania, w którym można przywracać wcześniejsze wersje<sup>102</sup>.

<sup>98</sup> Google Workspace Admin / Users Help, „What are shared drives?” (pliki w dyskach współdzielonych należą do zespołu; trwałość zasobów), <https://support.google.com/a/users/answer/7212025?hl=en>;

<sup>99</sup> Google Workspace productivity guide, „Best practices and tips for shared drives” (w tym: konwencje nazewnictwa), <https://support.google.com/a/users/answer/13015138?hl=en>;

<sup>100</sup> Microsoft Support, „Introduction to libraries” (biblioteka dokumentów jako miejsce współpracy nad plikami na stronie SharePoint), <https://support.microsoft.com/en-us/office/introduction-to-libraries-7d4221d9-8fb9-40d5-8441-2374c84b5e26?>;

<sup>101</sup> Microsoft Support, „Add a SharePoint page, list, or document library as a tab in Teams” (udostępnianie bibliotek dokumentów w kanałach Teams), <https://support.microsoft.com/en-us/office/add-a-sharepoint-page-list-or-document-library-as-a-tab-in-teams-131edef1-455f-4c67-a8ce-efa2ebf25f0b>;

<sup>102</sup> Nextcloud User Manual, „Version control” (wersjonowanie i przywracanie wcześniejszych wersji plików), [https://docs.nextcloud.com/server/latest/user\\_manual/en/files/version\\_control.html](https://docs.nextcloud.com/server/latest/user_manual/en/files/version_control.html);

Wersjonowanie jest elementem szczególnie ważnym przy materiałach fundraisingowych, ponieważ pozwala kontrolować zmiany i ograniczać ryzyko przypadkowego nadpisania pliku finalnego.

Niezależnie od dostawcy repozytorium, OSP powinna stosować konsekwentną strukturę katalogów i zasadę „jednego miejsca prawdy” - istnieje jedno miejsce, w którym przechowuje się aktualną wersję dokumentu oraz komplet materiałów dla danej inicjatywy. W praktyce rekomenduję, aby w repozytorium rozdzielić co najmniej: (1) materiały do publikacji (finalne), (2) materiały robocze (projekty), (3) dokumenty współpracy (uzgodnienia, porozumienia, zgody), (4) dokumenty rozliczeniowe i dowodowe. Taki podział redukuje ryzyko, że członek OSP wykorzysta wersję roboczą zamiast zatwierdzonej, oraz skraca czas poszukiwania dokumentów przy sprawozdawczości.

W fundraisingu OSP często tworzy się dokumenty i materiały wspólnie, co zwiększa ryzyko pomyłek: ktoś usuwa fragment tekstu, ktoś wgrywa plik o tej samej nazwie, ktoś zapisuje wersję roboczą jako „finalną”. Z tego powodu kluczowe znaczenie ma korzystanie z narzędzi, które udostępniają historię wersji oraz możliwość przywrócenia poprzedniego stanu.

W ekosystemie Google użytkownicy mogą sprawdzać zmiany i wersje plików w Dysku Google (historia aktywności i wersji), a w edytorach dokumentów można wyświetlić historię wersji i przywrócić wcześniejszą<sup>103</sup>. W praktyce OSP powinna przyjąć standard, że materiały kluczowe (np. oficjalne opisy celów kampanii, wzór podziękowania, dokumenty współpracy) powstają w formie dokumentów edytowalnych w repozytorium, a wersja „do użycia” jest oznaczona w nazwie lub opisana jako wersja nazwana w historii wersji.

W ekosystemie Microsoft funkcja historii wersji jest dostępna w SharePoint i OneDrive, umożliwiając podgląd lub przywrócenie wcześniejszych wersji pliku, co wspiera zarówno odtwarzanie po pomyłce, jak i wymagania audytowe<sup>104</sup>. Microsoft wyjaśnia również, że wersjonowanie w bibliotekach dokumentów pozwala śledzić i odzyskiwać wcześniejsze wersje<sup>105</sup>.

Dla OSP oznacza to praktyczną zasadę: jeżeli materiał jest istotny i ma być wykorzystywany cyklicznie, powinien być tworzony w narzędziu wspierającym wersjonowanie (Google Docs / Microsoft 365 / Nextcloud), a nie jako plik przesyłany wielokrotnie pocztą elektroniczną. Wysyłanie plików jako załączników wprowadza niekontrolowane kopie, a w konsekwencji ryzyko użycia nieaktualnej wersji. Jeżeli OSP musi wysłać plik na zewnątrz (np. do partnera),

<sup>103</sup> Google Help, „Check activity & file versions” oraz Google Docs Editors Help, „Find what’s changed in a file” (historia aktywności, wersje plików i historia wersji w edytorach), <https://support.google.com/drive/answer/2409045?co=GENIE.Platform%3DAndroid&hl=en>;

<sup>104</sup> Microsoft Learn, „About version history – SharePoint in Microsoft 365” (historia wersji w SharePoint i OneDrive jako element ochrony danych i odtwarzania zmian), <https://learn.microsoft.com/en-us/sharepoint/version-overview>;

<sup>105</sup> Microsoft Support, „How versioning works in lists and libraries” (śledzenie i odzyskiwanie wcześniejszych wersji), <https://support.microsoft.com/en-us/office/how-versioning-works-in-lists-and-libraries-0f6cd105-974f-44a4-aadb-43ac5bdfd247>;

wówczas repozytorium powinno przechowywać wersję wysłaną (np. jako PDF) oraz, w miarę możliwości, wskazanie daty wysyłki i adresata.

### **Harmonogramowanie i koordynacja terminów - kalendarz zespołu jako narzędzie porządkujące działania**

Organizacja pracy fundraisingowej w OSP wymaga nie tylko tablicy działań i repozytorium plików, ale także wspólnego widoku terminów: dat publikacji, wydarzeń, spotkań z partnerami, terminów przygotowania materiałów oraz terminów decyzji wewnętrznych. Najprostszym narzędziem, które zwiększa dyscyplinę organizacyjną bez rozbudowanych kosztów, jest współdzielony kalendarz.

W środowisku Google możliwe jest udostępnianie kalendarza osobom lub grupom z nadaniem odpowiednich uprawnień, a właściciel kalendarza kontroluje poziom dostępu<sup>106</sup>. W praktyce OSP może prowadzić jeden kalendarz fundraisingowy, w którym zapisuje się wydarzenia i kluczowe terminy. Ten kalendarz powinien być udostępniony co najmniej osobom odpowiedzialnym za komunikację, koordynację i dokumentację.

W środowisku Microsoft Outlook możliwe jest udostępnianie kalendarza z uprawnieniami edycji lub delegowania, co pozwala innej osobie zarządzać kalendarzem w imieniu właściciela<sup>107</sup>. Jest to praktyczne rozwiązanie, gdy w OSP jedna osoba formalnie prowadzi kalendarz, a druga – organizacyjnie wspiera koordynację.

Ważne jest, aby kalendarz nie dublował narzędzia organizacji pracy. Kalendarz powinien przechowywać zdarzenia i terminy, natomiast tablica działań powinna przechowywać przebieg pracy i informacje o tym, co jest w trakcie przygotowania. Spójność uzyskuje się wtedy, gdy w wydarzeniu w kalendarzu znajduje się odniesienie do „sprawy” w narzędziu organizacji pracy, a w „sprawie” znajduje się odniesienie do folderu lub biblioteki dokumentów w repozytorium.

### **Standard obiegu dokumentów w OSP - jak połączyć narzędzia w jeden spójny system**

Sam wybór narzędzi nie rozwiązuje problemu, jeżeli OSP nie przyjmie jednolitych standardów korzystania. Poniżej opisuję standard w formie instrukcji operacyjnej, tak aby można było go bezpośrednio zastosować w OSP, niezależnie od tego, czy wybieriecie Google, Microsoft czy Nextcloud.

Punktem wyjścia jest zasada, że każdy materiał fundraisingowy ma swoje „miejsce przechowywania” i „miejsce sterowania pracą”. Materiał (plik) należy do repozytorium. Informacja o stanie przygotowania i odpowiedzialności należy do narzędzia organizacji pracy.

<sup>106</sup> Google Calendar Help, „Share your calendar with people or groups” (udostępnianie kalendarza i poziomy uprawnień), <https://support.google.com/calendar/answer/37082?co=GENIE.Platform%3DDesktop&hl=en>;

<sup>107</sup> Microsoft Support, „Share and access a calendar with edit or delegate permissions in Outlook” (udostępnianie kalendarza z uprawnieniami edycji/delegowania), <https://support.microsoft.com/en-us/office/share-and-access-a-calendar-with-edit-or-delegate-permissions-in-outlook-532e6410-ee80-42b5-9b1b-a09345ccef1b>;

SFINANSOWANO ZE ŚRODKÓW NARODOWEGO INSTYTUTU WOLNOŚCI – CENTRUM ROZWOJU SPOŁECZEŃSTWA OBYWATELSKIEGO  
W RAMACH RZĄDOWEGO PROGRAMU FUNDUSZ INICJATYW OBYWATELSKICH NOWEFIO NA LATA 2021-2030

W praktyce oznacza to, że w Trello / Planner / Asana w każdej sprawie umieszcza się odnośnik do folderu kampanii oraz – jeżeli to zasadne – do kluczowego dokumentu (np. „apel – wersja zatwierdzona”). Dzięki temu osoba wchodząca do zespołu nie musi odtwarzać historii z rozmów i wiadomości, tylko ma jednoznaczne ścieżki dostępu.

Drugą zasadą jest rozdzielenie materiałów „roboczych” od „zatwierdzonych”. W repozytorium należy utrzymywać katalog lub podkatalog przeznaczony wyłącznie na wersje zatwierdzone do użycia (np. publikacji lub przekazania partnerowi). Pozostałe wersje pozostają w części roboczej, gdzie wersjonowanie narzędzia stanowi zabezpieczenie przed utratą zmian. W środowiskach chmurowych jest to o tyle łatwe, że historia wersji pozwala wrócić do stanu sprzed zmian<sup>108</sup>.

Trzecią zasadą jest „własność organizacyjna” zasobów. Jeżeli OSP korzysta z Google Workspace, dyski współdzielone zostały zaprojektowane właśnie po to, aby pliki należały do zespołu, a nie do osoby<sup>109</sup>. Jeżeli OSP działa w Microsoft 365, analogiczną rolę pełnią biblioteki dokumentów i zasoby zespołowe<sup>110</sup>. W praktyce to rozróżnienie jest krytyczne - materiały fundraisingowe nie powinny być zakładnikiem prywatnego konta.

Czwarta zasada dotyczy danych osobowych przetwarzanych w narzędziach. Jeżeli OSP przechowuje w repozytorium dokumenty zawierające dane osobowe (np. listy osób, dane kontaktowe, korespondencję), należy zadbać o zgodność z zasadami przetwarzania oraz o odpowiednie środki bezpieczeństwa<sup>111</sup>. Jeżeli narzędzie jest usługą zewnętrzną, dostawca co do zasady działa jako podmiot przetwarzający, a przetwarzanie powinno opierać się na umowie lub innym instrumencie prawnym określającym m.in. przedmiot i czas trwania przetwarzania oraz obowiązki podmiotu przetwarzającego<sup>112</sup>. W praktyce oznacza to konieczność świadomego wyboru dostawcy i korzystania z rozwiązań, które oferują standardowe mechanizmy zgodności dla organizacji (wątek ten jest rozwijany w rozdziale o bezpieczeństwie i kontroli dostępu).

### **Dostępność narzędzi dla OSP - warianty kosztowe i organizacyjne**

W realiach OSP istotne jest, aby narzędzia były osiągalne kosztowo oraz możliwe do utrzymania przy ograniczonej administracji. W praktyce najczęściej spotyka się trzy warianty:

<sup>108</sup> Google Help, „Check activity & file versions” oraz Google Docs Editors Help, „Find what’s changed in a file” (historia aktywności, wersje plików i historia wersji w edytorach), op.cit.; Microsoft Learn, „About version history – SharePoint in Microsoft 365” (historia wersji w SharePoint i OneDrive jako element ochrony danych i odtwarzania zmian), op.cit.;

<sup>109</sup> Google Workspace Admin / Users Help, „What are shared drives?” (pliki w dyskach współdzielonych należą do zespołu; trwałość zasobów), op.cit.;

<sup>110</sup> Microsoft Support, „Introduction to libraries” (biblioteka dokumentów jako miejsce współpracy nad plikami na stronie SharePoint), op.cit.;

<sup>111</sup> Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2016/679 z dnia 27 kwietnia 2016 r. (RODO), art. 5 oraz art. 32, op.cit.;

<sup>112</sup> Tamże, art. 28, op.cit.;

SFINANSOWANO ZE ŚRODKÓW NARODOWEGO INSTYTUTU WOLNOŚCI – CENTRUM ROZWOJU SPOŁECZEŃSTWA OBYWATELSKIEGO  
W RAMACH RZĄDOWEGO PROGRAMU FUNDUSZ INICJATYW OBYWATELSKICH NOWEFIO NA LATA 2021-2030

Wariant pierwszy to wykorzystanie bezpłatnych planów narzędzi (np. Trello) oraz bezpłatnych kont do przechowywania plików. Ten wariant jest wykonalny, ale obciążony ryzykiem „prywatnych kont” i braku ciągłości. Z tego powodu, jeżeli OSP wchodzi w fundraising bardziej systemowo, warto rozważyć wariant drugi.

Wariant drugi to wdrożenie pakietu organizacyjnego w modelu Google Workspace lub Microsoft 365. Google opisuje Google Workspace dla organizacji społecznych jako zestaw narzędzi współpracy (poczta, kalendarz, dysk, dokumenty) dostępnych w jednym środowisku, co ułatwia centralne zarządzanie zasobami<sup>113</sup>. Microsoft wskazuje, że oferuje plany i warunki dla organizacji społecznych oraz opisuje zasady kwalifikowalności, w tym rozróżnienie uprawnień dla pracowników oraz wolontariuszy (co ma znaczenie, gdy OSP opiera się na wolontariacie)<sup>114</sup>. Ten wariant zwykle najlepiej wspiera ciągłość, wersjonowanie i zarządzanie dostępem.

Wariant trzeci to utrzymywanie własnego repozytorium (np. Nextcloud) w modelu lokalnym lub u zaufanego dostawcy. Nextcloud jest rozwiązaniem, które podkreśla możliwość współdzielenia plików i współpracy, przy większej kontroli organizacji nad danymi<sup>115</sup>. Ten wariant wymaga jednak większej odpowiedzialności po stronie OSP lub dostawcy w zakresie utrzymania i zabezpieczeń.

---

<sup>113</sup> Google for Nonprofits, „Google Workspace for Nonprofits: Collaboration Tools”, op.cit.;

<sup>114</sup> Microsoft, „Nonprofits Grants & Credits Eligibility”, op.cit.;

<sup>115</sup> Nextcloud, „Nextcloud Files – Open source file sync and share platform”, op.cit.;

## ROZDZIAŁ 5. Narzędzia analityczne i raportowe fundraisingu OSP oraz mechanizmy bezpieczeństwa informacji i kontroli dostępu

### Po co OSP analityka fundraisingu i jak rozumieć „raport” w praktyce?

W fundraisingu OSP analityka nie jest „dodatkiem”, lecz elementem zarządzania odpowiedzialnością: pozwala wykazać, skąd pochodzą środki, na jakie cele zostały pozyskane, jaka jest dynamika wpłat oraz jakie działania przynoszą mierzalne efekty. Dobrze zaprojektowany system analityczny pozwala jednocześnie (1) reagować operacyjnie (na przykład wzmocnić kanał, który działa), (2) rozliczać się wewnątrznie w OSP (zarząd, komisja rewizyjna, skarbnik), (3) rzetelnie informować darczyńców i interesariuszy o rezultatach (bez manipulowania danymi). Ten rozdział koncentruje się wyłącznie na narzędziach i standardach pracy na danych oraz na zabezpieczeniu tych danych – bez powtarzania zasad pozyskiwania darowizn i prowadzenia zbiorów (te zagadnienia były omawiane w poprzednich lekcjach).

W praktyce OSP „raport fundraisingu” powinien być rozumiany jako regularne, powtarzalne zestawienie danych, które można odtworzyć z materiału źródłowego (wyciągi bankowe, zestawienia z operatorów płatności, zestawienia z platform oraz wewnętrzna ewidencja wpłat). Kluczowa jest odtwarzalność - jeżeli po trzech miesiącach inna osoba w OSP ma przejąć obowiązki, powinna móc zrozumieć, skąd biorą się liczby i jak je zweryfikować.

Równolegle trzeba pamiętać, że w fundraisingu OSP bardzo często przetwarzane są dane osobowe (dane darczyńców, dane kontaktowe, historia wpłat). OSP jako administrator danych ma obowiązek zapewnić poufność i integralność danych, a środki zabezpieczeń muszą być adekwatne do ryzyka. Wynika to wprost z zasad przetwarzania danych (w tym zasady integralności i poufności) oraz z obowiązku wdrożenia odpowiednich środków technicznych i organizacyjnych bezpieczeństwa<sup>116</sup>.

### Minimalny „model danych” dla analityki - co trzeba mieć, aby raport był rzetelny

Narzędzia analityczne działają dobrze tylko wtedy, gdy dane wejściowe są uporządkowane. W praktyce OSP najczęściej wystarcza jeden „rejestr wpłat” w arkuszu kalkulacyjnym, do którego trafiają wszystkie wpływy darowizn (z konta bankowego oraz z kanałów pośrednich), opisane w jednolity sposób. Nie oznacza to powielania ewidencji księgowej – chodzi o operacyjną ewidencję fundraisingową, umożliwiającą analizę skuteczności kanałów i komunikacji.

Minimalny zestaw pól, który pozwala tworzyć wiarygodne zestawienia, to:

<sup>116</sup> Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2016/679 z dnia 27 kwietnia 2016 r. (RODO), art. 5 ust. 1 lit. f, art. 32, Dz.U. UE L 119 z 4.5.2016, <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PL/TXT/PDF>;

SFINANSOWANO ZE ŚRODKÓW NARODOWEGO INSTYTUTU WOLNOŚCI – CENTRUM ROZWOJU SPOŁECZEŃSTWA OBYWATELSKIEGO  
W RAMACH RZĄDOWEGO PROGRAMU FUNDUSZ INICJATYW OBYWATELSKICH NOWEFIO NA LATA 2021-2030

- data wpływu środków (zgodna z datą wpływu na rachunek lub datą rozliczenia w kanale pośrednim),
- kwota,
- kanał (na przykład: przelew tradycyjny, płatność internetowa, darowizna cykliczna, darowizny od zakupów online, zbiórka internetowa – nazewnictwo powinno być stałe),
- cel (jeżeli OSP rozdziela cele: na przykład zakup sprzętu, szkolenia, doposażenie),
- identyfikator wpłaty (numer transakcji/identyfikator operatora lub numer z wyciągu),
- identyfikator darczyńcy w systemie kontaktów (niekoniecznie imię i nazwisko w raporcie operacyjnym; często wystarcza stabilny numer/klucz),
- informacja, czy wpłata jest jednorazowa czy powtarzalna (w praktyce: oznaczenie darowizn cyklicznych),
- status rozliczenia (przy kanałach pośrednich: „oczekująca”, „potwierdzona”, „gotowa do wypłaty”, „wypłacona” – jeżeli dany kanał posługuje się statusami).

W przypadku darowizn od zakupów online (FaniMani) szczególnie istotne jest rozróżnianie statusów darowizn oraz świadomość, że część darowizn pojawia się w systemie wcześniej niż wpływa na konto OSP. Materiały pomocowe FaniMani opisują zarówno dostęp do historii darowizn na koncie organizacji, jak i przebieg statusów darowizn, co ma bezpośrednie znaczenie dla rzetelności raportowania<sup>117</sup>.

Dopiero na tak przygotowanym rejestrze można budować powtarzalne raporty okresowe. Jeżeli dane są wprowadzane niespójnie (na przykład raz „przelew”, raz „wpłata bankowa”, raz „konto”), analityka będzie w praktyce bezużyteczna, ponieważ narzędzia nie „zgodną” intencji użytkownika.

### **Arkusze kalkulacyjne jako podstawowe narzędzie raportowe OSP: Google Sheets, Microsoft Excel, LibreOffice Calc**

Dla większości OSP najbardziej racjonalnym rozwiązaniem jest oparcie analityki na arkuszu kalkulacyjnym: jest to narzędzie dostępne, tanie (lub bezpłatne), zrozumiałe dla osób niebędących analitykami, a jednocześnie wystarczająco silne do tworzenia zestawień i wykresów. W praktyce w OSP spotyka się trzy główne środowiska:

- **Google Sheets** (Arkusze Google) – praca w przeglądarce, łatwe współdzielenie i kontrola uprawnień,

<sup>117</sup> FaniMani.pl, „Jak mogę sprawdzić ile pieniędzy dostała moja organizacja za zakupy internautów?”, pomoc FaniMani, <https://fanimani.pl/pomoc/dla-organizacji/fanimani/jak-moge-sprawdzic-ile-pieniedzy-dostala-moja-organizacja-za-zakupy-internautow/>; FaniMani.pl, „Statusy darowizn od zakupów online” (kategoria: OSP), pomoc FaniMani, <https://fanimani.pl/pomoc/osp/statusy-darowizn/>;

- **Microsoft Excel** – praca lokalna oraz w środowisku Microsoft 365 (współdzielenie przez OneDrive/SharePoint),
- **LibreOffice Calc** – rozwiązanie lokalne, bez zależności od usług chmurowych (przydatne, gdy OSP świadomie ogranicza przetwarzanie w usługach zewnętrznych).

W kontekście raportowania fundraisingu kluczową funkcją arkusza jest **tabela przestawna**. To mechanizm, który pozwala z jednego rejestru wpłat tworzyć zestawienia według okresu, kanału, celu, a także porównania miesiąc do miesiąca. Google opisuje standardową procedurę tworzenia tabeli przestawnej w Sheets (wymagane nagłówki kolumn, wybór zakresu danych, dodawanie pól do wierszy, kolumn i wartości)<sup>118</sup>. Microsoft analogicznie opisuje tworzenie tabel przestawnych w Excelu, wskazując podstawową ścieżkę „Wstaw → Tabela przestawna” i dalsze kroki konfiguracji<sup>119</sup>.

W praktyce OSP rekomendują następującą logikę pracy w arkuszu (opisaną tak, aby można ją było wdrożyć bez „skrótów myślowych”):

Najpierw tworzy się **arkusz źródłowy** (rejestr wpłat), w którym każda wpłata jest jednym wierszem. Następnie, w osobnym arkuszu, tworzy się tabelę przestawną „Wpłaty według kanału i miesiąca”. W kolejnych arkuszach tworzy się tabelę przestawną „Wpłaty według celu”, „Wpłaty według powtarzalności” oraz „Wpłaty według źródła szczegółowego” (na przykład rozróżnienie operatorów płatności, jeżeli OSP korzysta z więcej niż jednego). To podejście daje dwie istotne korzyści: (1) nie miesza się danych źródłowych z raportami (łatwiej zachować porządek i kontrolę), (2) łatwiej zabezpieczyć arkusz źródłowy przed przypadkową edycją, co ma znaczenie zarówno organizacyjne, jak i prawne.

