

# Fundraising jako metoda zdobywania funduszy na działalność biblioteczną

opracowanie Maja Wojciechowska

Biblioteki coraz częściej dążą do znacznego poszerzenia oferty swoich usług. Poza tradycyjnymi funkcjami informacyjnymi realizują zróżnicowane i innowacyjne projekty kulturalne oraz społeczne. Nie ograniczają się już do tradycyjnych form działania, ale eksperymentują na wielu obszarach, aby zaktywizować swoich klientów i zachęcić ich do aktywnego uczestnictwa w kulturze i integracji społecznej. Takie działania wymagają finansowania, które nie zawsze jest możliwe w ramach przyznawanych co roku budżetów. Dlatego też konieczne staje się pozyskiwanie dodatkowych funduszy. Poniżej zamieszczono podstawowe informacje na temat działań fundraisingowych, które mogą być stosowane przez instytucje biblioteczne w celu zdobywania dofinansowania lub innego rodzaju wsparcia na tradycyjne oraz innowacyjne działania biblioteczne.

**Definicja:** Fundraising to metoda pozyskiwania funduszy zewnętrznych na działania biblioteki, polegająca na zdobywaniu środków od firm, osób indywidualnych, fundacji lub instytucji państwowych czy społecznych, w celu realizowania określonej misji. Fundraising stanowi uzupełnienie innych źródeł finansowania: dotacji budżetowych, grantów, umów sponsoringowych itp. W przeciwieństwie do sponsoringu nie jest świadczeniem wzajemnym, a więc darczyńca nie oczekuje od biblioteki wsparcia w jakimkolwiek obszarze, a jedynie zrealizowania celu, na który przeznaczył pieniądze bądź inne środki.

**Tłumaczenie terminu:** ang. *Fundraising*, niem. *Spendensammlung*, fr. *Collecte de fonds*, ros. *Сбор средств*

**Fundraiser** – specjalista (pracownik biblioteki lub ekspert zewnętrzny) zajmujący się pozyskiwaniem funduszy. Powinien posiadać wiedzę i doświadczenie z obszaru marketingu, zarządzania, informacje na temat celów działań i zadań biblioteki oraz umieć komunikować się z ludźmi i nawiązywać z nimi kontakty. Fundraiser jest odpowiedzialny za dystrybuowanie informacji o bibliotece, zdobywanie informacji o rynku i potencjalnych partnerach oraz podejmowanie współpracy z darczyńcami, a także finalizowanie umów fundraisingowych.

**Kampania fundraisingowa** – długotrwały, skoordynowany i zaplanowany proces zdobywania funduszy, w którym wyznaczono cele projektu, sposób komunikowania z darczyńcami (narzędzia), charakter współpracy, harmonogram działań, wpływ na wizerunek i reputację biblioteki oraz efekty organizacyjne, społeczne i kulturalne podjętych działań.

#### **Kategorie darczyńców w procesie fundraisingu:**

- firmy komercyjne;
- instytucje społeczne, w tym fundacje;
- instytucje rządowe;
- instytucje samorządowe;
- darczyńcy indywidualni.

#### **Kategorie środków przekazywanych w ramach fundraisingu:**

- środki finansowe;
- środki materialne;
- usługi.

#### **Rodzaje projektów finansowanych w ramach fundraisingu:**

- projekty jednorazowe;
- projekty cykliczne;
- regularna (stała) działalność biblioteki.

#### **Charakter projektów bibliotecznych finansowanych w ramach fundraisingu:**

- projekty kulturalne;
- projekty związane z dystrybucją informacji i rozwijaniem kompetencji informacyjnych;
- projekty społeczne (integracyjne, aktywizacyjne, itp.);
- projekty naukowe;
- projekty usprawniające działania organizacyjne biblioteki.

#### **Instrumenty pozyskiwania funduszy:**

- imprezy publiczne połączone ze zbiórką pieniędzy (*special events*);
- teksty w formie elektronicznej i drukowanej (ulotki, biuletyny, informatory, foldery, listy fundraisingowe, strony i komunikaty internetowe zachęcające do wsparcia finansowego biblioteki);
- kontakty osobiste (oficjalne i prywatne).

