

# **FUNDACJA ŚWIĘTEGO MIKOŁAJA**

**Raport z działalności  
01.01.2004 – 31.12.2004**

## Spis treści

<b>I. INFORMACJE PODSTAWOWE O FUNDACJI.....</b>	<b>3</b>
<b>II. DZIAŁANIA FUNDACJI.....</b>	<b>4</b>
<b>1. SAMOTNE MATKI .....</b>	<b>4</b>
KAMPANIA NA RZECZ CARITAS POLSKA – „BÓG SIĘ RODZI – POMÓŻ SAMOTNYM MATKOM” .....	4
POMOC DLA DOMÓW SAMOTNEJ MATKI W CHYLICZKACH I WARSZAWIE .....	6
<b>2. RODZINNE DOMY DZIECKA.....</b>	<b>6</b>
KAMPANIA SPOŁECZNA – „GRUNT TO RODZINA. POMÓŻ RODZINNYM DOMOM DZIECKA” .....	6
POMOC DLA RODZINNEGO DOMU DZIECKA WE WROCŁAWIU .....	9
<b>3. OPIEKA PALIATYWNA.....</b>	<b>9</b>
POLA NADZIEI.....	9
SZKOLENIA DLA WARSZAWSKIEGO HOSPICJUM SPOŁECZNEGO .....	10
<b>4. TEOLOGIA POLITYCZNA.....</b>	<b>10</b>
<b>5. EUROPEJSKI UNIWERSYTET HUMANISTYCZNY W MIŃSKU .....</b>	<b>11</b>
PROF. ANATOLIJ MICHAJŁOW W POLSCE.....	11
<b>6. SZKOLENIA I KONFERENCJE, W KTÓRYCH UCZESTNICZYLIŚMY .....</b>	<b>11</b>
KONFERENCJA VIA FOUNDATION .....	11
KONFERENCJA W MOŁDAWII.....	11
<b>III. RACHUNEK ZYSKÓW I STRAT .....</b>	<b>12</b>
<b>IV. BILANS.....</b>	<b>14</b>
<b>V. INFORMACJA DODATKOWA.....</b>	<b>16</b>
<b>VI. OPINIA BIEGŁEGO REWIDENTA.....</b>	<b>18</b>

## I. Informacje podstawowe o Fundacji

Fundacja Świętego Mikołaja została zarejestrowana w Sądzie Rejonowym dla m.st. Warszawy w Warszawie, XXI Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego w dniu 13.08.2002 r. Fundacja posiada status organizacji pożytku publicznego.

Siedziba: 05-500 Piaseczno, ul. Przesmyckiego 40  
Tel./faks: (22) 756 89 00, 661 116 199  
e-mail: [mikolaj@mikolaj.org.pl](mailto:mikolaj@mikolaj.org.pl)  
Strona internetowa: [www.mikolaj.org.pl](http://www.mikolaj.org.pl)  
Numery kont bankowych fundacji:  
Volkswagen Bank Polska S.A.  
64 2130 0004 2001 0299 9993 0001  
37 2130 0004 2001 0299 9993 0002  
NIP 123-09-97-285  
Regon 015474315  
Numer KRS: 0000126602

### Rada Fundacji

Jarosław Gowin  
Paweł Łukasiak  
Janina Ochojska

### Zarząd

Dariusz Karłowicz - prezes zarządu  
Joanna Paciorek - wiceprezes zarządu

### Kto nam pomaga?

Działalność Fundacji jest możliwa dzięki pomocy wielu osób prywatnych, firm i instytucji.

W naszej codziennej pracy pomagają nam:

Karolina Błaszczuk, Justyna Leśniewska, Sylwia Romańczak i Michał Rżysko oraz Focus Forum - przygotowanie materiałów reklamowych, pomoc w pracach graficznych  
Izabela Kapuścianek, Magdalena Nicińska - pomoc w realizacji badań społecznych  
Kolor Druk - drukarnia, która nas wspiera drukując dla nas różne materiały  
Ewa Lubowicz-Paradowska oraz Fundacja Academia Iuris - pomoc prawna  
Joanna Pierścińska-Surowiec, Dorfin - pomoc księgową  
Agata Sagan - pomoc w stworzeniu strony internetowej [www.teologiapolityczna.pl](http://www.teologiapolityczna.pl)  
Piotr Sitarz - opieka nad naszym sprzętem komputerowym, pomoc informatyczna  
Izabela Rusak - wsparcie organizacyjne i marketingowe  
Miroslawa Partyka, Michał Szybisz, Patrycja Wlazło - tłumaczenia  
Q&A Partners S.C. - pomoc w pracach sekretarskich  
Stowarzyszenie Bank Drugiej Ręki - przekazanie komputera i drukarki  
Nasza strona internetowa działa dzięki Jarosławowi Nowiszowi (autor serwisu, programista) i Piotrowi Koczyńskiemu (programista). Wspiera nas też Konrad Kolanowski (programista).  
Strona istnieje dzięki firmie GTS Internet Partners S.A., która udostępnia nam serwer internetowy.

Wśród przyjaciół Fundacji są również: Centrum Szpitalna - Centrum Organizacji Pozarządowych, IMP Service i Triplan Polska, Agencja Reklamowa Triada, pracownicy Departamentu Marketingu i PR Allianz Polska, Michał Karwowski, Grzegorz Kowalski i wielu innych.

Przy opisie poszczególnych projektów wymieniamy osoby, firmy i instytucje, które pomagały w realizacji danego przedsięwzięcia.

## II. Działania Fundacji

### 1. Samotne Matki

Kampania na rzecz Caritas Polska – „Bóg się rodzi – pomóż samotnym matkom”



W Polsce jest 116 domów samotnej matki. Średnio rocznie przebywa w nich ponad 1000 kobiet. Przyczyną ucieczki z domów rodzinnych w większości jest bicie, bieda i samotność.