Bardzo ważną praktyką w OSP jest wprowadzenie zasady, że **arkusz źródłowy nie jest edytowany przez wiele osób jednocześnie** bez kontroli uprawnień. W Google Sheets można zastosować ochronę arkuszy i zakresów (na przykład: w arkuszu źródłowym tylko skarbnik i osoba odpowiedzialna za ewidencję mają prawo edycji, a pozostali mają dostęp wyłącznie do odczytu). Google opisuje procedurę „Ochrona arkuszy i zakresów” krok po kroku, z poziomu menu „Dane” oraz ustawień, kto może edytować wskazany zakres<sup>120</sup>. To rozwiązanie ma praktyczne znaczenie: minimalizuje ryzyko błędów i ułatwia rozliczalność „kto i kiedy wprowadził zmianę”.

Jeżeli OSP pracuje w Microsoft 365 i przechowuje pliki na OneDrive lub SharePoint, analogiczną rolę spełniają ustawienia udostępniania oraz zarządzanie uprawnieniami do linków (na przykład ograniczenie udostępnienia „każdy, kto ma link” oraz wybór, czy link daje prawo edycji). Microsoft w dokumentacji wskazuje możliwość ustawiania uprawnień linku

<sup>118</sup> Google Docs Editors Help, „Create & use pivot tables” (Google Sheets), instrukcja (strona internetowa), <https://support.google.com/docs/answer/1272900?co=GENIE.Platform%3DDesktop&hl=en>;

<sup>119</sup> Microsoft Support, „Create a PivotTable to analyze worksheet data”, instrukcja, <https://support.microsoft.com/en-us/office/create-a-pivottable-to-analyze-worksheet-data-a9a84538-bfe9-40a9-a8e9-f99134456576>;

<sup>120</sup> Google Docs Editors Help, „Protect, hide & edit sheets – Protect sheets and ranges”, instrukcja, <https://support.google.com/docs/answer/1218656?co=GENIE.Platform%3DDesktop&hl=en>;

i ostrzega, że tryb „Anyone” (każdy, kto ma link) może obejmować osoby spoza organizacji, jeżeli link zostanie przekazany dalej<sup>121</sup>. W realiach OSP oznacza to konieczność rygorystycznego podejścia do udostępniania plików zawierających dane darczyńców.

### „Panel wyników” i raporty okresowe w narzędziach wizualizacyjnych: Looker Studio i Power BI

Arkusze kalkulacyjne są podstawą, ale w niektórych OSP (zwłaszcza prowadzących kilka równoległych strumieni fundraisingu) warto rozważyć narzędzia do wizualizacji i automatycznego odświeżania raportów. Chodzi o sytuację, w której zarząd OSP chce widzieć cyklicznie te same wykresy i wskaźniki, bez ręcznego przepisywania danych.

W środowisku Google naturalnym rozszerzeniem jest **Looker Studio**. Dokumentacja Google opisuje prostą ścieżkę utworzenia raportu bezpośrednio z arkusza Google Sheets poprzez menu „Rozszerzenia” w samym arkuszu (utworzenie nowego raportu i konfiguracja)<sup>122</sup>. Dla OSP oznacza to możliwość zbudowania jednego raportu, w którym znajdują się wykresy: wpłaty w czasie (miesiąc do miesiąca), struktura kanałów (udział procentowy), struktura celów oraz zestawienie „wpłaty powtarzalne i jednorazowe”.

W środowisku Microsoft analogicznym narzędziem jest **Power BI Desktop**. Microsoft publikuje instrukcję tworzenia raportu na podstawie skoroszytu Excel: podłączenie danych, przygotowanie modelu danych, budowa wizualizacji i udostępnienie raportu<sup>123</sup>. W praktyce OSP może wykorzystać Power BI szczególnie wtedy, gdy: (1) ma dane z wielu arkuszy (na przykład oddzielne rejestry dla różnych jednostek), (2) chce budować raporty z filtrami (na przykład wybór celu lub kanału), (3) planuje standaryzować raportowanie kwartalne do partnerów i sponsorów (bez ujawniania danych osobowych).

Ważne zastrzeżenie praktyczne: narzędzia wizualizacyjne nie zastępują porządku w danych. Jeżeli rejestr wpłat jest prowadzony niespójnie, Looker Studio i Power BI będą jedynie „ładnie pokazywać chaos”. Dlatego w OSP zawsze punktem wyjścia jest konsekwentny, jednolity rejestr oraz konsekwentne słowniki wartości (kanały, cele, statusy).

### Dane z kanałów i platform jako źródła raportów - w jaki sposób wykorzystywać zestawienia systemowe

W OSP część danych fundraisingowych powstaje w systemach zewnętrznych (operator płatności, platforma darowizn, narzędzie „darowizny od zakupów online”, narzędzie do biuletynu elektronicznego). W rozdziale 2 omawiane zostały kanały i narzędzia przyjmowania

<sup>121</sup> Microsoft Support, „Share OneDrive files and folders”, instrukcja, <https://support.microsoft.com/en-us/office/share-onedrive-files-and-folders-9fcc2f7d-de0c-4cec-93b0-a82024800c07>;

<sup>122</sup> Google Cloud Documentation, „Create a report from Google Sheets” (Looker Studio), instrukcja, <https://docs.cloud.google.com/looker/docs/studio/create-a-report-from-google-sheets>;

<sup>123</sup> Microsoft Learn, „Tutorial: From Excel workbook to stunning report in Power BI Desktop”, instrukcja, <https://learn.microsoft.com/en-us/power-bi/create-reports/desktop-excel-stunning-report>;

SFINANSOWANO ZE ŚRODKÓW NARODOWEGO INSTYTUTU WOLNOŚCI – CENTRUM ROZWOJU SPOŁECZEŃSTWA OBYWATELSKIEGO  
W RAMACH RZĄDOWEGO PROGRAMU FUNDUSZ INICJATYW OBYWATELSKICH NOWEFIO NA LATA 2021-2030

darowizn; w tym miejscu interesuje nas wyłącznie to, jak w praktyce włączyć dane z tych kanałów do spójnej analityki.

Najbardziej typowy problem polega na tym, że różne systemy stosują różne identyfikatory transakcji, różne statusy oraz różne momenty „rozpoznania” wpłaty. Przykładowo, w FaniMani darowizny przechodzą przez statusy (między innymi „oczekująca”, „potwierdzona”) i dopiero po rozliczeniu z partnerem oraz wypłacie stają się wpływem na konto OSP. Materiały FaniMani dla OSP wyjaśniają przebieg statusów oraz wskazują, że darowizna może pojawić się na koncie użytkownika/organizacji wcześniej niż jej wypłata na rachunek bankowy<sup>124</sup>. Z kolei FaniMani opisuje też, gdzie organizacja może sprawdzić, ile środków otrzymała za zakupy internautów (historia darowizn dostępna po zalogowaniu na konto organizacji)<sup>125</sup>.

Dla rzetelnej analityki OSP powinno rozdzielić dwa typy raportowania:

- raportowanie „w trakcie procesu” (na potrzeby działań promocyjnych i motywowania wspierających – z zachowaniem ostrożności, aby nie przedstawiać środków jako już otrzymanych),
- raportowanie finansowe (oparte o wpływy na rachunek bankowy lub wypłaty, które już nastąpiły).

Technicznie można to rozwiązać w arkuszu przez dwie kolumny: „kwota w systemie” oraz „kwota wypłacona” (lub „data wypłaty”), ale kluczowe jest, aby zarząd i osoby komunikujące wyniki rozumiały różnicę.

### **Bezpieczeństwo informacji w fundraisingu OSP: zasady, które muszą być spełnione niezależnie od narzędzi**

Analityka i raportowanie fundraisingu opierają się na danych, które często są danymi osobowymi. OSP ma obowiązek przetwarzać je w sposób zapewniający integralność i poufność, a także wdrożyć środki bezpieczeństwa adekwatne do ryzyka<sup>126</sup>. Praktycznie oznacza to, że nie wolno traktować arkusza z darczyńcami jak „zwykłego pliku”, który można dowolnie przesyłać bez kontroli.

Minimalny standard bezpieczeństwa informacji w OSP powinien obejmować cztery obszary:

- **Kontrola dostępu oparta o role.** W OSP należy zdefiniować, kto ma dostęp do danych darczyńców i w jakim zakresie. Najczęściej sensowny jest model, w którym skarbnik i osoba odpowiedzialna za ewidencję mają uprawnienia edycyjne do rejestru, a zarząd otrzymuje raporty zagregowane (bez danych osobowych), chyba że istnieje uzasadniona potrzeba wglądu w dane szczegółowe.

<sup>124</sup> FaniMani.pl, „Statusy darowizn od zakupów online” (kategoria: OSP), pomoc FaniMani, op.cit.;

<sup>125</sup> FaniMani.pl, „Jak mogę sprawdzić ile pieniędzy dostała moja organizacja za zakupy internautów?”, pomoc FaniMani, op.cit.;

<sup>126</sup> Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2016/679 z dnia 27 kwietnia 2016 r. (RODO), art. 5, art. 32, op.cit.;

- **Konta imienne, nie współdzielone.** W praktyce OSP częstym błędem jest używanie jednego wspólnego konta poczty lub wspólnego konta do narzędzi. To uniemożliwia rozliczalność i zwiększa ryzyko wycieku. Każda osoba powinna pracować na koncie imiennym, a dostęp do zasobów powinien być nadawany i odbierany w sposób kontrolowany.
- **Silne hasła oraz drugi składnik logowania.** Dokument edukacyjny opublikowany na portalu gov.pl (materiał o dobrych praktykach silnych haseł i uwierzytelniania wieloskładnikowego) wskazuje, że drugi składnik logowania stanowi dodatkową warstwę ochrony i opisuje typowe metody weryfikacji<sup>127</sup>. Jednocześnie Google w materiałach dla administratorów podkreśla, że klucze sprzętowe są najsilniejszą metodą weryfikacji, a metody oparte o wiadomości tekstowe są odradzane ze względu na ryzyko przechwycenia<sup>128</sup>. W OSP, gdzie rotacja osób jest realna, drugi składnik logowania powinien być wdrożony przynajmniej na kontach, które mają dostęp do poczty fundraisingowej, dysku z dokumentami, rejestru wpłat oraz narzędzia do biuletynu elektronicznego.
- **Uporządkowane zarządzanie hasłami (menedżer haseł).** CERT Polska opisuje rolę menedżerów haseł, wskazując, że umożliwiają generowanie i przechowywanie silnych haseł oraz automatyczne uzupełnianie, przy jednoczesnej świadomości konieczności zabezpieczenia dostępu do samego menedżera<sup>129</sup>. W praktyce OSP menedżer haseł jest kluczowy przede wszystkim tam, gdzie istnieją „dostępny organizacyjny” (na przykład panel operatora płatności, konto strony internetowej, konto narzędzia do biuletynu). Zamiast przysyłać hasła w wiadomościach lub trzymać je w notatnikach, OSP może stosować menedżera haseł z funkcją bezpiecznego współdzielenia w obrębie zespołu (przykładowo Bitwarden opisuje mechanizm „organizacji”, który umożliwia współdzielenie danych dostępowych w sposób kontrolowany)<sup>130</sup>.

### Udostępnianie plików i raportów bez utraty kontroli: Google Drive i OneDrive jako najczęstsze środowiska OSP

W OSP bardzo często raporty są udostępniane wewnątrz zarządu, komisji rewizyjnej, a czasem partnerom wspierającym. Z perspektywy bezpieczeństwa najważniejsze jest, aby udostępnianie nie odbywało się „przez przypadek”.

W środowisku Google (Drive/Docs) kluczowe są role uprawnień (podgląd, komentowanie, edycja) oraz kontrola dostępu ogólnego (na przykład ograniczenie udostępnienia do osób wskazanych z imienia i nazwiska, zamiast „każdy, kto ma link”). Google opisuje zarówno role,

<sup>127</sup> Gov.pl, „Dobre praktyki dotyczące silnych haseł i uwierzytelniania wieloskładnikowego”, materiał edukacyjny, <https://www.gov.pl/attachment/900afa9a-1838-468b-820a-669a821fde5d>;

<sup>128</sup> Google Workspace Admin Help, „Protect your business with 2-Step Verification”, instrukcja, <https://support.google.com/a/answer/175197?hl=en>;

<sup>129</sup> CERT Polska, „Kompleksowo o hasłach”, artykuł ekspercki, <https://cert.pl/posts/2022/01/kompleksowo-o-haslach/>;

<sup>130</sup> Bitwarden Help, „Organizations Quick Start”, dokumentacja funkcji współdzielenia w organizacji, <https://bitwarden.com/help/getting-started-organizations/>;

jak i możliwość ustawienia dostępu ogólnego oraz udostępniania linkiem<sup>131</sup>. W praktyce OSP powinno przyjąć zasadę, że pliki z danymi osobowymi nie są udostępniane linkiem publicznym, a jedynie imiennie (po adresach kont). Dodatkowo, tam gdzie to możliwe, należy chronić arkusze i zakresy edycji (jak opisano wcześniej)<sup>132</sup>.

W środowisku Microsoft analogicznie należy zwracać uwagę na typ udostępnienia w OneDrive (kto ma dostęp do linku i czy ma prawo edycji). Dokumentacja Microsoft wprost wskazuje, że ustawienie „Anyone” może dawać dostęp każdej osobie, która otrzyma link – także po przekazaniu go dalej<sup>133</sup>. W realiach OSP oznacza to, że raporty dla interesariuszy zewnętrznych powinny być udostępniane jako pliki pozbawione danych osobowych, a jeżeli konieczne jest udostępnienie danych, to wyłącznie w trybie ograniczonym i z imiennym nadaniem uprawnień (z możliwością cofnięcia).

### **Kopie zapasowe danych fundraisingowych i odtwarzanie po awarii (standard minimalny dla OSP)**

W praktyce OSP ryzyko utraty danych fundraisingowych jest realne: awaria komputera skarbnika, utrata telefonu, zainfekowanie urządzenia, przypadkowe usunięcie pliku, konflikt wersji dokumentu. Kopia zapasowa nie jest „rozwiązaniem informatycznym” – jest elementem odpowiedzialnego zarządzania.

Portal gov.pl opisuje zasadę 3-2-1 jako prostą regułę tworzenia kopii zapasowych: trzy kopie danych, na co najmniej dwóch rodzajach nośników, z jedną kopią poza podstawową lokalizacją<sup>134</sup>. To podejście da się wdrożyć nawet w małej OSP, jeżeli zostanie jasno ustalone, gdzie znajdują się dane „robocze” oraz gdzie znajduje się kopia odtwarzalna.

Dodatkowo poradnik CERT Polska dotyczący ransomware podkreśla, że co najmniej jedna kopia powinna być odizolowana, aby uniknąć zaszifrowania jej przez złośliwe oprogramowanie, oraz że kopie zapasowe powinny być regularnie testowane pod kątem przywrócenia danych<sup>135</sup>. W praktyce OSP oznacza to, że nie wystarczy „mieć kopię gdzieś w chmurze”. Należy mieć pewność, że da się ją przywrócić w sensownym czasie i że kopia nie jest narażona na ten sam incydent co dane podstawowe (na przykład zainfekowanie urządzenia zsynchronizowanego z dyskiem).

Najczęściej spotykany w OSP model techniczny, który spełnia standard minimalny, to: dane robocze w dysku współdzielonym (z kontrolą uprawnień), kopia automatyczna wersji (historia

<sup>131</sup> Google Docs Editors Help, „Share files from Google Drive – role: Viewer/Commenter/Editor”, instrukcja, <https://support.google.com/docs/answer/2494822?co=GENIE.Platform%3DAndroid&hl=en>;

<sup>132</sup> Google Docs Editors Help, „Protect, hide & edit sheets – Protect sheets and ranges”, instrukcja, <https://support.google.com/docs/answer/1218656?co=GENIE.Platform%3DDesktop&hl=en>;

<sup>133</sup> Microsoft Support, „Share OneDrive files and folders”, instrukcja, <https://support.microsoft.com/en-us/office/share-onedrive-files-and-folders-9fcc2f7d-de0c-4cec-93b0-a82024800c07>;

<sup>134</sup> Gov.pl, „Jak nie stracić swoich danych, czyli kopie zapasowe w pigułce”, Baza wiedzy, <https://www.gov.pl/web/baza-wiedzy/jak-nie-stracic-swoich-danych-czyli-kopie-zapasowe-w-pigulce>;

<sup>135</sup> CERT Polska, „Poradnik ransomware” (PDF), zalecenia dotyczące kopii zapasowych (izolacja kopii, testowanie odtwarzania), [https://cert.pl/uploads/docs/CERT\\_Polska\\_Poradnik\\_ransomware.pdf](https://cert.pl/uploads/docs/CERT_Polska_Poradnik_ransomware.pdf);

zmian), oraz okresowa kopia zewnętrzna na nośniku odłączanym (przechowywanym w bezpiecznym miejscu). Istotą jest tu nie „konkretna marka narzędzia”, lecz zaplanowanie procesu i przypisanie odpowiedzialności.

### **Reakcja na incydent oraz naruszenie ochrony danych - co musi wiedzieć OSP, aby działać zgodnie z prawem**

W fundraisingu OSP incydent bezpieczeństwa może oznaczać nie tylko awarię, lecz także naruszenie ochrony danych osobowych (na przykład nieuprawniony dostęp do rejestru darczyńców). RODO określa obowiązek zgłoszenia naruszenia organowi nadzorczemu bez zbędnej zwłoki, w miarę możliwości nie później niż w terminie 72 godzin od stwierdzenia naruszenia (z wyjątkami, gdy ryzyko jest mało prawdopodobne)<sup>136</sup>. UODO publikuje materiały informacyjne o zgłaszaniu naruszeń, przypominając także o roli podmiotu przetwarzającego i obowiązku poinformowania administratora przez podmiot przetwarzający<sup>137</sup>.

W praktyce OSP oznacza to konieczność posiadania minimalnej procedury: kto stwierdza incydent, kto ocenia ryzyko, kto dokumentuje zdarzenie oraz kto podejmuje decyzję o zgłoszeniu. Nie chodzi o rozbudowaną dokumentację, lecz o zdolność do działania w ciągu godzin, a nie tygodni.

Warto również pamiętać, że RODO wymaga nie tylko wdrożenia środków bezpieczeństwa, ale także ich regularnego testowania, mierzenia i oceniania skuteczności, co w praktyce obejmuje także weryfikację kopii zapasowych oraz sposobu odtwarzania<sup>138</sup>. Z perspektywy OSP jest to dodatkowy argument, aby nie traktować kopii zapasowych i kontroli dostępu jako „kwestii technicznych”, lecz jako elementu zgodności i odpowiedzialności.

Podsumowując, prezentujemy użyteczne narzędzia, które w realiach OSP najczęściej dają najlepszy stosunek prostoty do użyteczności. Nie jest to lista „obowiązkowa”. To katalog rozwiązań, które można dobrać do skali działań, kompetencji zespołu oraz przyjętego modelu pracy.

#### **1. Analiza i raportowanie (rdzeń):**

- **Google Sheets (Arkusze Google)** – rejestr wpłat, tabele przestawne, proste wykresy, współdzielenie i ochrona zakresów<sup>139</sup>;
- **Microsoft Excel** – rejestr wpłat, tabele przestawne, analiza lokalna lub zespołowa w Microsoft 365<sup>140</sup>;

<sup>136</sup> Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2016/679 (RODO), art. 33 (zgłaszanie naruszenia organowi nadzorczemu, termin 72 godzin), Dz.U. UE L 119 z 4.5.2016, <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PL/TXT/PDF>;

<sup>137</sup> Urząd Ochrony Danych Osobowych (UODO), „Zgłaszanie naruszeń”, materiał informacyjny, <https://uodo.gov.pl/pl/525/2584>;

<sup>138</sup> Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2016/679 (RODO), art. 32, op.cit.;

<sup>139</sup> Google Docs Editors Help, „Create & use pivot tables”, op.cit.; Google Docs Editors Help, „Protect, hide & edit sheets – Protect sheets and ranges”, op.cit.;

<sup>140</sup> Microsoft Support, „Create a PivotTable to analyze worksheet data”, op.cit.;

SFINANSOWANO ZE ŚRODKÓW NARODOWEGO INSTYTUTU WOLNOŚCI – CENTRUM ROZWOJU SPOŁECZEŃSTWA OBYWATELSKIEGO  
W RAMACH RZĄDOWEGO PROGRAMU FUNDUSZ INICJATYW OBYWATELSKICH NOWEFIO NA LATA 2021-2030

- **LibreOffice Calc** – analogiczna funkcjonalność lokalna, gdy OSP nie chce przetwarzać danych w usługach zewnętrznych (dobór zależy od polityki OSP);
2. **Wizualizacja i „panel wyników”:**
- **Looker Studio** – raporty z arkuszy Google, automatyczne odświeżanie po aktualizacji danych w Sheets<sup>141</sup>;
  - **Power BI Desktop** – raporty na bazie danych z Excela, możliwość budowy rozbudowanych widoków i filtrów<sup>142</sup>;
3. **Dane z kanałów (przykład wymagający poprawnego rozumienia statusów):**
- **FaniMani (konto organizacji i zestawienia darowizn od zakupów online)** – historia darowizn i statusy, które należy właściwie odzwierciedlać w raportach OSP<sup>143</sup>;
4. **Bezpieczeństwo informacji i kontrola dostępu:**
- **ochrona zakresów w Google Sheets** – praktyczna kontrola, kto może edytować dane źródłowe<sup>144</sup>;
  - **udostępnianie i kontrola linków w OneDrive** – ograniczanie ryzyka „rozchodzenia się” plików przez linki<sup>145</sup>;
  - **uwierzytelnianie dwuskładnikowe / wieloskładnikowe** na kluczowych kontach (poczta, dysk, narzędzia fundraisingowe) – zalecenia i opis mechanizmów w materiałach gov.pl oraz Google<sup>146</sup>;
  - **menedżer haseł** – zarządzanie dostępami organizacyjnymi bez przysyłania haseł; CERT Polska opisuje sens stosowania menedżerów haseł, a Bitwarden przedstawia rozwiązania współdzielenia w ramach organizacji<sup>147</sup>;
  - **kopie zapasowe według zasady 3-2-1 oraz test odtwarzania** – gov.pl opisuje zasadę 3-2-1, a CERT Polska podkreśla izolację kopii i testowanie przywracania<sup>148</sup>.

