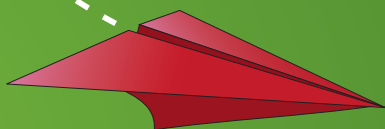


podaj dalej

PROJEKT DLA ORGANIZACJI POZARZĄDOWYCH
W WOJEWÓDZTWIE LUBUSKIM

www.podaj-dalej.org



rozwijamy potencjał III sektora!



Podaj dalej

rozwijamy potencjał III sektora

Człowiek potrafiący marzyć jest o wiele potężniejszy od człowieka, który ma ogromną wiedzę w danym temacie, jest świetnym specjalistą – ponieważ wiedza, nawet najgłębsza na dany temat, jest ograniczona i przewidywalna, a marzenia są nieograniczone.

Robert Kiyosaki

Ślubice, 2012

Publikacja została wydana na zlecenie Fundacji na rzecz Collegium Polonicum
ul. Kościuszki 1
69-100 Słubice
www.fundacjajcp.org

Idea i nadzór:

Marzena Słodownik

Kierownictwo projektu:

Magdalena Tokarska

Redakcja:

Marzena Słodownik

Teksty:

Marzena Słodownik, Katarzyna Buchwald-Piotrowska,
Honorata Ruban, Renata Wcisło

Zdjęcia:

Maria Boratyn, Adam Czerneńko, Katarzyna Buchwald-Piotrowska,
Karol Duer, Adam Szulczewski, Beata Szydlik, Tomasz Majewski,
Dariusz Sawicz, Hanna Musiejkiwicz

Korekta:

Hanna Musiejkiwicz, Katarzyna Buchwald-Piotrowska, Marzena Słodownik

Layout:

Piktogram Polska | biuro@piktogram.com

ISBN:

978-83-936265-2-6

Publikacja powstała w ramach projektu „Podaj dalej” współfinansowanego
ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

Słubice, 2012

Spis treści

Wstęp	7
Rozdział I Lubuskie organizacje pozarządowe	15
Rozdział II Fundraising, a co to takiego?	41
Rozdział III PR w organizacjach pozarządowych	57
Rozdział IV Projekt skrojony na miarę	71
Rozdział V Lider i partner	89

Wstęp

Świadomi obywatele – świadome, rozwijające się organizacje

Społeczeństwo obywatelskie w Polsce jest młode, ma dopiero 23 lata. Jego podstawą są obywatele, świadomi praw i obowiązków, zaangażowani w działania na rzecz dobra wspólnego, zdolni do osobistej odpowiedzialności za los swój i wspólnoty na wszystkich poziomach życia społecznego. Bez nich nie ma autentycznych organizacji pozarządowych, demokracja zamienia się w formalne procedury, państwo i urzędy są coraz bardziej bezsilne i obce obywatelom¹.

MARZENA SŁODOWNIK

– autorka projektu, a obecnie asystentka merytoryczna. Z Fundacją związana od 6 lat. Od początku zajmuje się wspieraniem organizacji pozarządowych. – Piszę projekty skierowane do III sektora. Pamiętam pierwsze projekty i pamiętam problemy z nimi związane. I jeden pałący – rekrutacja! Kilka lat temu członkowie organizacji nie myśleli o tym, aby się kształcić, podnosić kompetencje, zmienić sposób funkcjonowania. NGO'sy działały po omacku, a większość utrzymywała się ze składek członkowskim lub „żyła” od projektu do projektu, o ile udało się zdobyć jakiegokolwiek pieniądze na działania. Czy teraz jest inaczej? Nie wiem. Ale ważne jest to, że zmieniła się świadomość – ludzie chcą się uczyć i podnosić kwalifikacje, i zależy im coraz bardziej. Potrafią wybierać w gąszczu oferowanych bezpłatnie szkoleń i wytuścić to, co jest najbardziej korzystne dla rozwoju osobistego i rozwoju organizacji, w której działają. Wiedzą też, że ważna jest deklaracja udziału, wypełniony PEFS, umowa szkoleniowa i takie tam. Nikt już nie pyta, po co?