W końcu stycznia 2004 r. zakończyliśmy kampanię społeczną na rzecz Caritas Polska – największej instytucji dobroczynnej w Polsce - pod hasłem „Bóg się rodzi – pomóż samotnym matkom”. Celem kampanii było zwrócenie uwagi na problemy samotnych matek oraz zebranie pieniędzy dla Caritas Polska na rzecz domów samotnych matek.

Przygotowanie kampanii poprzedziliśmy badaniami socjologicznymi zrealizowanymi we współpracy z instytutem badawczym SMG/KRC. Powstał pierwszy w Polsce raport z badań dotyczący domów samotnych matek i sytuacji ich mieszkanek. Analizę przeprowadziliśmy na reprezentatywnej próbie mieszkanek domów samotnej matki (kobiety w ciąży oraz matki z dziećmi) oraz kierowników placówek.

#### Kampania reklamowa

Opracowaliśmy strategię kampanii. Określiliśmy odbiorców, cel, czas, nośniki, media.

Zgodnie ze strategią kampanię prowadziliśmy od grudnia 2004 do stycznia 2005.

Przygotowaliśmy film reklamowy, reklamę radiową, projekty ogłoszeń prasowych, plakatów.

Wykorzystaliśmy media: telewizję, radio, prasę, reklamę zewnętrzną.

#### Działania public relations

- Przygotowaliśmy szereg materiałów adresowanych do dziennikarzy pracujących w redakcjach gazet (reportaż, wywiad, omówienie badań).
- Wyprodukowaliśmy film dokumentalny „Przystań” (reż. Grzegorz Górny, czas: 20”), pokazujący przykłady kilku kobiet, które trafiły do domów samotnej matki. Film udostępnialiśmy stacjom telewizyjnym. 8 regionalnych stacji TVP wyemitowało reportaż.
- Zorganizowaliśmy konferencję prasową, której celem była prezentacja raportu z badań na temat domów samotnej matki i zainteresowanie dziennikarzy tematem samotnego macierzyństwa.

#### Rezultaty

- Podczas kampanii ukazało się prawie 70 publikacji w mediach dotyczących problemu samotnego macierzyństwa.

- Jak wynika z badań instytutu SMG/KRC kampania była znana przez 25% ogółu ankietowanych, z czego podobała się aż 68% badanych.
- W wyniku kampanii Caritas Polska zebrał ponad 100 000 zł na pomoc dla samotnych matek.

### **Media**

Koordinacja i planowanie mediów: Optimedia Poland

prasa: Polityka, Forum, Viva, Naj

Prasa regionalna: Media Tak (współpraca)

Gazeta Olsztyńska, Dziennik Wschodni, Kurier Lubelski, Express Ilustrowany, Dziennik Bałtycki, Nowiny, Dziennik Polski, Kurier Poranny, Kurier Szczeciński, Słowo Polskie, Gazeta Wrocławska, Gazeta Poznańska, Głos Wielkopolski

Telewizja: Ad Media (współpraca)

Reality TV, Romantica, Europa Europa, National Geographic Channel, MTV Classic, Discovery Channel, Animal Planet, Telewizja Puls,

Radio:

RMF FM. Sieć Radia Plus; stacje lokalne: 5-Suwalki, BIESZCZADY-Sanok, BRW-Wałbrzych, Centrum-Kalisz, ESKA NORD-Gdańsk, FAN-Jasło, FON-Częstochowa, Grudziądz-Grudziądz, Kolor-Warszawa, Mazury-Ostróda, PARK-Kędzierzyn Koźle, Piotrków, Północ-Koszalin, PR PIK-Bydgoszcz, PR-Białystok, PR-Gdańsk, PR-Kraków, PR-Olsztyn, PR-Rzeszów, PR-Szczecin, PULS-Płock, Region Kraków, RMI-Poznań, W-Włocławek, Jard 1 i 2

reklama zewnętrzna:

plakaty były eksponowane w Warszawie, Krakowie, Trójmieście, Katowicach, Wrocławiu, Lublinie, Łodzi, Poznaniu, Szczecinie i Bydgoszczy. Tablice do ekspozycji plakatów zostały udostępnione przez firmy: Stroer (100 tablic), Clear Channel (236 tablic),

### **Partnerzy kampanii:**

Badania socjologiczne: Instytut badawczy SMG/KRC a Millward Brown Company

Projekt graficzny plakatu, ogłoszenia prasowego, reżyseria i animacja filmu: Wojciech Kliczka

Udzwiękowanie filmu reklamowego i produkcja reklamy radiowej: Studio Zet

Kopiowanie materiałów filmowych: Media City

Przygotowanie ogłoszeń prasowych, naświetlania: Pracownia C&C

Pomoc w obsłudze PR: RPR Group

Koordinacja mediów: Optimedia Poland

Prasa ogólnopolska: Polityka, Forum, Viva, Naj;

### **Sponsorzy kampanii:**

Drukoba (pokrycie części kosztów wyklejania plakatów),

T.U. Allianz Polska S.A. (sfinansowanie produkcji filmu dokumentalnego „Przystań”, współfinansowanie wyklejania plakatów),

Print and Display (część kosztów druku plakatów wielkoformatowych),

Memograf (część kosztów wyklejania plakatów)  
Kolor Druk (druk plakatów A3)  
oraz Caritas Polska (część kosztów druku plakatów wielkoformatowych i ich wyklejania).

Wszystkie prace związane z przygotowaniem kampanii i jej realizacją odbyły się bezpłatnie. Wyjątkiem był druk plakatów wielkoformatowych, koszt ich wyklejania oraz produkcja filmu dokumentalnego („Przystań”). Koszty te pokryli sponsorzy. Przestrzeń reklamowa w mediach uzyskana została bezpłatnie.