<sup>141</sup> Google Cloud Documentation, „Create a report from Google Sheets” (Looker Studio), op.cit.;

<sup>142</sup> Microsoft Learn, „Tutorial: From Excel workbook to stunning report in Power BI Desktop”, op.cit.;

<sup>143</sup> FaniMani.pl, „Jak mogę sprawdzić ile pieniędzy dostała moja organizacja za zakupy internautów?”, op.cit.;  
FaniMani.pl, „Statusy darowizn od zakupów online” (kategoria: OSP), pomoc FaniMani, op.cit.;

<sup>144</sup> Google Docs Editors Help, „Protect, hide & edit sheets – Protect sheets and ranges”, op.cit.;

<sup>145</sup> Microsoft Support, „Share OneDrive files and folders”, op.cit.;

<sup>146</sup> Gov.pl (załącznik PDF), „Dobre praktyki dotyczące silnych haseł i uwierzytelniania wieloskładnikowego”, op.cit.; Google Workspace Admin Help, „Protect your business with 2-Step Verification”, op.cit.;

<sup>147</sup> CERT Polska, „Kompleksowo o hasłach”, op.cit.; Bitwarden Help, „Organizations Quick Start”, op.cit.;

<sup>148</sup> Gov.pl, „Jak nie stracić swoich danych, czyli kopie zapasowe w pigułce”, op.cit.; CERT Polska, „Poradnik ransomware”, op.cit.;

## ROZDZIAŁ 6. Nowoczesne narzędzia fundraisingu w praktyce OSP – od wyboru do wdrożenia

Oprócz narzędzi i sposobów pozyskiwania wsparcia omówionych w poprzednich rozdziałach piątej lekcji (w tym m.in.: infrastruktury wpłat, podstaw komunikacji, bezpieczeństwa danych, organizacji pracy i analityki), w niniejszym rozdziale przedstawiono dodatkowe, bardzo praktyczne narzędzia skutecznego fundraisera służące bezpośrednio pozyskiwaniu środków i zasobów. Opisy części narzędzi zaprezentowanych w tym rozdziale będą stanowiły podsumowanie informacji zawartych już we wcześniejszych rozdziałach. Poniższa prezentacja tych narzędzi zawiera opisy ich mechanizmów działania, zastosowanie, sytuacje, w których narzędzia są szczególnie skuteczne, korzyści i ograniczenia oraz sposób wdrożenia zgodny z prawem i standardami.

W całym rozdziale przyjęto założenie praktyczne, że OSP działa jako podmiot posiadający zdolność do przyjmowania darowizn (najczęściej stowarzyszenie wpisane do KRS lub inna forma przewidziana prawem). Jeżeli dana OSP funkcjonuje w odmiennej formule prawnej, część kroków (np. podpisywanie umów, występowanie o numer SMS charytatywny, przyjmowanie zapisów testamentowych) wymaga dostosowania do jej statusu oraz statutu.

### Mikrodonacje (darowizny przy okazji transakcji online i offline)

Mikrodonacje to drobne darowizny uruchamiane „przy okazji” innej czynności zakupowej lub płatniczej. Najczęściej mają formę: (1) propozycji dopłaty kilku złotych na terminalu płatniczym w sklepie stacjonarnym, (2) możliwości dorzucenia darowizny na etapie finalizacji zakupów online (tzw. „checkout donation”), (3) funkcjonalności w aplikacji bankowej lub płatniczej umożliwiającej jednorazowe wsparcie wskazanego celu. Kluczowe jest to, że darczyńca nie podejmuje odrębnej, czasochłonnej decyzji o wsparciu – decyzja jest prosta, szybka i osadzona w kontekście transakcji<sup>149</sup>.

Mikrodonacje najlepiej działają wtedy, gdy OSP ma rozpoznawalność lokalną (mieszkańcy znają jednostkę i ufają jej), a komunikat jest bardzo konkretny: „na co dokładnie idą środki” i „dlaczego to ważne teraz”. Skuteczność rośnie, gdy mikrodonacja jest powiązana z krótką obietnicą efektu (np. „1 zł = rękawice jednorazowe do działań”, „5 zł = uzupełnienie apteczki w samochodzie OSP”), a także gdy partner (sklep, stacja paliw, sieć lokalnych punktów) zapewnia wysoką liczbę transakcji dziennie. W praktyce mikrodonacje są narzędziem o dużej skali, ale niskiej „widoczności jednostkowej”: liczy się suma wielu małych wpłat.

Zaletą mikrodonacji jest niski próg wejścia dla darczyńcy oraz możliwość pozyskania środków bez konieczności prowadzenia czasochłonnej kampanii. Ograniczeniem jest zależność od partnera technologicznego (terminal, system e-commerce, integracja w aplikacji) oraz fakt, że

<sup>149</sup> Olszewska M., „Narzędzia do fundraisingu”, *Poradnik – ngo.pl*, [https://poradnik.ngo.pl/narzedzia-do-fundraisingu?utm\\_source=chatgpt.com](https://poradnik.ngo.pl/narzedzia-do-fundraisingu?utm_source=chatgpt.com);

mikrodonacje rzadko budują głęboką relację z darczyńcą same z siebie. Aby narzędzie wspierało także retencję, OSP powinna dodawać do mikrodonacji możliwość dobrowolnego pozostawienia kontaktu (np. e-mail) i wyrażenia zgód komunikacyjnych – ale wyłącznie w sposób zgodny z prawem i transparentny.

Mikrodonacja jest darowizną – musi więc mieć jasną informację o beneficjencie (pełna nazwa OSP), celu oraz sposobie rozliczenia. Jeżeli podczas mikrodonacji zbierane są dane osobowe (np. e-mail do podziękowania), należy spełnić obowiązki informacyjne oraz oprzeć przetwarzanie danych na właściwej podstawie prawnej (najczęściej zgoda na komunikację fundraisingową i osobno – zgoda/ustawowa podstawa na sam kontakt w sprawie potwierdzenia wpłaty). Wymogi dotyczące „podejścia minimalnego” do danych (zbierać tylko niezbędne) są praktycznym standardem bezpieczeństwa i ograniczania ryzyk.

Jak OSP może wdrożyć mikrodonacje ?

Wdrożenie mikrodonacji w OSP nie polega na „uruchomieniu przycisku” we własnym systemie, tylko na zbudowaniu partnerstwa z podmiotem, który ma kontakt z masowym strumieniem transakcji. W praktyce rekomenduję następującą sekwencję:

1. OSP definiuje jeden, precyzyjny cel mikrodonacyjny na 3–6 miesięcy (najlepiej zakup lub doposażenie o niskiej jednostkowej wartości, ale wysokiej wiarygodności np. elementy umundurowania, łączność, sprzęt medyczny);
2. OSP przygotowuje krótką notę dla partnera: kim jesteście, jaki cel, jak będziemy raportować efekt, jakie materiały zapewnimy (plakat A3, naklejka na kasę, informacja na paragonie/ekranie terminala);
3. OSP wybiera partnera o najwyższym potencjale transakcyjnym: sieć lokalnych sklepów, stacja paliw, popularna piekarnia, lokalny e-commerce. Następnie składa ofertę współpracy i proponuje model: „pytanie na terminalu” lub „dobrowolne zaokrąglenie kwoty do pełnych złotych”;
4. OSP ustala z partnerem zasady: częstotliwość przekazywania środków, raportowanie, odpowiedzialność za komunikację przy kasie, sposób potwierdzenia wpłat;
5. OSP prowadzi „widoczny stewarding”: krótkie podziękowanie w social media, informacja na tablicy w remizie, a po zamknięciu okresu – komunikat „co kupiono / co sfinansowano”.

Najczęstszy błąd wdrożeniowy to brak jednego celu i brak informacji zwrotnej. W mikrodonacjach działa prosty mechanizm: darczyńcy dają, gdy widzą sens i efekt.

### **Procent od wartości zakupów online (mechanizm afiliacyjny na cele społeczne)**

Model „procent od zakupów online” polega na tym, że darczyńca nie wpłaca własnych pieniędzy dodatkowo, ale uruchamia przekazanie części prowizji lub marży sklepu internetowego na rzecz organizacji społecznej. W polskiej praktyce najczęściej odbywa się to poprzez wyspecjalizowany serwis, który łączy sklepy internetowe z organizacjami oraz

SFINANSOWANO ZE ŚRODKÓW NARODOWEGO INSTYTUTU WOLNOŚCI – CENTRUM ROZWOJU SPOŁECZEŃSTWA OBYWATELSKIEGO  
W RAMACH RZĄDOWEGO PROGRAMU FUNDUSZ INICJATYW OBYWATELSKICH NOWEFIO NA LATA 2021-2030

udostępnia użytkownikom narzędzia (np. rozszerzenie do przeglądarki lub aplikację), aby aktywować darowiznę podczas zakupów<sup>150</sup>.

W poradniku ngo.pl opisano model realizowany przez FaniMani: użytkownik aktywuje darowiznę w momencie zakupów, a średnio 2,5% wartości zakupów trafia do wskazanej organizacji; w modelu uczestniczą liczne sklepy internetowe<sup>151</sup>. Warto każdorazowo weryfikować aktualne warunki programu u operatora narzędzia (procenty, lista sklepów, zasady wypłat), ponieważ parametry mogą się zmieniać w czasie.

To narzędzie działa najlepiej w społecznościach, gdzie OSP ma silne zakorzenienie: mieszkańcy chętnie wspierają, ale nie zawsze mają przestrzeń na dodatkowe wpłaty. „Procent od zakupów” jest wtedy atrakcyjny, bo nie wymaga dopłaty. Narzędzie jest szczególnie efektywne w okresach wzmożonych zakupów (np. przed świętami, początek roku szkolnego), ale tylko wtedy, gdy OSP prowadzi konsekwentną komunikację przypominającą o aktywowaniu darowizny.

Największą zaletą jest „bezbolesność finansowa” dla wspierających. Ograniczeniem jest konieczność zmiany nawyku zakupowego (aktywacja rozszerzenia/aplikacji) i fakt, że OSP ma ograniczony wpływ na to, czy darowizna zostanie aktywowana. Narzędzie wymaga więc dobrze zaprojektowanych przypomnień i prostych instrukcji.

Wdrożenie procenta od wartości zakupów online w OSP:

1. OSP wybiera operatora rozwiązania i przechodzi proces rejestracji organizacji zgodnie z wymaganiami platformy (w tym weryfikacja danych organizacji, konta bankowego, osoby kontaktowej)<sup>152</sup>;
2. OSP przygotowuje stałą, prostą instrukcję „krok po kroku” dla mieszkańców (grafika: jak zainstalować rozszerzenie, jak aktywować darowiznę, jak wybrać OSP). Instrukcja powinna być dostępna: na stronie WWW, w social media oraz w formie wydruku w remizie i u partnerów (np. w sklepie, u sołtysa, w bibliotece);
3. OSP uruchamia stały rytm komunikacji: krótkie przypomnienie 1–2 razy w miesiącu i dodatkowo w okresach zakupowych; komunikat nie powinien „krzyczeć”, tylko spokojnie przypominać i ułatwiać działanie;
4. OSP raz na kwartał publikuje zwięzłe podsumowanie: „ile zebraliśmy z zakupów online i co dzięki temu zrobiliśmy”. Ten element jest kluczowy, bo buduje wiarygodność i utrwala nawyk.

### SMS charytatywny

SMS charytatywny polega na tym, że darczyńca wysyła wiadomość tekstową o określonej treści na wskazany numer, a część opłaty za SMS (zależnie od modelu rozliczeń) trafia do beneficjenta. Narzędzie jest szczególnie przydatne, gdy OSP prowadzi kampanię o dużym

<sup>150</sup> Tamże;

<sup>151</sup> Tamże;

<sup>152</sup> Fundacja FaniMani, „Dla organizacji pozarządowych – jak dołączyć / zasady wspierania”, <https://fanimani.pl>;

SFINANSOWANO ZE ŚRODKÓW NARODOWEGO INSTYTUTU WOLNOŚCI – CENTRUM ROZWOJU SPOŁECZEŃSTWA OBYWATELSKIEGO  
W RAMACH RZĄDOWEGO PROGRAMU FUNDUSZ INICJATYW OBYWATELSKICH NOWEFIO NA LATA 2021-2030

zasięgu medialnym lub ma możliwość dotarcia do szerokiej grupy odbiorców jednocześnie (np. poprzez lokalne media, wydarzenie masowe, współpracę z samorządem lub firmą).

Poradnik ngo.pl wskazuje sekwencję przygotowania: opracowanie media planu, kontakt i umowy z operatorami, pozyskanie numeru, zapewnienie zgodnej z przepisami komunikacji (w tym podawanie pełnej ceny brutto), rejestracja numeru w odpowiednim rejestrze UKE oraz współpraca z integratorem technicznym do obsługi kampanii i analityki<sup>153</sup>. Ten opis jest praktycznym minimum dla profesjonalnej kampanii SMS.

Zaletą jest ekstremalnie prosty mechanizm dla darczyńcy („wyślij SMS, wesprzyj”), co jest ważne w kampaniach nagłych (np. pilna potrzeba doposażenia po zdarzeniu). Ograniczeniem są koszty i złożoność operacyjna (wiele umów, integrator, formalności), a także fakt, że narzędzie bywa efektywne głównie przy dużym wolumenie odbiorców.

W komunikacji do darczyńców kluczowe jest jednoznaczne podanie ceny brutto SMS oraz informacji o beneficjencie i celu. W przypadku kampanii SMS niemal zawsze dochodzi do współpracy z podmiotami rynku telekomunikacyjnego, dlatego należy stosować się do wymogów rejestracyjnych i informacyjnych opisanych przez UKE (w tym związanych z usługami o podwyższonej opłacie)<sup>154</sup>.

Wdrożenie SMSa charytatywnego w OSP:

W praktyce rekomenduję traktować SMS charytatywny jako narzędzie „projektowe”, a nie stały kanał. Dla większości OSP użyteczne są dwa warianty:

- wariant partnerski (rekomendowany) - OSP wchodzi w kampanię jako beneficjent wspólnie z większym partnerem (gmina, powiat, duża firma, regionalne media), który zapewnia zasięg i doświadczenie formalne. OSP dostarcza „case for support”, wiarygodność lokalną i raport wpływu.
- wariant samodzielny (tylko przy dużych zasobach) - OSP prowadzi cały proces zgodnie z sekwencją wskazaną w poradniku ngo.pl (media plan → umowy → numer → rejestracja UKE → integrator)<sup>155</sup>.

Najczęściej popełnianym błędem jest uruchamianie komunikacji SMS bez zapewnienia odpowiedniego zasięgu i przygotowania procesu wysyłki. Komunikacja SMS nie działa automatycznie ani „sama z siebie” – wymaga zaplanowania dystrybucji komunikatu, w tym określenia grupy odbiorców, podstawy kontaktu, treści wiadomości oraz sposobu potwierdzenia, że informacja została wysłana i może zostać odtworzona w historii kontaktu.

<sup>153</sup> Olszewska M., „Narzędzia do fundraisingu”, *Poradnik – ngo.pl*, [https://poradnik.ngo.pl/narzedzia-do-fundraisingu?utm\\_source=chatgpt.com](https://poradnik.ngo.pl/narzedzia-do-fundraisingu?utm_source=chatgpt.com);

<sup>154</sup> Urząd Komunikacji Elektronicznej, „Zgłoszenie numeru do rejestru usług o podwyższonej opłacie – instrukcje / formularze”, (strona BIP UKE dotycząca zgłoszeń do rejestru, <https://bip.uke.gov.pl>);

<sup>155</sup> Olszewska M., „Narzędzia do fundraisingu”, *Poradnik – ngo.pl*, *op.cit.*;

## Aukcje charytatywne online

Aukcje charytatywne online polegają na wystawieniu przedmiotu, usługi lub unikatowego doświadczenia do licytacji, a następnie przekazaniu uzyskanej kwoty na rzecz wskazanego celu. W praktyce aukcje działają dobrze, gdy przedmiot licytacji jest wyjątkowy (np. rękodzieło lokalnych twórców, przedmiot z historią OSP, możliwość przejazdu wozem strażackim podczas wydarzenia – jeśli jest to zgodne z zasadami bezpieczeństwa i organizacji działań), a komunikacja jasno wyjaśnia, na co trafią środki<sup>156</sup>.

Poradnik ngo.pl wskazuje Allegro jako ważną platformę oferującą rozwiązania dla organizacji pozarządowych w formule „Allegro Charytatywni”, umożliwiające zakładanie zbiorok i wystawianie ofert przez organizacje oraz wspieranie zbiorok przez kupujących i sprzedających<sup>157</sup>.

Zaletą prezentowanego narzędzia jest to, że aukcja potrafi wygenerować wysoką kwotę jednostkową (jedna licytacja może sfinansować istotny zakup). Ograniczenia: wymaga pozyskania atrakcyjnych „fantów”, obsługi logistycznej (wysyłka, kontakt ze zwycięzcą) oraz konsekwentnej promocji aukcji. Bez promocji licytacja kończy się niską ceną.

Najważniejsze ryzyko polega na pomyleniu aukcji ze zbiórką o charakterze losowym (loteria, bingo fantowe). Aukcja jest licytacją – wygrywa najwyższa oferta. Jeżeli OSP wprowadza element losowania nagród w zamian za wpłaty, wchodzi w reżim gier losowych i obowiązki z ustawy o grach hazardowych (w tym definicje loterii fantowej i promocyjnej oraz wymogi zgłoszeń/zezwoleń)<sup>158</sup>. Dlatego w aukcjach online rekomenduję jasną zasadę: **brak losowania, brak „losów”, brak mechanizmu przypadkowości**. Jest licytacja i jest zwycięzca. Jeżeli OSP planuje mechanizm losowy, należy to projektować odrębnie, z pełną analizą prawną i procedurą zgodną z ustawą (to zagadnienie często bywa omawiane w innych modułach programów fundraisingowych, ponieważ wymaga osobnych kompetencji formalnych)<sup>159</sup>.

Wdrożenie aukcji charytatywnych online w praktyce OSP:

1. OSP tworzy listę 20–30 potencjalnych przedmiotów/usług: część od społeczności (darczyńcy rzeczowi), część od lokalnych firm (vouchery), część wewnętrzna (pamiątki, elementy historii jednostki);
2. OSP ocenia każdy przedmiot pod kątem: legalności przekazania, bezpieczeństwa, kosztów realizacji oraz ryzyka reputacyjnego (OSP nie powinna licytować świadczeń, które mogłyby zostać odebrane jako „sprzedaż wpływów” lub nadużycie zaufania);
3. OSP wybiera platformę i przechodzi proces weryfikacji organizacji, zgodnie z wymaganiami operatora<sup>160</sup>;

<sup>156</sup> Olszewska M., „Narzędzia do fundraisingu”, *Poradnik – ngo.pl*, *op.cit.*;

<sup>157</sup> Tamże;

<sup>158</sup> Ustawa z dnia 19 listopada 2009 r. o grach hazardowych, Dz.U. 2025 poz. 595: definicje loterii i bingo w art. 2 ust. 1 pkt 8–11, właściwość organów i zgłoszenia/zezwoleń dla loterii fantowych i bingo fantowego – m.in. art. 32, <https://dziennikustaw.gov.pl/DU/2025/595/D2025000059501.pdf>;

<sup>159</sup> Tamże;

<sup>160</sup> Allegro, „Allegro Charytatywni – informacje dla organizacji”, <https://charytatywni.allegro.pl/>;

SFINANSOWANO ZE ŚRODKÓW NARODOWEGO INSTYTUTU WOLNOŚCI – CENTRUM ROZWOJU SPOŁECZEŃSTWA OBYWATELSKIEGO  
W RAMACH RZĄDOWEGO PROGRAMU FUNDUSZ INICJATYW OBYWATELSKICH NOWEFIO NA LATA 2021-2030

- OSP przygotowuje opisy aukcji w standardzie: co licytujesz, jakie są zasady, termin, sposób przekazania, na co idą środki, jak będzie wyglądało potwierdzenie i podziękowanie;
- OSP prowadzi promocję: minimum 3 fale komunikacji (start, połowa, ostatnie 24 godziny);
- Po zakończeniu: OSP publikuje transparentne podsumowanie (ile aukcji, jaka kwota, jaki zakup/sfinansowane działanie).

## E-mail fundraising

E-mail fundraising to planowane wysyłanie wiadomości e-mail do darczyńców i potencjalnych darczyńców, których dane kontaktowe znajdują się w bazie organizacji. W ujęciu profesjonalnym nie jest to jednorazowy mailing, tylko system pracy: pozyskiwanie adresów w sposób legalny, segmentacja bazy, cykl wiadomości (podziękowania, aktualizacje, prośby o wsparcie), testowanie treści oraz mierzenie wyników. Poradnik ngo.pl trafnie podkreśla, że kluczem jest nie tylko posiadanie aktualnej bazy, ale jej regularna rozbudowa oraz pozyskiwanie kontaktów przez formularze, petycje, zapisy na wydarzenia, przy zachowaniu wymogu zgody i godności z przepisami o ochronie danych osobowych<sup>161</sup>.

W OSP e-mail fundraising jest szczególnie skuteczny w relacji z darczyńcami „bliższymi” (mieszkańcy, sympatycy, byli członkowie MDP, rodziny strażaków, lokalne firmy), którzy chcą być informowani o rozwoju jednostki. E-mail dobrze działa w kampaniach celowych (np. doposażenie w konkretny sprzęt), ponieważ pozwala opowiedzieć historię, pokazać dane i stopniowo budować decyzję o wsparciu.

Wysyłka próśb o wsparcie i informacji o działaniach na adres e-mail może wchodzić w zakres komunikacji marketingowej/handlowej. W polskich realiach kluczowe znaczenie ma zasada, że wykorzystywanie danych kontaktowych i urzędzeń końcowych do celów przesyłania informacji w ramach marketingu bezpośredniego wymaga uprzedniej zgody użytkownika końcowego, zgodnie z Prawem komunikacji elektronicznej<sup>162</sup>. Praktycznie oznacza to: OSP nie może „dokleić” adresów e-mail z przypadkowych źródeł ani wysyłać próśb o darowizny bez prawidłowo zebranej zgody na kontakt w tym celu oraz bez spełnienia obowiązków informacyjnych.

Wdrożenie e-mail fundraisingu w praktyce OSP (standard minimalny i profesjonalny):

- standard minimalny (dla małej OSP) - formularz zapisu na newsletter (z jasnym opisem, że będzie zawierał także prośby o wsparcie), podwójne potwierdzenie zapisu (rekomendowane jako dowód zgody), 1 newsletter miesięcznie + 2–3 kampanie celowe rocznie.

<sup>161</sup> Olszewska M., „Narzędzia do fundraisingu”, *Poradnik – ngo.pl, op.cit.*;

<sup>162</sup> Ustawa z dnia 12 lipca 2004 r. – Prawo komunikacji elektronicznej, Dz.U. 2004 poz. 1221, art. 398, <https://dziennikustaw.gov.pl/DU/2024/1221/D2024000122101.pdf>;

SFINANSOWANO ZE ŚRODKÓW NARODOWEGO INSTYTUTU WOLNOŚCI – CENTRUM ROZWOJU SPOŁECZEŃSTWA OBYWATELSKIEGO  
W RAMACH RZĄDOWEGO PROGRAMU FUNDUSZ INICJATYW OBYWATELSKICH NOWEFIO NA LATA 2021-2030

- standard profesjonalny (dla OSP z zasobami) - segmentacja (np. darczyńcy jednorazowi, darczyńcy regularni, wolontariusze, partnerzy), automatyczne sekwencje (podziękowanie po wpłacie, przypomnienie, raport efektu), testy A/B tematów i CTA, kwartalny raport wyników.

