

Funkcje fundraisingu w działalności organizacji pozarządowych

Adam Grzegorzcyk

Artykuł opisuje zjawisko fundraisingu w kategoriach funkcjonalnych. Autor wyjaśnia okoliczności powstania koncepcji fundraisingu oraz sytuuje je obok innych współczesnych idei pomocowych.

Autor dokonuje wyodrębnienia dziewięciu podstawowych funkcji, jakie fundraising pełni w działalności organizacji społecznych. W rozdziale opisano fundraising jako kanał niesienia pomocy i jako narzędzie służące do pozyskiwania tej pomocy, nie tylko w kategoriach finansowych. Artykuł ujawnia także funkcje fundraisingu odwołujące się do postaw darczyńców, ich potrzeb filantropijnych, chęci i gotowości uczestnictwa w aktywności środowisk społecznych, znaczenia relacji organizacji społecznych z darczyńcami i relacji pomiędzy darczyńcami, a także kreowania zjawiska satysfakcji. Autor zwraca jednocześnie uwagę na znaczenie fundraisingu w dziedzinie komunikacji, tak cech tożsamości organizacji, jak i kontekstowych treści wynikających ze statutowego profilu organizacji, a nawet znaczenia komunikacji dla kreowania motywacji i zaangażowania fundraiserów.

Słowa kluczowe: fundraising, darczyńcy, organizacje społeczne, relacje, satysfakcja, komunikacja, tożsamość, wizerunek, zaangażowanie.

Fundraising functions in the NGOs activities

The article describes the phenomenon of fundraising in functional terms. The author explains the origins of the concept of fundraising and places it alongside other contemporary charity ideas.

The author distinguishes nine basic functions that the fundraising plays in the society. This chapter describes the fundraising as a channel to help, and as a tool to obtain this assistance, not only in financial terms. The article also reveals fundraising functions that relate to the attitudes of donors and their philanthropic needs, desire and willingness to participate in the activity of social contexts, the importance of relationships between donors and civil society organizations and the relationship between donors themselves, as well as creating the phenomenon of satisfaction. The author would also highlight the importance of fundraising in the field of communication, both in terms of organization identity communication and contextual content profile resulting from statutory objectives, and even the relevance of communication to create motivation and engagement of the fundraisers.

Keywords: fundraising, donors, civic organizations, relations, satisfaction, communications, identity, image, engagement.