Sponsorzy pokryli koszty na podstawie faktur wystawionych bezpośrednio przez dostawców ww. usług czy towarów.

### **Wolontariusze**

W przygotowaniu kampanii pomogli Anna Gamczyk, Hanna i Jakub Husak, Izabela Kapuściarek, Tomasz Potkaj, Michał Rżysko, Jacek Sobieszczanski, Łukasz Szajna, Krzysztof Wołoczko

### **Pomoc dla Domów samotnej matki w Chyliczkach i Warszawie**

Pomogliśmy w przekazaniu artykułów dziecięcych dla Domu Samotnej Matki w Chyliczkach oraz Domu Samotnej Matki w Warszawie na Pradze Północ przy ulicy Szymanowskiego 4a od prywatnych ofiarodawców.

## **2. Rodzinne domy dziecka**

### **Kampania społeczna – „Grunt to rodzina. Pomóż rodzinnym domom dziecka”**



### **Dzieci w domach dziecka w Polsce**

W Polsce obecnie ponad 80 000 dzieci przebywa poza opieką swoich naturalnych rodziców. Większość z nich przebywa w różnego typu placówkach wychowawczych. Są to najczęściej rodziny zastępcze (50 700 dzieci) oraz, co wynika z istniejącego w Polsce systemu opieki nad dziećmi osieroconymi duże placówki wychowawcze – m.in. domy dziecka (16 875 dzieci). Spośród dzieci mieszkających w domach dziecka zaledwie 8% (1530) przebywa w rodzinnych domach dziecka.

Trwa teraz reforma systemu polegająca na stopniowym odchodzeniu od tradycyjnych, instytucjonalnych form opieki nad dziećmi na rzecz rodzinnych. Zmiany postępują wolno. Z relacji opiekunów w rodzinnych domach dziecka wynika, że jedną z najpoważniejszych barier w powstawaniu tych placówek jest biurokracja. Problemem jest także niewielka grupa

rodziców chcących zakładać nowe rodzinne domy dziecka. Tylko 22% Polaków zna ten rodzaj opieki nad dziećmi osieroconymi (SMG/KRC).

### **Chcemy to zmienić**

W połowie grudnia 2004 r. rozpoczęła się w mediach pierwsza edycja kampanii społecznej na rzecz rodzinnych domów dziecka pod hasłem „Grunt to rodzina. Pomóż rodzinnym domom dziecka”. Celem akcji jest zwrócenie uwagi na rodzinne domy dziecka oraz budowa funduszu edukacyjnego dla dzieci i rodziców. Akcji patronuje Prezydent m. st. Warszawy. Projekt jest realizowany przy współpracy z Koalicją na rzecz Rodzinnej Opieki Zastępczej.

### **Badania**

Przygotowania kampanii poprzedziliśmy pierwszymi w Polsce badaniami dotyczącymi sytuacji i potrzeb rodzinnych domów dziecka. Badania przeprowadził instytut badawczy Millward Brown SMG/KRC wraz z zespołem wolontariuszy Fundacji Świętego Mikołaja. Badania przeprowadziliśmy na ogólnopolskiej, reprezentatywnej próbie opiekunów w rodzinnych domach dziecka. Wykonaliśmy 185 wywiadów telefonicznych. Ponadto zebraliśmy 84 kwestionariusze, w których precyzyjnie badamy potrzeby edukacyjne dzieci i rodziców. Raport z badań dostępny jest na stronie internetowej [www.mikolaj.org.pl](http://www.mikolaj.org.pl).

### **Fundusz edukacyjny**

Wiedzę zgromadzoną podczas badań wykorzystaliśmy do opracowania reguł funkcjonowania funduszu edukacyjnego dla dzieci i rodziców z rodzinnych domów dziecka. Fundusz jest zasilany ze zbiórki publicznej prowadzonej podczas kampanii. Środki zostaną przeznaczone na szkolenia dla rodziców oraz projekty edukacyjne dla dzieci.

### **Kampania w mediach**

W kampanii reklamowej wykorzystujemy telewizyjny animowany film reklamowy (40”), reklamę radiową, plakaty wielkoformatowe, ogłoszenia prasowe i banery internetowe. Koordynacją kampanii w mediach zajmował się dom mediowy Optimum Media OMD. Bezpłatną przestrzeń reklamową udostępnił:

#### Telewizja

TVP1, TVP2, TVP3, Canal+, Ale Kino, TV Puls, lokalne telewizje kablowe grupy Vectra

Reklama zewnętrzna: AMS oraz Town and City  
571 billboardów i 150 citilightów w całej Polsce

Prasa codzienna ogólnopolska: Fakt, Gazeta Wyborcza (Gazeta Wyborcza, Gazeta Telewizyjna, Duży Format), SuperExpress

Magazyny: Christianitas, Chwila dla Ciebie, Dom i Wnętrze, Droga, Fronda, List, Newsweek, Przyjaciółka, Puls Biznesu (Business Class), Rewia, Świat Kobiety, Takie jest Życie, TeleMagazyn, Tygodnik Powszechny, Viva, Więż, Wprost, Znak.

Prasa regionalna (koordynacja - Media Tak): Głos Koszaliński, Głos Pomorza, Głos Szczeciński, Gazeta Pomorska, Kurier Lubelski, Dziennik Polski, Dziennik Bałtycki - Wieczór Wybrzeża, Super Nowości, Dziennik Wschodni

Radio: Radio Zet, Radio Plus, Radio 94, Radio Hit FM, Radio Eska Kraków, Radio Eska Kielce, Radio Eska Bydgoszcz

Internet: Netsprint.pl, gazeta.pl, rzeczpospolita.pl, ksiegowosc.pl, netsprint.pl, ksiegowe.pl, Christianitas.pl i inni

**Kampania public relations**

Przygotowaliśmy materiały prasowe dla dziennikarzy. W działaniach tych wspierała nas agencja Active Communications. Dzięki dotacji Fundacji Orleń Dar Serca wyprodukowaliśmy reportaż filmowy poświęcony rodzinnym domom dziecka, który udostępniliśmy lokalnym stacjom telewizyjnym.