W treści e-maila OSP powinna utrzymywać prostą strukturę: (1) problem/potrzeba, (2) co zrobi OSP, (3) jaki efekt, (4) jasne wezwanie do działania (wpłata), (5) dowód wiarygodności (zdjęcie, liczby, rekomendacje), (6) informacja o rezygnacji z subskrypcji (wypis). Ten standard jest jednocześnie dobrym standardem etycznym: szanuje czas i decyzję odbiorcy.

### Direct dialogue (dialog bezpośredni)

Direct dialogue to pozyskiwanie darczyńców w rozmowie bezpośredniej (najczęściej face-to-face), w przestrzeni publicznej lub w miejscach o dużym przepływie osób. W profesjonalnym modelu celem nie jest jednorazowa gotówka „do puszki”, ale pozyskanie zgody na stałe wsparcie (np. polecenie stałe lub cykliczna płatność), z zachowaniem pełnej transparentności i legalności.

Jeżeli zbierane są ofiary w gotówce lub w naturze w miejscu publicznym na określony cel, mamy do czynienia ze „zbiórką publiczną” w rozumieniu ustawy i obowiązuje tryb zgłoszenia oraz publikacji na portalu zbiorów publicznych<sup>163</sup>. Jeżeli OSP prowadzi dialog bezpośredni, ale wpłata odbywa się bezgotówkowo (np. przez terminal, kod QR, przelew online) i nie ma zbierania gotówki „do puszki”, klasyfikacja i obowiązki mogą być inne – jednak w praktyce rekomenduję przyjąć zasadę ostrożności: **jeżeli działania mają charakter kwestowania w miejscu publicznym, należy każdorazowo sprawdzić, czy nie zachodzi obowiązek zgłoszenia zbiórki publicznej.**

Narzędzie jest skuteczne, gdy OSP ma dobrze przygotowany komunikat, a osoby prowadzące rozmowy są przeszkolone: potrafią jasno wyjaśnić cel, odpowiadać na pytania, nie stosują presji, szanują odmowę. Direct dialogue działa najlepiej w kampaniach z czytelnym celem i „produktem darowizny”: np. „wspieram OSP kwotą 20 zł miesięcznie przez rok, aby doposażyć jednostkę w X”. W OSP szczególnie dobrze sprawdzają się działania w czasie lokalnych wydarzeń, gdzie obecność OSP jest naturalna i pozytywnie odbierana.

Wdrożenie w OSP (wariant bezpieczny operacyjnie):

Dla większości OSP rekomenduję model „direct dialogue w środowisku własnym” zamiast agresywnego pozyskiwania na ulicy. Oznacza to: rozmowy podczas wydarzeń OSP, pikników, dni otwartych, spotkań wiejskich, w remizie. Minimalny standard wdrożenia:

1. scenariusz rozmowy (1–2 minuty) i karta odpowiedzi na typowe pytania,
2. jasne zasady identyfikacji (koszulki, identyfikatory),
3. preferowany kanał wpłaty bezgotówkowej,

<sup>163</sup> Ustawa z dnia 14 marca 2014 r. o zasadach prowadzenia zbiorów publicznych, Dz.U. 2014 poz. 498, art. 1–2, <https://dziennikustaw.gov.pl/DU/2014/498/D2014000049801.pdf>;

4. procedura ochrony danych (jeżeli zbierany jest kontakt),
5. standard etyczny: brak presji, brak manipulacji, prawo do odmowy bez konsekwencji.

## Telefundraising

Telefundraising polega na telefonicznym kontakcie z darczyńcami lub potencjalnymi darczyńcami w celu: podziękowania, przedstawienia potrzeby, zaproszenia do wsparcia, odnowienia wsparcia lub poinformowania o efektach. W modelu profesjonalnym telefundraising nie jest „sprzedażą przez telefon”, tylko narzędziem relacyjnym: rozmowa ma budować zaufanie i długofalowe wsparcie.

Telefundraising bardzo często wchodzi w obszar marketingu bezpośredniego. W Polsce używanie telekomunikacyjnych urządzeń końcowych dla celów marketingu bezpośredniego wymaga uprzedniej zgody użytkownika końcowego – reguluje to Prawo komunikacji elektronicznej<sup>164</sup>. W praktyce OSP powinna posiadać udokumentowaną zgodę na kontakt telefoniczny w tym celu (najlepiej zbieraną przy okazji wcześniejszego wsparcia lub zapisu do społeczności OSP), a w każdej rozmowie jasno identyfikować siebie, cel kontaktu oraz respektować sprzeciw.

Najwyższą skuteczność telefundraising osiąga w kontaktach z osobami, które już znają OSP: darczyńcy jednorazowi (podziękowanie + propozycja wsparcia regularnego), darczyńcy regularni (utrzymanie relacji, obniżenie rezygnacji), lokalni przedsiębiorcy (umówienie spotkania). Zimne dzwonienie do nieznanymi osobami jest zwykle ryzykowne reputacyjnie i operacyjnie, a przy tym trudniejsze prawnie.

Wdrożenie telefundraisingu w praktyce OSP:

1. OSP przygotowuje listę osób, co do których ma pewność podstawy kontaktu (np. osoby, które wcześniej zostawiły numer i wyraziły zgodę);
2. OSP ustala cel rozmów na daną turę: np. „podziękowanie + zaproszenie do wsparcia cyklicznego” lub „zaproszenie na wydarzenie i prośba o darowiznę”;
3. OSP przygotowuje scenariusz rozmowy w 4 częściach: identyfikacja → podziękowanie → potrzeba i propozycja → domknięcie i zgody/ustalenia;
4. OSP dokumentuje wynik rozmowy (w bazie lub prostym rejestrze), aby nie dzwonić wielokrotnie bez sensu oraz aby szanować preferencje;
5. OSP zapewnia możliwość łatwego sprzeciwu (np. „jeżeli nie chcesz takich kontaktów, proszę powiedzieć – uszanujemy i odnotujemy”).

## Payroll giving (darowizny z pensji)

Payroll giving to regularne darowizny przekazywane przez pracowników za pośrednictwem pracodawcy – najczęściej w formie dobrowolnego potrącenia z wynagrodzenia i przekazania środków na konto organizacji. Poradnik ngo.pl wskazuje, że mechanizm wymaga relacji

<sup>164</sup> Ustawa z dnia 12 lipca 2024 r. – Prawo komunikacji elektronicznej, Dz.U. 2024 poz. 1221, art. 398,  
<https://dziennikustaw.gov.pl/DU/2024/1221/D2024000122101.pdf>;

z pracodawcą (zgoda na uruchomienie programu) oraz pracy z pracownikami jako potencjalnymi darczyńcami<sup>165</sup>.

Narzędzie jest wyjątkowo dobre dla OSP w gminach, gdzie funkcjonuje jeden lub kilka większych pracodawców (zakład produkcyjny, sieć handlowa, przedsiębiorstwo komunalne). Payroll giving buduje stabilność: nawet niewielkie kwoty od kilkudziesięciu pracowników tworzą przewidywalny strumień środków, który OSP może przeznaczyć na koszty stałe (np. szkolenia, umundurowanie, wyposażenie medyczne).

Zaletą jest regularność i niskie koszty pozyskania po wdrożeniu. Ograniczeniem jest konieczność przekonania pracodawcy i wdrożenia procesu kadrowo-płacowego, co bywa czasochłonne. Dodatkowo program musi być całkowicie dobrowolny – przymus lub presja w zakładzie pracy niszczy reputację zarówno OSP, jak i pracodawcy.

Wdrożenie payroll giving w OSP (model wdrożenia partnerskiego):

1. OSP przygotowuje ofertę dla pracodawcy: cel programu, korzyści (realny wpływ lokalny, wizerunek, integracja pracowników), sposób raportowania efektu oraz minimalne obciążenie administracyjne;
2. OSP proponuje prostą formę: stała kwota miesięczna (np. 10–30 zł) oraz opcja jednorazowych zbiórek celowych;
3. OSP wraz z pracodawcą przygotowuje komunikację do pracowników: jasne zasady, dobrowolność, możliwość rezygnacji w dowolnym momencie, ochrona danych;
4. OSP uzgadnia technikę przekazywania środków: przelew zbiorczy raz w miesiącu oraz raport liczby uczestników (bez ujawniania danych, jeśli nie jest to potrzebne);
5. OSP zapewnia kwartalne podsumowanie efektów programu (najlepiej w formie krótkiego raportu i materiałów do komunikacji wewnętrznej firmy).

### Testament (zapisy i darowizny testamentowe)

Wsparcie testamentowe polega na uwzględnieniu organizacji w testamencie poprzez powołanie do spadku, zapis lub zapis windykacyjny (w zależności od formy i treści). Jest to narzędzie długoterminowe, oparte na zaufaniu i reputacji. Poradnik ngo.pl wskazuje, że najczęściej pierwszą grupą potencjalnych darczyńców testamentowych są stali darczyńcy oraz osoby związane z organizacją<sup>166</sup>.

Testament jest czynnością ściśle uregulowaną w Kodeksie cywilnym – zarówno co do zasady możliwości rozrządzenia majątkiem na wypadek śmierci, jak i co do form testamentów<sup>167</sup>. Dla OSP praktyczne znaczenie ma to, że wsparcie testamentowe musi być sformułowane jednoznacznie (pełna nazwa OSP, dane identyfikujące), a w wielu sytuacjach bezpieczniejsza jest forma notarialna, ponieważ ogranicza ryzyko sporów i wad formalnych. OSP nie powinna

<sup>165</sup> Olszewska M., „Narzędzia do fundraisingu”, *Poradnik – ngo.pl*, *op.cit.*;

<sup>166</sup> Tamże;

<sup>167</sup> Ustawa z dnia 23 kwietnia 1964 r. – Kodeks cywilny, Dz.U. 2025 poz. 1071, przepisy o testamencie – m.in. art. 941 oraz art. 949–950, <https://dziennikustaw.gov.pl/DU/2025/1071/D2025000107101.pdf>;

doradzać prawnie darczyńcom, „jak napisać testament”, lecz kierować do notariusza lub profesjonalnego pełnomocnika.

Testament działa najlepiej tam, gdzie OSP ma wieloletnią reputację, a komunikacja jest spokojna, edukacyjna i pozbawiona presji. Należy unikać przekazu emocjonalnie agresywnego. Standardem etycznym jest także unikanie rozmów testamentowych z osobami w stanie zależności lub w sytuacji mogącej budzić wątpliwości co do swobody decyzji.

Wdrożenie w OSP – procedura minimalna (bezpieczna):

1. OSP przyjmuje wewnętrznie politykę przyjmowania spadków i zapisów: kto może prowadzić rozmowy, jak dokumentujemy kontakt, jak oceniamy ryzyka (np. długi w spadku), jak podejmujemy decyzję o przyjęciu lub odrzuceniu;
2. OSP przygotowuje jedno krótkie, neutralne narzędzie komunikacji: „Jeżeli chcesz uwzględnić OSP w testamencie, skontaktuj się z nami – przekazemy dane identyfikacyjne i wyjaśnimy, na co przeznaczamy środki. W sprawach formalnych prosimy o kontakt z notariuszem;”
3. OSP przygotowuje pakiet wiarygodności: statut, dane KRS/NIP/REGON, sprawozdania, opis misji i efektów;
4. OSP wdraża zasadę ostrożności finansowej: w przypadku spadków standardem bezpieczeństwa bywa przyjęcie z dobrodziejstwem inwentarza (to decyzja prawna wymagająca konsultacji);
5. OSP wdraża stewarding: każda osoba sygnalizująca chęć wsparcia testamentowego powinna otrzymać spokojne podziękowanie i informację o wpływie działań OSP;

### Wydarzenia specjalne

Wydarzenia specjalne to szeroka grupa aktywności fundraisingowych, których celem jest jednocześnie: (1) zebranie środków, (2) wzmocnienie rozpoznawalności i zaufania, (3) zbudowanie relacji z darczyńcami i partnerami. Poradnik ngo.pl podkreśla, że wydarzenia mogą mieć bardzo różną formę: od formalnych kolacji, przez koncerty, po biegi charytatywne, i służą nagłośnieniu misji oraz zwiększeniu poparcia społecznego<sup>168</sup>.

OSP często ma unikatowe zasoby, których inne podmioty nie mają: remiza jako miejsce spotkań, tradycja lokalna, autorytet społeczny, możliwość pokazów edukacyjnych, orkiestra, MDP, współpraca z samorządem. To sprawia, że wydarzenia specjalne są dla OSP narzędziem naturalnym – pod warunkiem, że fundraising jest w nie „wbudowany” profesjonalnie, a nie pozostawiony przypadkowi.

- po pierwsze, jeżeli podczas wydarzenia OSP zbiera ofiary w gotówce lub w naturze w miejscu publicznym, może to stanowić zbiórkę publiczną wymagającą zgłoszenia

<sup>168</sup> Olszewska M., „Narzędzia do fundraisingu”, *Poradnik – ngo.pl*, op.cit.;

SFINANSOWANO ZE ŚRODKÓW NARODOWEGO INSTYTUTU WOLNOŚCI – CENTRUM ROZWOJU SPOŁECZEŃSTWA OBYWATELSKIEGO  
W RAMACH RZĄDOWEGO PROGRAMU FUNDUSZ INICJATYW OBYWATELSKICH NOWEFIO NA LATA 2021-2030

i spełnienia wymogów ustawy (definicja zbiórki publicznej i zasady zgłoszenia są wprost wskazane w ustawie)<sup>169</sup>;

- po drugie, jeżeli wydarzenie zawiera elementy losowe (losy, losowania nagród), może wejść w zakres gier losowych i obowiązków wynikających z ustawy o grach hazardowych<sup>170</sup>.

Jak projektować wydarzenie fundraisingowe w OSP:

Skuteczne wydarzenie fundraisingowe ma zawsze trzy warstwy: (1) program atrakcyjny dla uczestników, (2) mechanizm pozyskania środków, (3) mechanizm utrzymania relacji po wydarzeniu. W praktyce:

1. OSP definiuje cel finansowy i cel rzeczowy (co dokładnie sfinansujemy);
2. OSP wybiera 2–3 mechanizmy pozyskania środków, które pasują do wydarzenia i są legalnie bezpieczne: bilety-cegiełki, darowizny bezgotówkowe (QR/terminal), aukcja licytacyjna (bez losowania), strefa partnerów-sponsorów;
3. OSP projektuje „ścieżkę darczyńcy” na miejscu: informacja → prośba → prosta płatność → natychmiastowe podziękowanie → opcja pozostawienia kontaktu (dobrowolnie, z prawidłową informacją);
4. OSP planuje bezpieczeństwo i organizację: wolontariusze, role, rozliczenie, komunikacja po wydarzeniu;
5. Po wydarzeniu OSP publikuje podsumowanie i raport wpływu. To element, który w największym stopniu determinuje, czy wydarzenie stanie się cykliczne i czy darczyńcy wrócą.

Najczęstszy błąd polega na skupianiu się wyłącznie na programie wydarzenia, bez zaprojektowania mechanizmu „konwersji na wsparcie”.

## Ekofundraising

Ekofundraising polega na pozyskiwaniu zasobów, które można zamienić na środki wspierające misję, albo na pozyskiwaniu środków w ramach działań proekologicznych. Poradnik ngo.pl opisuje ten obszar jako odzyskiwanie zasobów i wskazuje, że część tradycyjnych inicjatyw (np. zbiórki nakrętek) zmieniła sens organizacyjny po zmianach regulacyjnych, natomiast rozwijają się inne zbiórki rzeczy (np. książek) oraz kampanie partnerskie (np. zbiórka starych telefonów powiązana z darowizną firmy zależną od liczby zebranych urzędzeń)<sup>171</sup>.

W praktyce OSP może wdrażać ekofundraising w trzech modelach:

<sup>169</sup> Ustawa z dnia 14 marca 2014 r. o zasadach prowadzenia zbiorów publicznych, Dz.U. 2014 poz. 498, art. 1–2, <https://dziennikustaw.gov.pl/DU/2014/498/D2014000049801.pdf>;

<sup>170</sup> Ustawa z dnia 19 listopada 2009 r. o grach hazardowych, Dz.U. 2025 poz. 595: definicje loterii i bingo w art. 2 ust. 1 pkt 8–11; właściwość organów i zgłoszenia/zezwoleń dla loterii fantowych i bingo fantowego – m.in. art. 32, <https://dziennikustaw.gov.pl/DU/2025/595/D2025000059501.pdf>;

<sup>171</sup> Olszewska M., „Narzędzia do fundraisingu”, *Poradnik – ngo.pl, op.cit.*;

SFINANSOWANO ZE ŚRODKÓW NARODOWEGO INSTYTUTU WOLNOŚCI – CENTRUM ROZWOJU SPOŁECZEŃSTWA OBYWATELSKIEGO  
W RAMACH RZĄDOWEGO PROGRAMU FUNDUSZ INICJATYW OBYWATELSKICH NOWEFIO NA LATA 2021-2030

1. **model partnerski (najbezpieczniejszy)** - OSP współpracuje z firmą, która legalnie prowadzi zbiórkę i zagospodarowanie określonych frakcji (np. elektroodpady), a OSP pełni rolę organizatora społecznego (promocja, punkt zbiórki, mobilizacja mieszkańców). Firma rozlicza się z OSP na podstawie ilości/masy lub innego wskaźnika;
2. **model „rzecz na wsparcie”** - OSP organizuje zbiórkę rzeczy o realnej wartości odsprzedażowej (np. książki, sprzęt), ale robi to w formule, która nie generuje ryzyka magazynowania i odpowiedzialności – tj. jasno określony czas, miejsce, partner logistyczny;
3. **model kampanii ESG lokalnych firm** - OSP proponuje firmom akcję „za każdy X zebranych sztuk firma przekazuje Y zł”. Ten model ma dodatkową zaletę: nie wymaga, aby OSP „sprzedawała” cokolwiek – OSP mobilizuje społeczność, a firma finansuje efekt.

Zaletą jest synergia z wartościami społecznymi i możliwość aktywizacji mieszkańców, którzy wolą „dać rzeczy” niż pieniądze. Ograniczeniem jest złożoność logistyczna oraz ryzyka prawne związane z gospodarką odpadami. Z tego względu dla OSP rekomenduję zasadę bezpieczeństwa: **OSP nie powinna samodzielnie wchodzić w rolę podmiotu gospodarującego odpadami, jeżeli nie ma do tego formalnych uprawnień i infrastruktury**. Najbezpieczniejszy jest model partnerski z profesjonalnym operatorem, w którym OSP jest stroną umowy społeczno-promocyjnej, a nie „przetwarzającym odpady”.

Wdrożenie ekofundraisingu w OSP (model partnerski):

1. **Proszę wybrać rodzaj zbieranych rzeczy w sposób bezpieczny i wykonalny.**  
Proszę zdecydować, jakie kategorie będą przyjmowane, tak aby OSP mogła je bezpiecznie przyjąć, krótko przechować i przekazać dalej. Proszę wybierać frakcje „proste” organizacyjnie, na przykład: telefony komórkowe i drobny sprzęt elektroniczny, baterie (tylko jeśli partner przewiduje ich odbiór), książki lub tekstylia – zależnie od oferty partnera. Proszę jednocześnie jednoznacznie określić, czego OSP **nie przyjmuje** (np. odpadów niebezpiecznych, uszkodzonych akumulatorów bez zabezpieczenia, sprzętu o nieznanym pochodzeniu, rzeczy zabrudzonych, mokrych, mogących stanowić zagrożenie sanitarne). Jeżeli zbierane są telefony lub urządzenia z nośnikami danych, proszę w komunikacji wskazać darczyńcom obowiązek usunięcia danych przed przekazaniem oraz przyjąć zasadę, że OSP nie analizuje zawartości urządzeń i nie ponosi odpowiedzialności za dane pozostawione przez darczyńcę.
2. **Proszę wybrać partnera, który przejmuje odpowiedzialność prawną za odbiór i zagospodarowanie.**  
Proszę współpracować wyłącznie z podmiotem, który profesjonalnie zajmuje się odbiorem i zagospodarowaniem danej frakcji oraz zapewnia legalny transport. W praktyce oznacza to, że partner powinien jasno potwierdzić, że ma wymagane uprawnienia i działa zgodnie z przepisami dotyczącymi gospodarki odpadami oraz – jeśli dotyczy – przepisami dla zużytego sprzętu elektrycznego i elektronicznego. Proszę też sprawdzić, czy partner zapewnia dokumenty potwierdzające odbiór i przekazanie (np. potwierdzenie odbioru, protokół, dokumenty ewidencyjne

SFINANSOWANO ZE ŚRODKÓW NARODOWEGO INSTYTUTU WOLNOŚCI – CENTRUM ROZWOJU SPOŁECZEŃSTWA OBYWATELSKIEGO  
W RAMACH RZĄDOWEGO PROGRAMU FUNDUSZ INICJATYW OBYWATELSKICH NOWEFIO NA LATA 2021-2030

stosowane w obrocie odpadami) oraz czy wyjaśnia, w jaki sposób wylicza wartość wsparcia dla OSP.

3. **Proszę zawrzeć umowę, która precyzyjnie opisuje zasady współpracy i rozliczenia.**  
W umowie proszę jednoznacznie określić: zakres zbieranych rzeczy, sposób i terminy odbioru, kto odpowiada za transport, kto ponosi odpowiedzialność za zgodność z prawem w zakresie zagospodarowania, jakie dokumenty potwierdzające odbiór otrzyma OSP, w jaki sposób liczona jest kwota wsparcia (np. stawka za kilogram/sztukę lub model prowizyjny), kiedy następuje rozliczenie oraz jakie informacje partner przekaze do sprawozdawczości i komunikacji. Proszę także ustalić zasady używania nazwy i logotypu OSP w komunikacji, a także zasady informowania o wynikach (w tym formę danych, które można publikować).
4. **Proszę przygotować prostą i jednoznaczną informację dla mieszkańców.**  
Proszę opracować komunikat „dla darczyńcy”, w którym jasno będzie wskazane: co zbieramy, czego nie zbieramy, gdzie i w jakich godzinach przyjmujemy, w jaki sposób rzeczy mają być przygotowane (np. zapakowane, zabezpieczone), komu przekazujemy zebrane rzeczy (partner), oraz na jaki cel OSP przeznaczy środki. Proszę dodać krótkie uzasadnienie społeczne i środowiskowe oraz informację porządkową dotyczącą danych w urzędzeniach (jeżeli zbierane są telefony lub inne nośniki). Proszę unikać obietnic, których OSP nie może wykazać; komunikacja ma być weryfikowalna i zgodna z ustaleniami umownymi.
5. **Proszę prowadzić podsumowanie wyników w sposób rzetelny i możliwy do udokumentowania.**  
Po zakończeniu zbiórki proszę opublikować podsumowanie oparte na danych z odbioru i rozliczenia: ilość przekazanych rzeczy (np. masa lub liczba sztuk), kwota wsparcia przekazana OSP oraz wskazanie, na jaki cel środki zostały przeznaczone. Proszę zachować dokumenty potwierdzające odbiór i rozliczenie w archiwum OSP, aby w razie pytań społeczności, partnera lub organów kontrolnych można było wykazać rzetelność działania.

