

<b>4. Opracowanie i ogłoszenie konkursu na wspieranie działań w zakresie wolontariatu (rekrutacja, szkolenia itp.)</b>	
Dlaczego?	Aktywność wolontariuszy jest przejawem społeczeństwa obywatelskiego, jak i „naturalnym dobrem” III sektora. W organizacjach brakuje środków finansowych na pozyskiwanie i kształcenie wolontariuszy.
Rezultat?	Konkurs na wspieranie działań w zakresie wolontariatu

<b>5. Uwzględnienie w typach działań problemów „niszowych”, jak problemy osób w śpiączce</b>	
Dlaczego?	Konkursy dot. wsparcia grup zagrożonych wykluczeniem społecznym, jak i wsparcia dla osób niepełnosprawnych tworzą zamknięty katalog wsparcia. Konieczne jest jego rozszerzenie tak, aby nie wykluczać z możliwości objęcia wsparciem wszystkich potrzebujących.
Rezultat?	Rozszerzenie katalogu działań w konkursach o pomijane dotychczas grupy potrzebujących

<b>6. Wspieranie ze środków publicznych tylko sportu amatorskiego</b>	
Dlaczego?	Środki publiczne nie powinny służyć wsparciu działań, które z powodzeniem mogą radzić sobie na rynku. To rozwijający się sport amatorski winien być wspierany z tych środków .
Rezultat?	Rozszerzenie skali wsparcia dla sportu amatorskiego w miejsce zawodowego

<b>7. Wsparcie podmiotów ekonomii społecznej (w okresie „przerwy” w działaniu sieci ich wsparcia OWES)</b>	
Dlaczego?	Projekty adresowane do podmiotów ekonomii społecznej koncentrujące się na wsparciu tych podmiotów przez doradztwo i usługi powoli się kończą. Ich finansowanie będzie prawdopodobnie wznowione ze środków nowej perspektywy finansowej UE. Jednak w okresie między zakończeniem ich finansowania ze środków UE 2007-2013, a rozpoczęciem finansowania z perspektywy 2014-2020 konieczne jest zabezpieczenie wsparcia tych podmiotów.
Rezultat?	Konkurs zorientowany na wsparcie podmiotów ekonomii społecznej poprzez doradztwo i usługi.

- [współpraca pozafinansowa](#)

<b>8. Opracowanie wspólnie z NGO i włączenie się Samorządu Województwa w kampanię 1% na rzecz NGO z województwa</b>	
Dlaczego?	Zgodnie z ostatnimi danymi wciąż ponad 50% podatników nie korzysta z mechanizmu 1%, a większość korzystających wspiera organizacje, które działają daleko od ich miejsca zamieszkania. Warto więc wspólnie – w gronie organizacji z regionu i administracji regionalnej – wypracować zasady i przebieg kampanii na rzecz „pozostawiania 1% w regionie”.
Rezultat?	Opracowana i zrealizowana kampania na rzecz „pozostawiania 1% w regionie”