Konferencja prasowa

6 stycznia 2005 r. odbyła się konferencja prasowa, w której udział wzięli m.in.:

- dr Barbara Passini – dyrektor Ośrodka Adopcyjnego Towarzystwa Przyjaciół Dzieci
- Paweł Wypych – dyrektor Biura Pomocy Społecznej m. st. Warszawy
- Jakub Antoszewski – PR manager Millward Brown SMG/KRC
- Bartłomiej Pawlak – dyrektor marketingu, Fundacja Ernst&Young reprezentujący Koalicję na Rzecz Rodzinnej Opieki Zastępczej.

Telewizja

Udział w programach: TVP2 „Pytanie na Śniadanie”, TVP1 program świąteczny, TVP3 „Gość Dnia”, Telewizja Puls.

Film dokumentalny „Dom Rodzinny” (20”) – emisje w 7 lokalnych ośrodkach TVP i 26 stacjach sieci telewizji kablowej Vectra.

Prasa

Dzięki naszej inspiracji powstały m.in. reportaż przygotowany przez wolontariusza Fundacji (Rzeczpospolita), reportaż w Gazecie Wyborczej (Duży Format), informacja o kampanii w Trybunie.

Radio

Audycje i informacje w Radio TOK FM, Radio Warszawa Praga, Radio Józef, Radio Zet, Polskim Radio, Radio dla Ciebie.

**Partnerzy**

Optimum Media OMD – koordynacja mediów

MillwardBrown SMG/KRC wraz z grupą wolontariuszy Fundacji Świętego Mikołaja – badania socjologiczne

Pracownia C&C – ogłoszenia prasowe

Active Communications – kampania public relations

Media Tak – prasa regionalna

Krzysztof Kokoryn i Wojciech Kliczka – projekt plakatu i ogłoszenia prasowego, film reklamowy

The Cracow Klezmer Bend – muzyka do filmu reklamowego

Studio Zet, Radio Kraków – nagranie reklamy radiowej

Media City - kopiowanie materiałów filmowych

Centrum Prasowe PAP – konferencji prasowej



## Sponsorzy

T.U. Allianz Życie Polska S.A.  
Sfinansowanie filmu reklamowego i część kosztów wyklejania plakatów

Fundacja Ernst&Young  
Pokrycie części kosztów wyklejania plakatów

Warszawskie Zakłady Farmaceutyczne Polfa  
Pokrycie części kosztów wyklejania plakatów

Fundacja Orlen „Dar Serca”.  
Produkcja filmu dokumentalnego „Rodzinny dom”, część kosztów koordynacji projektu.

Studio DN Design Group Sp. z O.O.  
Profesjonalne taśmy beta.

## Wolontariusze

Karolina Błaszczuk, Wojciech Gruszka, Izabela Kapuściarek, Magdalena Nicińska,  
Franciszek Pieczka, Tomasz Potkaj, Izabela Rusak, Michał Rżysko, Krystyna Stefankiewicz,  
Ewa i Marcin Tłuczkiewiczowie

## Pomoc dla rodzinnego domu dziecka we Wrocławiu

We współpracy z firmą Vulcan zakupiliśmy rodzinnemu domowi dziecka nr. 6 we Wrocławiu meble dla dzieci i faks. Sponsorem zakupionego sprzętu była firma Vulcan, która przekazała nam na ten cel darowiznę.

## 3. Opieka paliatywna

### Pola Nadziei

Pola Nadziei to coroczna kampania zbierania pieniędzy na rzecz hospicjów i organizacji opieki paliatywnej. Na świecie znana jest pod nazwą Fields of Hope. Wywodzi się ze Szkocji, gdzie została zapoczątkowana przez organizację zaangażowaną w walkę z rakiem (Marie Curie Cancer Care, [www.mariecurie.org.uk](http://www.mariecurie.org.uk)). Akcja składa się z dwóch części. Początek to sadzenie żonkili – kwiatów, które są symbolem nadziei. Druga część - kwesta – odbywa się wiosną, jak żonkile zakwitną.

W Polsce koordynatorem projektu jest krakowskie Hospicjum im. Św. Łazarza. W 2004 roku po raz pierwszy akcja objęła całą Warszawę - posadziliśmy 150 000 kwiatów. 29 października 2004 r. przy Placu Inwalidów w Warszawie pomagali znani aktorzy i osoby świata publicznego, m.in.: prof. Norman Davies, Wiesław Gołas, Alina Janowska, Jacek Kawalec, Maja Komorowska, Jerzy Kryszak, Krzysztof Kumor, Zbigniew Moskał, Jolanta Mrotek, Jan Pospieszalski, Stanisław Sojka, Joanna Szczepkowska, Andrzej Zaorski, Cezary Żak.

Kampanię w lewobrzeżnej Warszawie organizujemy razem z Warszawskim Hospicjum Społecznym i Urzędem m.st. Warszawy. Patronat nad akcją objęła pani Maria Kaczyńska, małżonka Prezydenta Miasta Stołecznego Warszawy.

## Szkolenia dla Warszawskiego Hospicjum Społecznego

W ramach prowadzonej przez nas Akademii Fundraisingu, w czerwcu zakończyliśmy cykl szkoleń dla wolontariuszy Warszawskiego Hospicjum Społecznego. Szkolenia prowadzili: Ewa Ruszkowska, Dariusz Karłowicz, Joanna Paciorek. Opiekę nad grupą wolontariuszy fundraiserów objęła Wiesława Jasiak.