Najczęściej popełnianym błędem jest brak współpracy z partnerem oraz podejmowanie próby samodzielnego gromadzenia wszystkich przekazywanych rzeczy bez jasnych zasad selekcji i odbioru. Takie działanie zwiększa ryzyko w zakresie bezpieczeństwa (m.in. przechowywania i transportu) oraz ryzyko niezgodności z obowiązującymi wymogami.

## SŁOWNIK

### A

**Archiwizacja komunikacji z darczyńcami i interesariuszami** – uporządkowany sposób utrwalania i przechowywania korespondencji (wiadomości, załączników, potwierdzeń, podziękowań, ustaleń) związanej z fundraisingiem, tak aby w OSP możliwe było szybkie odtworzenie historii kontaktu niezależnie od zmian personalnych w zespole. Archiwizacja powinna obejmować zarówno pocztę elektroniczną, jak i inne kanały (na przykład formularze kontaktowe, komunikatory, wiadomości w serwisach społecznościowych – o ile organizacja dopuszcza je do komunikacji formalnej), przy czym kluczowe jest, aby archiwum było prowadzone w sposób spójny: z jednoznaczną identyfikacją nadawcy/odbiorcy, daty, tematu oraz powiązania z celem wsparcia. W praktyce oznacza to korzystanie z narzędzi, które pozwalają na centralne przechowywanie i wyszukiwanie korespondencji (na przykład wspólna skrzynka pocztowa, repozytorium dokumentów, jednolity sposób nazywania plików), z uwzględnieniem zasad ochrony danych i ograniczenia dostępu do osób upoważnionych.

**Arkusze Google** - narzędzie do pracy na danych w formie arkusza kalkulacyjnego, wykorzystywane w fundraisingu OSP przede wszystkim do prowadzenia rejestru wpłat, prostych zestawień oraz przygotowania cyklicznych raportów. W praktyce Arkusze Google sprawdzają się wtedy, gdy OSP potrzebuje jednego, współdzielonego pliku dostępnego dla kilku osób (z zachowaniem kontroli dostępu), a jednocześnie chce unikać przesyłania wielu kopii tego samego dokumentu pocztą elektroniczną. W kontekście Lekcji 5 kluczowe jest, aby arkusz pełnił rolę „źródła danych” (rejestru), a raporty były budowane w osobnych arkuszach lub widokach, co zmniejsza ryzyko przypadkowej zmiany danych źródłowych i ułatwia odtwarzalność raportowania.

**Asana** - narzędzie do organizacji pracy zespołowej, które umożliwia porządkowanie działań fundraisingowych w projekty, zadania i terminy, z przypisaniem odpowiedzialności oraz śledzeniem postępu. W realiach OSP Asana bywa szczególnie przydatna, gdy fundraising obejmuje kilka równoległych działań (na przykład współpraca z firmami, wydarzenia, komunikacja z darczyńcami) i konieczne jest utrzymanie ciągłości pracy mimo rotacji osób. Narzędzie tego typu ma największą wartość wtedy, gdy OSP konsekwentnie wiąże zadania z konkretnymi materiałami w repozytorium dokumentów oraz stosuje jednoznaczne zasady zatwierdzania treści przed publikacją.

**Aukcje charytatywne online** – forma pozyskiwania środków, w której organizacja (np. OSP) wystawia na licytację przedmioty lub usługi w Internecie, a zwycięzca aukcji przekazuje ustaloną kwotę na wskazany cel. W praktyce aukcje mogą funkcjonować jako licytacje na platformach charytatywnych albo jako sprzedaż ofert, gdzie część lub całość ceny stanowi wsparcie dla organizacji. Kluczowe jest jasne zakomunikowanie zasad: co jest przedmiotem

świadczenia, w jaki sposób i w jakim terminie nastąpi przekazanie przedmiotu/usługi oraz jak rozliczana jest wpłata (darowizna, cena sprzedaży, wsparcie zbiórki na platformie). Aukcja charytatywna nie powinna być mylona z loterią lub grą losową (w aukcji wygrywa najwyższa oferta, a nie przypadek). W praktyce OSP najczęściej wykorzystuje aukcje do monetyzacji zaangażowania społeczności lokalnej (np. rękodzieło, pamiątki, spotkanie z darczyńcą, dzień w remizie jako wydarzenie dla rodzin).

**Automatyzacja wiadomości transakcyjnych** – zautomatyzowane generowanie i wysyłanie komunikatów, które muszą pojawić się po stronie OSP w związku z przepływem wsparcia, w szczególności: potwierdzenia przyjęcia wpłaty, podstawowego podziękowania, informacji o przypisaniu wpłaty do celu oraz – jeżeli OSP to stosuje – cyklicznej informacji o postępie realizacji celu. Automatyzacja ma znaczenie praktyczne, ponieważ ogranicza liczbę błędów (na przykład brak potwierdzenia, pomylenie celu, brak danych do identyfikacji wpłaty) i stabilizuje standard obsługi darczyńców przy zmiennym zaangażowaniu wolontariuszy. W praktyce automatyzacja jest realizowana przez narzędzia do przyjmowania wpłat i formularze darowizn, które wysyłają wiadomości „systemowe” oraz przekazują dane do ewidencji wpłat lub bazy kontaktów; kluczowe jest jednak, aby treść tych wiadomości była spójna z komunikacją OSP i nie zawierała nadmiarowych danych osobowych.

## B

**Biuletyn elektroniczny** – regularna, cykliczna forma komunikacji OSP z osobami i podmiotami, które chcą otrzymywać uporządkowane informacje o działaniach, efektach oraz potrzebach jednostki, prowadzona za pomocą narzędzi do wysyłki wiadomości do wielu odbiorców z możliwością zarządzania listą adresatów. Biuletyn elektroniczny w fundraisingu pełni funkcję podtrzymywania relacji i zaufania: przypomina o ciągłości misji OSP, pokazuje rezultaty wsparcia i buduje gotowość do ponownego zaangażowania. Z perspektywy narzędziowej kluczowe są trzy elementy: (1) utrzymanie porządku w bazie odbiorców (aktualność danych, unikanie duplikatów), (2) możliwość segmentacji (różne treści dla różnych grup odbiorców) oraz (3) archiwizacja wysyłek i mierzalność (co zostało wysłane, kiedy i do kogo), co pozwala zachować spójność komunikacji nawet przy zmianach w zespole.

## D

**Dialog bezpośredni (direct dialogue)** – metoda pozyskiwania regularnych darczyńców poprzez rozmowę prowadzoną bezpośrednio z osobą w przestrzeni publicznej (najczęściej na ulicy, podczas wydarzeń, w miejscach o dużym ruchu), zakończoną pozyskaniem zgody na cykliczne wpłaty (np. polecenie zapłaty lub stałe zlecenie). Istotą narzędzia jest połączenie krótkiej, rzeczowej prezentacji celu z natychmiastowym ułatwieniem decyzji o wsparciu (formularz, link, kod, zgoda). W przypadku OSP ta forma bywa szczególnie skuteczna przy celach łatwych do zrozumienia i lokalnie weryfikowalnych (doposażenie, szkolenia, AED, poprawa gotowości operacyjnej). Należy rozróżnić dialog bezpośredni od zbiórek gotówkowych w miejscu publicznym: zbieranie ofiar w gotówce lub w naturze w miejscu publicznym na cele wskazane

w ustawie stanowi zbiórkę publiczną i podlega zasadom zgłoszenia oraz prowadzenia zgodnie z przepisami.

**Dysk współdzielony** - rozwiązanie w ramach przechowywania plików, w którym dokumenty i materiały „należą” do organizacji (zespołu), a nie do pojedynczej osoby, co ogranicza ryzyko utraty dostępu przy zmianach personalnych. Dysk współdzielony jest praktycznym fundamentem obiegu materiałów fundraisingowych w OSP: pozwala utrzymywać jeden porządek folderów dla kampanii, wzorów dokumentów, grafik, raportów i zestawień, a także zarządzać uprawnieniami (kto może przeglądać, kto może edytować). Z perspektywy bezpieczeństwa szczególnie istotne jest, aby dostęp był nadawany imiennie i zgodnie z rolą, a materiały zawierające dane wrażliwe były ograniczone do wąskiego grona osób upoważnionych.

## E

**E-mail fundraising** – planowe pozyskiwanie wsparcia poprzez wysyłkę wiadomości e-mail do osób, które znajdują się w bazie kontaktów organizacji i wyraziły właściwe zgody na komunikację. Obejmuje zarówno prośby o darowizny (jednorazowe i cykliczne), jak i komunikację relacyjną (informacje o działaniach, rezultatach, zaproszenia, podziękowania), której celem jest utrzymanie gotowości do wspierania. W praktyce OSP e-mail fundraising jest narzędziem o wysokiej efektywności kosztowej, jeżeli organizacja posiada choćby niewielką, ale jakościową bazę adresów (np. sympatycy, darczyńcy z wydarzeń, uczestnicy szkoleń). Warunkiem legalności i jakości jest pozyskiwanie adresów w sposób transparentny, weryfikowalny (formularz zapisu, checkboxy, klauzule informacyjne) oraz wysyłka treści zgodnie z zasadami ochrony danych i komunikacji marketingowej.

**Ekofundraising** – pozyskiwanie środków poprzez działania łączące cel społeczny z zachowaniami prośrodowiskowymi, w szczególności zbiórkę surowców wtórnych lub zużytych przedmiotów (np. elektroodpady, makulatura, puszki aluminiowe), których wartość jest następnie przekazywana organizacji (bezpośrednio lub przez operatora programu). W praktyce OSP ekofundraising pełni podwójną funkcję: generuje środki oraz buduje widoczność OSP jako instytucji lokalnej dbającej o bezpieczeństwo i odpowiedzialność środowiskową. Działanie powinno być prowadzone w modelu zgodnym z prawem gospodarki odpadami: OSP nie powinna samodzielnie „organizować obrotu odpadami” bez odpowiedniego partnera, lecz opierać się o współpracę z podmiotem uprawnionym (operator programu, firma odbierająca i rozliczająca zbiórkę), z jasnymi zasadami odpowiedzialności, transportu i dokumentowania.

## F

**FaniMani** – narzędzie umożliwiające wspieranie OSP poprzez zakupy w internecie, w którym część prowizji od zakupów trafia do wskazanej organizacji, bez zwiększania ceny po stronie kupującego. Z punktu widzenia OSP jest to rozwiązanie, które dobrze działa w środowisku

lokalnym: można je komunikować jako „codzienny, bezkosztowy” sposób wsparcia (dla sympatyków, rodzin, firm i mieszkańców), a jednocześnie nie wymaga prowadzenia złożonych procesów po stronie jednostki. Kluczowym elementem wdrożenia narzędzia jest przygotowanie spójnej instrukcji dla wspierających (jak wybrać OSP jako beneficjenta i jak dokonywać zakupów, aby prowizja została naliczona) oraz zapewnienie, aby w komunikacji OSP jasno wyjaśniono mechanizm działania i zasady rozliczania. Strona informacyjna dla organizacji: <https://fanimani.pl/pomoc/kategoria/dla-organizacji/>.

**FaniPay** – narzędzie do przyjmowania wpłat elektronicznych, które zapewnia OSP gotowy mechanizm przekazania środków przez darczyńcę oraz obsługę elementów technicznych i transakcyjnych po stronie płatności. Z perspektywy narzędziowego rozdziału lekcji 5 istotne jest to, że FaniPay może pełnić rolę „punktu wejścia” do ewidencji: dane przekazane w formularzu wpłaty oraz identyfikator transakcji mogą być wykorzystane do przypisania wpłaty do osoby i celu w ewidencji OSP. Warunkiem praktycznej użyteczności jest świadome skonfigurowanie pól formularza (tylko dane niezbędne do identyfikacji i komunikacji) oraz powiązanie narzędzia z procesem potwierżeń i podziękowań. Informacje i wsparcie: <https://fanimani.pl/pomoc/kategoria/dla-organizacji/fanipay/poczatek-czyli-start/>.

## G

**GetResponse** - narzędzie do prowadzenia biuletynu elektronicznego i komunikacji seryjnej, użyteczne w OSP, gdy organizacja chce wysyłać uporządkowane informacje do osób, które wyraziły chęć ich otrzymywania, z zachowaniem kontroli nad listą odbiorców. Z punktu widzenia Lekcji 5 kluczowe jest, że narzędzia tej klasy wspierają techniczne elementy porządku komunikacyjnego: prowadzenie list, zarządzanie rezygnacjami, archiwum wysyłek i podstawowe raporty o działaniach komunikacji. W praktyce OSP powinna traktować takie narzędzie jako element infrastruktury relacyjnej: umożliwi utrzymanie spójności komunikacji mimo zmian osób w zespole, pod warunkiem że organizacja ma jasne zasady, kto przygotowuje treść, kto ją zatwierdza i gdzie archiwizowane są materiały źródłowe.

**Google Workspace** - zintegrowany zestaw narzędzi organizacyjnych obejmujący pocztę, kalendarz, przestrzeń do przechowywania plików i współpracę nad dokumentami, przydatny w OSP jako „środowisko pracy” dla fundraisingu. W praktyce Google Workspace ułatwia wdrożenie rozwiązań omawianych w Lekcji 5: kont funkcyjnych, wspólnej obsługi korespondencji, repozytorium dokumentów, współdzielonych kalendarzy i kontroli uprawnień. Wartość tego podejścia polega na tym, że OSP może utrzymać spójne zasady dostępu i archiwizacji w jednym systemie, a także łatwiej ograniczyć ryzyko rozproszenia danych na prywatnych kontaktach członków.

## H

**Historia interakcji** – chronologiczny zapis kontaktów i zdarzeń związanych z daną osobą lub instytucją, obejmujący na przykład: wiadomości, rozmowy telefoniczne, spotkania, udział w wydarzeniu, przekazanie wsparcia, deklarację współpracy, reakcje na komunikację.

W fundraisingu OSP historia interakcji ma znaczenie operacyjne, ponieważ chroni relacje przed „utrata pamięci organizacyjnej”: pozwala nowej osobie w zarządzie lub w zespole fundraisingowym zrozumieć, co już ustalono, jakie są preferencje darczyńcy i w jakim momencie relacji jesteśmy. Historia interakcji jest elementem systemu ewidencji kontaktów i powinna być prowadzona w sposób jednolity: z datą, krótkim opisem, wskazaniem osoby odpowiedzialnej oraz – o ile to możliwe – odniesieniem do dokumentu lub wiadomości w archiwum.

## I

**Identyfikacja wpłat** – zestaw zasad i praktyk, które pozwalają jednoznacznie powiązać wpływ środków z konkretną osobą (lub podmiotem), celem oraz kanałem pozyskania, bez opierania się na domysłach. W realiach OSP problem identyfikacji pojawia się najczęściej przy wpłatach, w których brakuje jasnego opisu, dane nadawcy są niepełne lub wpłata jest zbiorcza (na przykład z wydarzenia). Dlatego identyfikacja wpłat powinna opierać się na „twardych” elementach transakcji: identyfikatorze płatności, danych z formularza (jeżeli kanał go udostępnia), tytule przelewu oraz przypisaniu do kampanii lub źródła pozyskania. Dobrze zaprojektowana identyfikacja wpłat jest fundamentem rzetelnej ewidencji i późniejszej komunikacji (podziękowania, informacja o efektach), a jednocześnie ogranicza ryzyko błędów reputacyjnych.

## K

**Kalendarz współdzielony** - wspólny kalendarz udostępniony osobom zaangażowanym w fundraising, wykorzystywany do planowania terminów działań, publikacji, spotkań z partnerami i kluczowych „kamieni milowych” kampanii. W realiach OSP kalendarz współdzielony jest narzędziem porządkującym pracę w warunkach ograniczonego czasu: pozwala uniknąć sytuacji, w której terminy są trzymane wyłącznie w prywatnych notatnikach lub rozmowach. Z perspektywy Lekcji 5 kalendarz współdzielony jest elementem koordynacji operacyjnej, ale powinien być powiązany z narzędziem organizacji zadań oraz z repozytorium materiałów, aby każdemu terminowi odpowiadał komplet aktualnych dokumentów i ustaleń.

**Karta kontaktu** – podstawowa jednostka zapisu w systemie ewidencji kontaktów, opisująca jedną osobę lub jeden podmiot w sposób umożliwiający zarządzanie relacją w czasie. Karta kontaktu powinna zawierać zestaw danych niezbędnych do prowadzenia komunikacji i obsługi relacji (na przykład imię i nazwisko lub nazwa, kanał kontaktu, zgody komunikacyjne, status relacji, powiązanie z historią wsparcia), a jednocześnie nie powinna gromadzić informacji „na zapas”, które nie są potrzebne w fundraisingu OSP. Praktyczna wartość karty kontaktu polega na tym, że stanowi ona punkt odniesienia dla całej historii interakcji i wsparcia: zamiast szukać informacji w prywatnych skrzynkach pocztowych lub notatnikach poszczególnych osób, OSP odtwarza relację na podstawie jednego, uporządkowanego zapisu.

**Konta funkcjonalne** – konta pocztowe i dostępne przypisane do funkcji lub obszaru działania (na przykład „fundraising@...”, „współpraca@...”, „darowizny@...”), a nie do konkretnej osoby. W OSP konta funkcjonalne są praktycznym standardem zarządczym, ponieważ

ograniczają ryzyko utraty dostępu do korespondencji i narzędzi po zmianie składu zarządu lub zespołu. Z punktu widzenia fundraisingu konta funkcjonalne umożliwiają prowadzenie komunikacji w sposób spójny (jeden nadawca, jedna historia korespondencji), ułatwiają archiwizację i pozwalają wdrożyć kontrolę dostępu (kto ma dostęp i na jakich zasadach). Warunkiem bezpieczeństwa jest powiązanie kont funkcjonalnych z mechanizmami ochrony dostępu (w szczególności uwierzytelnianie wieloskładnikowe i zasada nadawania uprawnień tylko w niezbędnym zakresie).

## L

**Looker Studio** - narzędzie do tworzenia czytelnych raportów i zestawień wizualnych na podstawie danych (na przykład z arkusza), użyteczne w OSP, gdy zarząd lub osoby odpowiedzialne chcą regularnie oglądać te same wskaźniki w spójnej formie. W kontekście Lekcji 5 Looker Studio ma wartość przede wszystkim jako „warstwa prezentacji” - pokazuje wykresy i zestawienia (np. dynamika wpłat w czasie, udział kanałów, porównanie celów), ale nie zastępuje rzetelnego rejestru danych. Z praktycznego punktu widzenia OSP powinna używać takiego narzędzia dopiero wtedy, gdy rejestr wpłat jest jednolity i pozwala na powtarzalne zestawienia bez ręcznego „czyszczenia” danych co miesiąc.

## M

**Menedżer haseł** – narzędzie służące do bezpiecznego przechowywania haseł oraz zarządzania dostęпами do usług wykorzystywanych w fundraisingu (poczta, narzędzia do płatności, repozytorium dokumentów, narzędzia analityczne), w tym do kontrolowanego współdzielenia haseł w ramach zespołu. W praktyce OSP menedżer haseł rozwiązuje dwa kluczowe problemy: (1) eliminuje potrzebę przechowywania haseł w plikach tekstowych lub wysyłania ich w wiadomościach oraz (2) umożliwia zmianę haseł bez utraty ciągłości pracy, gdy zmienia się skład osób uprawnionych. Menedżer haseł powinien umożliwiać nadawanie uprawnień, rejestrowanie zmian oraz szybkie odebranie dostępu osobie, która kończy współpracę; w skrypcie jako przykład rozwiązania z dokumentacją wdrożeniową wskazano m.in. Bitwarden.

**Microsoft 365** - pakiet narzędzi organizacyjnych obejmujący między innymi pocztę, kalendarz, przechowywanie plików, współpracę nad dokumentami i narzędzia koordynacji pracy, wykorzystywany w OSP jako środowisko do zarządzania fundraisingiem. W praktyce Microsoft 365 ułatwia wdrożenie obiegu dokumentów (biblioteki plików), pracy zespołowej nad materiałami oraz kontroli dostępu na poziomie użytkowników i grup. Z perspektywy Lekcji 5 szczególnie istotne jest, aby OSP wykorzystywała rozwiązania „organizacyjne” (konta i zasoby zespołowe), a nie prywatne – wtedy możliwe jest zachowanie ciągłości, wersjonowania oraz rozliczalności zmian.

**Mikrodonacje (darowizny przy okazji transakcji online i offline)** – narzędzie polegające na umożliwieniu przekazania bardzo małej kwoty wsparcia „przy okazji” innej płatności lub działania użytkownika (np. zaokrąglenie rachunku przy kasie, dopłata 1–5 zł przy zakupie

online, szybka darowizna w aplikacji bankowej lub u partnera płatniczego). Skuteczność mikrodonacji opiera się na niskiej barierze decyzji i masowej skali – pojedyncze kwoty są małe, ale łączny efekt może być istotny. W realiach OSP mikrodonacje są szczególnie użyteczne, gdy jednostka potrafi pozyskać partnera lokalnego (sklep, stacja paliw, e-commerce regionalny) lub dołączyć do gotowego programu operatora. Kluczowe jest, aby mechanizm jasno wskazywał beneficjenta (OSP) i cel, a rozliczenie było transparentne (ile trafi do OSP, w jakim trybie i kiedy).

## O

**OneDrive** - narzędzie do przechowywania i udostępniania plików w środowisku Microsoft, wykorzystywane w OSP do gromadzenia materiałów i dokumentów fundraisingowych oraz do współpracy nad plikami. W praktyce OneDrive jest użyteczny, gdy OSP potrzebuje szybkiego współdzielenia dokumentów z zachowaniem kontroli uprawnień, jednak kluczowe jest stosowanie zasady ostrożnego udostępniania: pliki zawierające dane kontaktowe darczyńców lub inne informacje wrażliwe nie powinny być udostępniane w sposób niekontrolowany (np. szerokim linkiem bez ograniczeń), lecz w trybie imiennego dostępu zgodnego z rolą w OSP. Największą wartość OneDrive osiąga wtedy, gdy jest częścią spójnego repozytorium i standardu wersjonowania dokumentów, a nie „przechowalnią” prywatnych kopii plików.