#### **Warunki udanego fundraisingu:**

- budowanie bazy kontaktów/darczyńców;
- konsekwentne i trwałe nawiązywanie relacji z darczyńcami;
- przeznaczenie środków – czasu i pieniędzy na kampanię fundraisingową;
- zaangażowanie zespołu (fundraisera ale także bibliotekarzy, kadry kierowniczej oraz wolontariuszy);

- opracowanie kompletnej i efektywnej strategii uzyskiwania wsparcia;
- opracowanie projektu fundraisingowego, który będzie: istotny dla społeczności, konkretny, realistyczny, aktualny i odpowiednio zaadresowany.

### **Zasady etyczne w działalności fundraisingowej biblioteki:**

- transparentność całego procesu i udzielanie informacji o każdym jego etapie;
- działanie zgodnie z przepisami prawa oraz regulaminami wewnętrznymi;
- poszanowanie zwyczajów, tradycji i zasad (również tych niepisanych) ważnych w środowisku, w którym działa biblioteka;
- wykorzystywanie uzyskanych środków zgodnie z wolą darczyńców;
- dbanie o gospodarność w wydatkowaniu uzyskanych środków.

### **Zalety fundraisingu:**

- pozwala na rozwój działalności biblioteki;
- umożliwia podnoszenie jakości usług;
- sprzyja nawiązywaniu dobrych relacji z otoczeniem;
- motywuje do lepszego poznania otoczenia;
- umożliwia niezależnienie się od funduszy przyznawanych na konkretne cele, dając większą swobodę decyzji;
- wymusza sprecyzowanie celów działań biblioteki i jej funkcji społecznych.

### **Bariery utrudniające bibliotekom działania fundraisingowe:**

- brak jasnej koncepcji fundraisingu;
- brak specjalisty, który mógłby realizować działania w tym obszarze;
- brak znajomości narzędzi i sposobów działania w ramach fundraisingu;
- niekorzystne realacje z otoczeniem – potencjalnymi darczyńcami;
- negatywny wizerunek biblioteki;
- brak możliwości (finansowych, organizacyjnych, kadrowych) do zaangażowania się biblioteki w projekt fundraisingowy;
- niekorzystna sytuacja ekonomiczna w kraju/regionie, utrudniająca wsparcie finansowe ze strony podmiotów gospodarczych i indywidualnych darczyńców;
- brak zrozumienia celów działań biblioteki w jej otoczeniu, na które zbierane jest finansowanie;
- brak wiary wśród kadry zarządzającej w skuteczność działań fundraisingowych;
- brak cierpliwości, by konsekwentnie realizować wieloletnie programy fundraisingowe.