## 4. Teologia Polityczna

Fundacja jest wydawcą rocznika filozoficznego „Teologia Polityczna”. Pismo ukazuje się dzięki środkom zebranych na ten cel od prywatnych ofiarodawców i instytucji.

W 2004 roku:

- Umieściliśmy pierwszy numer rocznika na stronie internetowej [www.teologiapolityczna.pl](http://www.teologiapolityczna.pl);
- 12 maja pod patronatem „Teologii Politycznej” odbyło się spotkanie pod tytułem: Demokracja czy oligarchia - dyskusja wokół książki prof. Zdzisława Krasnodębskiego "Demokracja peryferii".

W spotkaniu uczestniczyli: Prof. Zdzisław Krasnodębski, Bronisław Wildstein, Prof. Jadwiga Staniszkis, Dariusz Gawin. Prowadzili Dariusz Karłowicz i Marek A. Cichocki.

W organizacji spotkania pomogli studenci z zespołu Warsztatów Analiz Socjologicznych. Spotkanie odbyło się w Instytucie Socjologii Uniwersytetu Warszawskiego.

- Przygotowaliśmy do druku drugi numer „Teologii Politycznej” zatytułowany „Misja boża a ludzki porządek”. Głównymi bohaterami numeru są Abraham, Antyгона i Sokrates. Drugi numer analizuje zależność i konflikt sfer religii i polityki. Obok tekstów poświęconych głównym bohaterom tomu znajdują się tu również analizy relacji religii i państwa we współczesnym islamie oraz współczesnych demokracjach.

Redakcja rocznika: Marek A. Cichocki, Dariusz Karłowicz, Agnieszka Kurkowska, Joanna Paciorek. Członkowie redakcji pracują społecznie.



Drugi numer pisma ukazuje się dzięki hojności i pomocy wielu osób i instytucji: Fundacji Konrada Adenauera, Ośrodka Myśli Politycznej z Krakowa, a także Bartosza Antosika, Macieja Grabowskiego, Pawła Kaczmarka, Zofii i Piotra Konińskich, Justyny i Pawła Kowalów, Agnieszki i Jana Ołdakowskich, Jakuba Paciorka, Ewy i Jarosława Paradowskich, Agnieszki i Jerzego Perendyków, Izabeli i Piotra Rudnickich, Jacka Silskiego, Małgorzaty i Jacka Szczytko, Ewy i Marcina Tłuczkiewiczów, Agnieszki Walter-Drop, Katarzyny i Mariusza Włodarskich, Ewy i Marcina Zielińskich i innych anonimowych darczyńców.



Składamy serdeczne podziękowania Agnieszce Dziembaj za pomoc redakcyjną i korektorską, Annie Litwińczuk za wsparcie przy korekcie, Mirosławie Partyce, Marii Smulewskiej, Bartoszowi Jałowieckiemu oraz Wojciechowi Nowickiemu za przetłumaczenie tekstów, Ewie Lubowicz-Paradowskiej za konsultacje prawne, Joannie Pierścińskiej-Surowiec za pomoc księgową, Agacie Sagan za stworzenie strony internetowej oraz firmie GTS Internet Partners S.A. za udostępnienie serwera internetowego. W przygotowaniu numeru pomagali również Karolina Błaszczuk, Sylwia Romańczak, Michał Rżysko i Marta Skrzyńska.

Dziękujemy serdecznie Instytutowi Francuskiemu w Warszawie za pomoc w przetłumaczeniu tekstów z języka francuskiego.

Dystrybucję oraz sprzedaż wysyłkową czasopisma prowadzi Ośrodek Myśli Politycznej z Krakowa na podstawie umowy zawartej z Fundacją. „Teologia Polityczna” była dostępna w sieci sprzedaży Empik oraz w wybranych księgarniach w Polsce („Prus”, „Liber”, „Księgarnia Akademicka” i inne). Dochód ze sprzedaży czasopisma jest przeznaczony na cele statutowe fundacji.

## **5. Europejski Uniwersytet Humanistyczny w Mińsku prof. Anatolij Michajłow w Polsce**

W lipcu 2004 r. władze Białorusi zamknęły Europejski Uniwersytet Humanistyczny (EHU), jedyną niezależną szkołę wyższą, utrzymywaną ze środków pochodzących z UE i Stanów Zjednoczonych. Protesty władz uniwersytetu i manifestacje studentów nie przyniosły żadnych efektów. Dodatkowo uniwersytety publiczne na Białorusi odmówiły przyjęcia studentów rozwiązanej uczelni (ok. 1300 osób).

W październiku na zaproszenie Fundacji Świętego Mikołaja przyjechał do Warszawy rektor Europejskiego Uniwersytetu Humanistycznego w Mińsku. Podczas wizyty prof. Anatolij Michajłow spotkał się m.in. z wiceprezydentem Warszawy, rektorem Uniwersytetu Warszawskiego oraz uczestniczył w konferencji prasowej w redakcji dziennika Rzeczpospolita.

Pomoc studentom EHU zaoferowały m.in. szkoły wyższe w Krakowie, Poznaniu, Nowym Sączu oraz Rzeszowie. Z inicjatywą współpracy wystąpił prezydent Warszawy Lech Kaczyński. W liście przekazanym prof. Michajłowowi prezydent zapewnia o solidarności z rozwiązaną uczelnią oraz deklaruje gotowość pomocy nauczycielom i uczniom chcącym kontynuować naukę w Warszawie.

## **6. Szkolenia i konferencje, w których uczestniczyliśmy**

### **Konferencja VIA Foundation**

12-13 lutego braliśmy udział w konferencji "V-4 Fundraisers Networking Meeting" organizowanej przez VIA Foundation. W spotkaniu uczestniczyły organizacje pozarządowe z kilku krajów Europy Środkowo-Wschodniej. Celem konferencji była wymiana doświadczeń w zakresie zbierania funduszy. Dzielił się wiedzą na temat organizacji kampanii społecznych.