## P

**Payroll giving (darowizny z pensji)** – forma regularnego wsparcia, w której pracownik dobrowolnie upoważnia pracodawcę do potrącania z wynagrodzenia określonej kwoty i przekazywania jej na rzecz organizacji (np. OSP) w ustalonych cyklach. Cechą narzędzia jest stabilność wpływów oraz relacyjny charakter współpracy z firmą (często powiązany z programem wolontariatu pracowniczego lub dopasowaniem wpłat przez pracodawcę, jeśli firma stosuje taki mechanizm). W praktyce OSP payroll giving sprawdza się szczególnie w gminach i powiatach z większym zakładem pracy, gdy OSP ma wiarygodny, konkretny cel i potrafi przygotować prostą dokumentację (opis programu, dane do przelewów, zasady raportowania). Warunkiem poprawnego wdrożenia jest dobrowolność, jasna zgoda pracownika, właściwa obsługa danych osobowych oraz spójne raportowanie wpływów.

**Power BI** - narzędzie do analizy danych i tworzenia raportów, przydatne w OSP, gdy organizacja chce budować bardziej rozbudowane zestawienia niż typowe raporty arkuszowe, na przykład łącząc dane z kilku źródeł (rejestr wpłat, kanały płatności, zestawienia bankowe). W kontekście Lekcji 5 Power BI jest rozwiązaniem „nadbudowującym” analitykę: pozwala tworzyć raporty z filtrami i przekrojami, ale jego skuteczność zależy od jakości danych wejściowych. W praktyce OSP powinna sięgać po Power BI wtedy, gdy ma stabilny model ewidencji wpłat i jasne zasady raportowania, a celem jest skrócenie czasu przygotowania raportów okresowych oraz zwiększenie ich czytelności dla zarządu i interesariuszy.

**Procent od wartości zakupów online** – narzędzie fundraisingu oparte o marketing afiliacyjny, w którym sklep internetowy dzieli się częścią swojej prowizji/komisji z organizacją wskazaną przez kupującego (lub wybraną w programie), bez podnoszenia ceny dla kupującego. W praktyce realizowane jest najczęściej przez platformy pośredniczące, które integrują sklepy i organizacje oraz rozliczają należne kwoty. Dla OSP jest to narzędzie niskonakładowe: wymaga dołączenia do programu i konsekwentnej komunikacji wśród sympatyków („kupujesz online – możesz wesprzeć OSP bez dopłaty”). Skuteczność rośnie, gdy OSP ma aktywną społeczność w mediach społecznościowych i potrafi utrzymywać cykliczne przypomnienia w okresach zwiększonych zakupów (np. święta, początek roku szkolnego).

## R

**Repozytorium dokumentów** – centralne miejsce przechowywania plików i materiałów fundraisingowych OSP, zapewniające uporządkowaną strukturę, kontrolę uprawnień i możliwość wersjonowania. Repozytorium obejmuje typowo: wzory pism, grafiki, materiały do komunikacji, umowy, potwierdzenia, zestawienia ewidencyjne oraz dokumenty związane z kampaniami. Praktyczna wartość repozytorium polega na tym, że ogranicza chaos organizacyjny: zamiast wielu kopii tych samych plików na prywatnych komputerach, OSP ma jeden punkt odniesienia, w którym łatwo znaleźć aktualną wersję materiału i odtworzyć, kto i kiedy wprowadził zmiany. Repozytorium może być realizowane w ramach pakietów pracy grupowej (na przykład Google Workspace lub Microsoft 365) albo rozwiązań instalowanych i utrzymywanych przez organizację (na przykład Nextcloud), przy czym zawsze kluczowe są: uprawnienia, kopie zapasowe i porządek nazewniczy.

## S

**Segmentacja listy odbiorców** – podział bazy kontaktów na spójne grupy, które różnią się potrzebą informacyjną, relacją z OSP lub historią wsparcia, tak aby komunikacja była adekwatna i nie powodowała „zmęczenia” odbiorców. Segmentacja w OSP ma wymiar praktyczny: inne informacje są istotne dla darczyńców cyklicznych, inne dla mieszkańców wspierających okazjonalnie, inne dla firm lokalnych, a jeszcze inne dla instytucji publicznych i partnerów. Narzędziowo segmentacja oznacza konieczność prowadzenia ewidencji w sposób umożliwiający filtrowanie i wybór grup (na przykład według źródła pozyskania, kwoty, celu wsparcia, daty ostatniego kontaktu), a następnie wysyłkę komunikacji dopasowanej do segmentu. Dobrze prowadzona segmentacja zwiększa skuteczność komunikacji, a jednocześnie wspiera zgodność i transparentność, ponieważ łatwiej jest kontrolować, do kogo i w jakim celu wysyłane są informacje.

**SMS charytatywny** – narzędzie umożliwiające przekazanie wsparcia poprzez wysłanie płatnej wiadomości SMS na specjalny numer, przy czym część lub całość opłaty (w zależności od modelu i umów) jest przekazywana na wskazany cel. Z punktu widzenia organizacji jest to narzędzie wymagające formalnego i technicznego przygotowania: współpracy z operatorami i integratorem, zgodnej komunikacji ceny (w szczególności ceny brutto dla użytkownika) oraz rejestracji numeru w odpowiednim rejestrze. W realiach OSP SMS charytatywny bywa

szczególnie przydatny w kampaniach o dużym zasięgu medialnym lub w sytuacjach wymagających szybkiej mobilizacji wsparcia (np. doposażenie po zdarzeniu, pilna potrzeba sprzętowa), o ile OSP dysponuje zasobami do przeprowadzenia kampanii zgodnie z procedurami.

**System zarządzania zadaniami** – narzędzie służące do planowania i koordynacji pracy fundraisingowej w OSP poprzez przypisywanie zadań, terminów, odpowiedzialności oraz monitorowanie postępu. W praktyce system zarządzania zadaniami jest odpowiedzią na typowe wyzwanie OSP: działania są realizowane równolegle do służby i pracy zawodowej członków, a rotacja osób w zespołach powoduje ryzyko „zgubienia” spraw. Narzędzia tego typu pozwalają utrzymać porządek w przygotowaniu kampanii, obsłudze komunikacji, rozliczaniu materiałów i aktualizacji ewidencji, bez uzależniania procesu od jednej osoby. W skrypcie jako przykładowe rozwiązania występują narzędzia znane na rynku (na przykład Trello), przy czym kluczowe jest, aby wybrane narzędzie było możliwe do utrzymania organizacyjnie i wspierało standard raportowania wewnętrznego.

## T

**Telefundraising** – pozyskiwanie darowizn poprzez kontakt telefoniczny z darczyńcami aktualnymi lub potencjalnymi, realizowany przez przeszkolonych pracowników lub wolontariuszy (rzadziej: przez wyspecjalizowanego wykonawcę). Telefundraising może służyć zarówno pozyskaniu wpłaty, jak i utrzymaniu relacji (podziękowanie, odnowienie wsparcia, aktualizacja danych, zaproszenie do wsparcia cyklicznego). W przypadku OSP narzędzie jest użyteczne przede wszystkim w pracy na bazie własnych kontaktów (np. darczyńcy z wydarzeń, osoby wspierające jednostkę lokalnie), gdzie istnieje kontekst relacyjny i zaufanie. Należy bezwzględnie stosować zasady legalnej komunikacji marketingowej i ochrony danych, w tym respektować wymogi dotyczące kontaktu w celach marketingu bezpośredniego z użyciem usług łączności elektronicznej.

**Testament (wsparcie testamentowe)** – forma fundraisingu długoterminowego (planned giving), w której osoba prywatna rozrządza majątkiem na wypadek śmierci i wskazuje organizację (np. OSP) jako spadkobiercę, zapisobiercę lub beneficjenta określonego świadczenia. Testament jest instytucją prawa spadkowego – majątkiem na wypadek śmierci można rozrządzić wyłącznie przez testament, a przepisy określają dopuszczalne formy i warunki ważności. W praktyce fundraising testamentowy w OSP polega na prowadzeniu komunikacji edukacyjnej i relacyjnej (bez presji), budowaniu wiarygodności oraz przygotowaniu organizacji do przyjęcia i rozliczenia świadczenia (procedury, transparentność, kontakt dla notariuszy i rodzin). Ze względu na wysoką wrażliwość reputacyjną, OSP powinna stosować szczególnie ostrożny język komunikacji oraz rekomendować konsultację notarialną osobom zainteresowanym.

**Trello** - narzędzie organizacji pracy oparte na tablicach, listach i kartach, wykorzystywane w OSP do koordynacji działań fundraisingowych: od przygotowania materiałów, przez uzgodnienia, po publikację i archiwizację. W praktyce Trello jest szczególnie użyteczne, gdy

OSP potrzebuje prostego widoku „co jest do zrobienia, co w toku, co zatwierdzone, co zakończone”, a jednocześnie chce przypisywać odpowiedzialność i terminy. Warunkiem skuteczności jest konsekwentne powiązanie kart z konkretnymi plikami w repozytorium dokumentów (zamiast wgrywania wielu kopii załączników) oraz przyjęcie zasady, że karta odzwierciedla stan pracy, a repozytorium jest miejscem przechowywania wersji finalnych.

## U

**Uwierzytelnianie wieloskładnikowe** – mechanizm zabezpieczenia dostępu do kont i usług, w którym – oprócz hasła – wymagany jest co najmniej jeden dodatkowy element potwierdzający tożsamość użytkownika (na przykład kod z aplikacji uwierzytelniającej lub potwierdzenie na urzędzeniu). W realiach OSP, gdzie te same narzędzia mogą być używane przez kilka osób w różnych okresach, uwierzytelnianie wieloskładnikowe jest praktycznym standardem ograniczającym ryzyko przejęcia konta i utraty danych (w tym danych kontaktowych darczyńców). Mechanizm ten ma szczególne znaczenie dla narzędzi związanych z płatnościami, pocztą elektroniczną i repozytoriami dokumentów, ponieważ ich przejęcie może prowadzić do strat finansowych i reputacyjnych. W skrypcie wskazano materiały edukacyjne dotyczące silnych haseł i uwierzytelniania wieloskładnikowego jako element podstawowej higieny cyfrowej zespołu.

## W

**Wersjonowanie dokumentów** – funkcja narzędzi do pracy z dokumentami, która pozwala rejestrować kolejne wersje pliku, porównywać zmiany i – w razie potrzeby – przywrócić wcześniejszą wersję. W fundraisingu OSP wersjonowanie jest szczególnie ważne przy materiałach, które często podlegają aktualizacji (teksty apeli, opisy celów, wzory podziękowań, zestawienia danych), ponieważ ogranicza ryzyko korzystania z nieaktualnych plików lub przypadkowego nadpisania treści. W praktyce wersjonowanie działa najlepiej wtedy, gdy dokumenty są tworzone i przechowywane w repozytorium umożliwiającym historię zmian oraz pracę zespołową, a dostęp jest kontrolowany. Wersjonowanie wspiera również rozliczalność: pozwala ustalić, kto wprowadził zmianę i z jakiego powodu, co jest przydatne przy zachowaniu spójności komunikacji OSP.

**Wpłatcam (ngo.pl)** – narzędzie do przyjmowania wpłat elektronicznych dedykowane organizacjom społecznym, udostępniające mechanizmy zbierania środków online oraz wsparcie w obsłudze transakcyjnej. W kontekście narzędzi skutecznego fundaisera kluczowe jest to, że Wpłatcam może pełnić rolę zorganizowanego kanału wpłat, który pozwala ograniczyć improwizację (na przykład zbieranie wpłat „na różne linki”) i ułatwia identyfikację oraz ewidencję wpływów dzięki danym transakcyjnym i raportom. W praktyce OSP wykorzystuje takie narzędzie jako stały element infrastruktury fundraisingowej: link do wpłat można umieszczać w komunikacji, na stronie, w materiałach informacyjnych, a obsługa wpłat jest bardziej spójna niż w przypadku rozproszonych rozwiązań. Strona narzędzia i informacje: <https://wplacam.ngo.pl/> oraz <https://wplacam.ngo.pl/faq>.

**Wydarzenia specjalne** – działania fundraisingowe oparte na organizacji wydarzenia, które mobilizuje społeczność i generuje przychód lub darowizny (np. piknik strażacki, bieg charytatywny, koncert, turniej, dzień otwarty remizy, szkolenie z elementem wpłaty). Wydarzenie może łączyć kilka mechanizmów: sprzedaż biletów/cegiełek, darowizny na miejscu, aukcje, mikrodonacje, partnerstwa lokalnych firm. Dla OSP wydarzenia specjalne są narzędziem nie tylko finansowym, ale też wizerunkowym i rekrutacyjnym. Jednocześnie wymagają uporządkowania formalnego: jeżeli w ramach wydarzenia dochodzi do zbierania ofiar w gotówce lub w naturze w miejscu publicznym, należy ocenić, czy działanie stanowi zbiórkę publiczną w rozumieniu ustawy; jeżeli pojawiają się mechanizmy losowe (np. losy, „loteria fantowa”), trzeba uwzględnić regulacje dotyczące gier losowych.

## Z

**Zestawienie wskaźników fundraisingu** – okresowy (na przykład miesięczny lub kwartalny) raport operacyjny pokazujący podstawowe wyniki fundraisingu w OSP w sposób porównywalny w czasie, umożliwiający podejmowanie decyzji na podstawie danych. Zestawienie wskaźników powinno obejmować co najmniej: liczbę wpłat, łączną kwotę, strukturę źródeł (kanały), dynamikę w czasie oraz proste informacje o aktywności komunikacyjnej (na przykład liczba wysyłek biuletynu i reakcje odbiorców, jeżeli narzędzie to umożliwia). Narzędziowo zestawienie jest najczęściej tworzone w arkuszu kalkulacyjnym lub w narzędziu raportowym, które potrafi pobierać dane z ewidencji wpłat i prezentować je w formie czytelnych tabel i wykresów; kluczowe jest zachowanie spójnych definicji wskaźników, aby porównania nie były pozorne.

**Zintegrowany pakiet pracy grupowej** – zestaw narzędzi zapewniających spójną infrastrukturę pracy zespołowej w OSP, zwykle obejmujący pocztę elektroniczną, kalendarze, repozytorium plików, edytory dokumentów oraz zarządzanie użytkownikami i uprawnieniami. W fundraisingu OSP pakiet pracy grupowej jest rozwiązaniem systemowym: zamiast łączyć wiele niespójnych narzędzi, organizacja korzysta z jednego ekosystemu, w którym łatwiej wdrożyć standardy pracy (konta funkcjonalne, archiwizacja, kontrola dostępu, wersjonowanie, współdzielenie). Praktyczna przewaga polega na tym, że OSP może precyzyjnie kontrolować, kto ma dostęp do danych i materiałów oraz jak wygląda ciągłość pracy przy zmianach osób w zarządzie. W skrypcie wskazano wprost rozwiązania tego typu jako typowe zaplecze organizacyjne, na którym opiera się ewidencja kontaktów, obieg dokumentów i komunikacja.

## BIBLIOGRAFIA I ŹRÓDŁA

1. Airtable, <https://www.airtable.com>;
2. Asana Help Center, „Understanding projects” oraz „Understanding tasks”, [https://help.asana.com/s/article/understanding-projects?language=en\\_US](https://help.asana.com/s/article/understanding-projects?language=en_US);
3. Bitrix24, <https://www.bitrix24.pl/>;
4. Bitwarden Help, „Organizations Quick Start”, <https://bitwarden.com/help/getting-started-organizations/>;
5. BLIK, „Jak korzystać z BLIKA? – Płatności w internecie z kodem BLIK”, <https://www.blik.com/jak-korzystac-z-blika>;
6. CERT Polska, „Kompleksowo o hasłach”, <https://cert.pl/posts/2022/01/kompleksowo-o-haslach/>;
7. CERT Polska, „Poradnik ransomware”, [https://cert.pl/uploads/docs/CERT\\_Polska\\_Poradnik\\_ransomware.pdf](https://cert.pl/uploads/docs/CERT_Polska_Poradnik_ransomware.pdf);
8. CiviCRM, „Home”, <https://civicrm.org>;
9. Dudek Ł., ePoradnik RODO dla NGO, Konfederacja Inicjatyw Pozarządowych Rzeczypospolitej, Warszawa 2019, [https://niw.gov.pl/wp-content/uploads/2021/07/RODOdlaNGO\\_poradnik.pdf](https://niw.gov.pl/wp-content/uploads/2021/07/RODOdlaNGO_poradnik.pdf);
10. FaniMani (pomoc), „Co trzeba zrobić, aby zbierać darowizny do zakupów online?” (opis rejestracji organizacji i rozpoczęcia zbierania), <https://fanimani.pl/pomoc/dla-organizacji/fanimani/co-trzeba-zrobic-aby-zbierac-darowizny-do-zakupow-online/>;
11. FaniMani (pomoc), „Jak działają płatności FaniPAY”, <https://fanimani.pl/pomoc/dla-organizacji/fanipay/poczatek-czyli-start/jak-dzialaja-platnosci-fanipay/>;
12. FaniMani, „Zarejestruj organizację” (opis, że FaniMani to darowizny od zakupów online oraz że konto organizacji daje dostęp do dodatkowych narzędzi), <https://fanimani.pl/rejestracja-organizacji/>;
13. FaniMani.pl, „Jak mogę sprawdzić ile pieniędzy dostała moja organizacja za zakupy internautów?”, pomoc FaniMani, <https://fanimani.pl/pomoc/dla-organizacji/fanimani/jak-moge-sprawdzic-ile-pieniedzy-dostala-moja-organizacja-za-zakupy-internautow/>;
14. FaniMani.pl, „Statusy darowizn od zakupów online” (kategoria: OSP), pomoc FaniMani, <https://fanimani.pl/pomoc/osp/statusy-darowizn/>;
15. Fundacja FaniMani, „Dla organizacji pozarządowych – jak dołączyć / zasady wspierania”, <https://fanimani.pl>;
16. GetResponse – Pomoc, „Wiadomość potwierdzająca subskrypcję”, <https://www.getresponse.pl/pomoc/wiadomosc-potwierdzajaca-subskrypcje.html>;

17. Google Calendar Help, „Share your calendar with people or groups”  
<https://support.google.com/calendar/answer/37082?co=GENIE.Platform%3DDesktop&hl=en>;
18. Google Cloud Documentation, „Create a report from Google Sheets” (Looker Studio),  
<https://docs.cloud.google.com/looker/docs/studio/create-a-report-from-google-sheets>;
19. Google Docs Editors Help, „Create & use pivot tables” (Google Sheets),  
<https://support.google.com/docs/answer/1272900?co=GENIE.Platform%3DDesktop&hl=en>;
20. Google Docs Editors Help, „Protect, hide & edit sheets – Protect sheets and ranges”,  
<https://support.google.com/docs/answer/1218656?co=GENIE.Platform%3DDesktop&hl=en>;
21. Google Help, „Check activity & file versions” oraz Google Docs Editors Help, „Find what’s changed in a file”  
<https://support.google.com/drive/answer/2409045?co=GENIE.Platform%3DAndroid&hl=en>;
22. Google Workspace Admin / Users Help, „What are shared drives?” (pliki w dyskach współdzielonych należą do zespołu; trwałość zasobów),  
<https://support.google.com/a/users/answer/7212025?hl=en>;
23. Google Workspace Admin Help, „Grupy ze wspólną skrzynką odbiorczą”,  
<https://support.google.com/a/users/answer/167430?hl=pl>;
24. Google Workspace Admin Help, „Protect your business with 2-Step Verification”,  
<https://support.google.com/a/answer/175197?hl=en>;
25. Google Workspace Admin Help, „Tworzenie grupy ze wspólną skrzynką odbiorczą”,  
<https://support.google.com/a/users/answer/10375787?hl=pl>;
26. Google Workspace productivity guide, „Best practices and tips for shared drives” (w tym: konwencje nazewnictwa),  
<https://support.google.com/a/users/answer/13015138?hl=en>;
27. Google, „Google Sheets: Online Spreadsheets & Templates”,  
<https://workspace.google.com/products/sheets/>;
28. Gov.pl, „Dobre praktyki dotyczące silnych haseł i uwierzytelniania wieloskładnikowego”, materiał edukacyjny,  
<https://www.gov.pl/attachment/900afa9a-1838-468b-820a-669a821fde5d>;
29. Gov.pl, „Jak nie stracić swoich danych, czyli kopie zapasowe w pigułce”, Baza wiedzy,  
<https://www.gov.pl/web/baza-wiedzy/jak-nie-stracic-swoich-danych-czyli-kopie-zapasowe-w-pigulce>;
30. HubSpot, „Streamline Your Entire Business With a Free CRM”,  
<https://www.hubspot.com/products/crm>;

31. MailerLite Help, „Jak zastosować podwójne potwierdzenie zapisu przy zbieraniu odbiorców”, <https://www.mailerlite.com/pl/help/how-to-use-double-opt-in-when-collecting-subscribers>;
32. MailerLite Help, „Jak zastosować podwójne potwierdzenie zapisu przy zbieraniu odbiorców”, op.cit.; Mailchimp Help, „Choose opt-in settings”, <https://mailchimp.com/help/set-signup-preferences/>;
33. Meta Business Help Center, „Skrzynka odbiorcza w Meta Business Suite – informacje”, <https://pl-pl.facebook.com/business/help/294426838452244>;
34. Microsoft Learn, „About version history – SharePoint in Microsoft 365” (historia wersji w SharePoint i OneDrive jako element ochrony danych i odtwarzania zmian), <https://learn.microsoft.com/en-us/sharepoint/version-overview>;
35. Microsoft Learn, „Konfigurowanie ustawień udostępnionej skrzynki pocztowej”, <https://learn.microsoft.com/pl-pl/microsoft-365/admin/email/configure-a-shared-mailbox?view=o365-worldwide>;
36. Microsoft Learn, „Tutorial: From Excel workbook to stunning report in Power BI Desktop”, <https://learn.microsoft.com/en-us/power-bi/create-reports/desktop-excel-stunning-report>;
37. Microsoft Learn, „Tworzenie udostępnionej skrzynki pocztowej”, <https://learn.microsoft.com/pl-pl/microsoft-365/admin/email/create-a-shared-mailbox?view=o365-worldwide>;
38. Microsoft Learn, „Udostępnione skrzynki pocztowe — informacje”, <https://learn.microsoft.com/pl-pl/microsoft-365/admin/email/about-shared-mailboxes?view=o365-worldwide>;
39. Microsoft Support, „Add a SharePoint page, list, or document library as a tab in Teams” (udostępnianie bibliotek dokumentów w kanałach Teams), <https://support.microsoft.com/en-us/office/add-a-sharepoint-page-list-or-document-library-as-a-tab-in-teams-131edef1-455f-4c67-a8ce-efa2ebf25f0b>;
40. Microsoft Support, „Create a PivotTable to analyze worksheet data”, <https://support.microsoft.com/en-us/office/create-a-pivottable-to-analyze-worksheet-data-a9a84538-bfe9-40a9-a8e9-f99134456576>;
41. Microsoft Support, „How versioning works in lists and libraries” (śledzenie i odzyskiwanie wcześniejszych wersji), <https://support.microsoft.com/en-us/office/how-versioning-works-in-lists-and-libraries-0f6cd105-974f-44a4-aadb-43ac5bdfd247>;
42. Microsoft Support, „Introduction to libraries” (biblioteka dokumentów jako miejsce współpracy nad plikami na stronie SharePoint), <https://support.microsoft.com/en-us/office/introduction-to-libraries-7d4221d9-8fb9-40d5-8441-2374c84b5e26>
43. Microsoft Support, „Share and access a calendar with edit or delegate permissions in Outlook” (udostępnianie kalendarza z uprawnieniami edycji/delegowania),