## Bibliografia

1. CZERWIŃSKA Anna. *ABC fundraisingu, czyli jak zdobyć fundusze* [Dokument elektroniczny]. Tryb dostępu: <https://nocbibliotek.ceo.org.pl/abc-fundraisingu-czyli-jak-zdobyc-fundusze/>. Stan z dnia 14.06.2021.
2. GEBOŁYŚ Zdzisław. Etyczne aspekty sponsoringu i fundraisingu bibliotecznego: (wychodząc od Ladewiga). In: ŻOCHOWSKA Jolanta (red.). *Pieniądze dla bibliotek, czyli fundraising biblioteczny: VI Ogólnopolska Konferencja Naukowa, Białystok, 29-30 czerwca 2017 r.: praca zbiorowa*. Białystok: Zakład Poligraficzny Ares, 2018, s. 31-52. ISBN 978-83-948923-1-9.
3. GEBOŁYŚ Zdzisław. Sponsoring i fundraising biblioteczny – między teorią a praktyką. *Elektroniczny Biuletyn Informacyjny Bibliotekarzy* [Dokument elektroniczny]. 2009, nr 8. Tryb dostępu: [www.ebib.pl/2009/108/a.php?gebolys](http://www.ebib.pl/2009/108/a.php?gebolys). Stan z dnia 10.06.2021.
4. GEBOŁYŚ Zdzisław. Sponsoring i fundraising w bibliotekach akademickich: z doświadczeń krajowych i zagranicznych. *Fides. Biuletyn Bibliotek Kościelnych*. 2010, 1/2, s. 65-80. ISSN 1426-3777.
5. GRUSZKA Zbigniew. Źródła finansowania bibliotek. In: WOJCIECHOWSKA Maja (red.). *Zarządzanie biblioteką*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe i Edukacyjne Stowarzyszenia Bibliotekarzy Polskich, 2019, s. 255-272. ISBN 978-83-65741-26-4.
6. GRYGROWSKI Dariusz. *Biblioteki i pieniądze*. Warszawa: Wydawnictwo SBP, 2015. ISBN 978-83-64203-44-2.
7. JAZDON Artur, WOJCIŃSKA Maria. Zarządzanie finansami i pozyskiwanie funduszy. In: TOKARSKA Anna (red.). *Bibliotekarstwo*. Warszawa: Wydawnictwo SBP, 2013, s. 606-618. ISBN 978-83-61464-95-2.
8. KOŁODZIEJCZYK Edyta. Analiza strategiczna fundraisingu w bibliotece akademickiej – wybrane przykłady. In: ŻOCHOWSKA Jolanta (red.). *Pieniądze dla bibliotek, czyli fundraising biblioteczny: VI Ogólnopolska Konferencja Naukowa, Białystok, 29-30 czerwca 2017 r.: praca zbiorowa*. Białystok: Zakład Poligraficzny Ares, 2018, s. 163-184. ISBN 978-83-948923-1-9.
9. KRASOWSKA Joanna. Fundraising w bibliotekach publicznych. *Biblioteka Publiczna*. 2020, nr 7/8, s. 36-38. ISSN 2353-8007.
10. KRAWCZUK Anna. Fundraising biblioteczny na przykładzie Biblioteki Pedagogicznej Centrum Edukacji Nauczycieli w Białymstoku. In: ŻOCHOWSKA Jolanta (red.). *Pieniądze dla bibliotek, czyli fundraising biblioteczny: VI Ogólnopolska Konferencja Naukowa, Białystok, 29-30 czerwca 2017 r.: praca zbiorowa*. Białystok: Zakład Poligraficzny Ares, 2018, s. 287-292. ISBN 978-83-948923-1-9.
11. KUBERKA Alicja. Pozyskiwanie funduszy na konserwację zasobów biblioteczných. *Fides. Biuletyn Bibliotek Kościelnych*. 2015, nr 1, s. 239-248. ISSN 1426-3777.
12. ŁYJAK Natalia. Od listu do magicznego miejsca: jak pozyskać środki na aranżację biblioteki?. *Biblioteka Publiczna*. 2020, nr 11, s. 22-23. ISSN 2353-8007.
13. URBAN Bogumiła. Finanse w bibliotekach. Źródła finansowania działalności bibliotecznej oraz zarządzanie finansami. Zarys tematyki. In: DRZEWIECKI Marcin (red.). *Nowoczesna biblioteka: materiały z ogólnopolskiej, przedjazdowej konferencji Stowarzyszenia Bibliotekarzy Polskich, Konstancin-Jeziorna, 29-30 maja 2009 r.* Warszawa: Wydawnictwo SBP, 2009, s. 166-174. ISBN 978-83-61464-20-4.
14. WILLECKI Jacek. Fundraising biblioteczny jako nowa perspektywa finansowania rozwoju bibliotek akademickich. In: ŻOCHOWSKA Jolanta (red.). *Pieniądze dla bibliotek, czyli fundraising biblioteczny: VI Ogólnopolska Konferencja Naukowa, Białystok, 29-30 czerwca 2017 r.: praca zbiorowa*. Białystok: Zakład Poligraficzny Ares, 2018, s. 105-117. ISBN 978-83-948923-1-9.

15. WOJCIECHOWSKA Maja, KAMIŃSKA Joanna, ŻOŁĘDOWSKA-KRÓL Beata, JASKOWSKA Bożena. *Leksykon zarządzania i marketingu w bibliotekoznawstwie*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe i Edukacyjne Stowarzyszenia Bibliotekarzy Polskich, 2019. ISBN 978-83-65741-17-2.
16. ZAKRZEWSKA Irmína. Nowe możliwości dla bibliotek – sponsoring i fundrasing biblioteczny. *Poradnik Bibliotekarza*. 2011, nr 6, s. 3-6. ISSN 0032-4752.
17. ZIMNOCH Katarzyna. Formy wspierania bibliotek w Polsce na przestrzeni wieków – mecenat indywidualny, społeczny, państwowy. In ŻOCHOWSKA Jolanta (red.). *Pieniądże dla bibliotek, czyli fundraising biblioteczny: VI Ogólnopolska Konferencja Naukowa, Białystok, 29-30 czerwca 2017 r.: praca zbiorowa*. Białystok: Zakład Poligraficzny Ares, 2018, s. 11-28. ISBN 978-83-948923-1-9.