### **Konferencja w Mołdawii**

19-24 czerwca, na zaproszenie fundacji Libertos, wolontariusz fundacji brał udział w Konferencji Organizacji Pozarządowych w Kiszyniowie w Mołdawii. Podczas konferencji wymieniano doświadczenia w zakresie kampanii i marketingu społecznego. Pobyt na konferencji został sfinansowany przez Fundację im. Stefana Batorego.

### III. Rachunek zysków i strat

Rachunek zysków i strat za okres od dnia 01.01.2004 r. Do dnia 31.12.2004 r.

Wariant porównawczy

Nazwa i adres jednostki: Fundacja Świętego Mikołaja Ul. Przesmyckiego 40 05-500 Piaseczno NIP 123-09-97-285		
<b>Treść</b>	<b>Za bieżący rok obrotowy (zł i gr)</b>	<b>Za poprzedni rok obrotowy (zł i gr)</b>
0	1	2
<b>A. Przychody z działalności statutowej</b>	<b>291 958,93 zł</b>	<b>26 947,94 zł</b>
I. Składki brutto, określone statutem		
II. Inne przychody określone statutem	291 958,93 zł	26 947,94 zł
<b>B. Koszty realizacji zadań statutowych</b>	<b>237 296,63 zł</b>	<b>24 006,71 zł</b>
<b>C. Wynik finansowy na działalności statutowej (wielkości dodatnia lub ujemna) (A-B)</b>	<b>54 662,30 zł</b>	<b>2 941,23 zł</b>
<b>D. Koszty administracyjne:</b>	<b>5 902,43 zł</b>	<b>736,77 zł</b>
I. Amortyzacja	2 100,00 zł	
II. Zużycie materiałów i energii	630,83 zł	
III. Usługi obce	2 035,60 zł	146,77 zł
IV. Podatki i opłaty	1 136,00 zł	560,00 zł
V. Wynagrodzenia oraz ubezpieczenia społeczne i inne świadczenia		
VI. Pozostałe		30,00 zł
<b>E. Pozostałe przychody (nie wymienione w poz. A i G)</b>	<b>4 786,59 zł</b>	<b>- zł</b>
<b>F. Pozostałe koszty (nie wymienione w poz. B,D i H)</b>	<b>- zł</b>	<b>- zł</b>
<b>G. Przychody finansowe</b>	<b>601,70 zł</b>	<b>2,94 zł</b>

<b>H. Koszty finansowe</b>	<b>- zł</b>	<b>- zł</b>
<b>I. Wynik finansowy brutto na całokształcie działalności (wartość dodatnia lub ujemna ( C-D+E-F+G-H)</b>	<b>54 148,16 zł</b>	<b>2 207,40 zł</b>
<b>J. Zyski i straty nadzwyczajne:</b>		
I. Zyski nadzwyczajne - wielkość dodatnia		
II. Straty nadzwyczajne - wielkość ujemna		
<b>K. Wynik finansowy ogółem ( I + J )</b>	<b>54 148,16 zł</b>	<b>- zł</b>
I. Różnica zwiększająca koszty roku następnego (wielkość ujemna)		
II. Różnica zwiększająca przychody roku następnego (wielkość dodatnia)		

## IV. Bilans

<b>Bilans na dzień 31.12.2004 r.</b>					
Nazwa i adres jednostki: Fundacja Świętego Mikołaja Ul. Przesmyckiego 40 05-500 Piaseczno NIP 123-09-97-285					
<b>Aktywa</b>	Stan na koniec bieżącego roku obrotowego (zł gr)	Stan na koniec poprzedniego roku obrotowego (zł gr)	<b>Pasywa</b>	Stan na koniec bieżącego roku obrotowego (zł gr)	Stan na koniec poprzedniego roku obrotowego (zł gr)
<b>A. Aktywa trwałe</b>		<b>1 200,00</b>	<b>A. Fundusze własne</b>	<b>59 355,56</b>	<b>5 207,40</b>
I. Wartości niematerialne			I. Fundusz statutowy	3 000,00	3 000,00
II. Rzeczowe aktywa trwałe		<b>1 200,00</b>	II. Fundusz z aktualizacji wyceny		
III. Należności długoterminowe			III. Wynik finansowy z lat ubiegłych	2 207,40	
IV. Inwestycje długoterminowe			IV. Wynik finansowy netto za rok obrotowy	54 148,16	2 207,40
V. Długoterminowe rozliczenia międzyokresowe			1. nadwyżka przychodów nad kosztami (wielkość dodatnia)	54 148,16	2 207,40
			2. nadwyżka kosztów nad przychodami (wielkość ujemna)		
<b>B. Aktywa obrotowe</b>	<b>86 399,92</b>	<b>4 319,32</b>	<b>B. Zobowiązania i rezerwy na zobowiązaniach</b>	<b>27 364,59</b>	
I. Zapasy rzeczowych aktywów obrotowych			I. Zobowiązania długoterminowe z tytułu kredytów i pożyczek		
II. Należności krótkoterminowe	7 002,03		II. Zobowiązania krótkoterminowe i fundusze specjalne	<b>27 364,59</b>	<b>614,93</b>