<https://support.microsoft.com/en-us/office/share-and-access-a-calendar-with-editor-delegate-permissions-in-outlook-532e6410-ee80-42b5-9b1b-a09345ccef1b>;

44. Microsoft Support, „Share OneDrive files and folders”,  
<https://support.microsoft.com/en-us/office/share-onedrive-files-and-folders-9fcc2f7d-de0c-4cec-93b0-a82024800c07>;
45. Microsoft, „Excel | Microsoft 365”, <https://www.microsoft.com/pl-pl/microsoft-365/excel>;
46. Microsoft, „Manage your tasks in Microsoft Planner” (funkcje: moje zadania, wykresy, harmonogram), <https://support.microsoft.com/en-us/office/manage-your-tasks-in-microsoft-planner-7e3d66b4-684d-4a2f-8fbe-908c614d8314>;
47. Microsoft, „Planner help & learning” (centrum pomocy Microsoft Planner),  
<https://support.microsoft.com/en-us/planner>;
48. Ministerstwo Spraw Wewnętrznych i Administracji, „Zgłoś zbiórkę publiczną”,  
<https://www.gov.pl/web/mswia/zglos-zbiorke-publiczna>;
49. Nextcloud User Manual, „Version control” (wersjonowanie i przywracanie wcześniejszych wersji plików),  
[https://docs.nextcloud.com/server/latest/user\\_manual/en/files/version\\_control.html](https://docs.nextcloud.com/server/latest/user_manual/en/files/version_control.html);
50. Odoo, „Free online CRM software”, <https://www.odoo.com/app/crm>;
51. Olszewska M., „Narzędzia do fundraisingu”, *Poradnik – ngo.pl*,  
[https://poradnik.ngo.pl/narzedzia-do-fundraisingu?utm\\_source=chatgpt.com](https://poradnik.ngo.pl/narzedzia-do-fundraisingu?utm_source=chatgpt.com);
52. Portal Zbiórek Publicznych (MSWiA), „Portal zbiórek”,  
<https://zbiorki.gov.pl/zbiorki/index>;
53. Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2016/679 z dnia 27 kwietnia 2016 r. (dyrektywa 95/46/WE, RODO), <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PL/TXT/PDF/?uri=CELEX:32016R0679>);
54. Salesforce, „Nonprofit Cloud”, <https://www.salesforce.com/nonprofit/cloud>;
55. Shoper – Centrum Pomocy, „Efektywny zapis na newsletter przy użyciu Freshmail”,  
<https://www.shoper.pl/learn/artykul/efektywny-zapis-na-newsletter-z-wykorzystaniem-freshmaila>;
56. SMSAPI, „Dokumentacja i przykłady”, <https://www.smsapi.pl/docs>;
57. SuiteCRM, „SuiteCRM”, <https://suitecrm.com>;
58. The Document Foundation (LibreOffice), „Calc”,  
<https://www.libreoffice.org/discover/calc>;
59. Trello, „Trello 101: How to Use Trello Boards & Cards”,  
<https://trello.com/guide/trello-101>;

60. Urząd Komunikacji Elektronicznej, „Zgłoszenie numeru do rejestru usług o podwyższonej opłacie – instrukcje / formularze”, (strona BIP UKE dotycząca zgłoszeń do rejestru, <https://bip.uke.gov.pl/>;
61. Urząd Ochrony Danych Osobowych (UODO), „Zgłaszanie naruszeń”, materiał informacyjny, <https://uodo.gov.pl/pl/525/2584>;
62. Ustawa z dnia 12 lipca 2024 r. – Prawo komunikacji elektronicznej, Dz.U. 2024 poz. 1221, art. 398, <https://isap.sejm.gov.pl/isap.nsf/download.xsp/WDU20240001221/O/D20241221.pdf>;
63. Ustawa z dnia 14 marca 2014 r. o zasadach prowadzenia zbiórek publicznych, Dz.U. 2014 poz. 498, <https://dziennikustaw.gov.pl/DU/2014/498/D2014000049801.pdf>;
64. Ustawa z dnia 19 listopada 2009 r. o grach hazardowych, Dz.U. 2025 poz. 595, <https://dziennikustaw.gov.pl/DU/2025/595/D2025000059501.pdf>;
65. Ustawa z dnia 23 kwietnia 1964 r. – Kodeks cywilny, Dz.U. 2025 poz. 1071, <https://dziennikustaw.gov.pl/DU/2025/1071/D2025000107101.pdf>;
66. Wpłatam (ngo.pl), „Wpłatam” (opis narzędzia, informacje o prowizji i obsłudze płatności przez PayU), <https://wplacam.ngo.pl/>;
67. Zoho, „Zoho CRM”, <https://www.zoho.com/crm>;
68. Związek Ochotniczych Straży Pożarnych RP, *OSP – działaj sprawnie! Poradnik dla zarządców i nie tylko*, stan prawny 1.05.2023, fragment: „Formalnie OSP to stowarzyszenia...”, [https://zosprp.pl/wp-content/uploads/2023/12/PoradnikOSP\\_potencjal\\_mlodych2023.pdf](https://zosprp.pl/wp-content/uploads/2023/12/PoradnikOSP_potencjal_mlodych2023.pdf);

## CHECKLISTA

Poniższa checklista służy do samodzielnej analizy, czy OSP ma spójny, bezpieczny i użyteczny zestaw narzędzi oraz standardów pracy w obszarach obejmujących m.in. bazę kontaktów i historii wsparcia, przyjmowanie wpłat i ich identyfikacja, komunikację i biuletyn elektroniczny, organizację pracy i obieg materiałów, analitykę oraz bezpieczeństwo informacji.

### Instrukcja do checklisty:

Przy każdym kryterium proszę zaznaczyć jedną odpowiedź: **TAK / CZĘŚCIOWO / NIE / NIE DOTYCZY**.

- **TAK** – rozwiązanie działa systemowo (nie incydentalnie), jest stosowane powtarzalnie i da się je wykazać dowodem;
- **CZĘŚCIOWO** – rozwiązanie istnieje, ale jest niepełne, nieregularne, zależne od jednej osoby albo nieudokumentowane;
- **NIE** – rozwiązania brak albo nie da się go wykazać;
- **NIE DOTYCZY** – kryterium obiektywnie nie ma zastosowania (w „Uwagach” wpisz krótkie uzasadnienie).

W „Uwagach” proszę wpisać trzy elementy:

- dowód (np. link do pliku, zrzut ekranu ustawień, nazwa raportu, lokalizacja w folderze);
- luka (co dokładnie jest niekompletne lub niespójne);
- ryzyko (praktyczna konsekwencja: np. brak możliwości podziękowania, błędna identyfikacja wpłaty, utrata danych, ujawnienie danych osobowych).

Jak interpretować wynik?

Po wypełnieniu checklisty proszę potraktować odpowiedzi NIE jako sygnał braków, które wymagają uporządkowania. W pierwszej kolejności proszę zająć się tymi punktami, które tworzą ryzyko operacyjne lub prawne (na przykład brak kontroli dostępu do narzędzi, brak uporządkowanej ewidencji wpłat albo brak możliwości odtworzenia, kto miał dostęp do danych). Następnie priorytetowo proszę potraktować te braki, które blokują prowadzenie relacji i raportowanie, czyli utrudniają podziękowania, informowanie o efektach oraz analizę wyników (na przykład brak powiązania wpłat z kontaktami lub brak archiwizacji komunikacji). Dopiero w dalszej kolejności proszę zająć się elementami, które poprawiają wygodę pracy, ale nie zatrzymują podstawowych procesów.

Nr	Pytanie kontrolne	(TAK / CZĘŚCIOWO / NIE / NIE DOTYCZY)	Uwagi
1.	Czy OSP posiada jedno, centralne miejsce ewidencji kontaktów i historii wsparcia (a nie rozproszone listy w prywatnych telefonach, komunikatorach i plikach), wskazane jako „źródło prawdy” dla fundraisingu?		
2.	Czy struktura ewidencji pozwala odróżnić kontakt (osoba/podmiot) od zdarzenia wsparcia (wpłata/darowizna		

**SFINANSOWANO ZE ŚRODKÓW NARODOWEGO INSTYTUTU WOLNOŚCI – CENTRUM ROZWOJU SPOŁECZEŃSTWA OBYWATELSKIEGO  
W RAMACH RZĄDOWEGO PROGRAMU FUNDUSZ INICJATYW OBYWATELSKICH NOWEFIO NA LATA 2021-2030**

	rzeczowa/inne), tak aby historia wsparcia była zapisywana jako osobne pozycje, a nie jako opis „w notatce”?		
3.	Czy każdy kontakt ma unikalny identyfikator (np. numer rekordu), a ewidencja minimalizuje duplikaty (ta sama osoba nie występuje wielokrotnie pod różnymi zapisami)?		
4.	Czy OSP ma zdefiniowany i stosowany minimalny zestaw danych w bazie (tylko to, co potrzebne do relacji i rozliczalności), wraz z polem „źródło pozyskania kontaktu” (np. wydarzenie, strona, wpłata internetowa)?		
5.	Czy w bazie kontaktów odnotowuje się status komunikacji (np. zgoda na biuletyn elektroniczny / brak zgody / rezygnacja) w sposób, który pozwala to później wykazać i respektować?		
6.	Czy OSP ma sporządzoną i aktualną „mapę kanałów przyjmowania wpłat” (np. przelew bankowy, płatności internetowe, FaniPay, Wpłacam, PayU, FaniMani), wraz z informacją, kto ma dostęp administracyjny do każdego kanału?		
7.	Czy OSP wybrała i skonfigurowała co najmniej jedno narzędzie do wpłat internetowych odpowiednie dla OSP (np. Wpłacam, FaniPay, PayU) oraz potrafi pobrać z niego raport wpłat zawierający dane niezbędne do identyfikacji i podziękowania (w zakresie, jaki narzędzie udostępnia)?		
8.	Czy OSP korzysta (jeżeli to dla niej zasadne) z narzędzi typu „darowizny od zakupów” (np. FaniMani) w sposób umożliwiający kontrolę statusów i rozliczeń oraz przypisanie wpływów do ewidencji wsparcia?		
9.	Czy OSP stosuje jednolity standard identyfikacji celu wpłaty (np. wymagany format tytułu przelewu lub wybór celu w formularzu), tak aby dało się powiązać wpłatę z celem oraz kampanią bez domysłów?		
10.	Czy OSP potrafi wykonać uzgodnienie wpłat: zestawić wpłaty z narzędzia (raport) z wpływami na rachunku bankowym, uwzględniając koszty i prowizje, oraz archiwizuje wynik uzgodnienia?		
11.	Czy OSP ma zdefiniowany standard obsługi sytuacji trudnych: wpłaty anonimowe, wpłaty bez danych kontaktowych, błędne tytuły wpłat, wpłaty wymagające wyjaśnienia (tak, aby ewidencja była spójna i rozliczalna)?		
12.	Czy OSP prowadzi komunikację fundraisingową z wykorzystaniem rozwiązania organizacyjnego (np. wspólna skrzynka e-mail lub dostęp współdzielony), tak aby historia kontaktu nie była „uwięziona” na prywatnym koncie jednej osoby?		
13.	Czy OSP, wysyłając biuletyn elektroniczny, używa narzędzia wyspecjalizowanego (np. MailerLite, GetResponse) zapewniającego formularz zapisu, obsługę rezygnacji,		

SFINANSOWANO ZE ŚRODKÓW NARODOWEGO INSTYTUTU WOLNOŚCI – CENTRUM ROZWOJU SPOŁECZEŃSTWA OBYWATELSKIEGO  
W RAMACH RZĄDOWEGO PROGRAMU FUNDUSZ INICJATYW OBYWATELSKICH NOWEFIO NA LATA 2021-2030

	archiwum wysyłek i metadane potwierdzające zapis, zamiast wysyłki masowej ze zwykłej poczty?		
14.	Czy zasada archiwizacji komunikacji jest wdrożona tak, aby OSP mogła odtworzyć: co wysłano, kiedy, do kogo, w jakim celu (w tym podziękowania i potwierdzenia), oraz powiązać to z rekordem kontaktu?		
15.	Czy OSP posiada wybrane narzędzie porządkujące pracę fundraisingową (harmonogram, zadania, odpowiedzialności), tak aby decyzje i status działań nie były utrzymywane wyłącznie w wiadomościach i rozmowach?		
16.	Czy OSP ma jedno repozytorium dokumentów i materiałów (np. Google Drive lub OneDrive) z logiczną strukturą folderów, tak aby grafiki, wzory pism, raporty, zestawienia i dokumenty były łatwe do znalezienia oraz nie istniało wiele „równoległych wersji”?		
17.	Czy OSP stosuje standard nazewnictwa plików i wersjonowania (np. data, temat, numer wersji, osoba zatwierdzająca), który pozwala bezspornie ustalić, który dokument jest aktualny?		
18.	Czy OSP sporządza cykliczne zestawienia wyników fundraisingu oparte na danych (np. wpływy według kanałów, dynamika w czasie, podział na cele), a źródło danych jest jednoznaczne (baza + raporty wpłat)?		
19.	Czy OSP ma skonfigurowane narzędzie raportowe adekwatne do skali (np. Looker Studio, Power BI) i potrafi wskazać, jak z danych źródłowych powstaje raport (żeby raport był weryfikowalny)?		
20.	Czy OSP wdrożyła minimalne mechanizmy bezpieczeństwa informacji dla narzędzi fundraisingowych: silne hasła i uwierzytelnianie wieloskładnikowe, kontrolę dostępu do plików (bez publicznego udostępniania danych osobowych), kopie zapasowe zgodnie z zasadą 3-2-1 oraz gotowość do działania w razie incydentu?		

## PYTANIA DO ANALIZY (do dyskusji)

Poniższe pytania służą do samodzielnej analizy albo do moderowanej dyskusji w OSP nad tym, czy jednostka ma uporządkowany i bezpieczny zestaw narzędzi wspierających fundraising (od ewidencji kontaktów, przez przyjmowanie darowizn i komunikację, po raportowanie oraz bezpieczeństwo informacji).

1. **Czy OSP posiada spójną „mapę narzędzi fundraisingowych” i rozumie, do czego każde narzędzie jest używane?**

*Czy w OSP jest jasne, które narzędzie służy do ewidencji kontaktów, które do przyjmowania darowizn, które do komunikacji, które do organizacji pracy, które do raportowania – oraz czy nie ma narzędzi dublujących te same funkcje w sposób powodujący chaos informacyjny?*

2. **Czy OSP ma jedno, jasno wskazane miejsce prowadzenia ewidencji kontaktów i historii wsparcia (tzw. pamięci instytucjonalnej fundraisingu)?**

*Czy da się jednoznacznie wskazać, gdzie zapisuje się informacje o darczyńcach, sympatykach i partnerach oraz historię wsparcia i kontaktów, tak aby wiedza nie była rozproszona po prywatnych notesach, telefonach i skrzynkach e-mail?*

3. **Czy w ewidencji kontaktów OSP utrzymuje dane w zakresie niezbędnym, adekwatnym do celów fundraisingu, i potrafi uzasadnić, po co dany zakres informacji jest zbierany?**

*Czy w praktyce OSP rozróżnia dane „konieczne do obsługi relacji i rozliczalności” od danych „nadmiarowych”, które zwiększają ryzyka (w tym ryzyka naruszenia przepisów o ochronie danych osobowych) i są trudne do bezpiecznego utrzymania w realiach jednostki opartej na społecznej pracy członków?*

4. **Czy OSP potrafi w sposób weryfikowalny powiązać darowiznę z osobą (lub podmiotem) oraz z celem, na który wsparcie było zbierane?**

*Czy przy różnych kanałach wpłat OSP ma ustalone, jak identyfikuje wpłaty i jak przenosi tę informację do ewidencji (tak aby później móc przygotować podziękowanie, informację o efektach oraz zestawienia wyników)?*

5. **Czy w OSP da się odtworzyć historię relacji z darczyńcą lub partnerem wyłącznie na podstawie narzędzi, bez konieczności „pamiętania” przez pojedyncze osoby?**

*Czy w ewidencji i archiwach komunikacji widać, kiedy był kontakt, czego dotyczył, jakie były ustalenia, czy pojawiły się zobowiązania informacyjne (np. przestanie podsumowania), oraz kto w OSP odpowiadał za relację?*

6. **Czy komunikacja operacyjna z darczyńcami i interesariuszami jest prowadzona z zachowaniem spójności nadawcy oraz archiwizacji, która pozwala udowodnić przebieg kontaktu?**

*Czy OSP korzysta z rozwiązań, które umożliwiają wysyłkę i archiwizację komunikacji (potwierdzenia, podziękowania, informacje o efektach) w sposób pozwalający przypisać komunikację do konkretnego kontaktu oraz odtworzyć jej treść po czasie, także przy zmianach kadrowych w OSP?*

7. **Czy OSP ma uporządkowany sposób prowadzenia biuletynu elektronicznego i list odbiorców, tak aby wiadomości trafiały do właściwych osób i dało się zarządzać rezygnacją z komunikacji?**

*Czy OSP potrafi podzielić odbiorców na sensowne grupy (np. darczyńcy indywidualni, partnerzy lokalni, sympatycy, mieszkańcy), a jednocześnie ma kontrolę nad tym, kto i na jakiej podstawie otrzymuje wiadomości, oraz jak odnotowuje prośby o zaprzestanie kontaktu?*

8. **Czy OSP posiada jedno repozytorium dokumentów i materiałów fundraisingowych oraz zasady porządkowania plików, które minimalizują ryzyko pracy na „nieaktualnej wersji”?**

*Czy w OSP istnieje wspólne miejsce przechowywania wzorów pism, grafik, opisów działań, zestawień i raportów oraz czy stosowane są zasady nazewnictwa i wersjonowania pozwalające bezspornie ustalić, który dokument jest aktualny?*

9. **Czy OSP ma narzędzie organizacji pracy fundraisingowej, które porządkuje zadania, terminy i odpowiedzialności, zamiast opierać się na rozmowach i wiadomościach?**

*Czy decyzje, status prac i ustalenia są zapisywane w sposób umożliwiający przejęcie obowiązków przez inną osobę (typowa sytuacja w OSP), bez utraty ciągłości i bez ryzyka, że kluczowe informacje pozostaną na prywatnych kontaktach?*

10. **Czy OSP posiada cykliczne raportowanie fundraisingu oparte na danych oraz minimalne mechanizmy bezpieczeństwa informacji dla używanych narzędzi?**

*Czy OSP potrafi wskazać jednoznaczne źródło danych do raportów (wpłaty, kanały, cele, dynamika), a równolegle ma wdrożone podstawowe zabezpieczenia: silne hasła, uwierzytelnianie wieloskładnikowe, kontrolę dostępu do plików, kopie zapasowe zgodnie z zasadą 3-2-1 oraz gotowość do działania w razie incydentu (np. przejęcia konta lub utraty urządzenia)?*

## ĆWICZENIA

### ĆWICZENIE 1.

#### „Mapa narzędzi i przepływu informacji w fundraisingu OSP”

Celem ćwiczenia jest wypracowanie przejrzystego obrazu: jakie narzędzia są (lub powinny być) używane w OSP do obsługi fundraisingu oraz jak przepływają informacje od pierwszego kontaktu z darczyńcą do raportu i archiwum. Ćwiczenie ma uchronić OSP przed typowym problemem „porozrzucanych danych” (różne prywatne konta, różne pliki, brak ciągłości).

**Czas pracy:** 60–90 minut;

**Forma pracy:** indywidualnie lub w zespole 2–4 osoby (np. prezes/naczelnik, skarbnik, osoba odpowiedzialna za komunikację, osoba odpowiedzialna za sprawy techniczne/IT);

**Materiały:** notatnik lub dokument w edytorze tekstu, dostęp do listy używanych kont/narzędzi w OSP (nawet jeśli to tylko pamięć uczestników).

#### Instrukcja:

Krok 1. Proszę rozpocząć od spisania z jakich narzędzi obecnie korzysta Państwa OSP, które są użyteczne w działalności fundraisingowej. Proszę spisać wszystkie narzędzia, które realnie funkcjonują w OSP w obszarach: (a) ewidencja kontaktów i historii wsparcia, (b) przyjmowanie wpłat i pobieranie zestawień, (c) komunikacja z darczyńcami (poczta, wiadomości, biuletyn elektroniczny), (d) przechowywanie i wersjonowanie dokumentów, (e) organizacja pracy (zadania, kalendarz), (f) analityka i raportowanie, (g) bezpieczeństwo dostępu i kopie zapasowe.

Krok 2. Następnie proszę wskazać jedno narzędzie w każdym obszarze jako rozwiązanie podstawowe, w którym OSP prowadzi główną ewidencję i przechowuje kluczowe materiały. Oznacza to decyzję, gdzie ma być prowadzona główna ewidencja (np. system ewidencji kontaktów, baza w arkuszu, narzędzie relacyjne), gdzie ma być główne archiwum dokumentów, i gdzie ma być główne zestawienie wpłat. Jeżeli w danym obszarze jest kilka narzędzi, w tym kroku proszę wybrać to, które ma być nadrzędne, a pozostałe mogą pełnić rolę pomocniczą. W realiach OSP bardzo często sprawdzają się trzy praktyczne warianty środowiska pracy: wariant bezpłatny (z ryzykiem prywatnych kont), wariant pakietu organizacyjnego (Google Workspace lub Microsoft 365) oraz wariant własnego repozytorium (np. Nextcloud).

Krok 3. Proszę narysować prosty schemat przepływu informacji dla jednego, typowego zdarzenia. Proszę przyjąć przykład: „mieszkaniec gminy przekazuje darowiznę po festynie, a OSP chce podziękować oraz ująć wpłatę w raporcie miesięcznym”. Proszę opisać kolejno: skąd OSP pozyskuje informację o wpłacie

(np. wyciąg bankowy albo panel narzędzia), gdzie zapisuje dane darczyńcy i kwotę, gdzie przechowuje potwierdzenie lub dokument powiązany, w jaki sposób przygotowuje i wysyła podziękowanie oraz jak weryfikuje, że podziękowanie zostało wysłane. Proszę także jednoznacznie wskazać miejsca ryzyka, na przykład: „informacja o wpłacie jest tylko w wiadomości”, „dokument jest zapisany na prywatnym dysku”, „nie jest ustalone, kto ma dostęp do hasła”.