1. z tytułu dostawy towarów i usług	7 000,00		1. Kredyty i pożyczki		
2. inne należności	2,03		2. z tytułu dostawy towarów i usług	26 841,22	
<b>III. Inwestycje krótkoterminowe</b>	<b>79 397,89</b>	<b>4319,32</b>	3. Inne zobowiązania	0,81	614,93
1. środki pieniężne	79 397,89	4319,32	4. z tyt. podatków i ubezpieczeń społecznych	522,56	
2. pozostałe aktywa finansowe			5. Fundusze specjalne		
			III. Rezerwy na zobowiązania		
<b>C. Krótkoterminowe rozliczenia międzyokresowe</b>	<b>320,23</b>	<b>303,01</b>	IV. Rozliczenia międzyokresowe		
			1. Rozliczenia międzyokresowe przychodów		
			2. Inne rozliczenia międzyokresowe		
<b>Aktywa razem</b>	<b>86 720,15</b>	<b>5 822,33</b>	<b>Pasywa razem</b>	<b>86 720,15</b>	<b>5 822,33</b>

## V. Informacja dodatkowa

### Rozliczenie projektów 2004

Projekt	Koszt	Przychody/źródło finansowania
<b>Realizacja zadań statutowych</b>	<b>237 296,63</b>	<b>291 958,93</b>
<b>Samotne matki</b>	<b>44,45</b>	<b>100,00</b>
Konferencja prasowa	-	Caritas, wolontariusze
Powierzchnie reklamowe w mediach	-	media
Podsumowanie kampanii	-	wolontariusze
Koordinacja projektu	-	wolontariusze
Płyty DVD, art. biurowe	41,00	Darczyńcy indywidualni
Opłaty pocztowe	3,45	Darczyńcy indywidualni
<b>Rodzinne domy dziecka</b>	<b>222 328,02</b>	<b>233 433,61</b>
<b>Badania społeczne</b>	<b>1 157,28</b>	
Podróże, koperty, opłaty pocztowe	1 157,28	Darczyńcy indywidualni
Opracowanie kwestionariuszy, kopiowanie, wywiady telefoniczne, raport, konsultacje	-	MillwardBrown SMG/KRC i wolontariusze
<b>Strategia, kreacja, produkcja</b>	<b>28 543,42</b>	
Strategia, scenariusze, projekty graficzne	-	wolontariusze
Produkcje filmów, taśmy, kopiowanie	28 543,42	Fundacja Orlen Dar Serca, TU Allianz Polska S.A.
Materiały do prasy, naświetlania	-	Pracownia C&C, wolontariusze
Produkcja reklamy radiowej	-	Studio Zet, PR Kraków, wolontariusze
Druk plakatów wielko-formatowych	-	Urząd M. St. Warszawy
<b>Media</b>	<b>183 260,91</b>	
Udokumentowana wartość darowizn powierzchni reklamowych	146 953,10	media
Wyklejanie billboardów	36 307,81	Fundacja Ernst&Young, TU Allianz Polska S.A., Urząd Miasta St. Warszawy, Polfa
<b>Koordinacja</b>	<b>4 882,54</b>	
Wynagrodzenia koordynatora projektu		wolontariusze
Planowanie kampanii w mediach, negocjacje	-	Optimum Media/OMD, Media Tak, wolontariusze
Koordinacja współpracy z dziennikarzami, konferencja prasowa	-	Active Communications, PAP, wolontariusze
Wynagrodzenia kierownika produkcji filmu dokumentalnego (brutto, razem z ZUS)	3 623,70	Fundacja Orlen Dar Serca
Paliwo dla wolontariusza	500,00	Fundacja Orlen Dar Serca
Opłaty za telefon i opłaty pocztowe	758,84	Darczyńcy indywidualni
<b>Inne</b>	<b>4 483,87</b>	
Faks i meble dziecięce dla rodzinnego domu dziecka nr 6 we Wrocławiu	4 483,87	Vulcano Sp. Z o.o. - darowizna celowa
<b>Fundusz edukacyjny</b>	<b>-</b>	<b>21 272,59</b>
<b>Hospicja (Pola Nadziei)</b>	<b>-</b>	<b>wolontariusze</b>
<b>Teologia Polityczna</b>	<b>12 299,70</b>	<b>34 499,63</b>



<b>Numer 1 "Sprawiedliwość Miłosierdzie Zdrada"</b>	<b>1 291,95</b>	<b>373,00</b>
Opłaty pocztowe	720,00	darzyńcy indywidualni
Naświetlanie plakatu	399,09	darzyńcy indywidualni
Domena www.teologiapolityczna.pl (nr 1)	172,86	darzyńcy indywidualni
Prace sekretarskie	-	wolontariusze
<b>Numer 2 "Misja Boża i ludzki porządek"</b>	<b>11 007,75</b>	<b>34 126,63</b>
Honoraria za teksty	-	wolontariusze
Redakcja, korekta	-	wolontariusze
Licencja na fotografię	926,63	Fundacja Konrada Adenauera
Druk (zaliczka)	10 000,00	Fundacja Konrada Adenauera/Ośrodek Myśli Politycznej
Opłata za kod kreskowy (niezbędny w Empiku)	31,72	darzyńcy indywidualni
Opłaty pocztowe	3,65	darzyńcy indywidualni
Domena www.teologiapolityczna.pl	45,75	darzyńcy indywidualni
Opłata za serwer internetowy	-	GTS Internet Partners
Obsługa strony internetowej	-	wolontariusze
<b>Europejski Uniwersytet Humanistyczny w Mińsku</b>	-	<b>wolontariusze</b>
<b>Akademia Fundraisingu</b>	<b>2 624,46</b>	<b>2 653,10</b>
Szkolenia dla W-wskiego Hospicjum Społ.	-	wolontariusze
Konferencja w Mołdawii (podróż)	1 816,17	Fundacja im. St. Batoiego
Konferencja w Pradze (podróż)	808,29	VIA Foundation, Praga
<b>Koszty administracyjne Fundacji</b>	<b>5 902,43</b>	<b>5 388,29</b>
Opłaty sądowe (KRS)	1 136,00	darzyńcy indywidualni
Prowizje bankowe	197,33	darzyńcy indywidualni
Obsługa księgową	-	Joanna Pierścińska-Surowiec, Dorfin
Audyty	-	BFK
Obsługa prawna	-	wolontariusze
Tłumaczenia	-	wolontariusze
Prace sekretarskie i kurierskie	-	wolontariusze
Opłaty za telefony wolontariuszy	1 606,75	darzyńcy indywidualni
Artykuły biurowe i opłaty pocztowe	671,17	darzyńcy indywidualni
Druk kartek świątecznych, wizytówek	-	Kolor Druk
Obsługa informatyczna	-	wolontariusze
Wynajem biura	-	IMP Service/Triplan Polska
Wykonanie puszki do kwest	-	Agencja Reklamowa Triada
Amortyzacja	2 100,00	
Wynagrodzenia członków zarządu	-	wolontariusze
<b>Strona internetowa</b>		
Domena www.mikolaj.org.pl	191,17	darzyńcy indywidualni
Opłata za serwer	-	GTS Internet Partners
Obsługa strony www	-	wolontariusze