Krok 4. Proszę na końcu przypisać role do każdego narzędzia: proszę wskazać, kto pełni rolę administratora (zarządza dostępami i uprawnieniami), kto jest operatorem (wprowadza dane i realizuje czynności w narzędziu), a kto jest osobą zastępującą (przejmuje obowiązki w razie nieobecności lub zmiany funkcji). Proszę potraktować ten krok jako obowiązkowy, ponieważ w OSP działania często opierają się na wolontariacie i mogą wymagać szybkiego przekazania zadań innej osobie.

Efektem ćwiczenia powinna być jednostronicowa „Mapa narzędzi fundraisingu OSP” oraz schemat przepływu informacji dla jednego zdarzenia. Ten materiał staje się punktem odniesienia do dalszych decyzji narzędziowych w OSP.

## ĆWICZENIE 2.

### „Przypisanie wpłaty do osoby i celu: symulacja w narzędziach”

(ćwiczenie praktyczne na danych testowych)

Celem ćwiczenia jest sprawdzenie w praktyce, czy OSP potrafi bez zgadywania: (1) powiązać wpłatę z osobą lub podmiotem, (2) przypisać ją do celu, (3) przygotować dane do podziękowania, oraz (4) odtworzyć historię po czasie. Ćwiczenie koncentruje się na narzędziach i standardzie identyfikacji, a nie na prawnych trybach zbiorów (te były omawiane w innych lekcjach).

**Czas pracy:** 45–75 minut;

**Forma pracy:** indywidualnie (najlepiej) lub w duecie (osoba odpowiedzialna za finanse + osoba odpowiedzialna za komunikację);

**Materiały:** dowolne narzędzie do ewidencji (arkusz kalkulacyjny albo system ewidencji kontaktów) oraz dostęp do wybranych paneli narzędzi (o ile OSP je ma). Podczas realizacji ćwiczenia proszę używać danych fikcyjnych.

### Instrukcja:

Krok 1. Proszę utworzyć 5 fikcyjnych „wpłat” z różnych kanałów. Proszę wpisać je w arkuszu (lub innym narzędziu ewidencyjnym) jako rekordy testowe:

- wpłata przelewem z tytułem „DAROWIZNA + nazwa celu”,
- wpłata internetowa przez narzędzie typu Wpłacam (ngo.pl),
- wpłata internetowa przez narzędzie typu FaniPay,
- darowizna „od zakupów” przez FaniMani (na potrzeby ćwiczenia wystarczy symulacja statusu i kwoty),
- wpłata przypisana do innego źródła (np. wydarzenie rocznicowe), aby przetestować oznaczanie źródła.

Narzędzia: Wpłacam (ngo.pl), FaniPay oraz FaniMani są wprost wskazane jako praktycznie użyteczne dla OSP, wraz z dokumentacją i odnośnikami.

Krok 2. Do każdej testowej wpłaty proszę dopisać komplet informacji, jaki OSP realnie może uzyskać z danego kanału. W tym miejscu nie należy „dopowiadać” danych, których narzędzie nie dostarcza. Twoim zadaniem jest rozpoznanie, czy z danego kanału OSP będzie w stanie pozyskać dane do podziękowania (na przykład imię i adres poczty elektronicznej, jeżeli darczyńca je podał) oraz czy narzędzie pozwala pobrać zestawienia wpłat w sposób jednoznaczny.

Krok 3. Proszę zastosować jednolity standard identyfikacji celu i źródła wpłaty. Dla przelewów bankowych standardem operacyjnym jest krótka reguła tytułu przelewu (np. „DAROWIZNA + nazwa celu”). Dla wpłat internetowych standardem jest wybór celu w formularzu oraz tworzenie odrębnych odnośników do wpłaty dla różnych miejsc publikacji (co pozwala rejestrować źródło). Ćwiczenie proszę wykonać tak, aby po 30 dniach dało się jednoznacznie odpowiedzieć: „na jaki cel przyszły środki i skąd darczyńca trafił do wpłaty”.

Krok 4. Proszę powiązać wpłatę z profilem osoby/podmiotu w narzędziu ewidencji. Jeżeli korzystasz z narzędzia relacyjnego (np. Airtable), proszę utworzyć osobne

SFINANSOWANO ZE ŚRODKÓW NARODOWEGO INSTYTUTU WOLNOŚCI – CENTRUM ROZWOJU SPOŁECZEŃSTWA OBYWATELSKIEGO  
W RAMACH RZĄDOWEGO PROGRAMU FUNDUSZ INICJATYW OBYWATELSKICH NOWEFIO NA LATA 2021-2030

tabele „Osoby/Organizacje” oraz „Wsparcie” i proszę połączyć je relacją. W praktyce eliminuje to duplikaty oraz umożliwia raportowanie „ile razy dana osoba wsparła OSP i jakimi kanałami”.

Krok 5. Proszę zbudować „minimalny ślad audytowy” podziękowania i archiwizacji. Dla każdej wpłaty proszę dopisać, gdzie ma być zapisane potwierdzenie (np. folder w repozytorium dokumentów) oraz jak ma być odnotowane wysłanie podziękowania (np. pole „data podziękowania” i „kanał podziękowania”). W tym ćwiczeniu nie tworzysz jeszcze treści komunikatów – testujesz wyłącznie to, czy narzędzia pozwalają zachować porządek i możliwość odtworzenia historii.

### ĆWICZENIE 3.

#### „Wdrożenie bezpiecznego środowiska pracy fundraisingowej: dostęp, repozytorium i raport” (wdrożenie w OSP)

Celem zadania jest uporządkowanie w OSP trzech elementów, które w praktyce decydują o jakości fundraisingu: (1) wspólne środowisko dokumentów i komunikacji, (2) kontrola dostępu (kto ma do czego dostęp i dlaczego), (3) powtarzalny raport fundraisingowy oparty na danych, możliwy do odtworzenia nawet po zmianie osób. W realiach OSP rekomendowane są trzy warianty środowiska: rozwiązania bezpłatne wykorzystywane na kontach prywatnych członków OSP (co może utrudniać kontrolę dostępu i ciągłość pracy), pakiet organizacyjny (Google Workspace lub Microsoft 365) oraz własne repozytorium (np. Nextcloud).

**Czas realizacji:** 2–4 godziny pracy rozłożone na 1–2 tygodnie (w zależności od stanu wyjściowego);

**Forma pracy:** mały zespół wdrożeniowy: osoba odpowiedzialna za organizację pracy + osoba odpowiedzialna za finanse + osoba posiadająca kompetencje techniczne (nawet podstawowe);

**Warunek bezpieczeństwa:** jeżeli w ramach wdrożenia mają być przetwarzane dane osobowe darczyńców w narzędziach zewnętrznych, OSP musi uwzględnić zasady RODO dotyczące m.in. powierzenia przetwarzania (gdy dostawca przetwarza dane na rzecz OSP) oraz bezpieczeństwa przetwarzania.

#### Instrukcja:

Krok 1. Proszę wybrać i skonfigurować wspólne miejsce przechowywania dokumentów i materiałów fundraisingowych jako jedno, wspólne miejsce. Wariant pakietowy oznacza zwykle centralne konto organizacyjne i narzędzia współpracy (m.in. poczta, kalendarz, dysk, dokumenty) w jednym środowisku. Wariant własny oznacza wdrożenie repozytorium typu Nextcloud. W obu przypadkach kluczowe jest, aby dokumenty fundraisingowe (m.in. umowy darowizn, zestawienia, materiały komunikacyjne, raporty) nie były na prywatnych kontach.

Krok 2. Proszę ustalić strukturę folderów i zasady wersjonowania w sposób odtwarzalny. Wdrożenie ma obejmować co najmniej: folder „Ewidencja i raporty”, folder „Materiały komunikacyjne”, folder „Rozliczenia i zestawienia”, folder „Dokumenty formalne”. Narzędzia repozytoryjne oferują historię wersji i możliwość przywracania poprzednich wersji plików, co w praktyce ogranicza ryzyko przypadkowych zmian i utraty danych.

Krok 3. Proszę wprowadzić kontrolę dostępu opartą na rolach. Minimalny standard w OSP powinien rozróżniać dostęp: (a) administracyjny (nadawanie uprawnień i resetowanie dostępu), (b) operacyjny (wprowadzanie danych i praca na dokumentach), (c) odczyt (wgląd do raportów). Ten krok jest niezbędny, aby OSP mogła wykazać, że dostęp do danych i dokumentów jest ograniczony do osób, które faktycznie go potrzebują.

SFINANSOWANO ZE ŚRODKÓW NARODOWEGO INSTYTUTU WOLNOŚCI – CENTRUM ROZWOJU SPOŁECZEŃSTWA OBYWATELSKIEGO  
W RAMACH RZĄDOWEGO PROGRAMU FUNDUSZ INICJATYW OBYWATELSKICH NOWEFIO NA LATA 2021-2030

Krok 4. Proszę wdrożyć raport miesięczny w arkuszu jako „produkt powtarzalny”.

W repozytorium proszę utworzyć jeden plik raportu (arkusz), który ma stałą strukturę i jest aktualizowany cyklicznie. Raport ma mieć dwie warstwy: (1) zakładkę „Dane” (import lub ręczny wpis zestawień wpłat z kanałów) oraz (2) zakładkę „Wyniki” (zestawienia według celu, źródła i okresu). Sens raportu w OSP polega na prostocie: ma odpowiadać na pytanie, czy działania fundraisingowe przynoszą efekty i jakie kanały mają znaczenie.

Krok 5. Proszę zabezpieczyć ciągłość: kopie zapasowe i możliwość przejęcia obowiązków. W tym kroku proszę ustalić, gdzie jest informacja o dostępie administracyjnym, jak OSP odzyskuje dostęp przy zmianie osób oraz jak chronione są hasła i konta.

Rezultatem wdrożenia zadania jest wybrane i skonfigurowane jedno wspólne miejsce przechowywania dokumentów i materiałów fundraisingowych. W OSP są określone, zapisane i realizowane zasady dostępu, a raport miesięczny jest możliwy do wykonania i odtworzenia niezależnie od tego, kto w danym miesiącu pełni funkcję operacyjną.

## TEST SPRAWDZAJĄCY

Proszę wskazać jedną poprawną odpowiedź w każdym pytaniu.

- 1. W arkuszowej ewidencji OSP, które rozwiązanie najlepiej zapewnia rozdzielanie danych kontaktowych od danych o wsparciu oraz umożliwia raportowanie?**
  - A. Jedna kolumna „Historia”, w której wpisuje się opis zdarzeń w formie tekstu.
  - B. Dwa arkusze: „Kontakty” (jeden wiersz = jeden podmiot) oraz „Wsparcie” (jeden wiersz = jedno zdarzenie wsparcia), powiązane stałym identyfikatorem kontaktu.
  - C. Osobny plik dla każdego darczyńcy w folderze „Darowizny”.
  - D. Jeden arkusz „Wpłaty”, bez możliwości powiązania z kontaktem.
- 2. Jaki jest podstawowy sens stosowania stałego identyfikatora kontaktu w bazie kontaktów OSP?**
  - A. Zastąpienie obowiązków ewidencyjnych związanych z finansami OSP.
  - B. Umożliwienie publikowania listy darczyńców bez dodatkowych warunków.
  - C. Uniemożliwienie przypisania wpłat do darczyńców w celu ochrony prywatności.
  - D. Zapewnienie trwałego powiązania kontaktu z historią interakcji i wsparcia nawet przy zmianach danych kontaktowych lub sposobu zapisu nazwiska/nazwy.
- 3. Który opis najtrafniej definiuje „jeden rekord wsparcia” w ewidencji fundraisingowej OSP?**
  - A. Jedno zdarzenie wsparcia (np. jedna wpłata), zapisane jako oddzielny wiersz z datą, kwotą, kanałem, celem oraz identyfikatorem transakcji.
  - B. Cały roczny opis relacji z darczyńcą w jednym polu tekstowym.
  - C. Zbiorcza suma wszystkich wpłat z miesiąca, bez informacji o źródłach.
  - D. Lista darczyńców bez kwot i bez dat.
- 4. Która praktyka komunikacyjna najlepiej wspiera ciągłość relacji z darczyńcami w OSP przy zmianach osób pełniących funkcje?**
  - A. Prowadzenie korespondencji wyłącznie z prywatnych adresów e-mail członków OSP.
  - B. Prowadzenie korespondencji wyłącznie w komunikatorach bez archiwum dostępnego dla OSP.
  - C. Używanie adresu funkcjonalnego OSP (np. „darowizny@...”) oraz archiwizowanie korespondencji w sposób dostępny dla osób upoważnionych.
  - D. Usuwanie korespondencji po wystaniu podziękowania.
- 5. W biuletynie elektronicznym wysyłanym do listy odbiorców, który element jest niezbędny z perspektywy standardów profesjonalnej obsługi odbiorców?**
  - A. Prośba o podanie numeru PESEL w celu potwierdzenia wpłaty.
  - B. Jasna informacja, w jaki sposób odbiorca może zrezygnować z otrzymywania biuletynu elektronicznego.
  - C. Wymóg odpowiedzi na każdą wiadomość w ciągu 24 godzin.
  - D. Publikacja pełnych danych członków OSP.

6. **Który zestaw danych jest co do zasady adekwatny do ewidencji darczyńcy dla celów relacyjnych i rozliczalności w fundraisingu OSP?**
- A. Imię i nazwisko, numer PESEL, skan dowodu tożsamości, adres zameldowania.
  - B. Imię i nazwisko, informacje o zdrowiu, sytuacji rodzinnej, miejscu pracy.
  - C. Wyłącznie imię, bez danych kontaktowych i bez historii wsparcia.
  - D. Identyfikator kontaktu, imię i nazwisko lub nazwa podmiotu, dane kontaktowe niezbędne do komunikacji oraz historia wsparcia i informacja o zgodach/zastrzeżeniach komunikacyjnych.
7. **Które rozwiązanie najskuteczniej ogranicza problem wpłat „nie do przypisania” w kanałach internetowych?**
- A. Stosowanie narzędzia, które przypisuje transakcji unikalny identyfikator oraz pozwala pobrać raport zawierający ten identyfikator i dane przekazane przez darczyńcę.
  - B. Prośba o wpisywanie w tytule wpłaty dowolnego zdania, bez wzoru.
  - C. Identyfikacja wpłat wyłącznie po kwocie i dacie.
  - D. Prośba, aby każdy darczyńca dzwonił do OSP po wpłacie.
8. **Która praktyka jest prawidłowa przy obsłudze płatności internetowych w OSP, jeżeli chodzi o dane transakcyjne i bezpieczeństwo?**
- A. Przepisywanie numerów kart płatniczych do ewidencji „na potrzeby kontroli”.
  - B. Przechowywanie danych kart w wiadomościach e-mail dla „przyspieszenia kolejnych wpłat”.
  - C. >Ograniczenie się do identyfikatora transakcji i danych dostępnych w panelu operatora płatności oraz niewprowadzanie i nieprzechowywanie danych karty płatniczej.
  - D. Prośba o przesyłanie zdjęcia karty w celu potwierdzenia wpłaty.
9. **OSP korzysta z narzędzia, w którym darowizny mają statusy (np. „oczekująca”, „zatwierdzona”, „przekazana”). Które podejście jest poprawne dla rzetelnego wykazania przychodów z fundraisingu?**
- A. Uznanie za przychód wszystkich darowizn „oczekujących”, bo najczęściej zostaną rozliczone.
  - B. Uznanie za przychód darowizn „zatwierdzonych”, nawet jeśli nie zostały przekazane na rachunek OSP.
  - C. Uznanie za przychód na podstawie deklaracji darczyńcy w wiadomości.
  - D. Uznanie za przychód wyłącznie tych darowizn, które zostały faktycznie przekazane na rachunek OSP, a pozostałe statusy traktowanie jako informację pomocniczą.
10. **Który zestaw praktyk obiegu dokumentów fundraisingowych najskuteczniej ogranicza chaos wersji?**
- A. Wysyłanie dokumentów w załącznikach i przechowywanie kopii na prywatnych komputerach.
  - B. Jedno repozytorium dokumentów, spójne nazewnictwo plików oraz korzystanie z historii wersji w narzędziu do przechowywania plików.
  - C. Usuwanie wszystkich wersji poprzednich natychmiast po utworzeniu nowej.
  - D. Nadawanie nazw „ostateczna”, „ostateczna2”, „ostateczna3” bez dat.

SFINANSOWANO ZE ŚRODKÓW NARODOWEGO INSTYTUTU WOLNOŚCI – CENTRUM ROZWOJU SPOŁECZEŃSTWA OBYWATELSKIEGO  
W RAMACH RZĄDOWEGO PROGRAMU FUNDUSZ INICJATYW OBYWATELSKICH NOWEFIO NA LATA 2021-2030

- 11. Które ustawienie udostępniania pliku zawierającego dane darczyńców jest najbardziej ryzykowne?**
- A. Udostępnienie linkiem „każdy, kto ma link” z możliwością edycji.
  - B. Udostępnienie wyłącznie wskazanym osobom, bez prawa edycji.
  - C. Dostęp imienny ograniczony do kont organizacyjnych OSP, zgodnie z rolami.
  - D. Dostęp wyłącznie do odczytu z możliwością cofnięcia uprawnień w każdej chwili.
- 12. Zasada kopii zapasowych „3-2-1” oznacza:**
- A. 3 kopie w tym samym folderze, 2 różne nazwy plików, 1 kopia na tym samym komputerze.
  - B. 3 kopie tylko dokumentów papierowych, 2 osoby odpowiedzialne, 1 segregator w remizie.
  - C. 3 kopie danych, 2 kopie na różnych nośnikach lub w różnych środowiskach, 1 kopia poza główną lokalizacją przechowywania.
  - D. 3 kopie wyłącznie w jednej usłudze chmurowej, aby ułatwić dostęp.
- 13. Która praktyka najlepiej spełnia wymóg, aby OSP realnie potrafiła odzyskać dane po awarii lub incydencie (a nie tylko „mieć kopie”)?**
- A. Trzymanie kopii w tym samym repozytorium co dane robocze, bez kontroli dostępu.
  - B. Przechowywanie kopii na urządzeniu stale podłączonym do komputera.
  - C. Wykonywanie kopii wyłącznie przed ważnym wydarzeniem OSP.
  - D. Okresowe sprawdzenie odtwarzania danych z kopii zapasowej na próbce, z potwierdzeniem, że dane są czytelne i kompletne.
- 14. Który raport jest najbardziej właściwy dla zarządu OSP, jeśli celem jest ocena skuteczności kanałów fundraisingu bez ujawniania danych osobowych?**
- A. Imienna lista darczyńców z numerami telefonów i kwotami.
  - B. Zestawienie okresowe: suma i liczba wpłat według kanału i celu, z porównaniem do poprzedniego okresu.
  - C. Skany potwierdzeń przelewów wszystkich wpłat.
  - D. Zrzuty ekranu z korespondencji z darczyńcami.
- 15. Jaki warunek musi być spełniony, aby narzędzie wizualizacji raportów (panel wyników) było wiarygodne w OSP?**
- A. Dane źródłowe muszą być wprowadzane konsekwentnie według stałych kategorii (np. kanał, cel) oraz muszą mieć jednoznaczne identyfikatory transakcji.
  - B. Panel wyników musi być publicznie dostępny w internecie.
  - C. Panel wyników musi zawierać dane osobowe darczyńców, aby był „pełny”.
  - D. Panel wyników musi być przygotowany wyłącznie w formie papierowej.
- 16. Który zapis w systemie jest „standardem zapewniającym możliwość wykazania”, że dana osoba zgodziła się na otrzymywanie biuletynu elektronicznego od OSP?**
- A. Sam fakt, że adres e-mail znajduje się w telefonie członka OSP.
  - B. Lista adresów e-mail bez informacji, kiedy i jak została utworzona.
  - C. Notatka „zgoda jest”, bez daty i bez treści oświadczenia.
  - D. Data i sposób pozyskania zgody (np. formularz), zakres zgody (na jaki kanał i jaki typ komunikacji) oraz możliwość wykazania treści oświadczenia, na które osoba się zgodziła.

SFINANSOWANO ZE ŚRODKÓW NARODOWEGO INSTYTUTU WOLNOŚCI – CENTRUM ROZWOJU SPOŁECZEŃSTWA OBYWATELSKIEGO  
W RAMACH RZĄDOWEGO PROGRAMU FUNDUSZ INICJATYW OBYWATELSKICH NOWEFIO NA LATA 2021-2030

- 17. Które podejście jest najbardziej właściwe, gdy OSP chce, aby dało się odtworzyć historię kontaktu z darczyńcą po roku, niezależnie od tego, kto prowadził sprawę?**
- A. Prowadzenie ustaleń wyłącznie telefonicznie bez żadnych zapisów.
  - B. Przechowywanie ustaleń wyłącznie w prywatnych notatkach osoby prowadzącej.
  - C. Rejestrowanie interakcji (data, forma kontaktu, ustalenia) w ewidencji kontaktów oraz powiązanie jej z archiwum korespondencji i dokumentów.
  - D. Usuwanie wiadomości po zakończeniu sprawy, aby „nie gromadzić danych”.
- 18. W jakiej sytuacji OSP powinna zapewnić uregulowanie relacji z dostawcą narzędzia jako podmiotem przetwarzającym dane w imieniu OSP?**
- A. Gdy narzędzie przetwarza dane osobowe na zlecenie OSP (np. system ewidencji kontaktów lub narzędzie do wysyłki biuletynu), a OSP decyduje o celach i sposobach przetwarzania.
  - B. Wyłącznie wtedy, gdy OSP prowadzi zbiorczą gotówkową.
  - C. Tylko wtedy, gdy OSP przetwarza dane wyłącznie w formie papierowej.
  - D. Tylko wtedy, gdy OSP publikuje dane darczyńców na stronie internetowej.
- 19. Która funkcja formularza w relacyjnej bazie danych najskuteczniej ogranicza niespójności w danych (np. różne zapisy tego samego kanału wpłaty)?**
- A. Możliwość wpisywania dowolnego tekstu w każdym polu bez ograniczeń.
  - B. Słowniki wyboru (listy wartości) oraz reguły walidacji danych w polach formularza.
  - C. Automatyczne usuwanie rekordów po 30 dniach.
  - D. Wymóg podawania numeru PESEL dla każdego kontaktu.
- 20. OSP podejrzewa nieuprawniony dostęp do konta e-mail używanego do komunikacji z darczyńcami. Który zestaw działań jest najbardziej właściwy jako pierwsza reakcja?**
- A. Zignorowanie zdarzenia do czasu, aż pojawią się kolejne symptomy.
  - B. Usunięcie całej korespondencji, aby „nie było danych”.
  - C. Natychmiastowa zmiana hasła, unieważnienie aktywnych sesji, włączenie uwierzytelniania wieloskładnikowego oraz sprawdzenie reguł przekazywania i ustawień bezpieczeństwa konta.
  - D. Wysłanie do darczyńców prośby o przestanie hasła „w celu weryfikacji”.