## VI. Opinia biegłego rewidenta

BFK  
BIURO FINANSOWO – KSIĘGOWE BIEGŁEGO REWIDENTA  
Firma audytorska  
Mgr Krystyna Borodziuk – biegły rewident

### Dla Zarządu i Rady Fundacji Świętego Mikołaja

1. Przeprowadziłam badanie załączonego sprawozdania finansowego za rok zakończony dnia 31 grudnia 2004 roku Fundacji Świętego Mikołaja („Fundacji”) z siedzibą w Piasecznie, ul. Przesmyckiego 40, obejmującego:
  - wprowadzenie do sprawozdania finansowego,
  - bilans sporządzony na dzień 31 grudnia 2004 roku, który po stronie aktywów i pasywów wykazuje sumę 86 720,15 złotych (słownie: osiemdziesiąt sześć tysięcy siedemset dwadzieścia złotych, piętnaście groszy),
  - rachunek zysków i strat za okres od dnia 1 stycznia 2004 roku do dnia 31 grudnia 2004 roku wykazujący nadwyżkę przychodów nad kosztami w wysokości 54 148,16 złotych (słownie: pięćdziesiąt cztery tysiące sto czterdzieści osiem złotych, szesnaście groszy),
  - dodatkowe informacje i objaśnienia.
2. Za rzetelność, prawidłowość i jasność załączonego sprawozdania finansowego, jak również za prawidłowość ksiąg rachunkowych odpowiada Zarząd Fundacji. Moim zadaniem było zbadanie załączonego sprawozdania finansowego i wyrażenie, na podstawie badania, opinii o tym, czy sprawozdanie finansowe jest, we wszystkich istotnych aspektach, rzetelne, prawidłowe i jasne oraz czy księgi rachunkowe stanowiące podstawę jego sporządzenia są prowadzone, we wszystkich istotnych aspektach, w sposób prawidłowy.
3. Badanie sprawozdania finansowego przeprowadziłam stosownie do obowiązujących w Polsce postanowień:
  - rozdziału 7 ustawy z dnia 29 września 1994 roku o rachunkowości ("ustawa"),
  - rozporządzenia Ministra Finansów z dnia 15 listopada 2001 r. w sprawie szczególnych zasad rachunkowości dla niektórych jednostek nie będących spółkami handlowymi, nie prowadzących działalności gospodarczej
  - norm wykonywania zawodu biegłego rewidenta wydanych przez Krajową Radę Biegłych Rewidentów,

w taki sposób, aby uzyskać racjonalną pewność czy sprawozdanie to nie zawiera istotnych nieprawidłowości. W szczególności, badanie obejmowało sprawdzenie – w dużej mierze metodą wrywkową - dokumentacji, z której wynikają kwoty i informacje zawarte w sprawozdaniu finansowym. Badanie obejmowało również ocenę poprawności przyjętych i stosowanych przez Zarząd zasad rachunkowości i znaczących szacunków

dokonanych przez Zarząd, jak i ogólnej prezentacji sprawozdania finansowego. Uważamy, że przeprowadzone przez nas badanie dostarczyło nam wystarczających podstaw do wyrażenia opinii o sprawozdaniu finansowym traktowanym jako całość.

4. Moim zdaniem, załączone sprawozdanie finansowe, we wszystkich istotnych aspektach:
  - przedstawia rzetelnie i jasno wszystkie informacje istotne dla oceny wyniku finansowego działalności statutowej za okres od dnia 1 stycznia 2004 roku do dnia 31 grudnia 2004 roku, jak też sytuacji majątkowej i finansowej badanej Fundacji na dzień 31 grudnia 2004 roku;
  - sporządzone zostało zgodnie z zasadami rachunkowości określonymi w powołanej wyżej ustawie i wydanymi na jej podstawie przepisami, na podstawie prawidłowo prowadzonych ksiąg rachunkowych;
  - jest zgodne z powołaną wyżej ustawą i wydanymi na jej podstawie przepisami i postanowieniami statutu Fundacji wpływającymi na jego treść.
5. Zapoznałam się z raportem merytorycznym z działalności Fundacji w okresie od dnia 1 stycznia 2004 roku do dnia 31 grudnia 2004 roku ("raport merytoryczny") i uznałam, że informacje pochodzące z załączonego sprawozdania finansowego są z nim zgodne.

mgr Krystyna Borodziuk  
Biegły rewident  
Wpisany na listę biegłych rewidentów pod.  
Nr 302

Biuro Finansowo – Księgowe Biegłego  
Rewidenta  
mgr Krystyna Borodziuk  
Al. Jana Pawła II 80 E lok. 23  
00-175 Warszawa

Podmiot wpisany na listę podmiotów  
uprawnionych do badania sprawozdań  
finansowych pod numerem 623

Warszawa, dnia 16 marca 2005