¹ Strategia Wspierania Rozwoju Społeczeństwa Obywatelskiego na 2009-2015, załącznik do uchwały Rady Ministrów

Polskie społeczeństwo obywatelskie jest młode, ale już dorosłe – może decydować, wybierać, kandydować, co raz częściej i co raz głośniej zaczyna dopominać się o swoje prawa.

23-letnia działalność pokazuje, że organizacje pozarządowe działają w wielu obszarach życia społecznego, odpowiadając na zapotrzebowanie różnych grup społecznych. To sprawia, że III sektor nie jest jednorodny, ale zróżnicowany pod względem obszarów, w których działa, oraz zasobów finansowych i intelektualnych. Zabiera głos w ważnych społecznie sprawach, nie boi się krytykować. Działa nie tylko na rzecz osób potrzebujących, ale obejmuje co raz szerzej inne obszary życia publicznego: edukację, kulturę, ochronę zdrowia. Angażuje się co raz bardziej w obszary, które jeszcze do niedawna były domeną państwa.

Ile nas jest w kraju?

W 2010 r. w Polsce zarejestrowanych było 12 tys. fundacji i 71 tys. stowarzyszeń (nie licząc Ochotniczych Straży Pożarnych, których jest 16 tys.). Najwięcej organizacji w stosunku do liczby mieszkańców zlokalizowanych jest w województwach mazowieckim, dolnośląskim, warmińsko-mazurskim, pomorskim, lubuskim i zachodniopomorskim. Przy uwzględnieniu tylko gmin wiejskich, okazuje się, że najmniej organizacji zarejestrowanych jest w Polsce Centralnej i Wschodniej, najwięcej zaś – na zachodzie kraju². Jak pokazują badania Klon Jawor z 2010 roku ogromne rozwarstwienie ekonomiczne polskiego sektora pozarządowego, widoczne jest przede wszystkim w dużych miastach. W 2009 r. najczęściej wykorzystywanymi źródłami finansowania działań

CZY WIECIE, ŻE...

- w całym kraju rejestruje się rocznie średnio ok. 4 tys. nowych stowarzyszeń i niemal 1 tys. fundacji
- przeciętne roczne przychody polskich organizacji to 20 tys. zł
- 17% organizacji ma przychody poniżej 1 tys. zł
- 5% najzamożniejszych organizacji, których roczne przychody przekraczają 1 mln zł, kumuluje łącznie 75% przychodów generowanych przez cały sektor pozarządowy
- 56% organizacji ma własną stronę internetową; tylko 16% ani nie ma strony, ani nie planuje jej przygotować w przyszłości²

² Podstawowe fakty o organizacjach pozarządowych 2010”, Jan Herbst, Jadwiga Przewłocka, Stowarzyszenie Klon/Jawor, Warszawa 2011

organizacji pozarządowych były składki członkowskie, środki samorządowe i darowizny. Prawie jedna czwarta badanych organizacji deklarowała także przychody pochodzące ze środków administracji rządowej, a prawie jedna piąta – z odpisów 1%.

III sektor to ludzie

Jeszcze kilka lat temu działacze społeczni kojarzyli się z oszołomami z misją i wizją. A to nie były zbyt dobre skojarzenia, bo łączyły się one z brakiem profesjonalizmu i działaniem ad hoc. Dzisiaj to już przeszłość – sektor się profesjonalizuje i dba o standaryzację działań. Ostra konkurencja na rynku grantów sprawia, że w NGO'sach pracują bardzo kompetentni ludzie, a organizacje przypominają dobrze zarządzane firmy. III sektor to duża zmienność i różnorodność zadań. Trzeba połączyć bieżącą działalność organizacji z realizacją projektów, mieć jeszcze czas na tworzenie nowych wniosków. A to wszystko wymaga bardzo dużej wiedzy w wielu obszarach, dlatego zespół organizacji musi być różnorodny.

Osoby funkcjonujące w III sektorze posiadają bardzo atrakcyjną tożsamość. Jest ona budowana w opozycji do obszaru administracji publicznej oraz korporacji, które mogłyby być inspiracją do tworzenia standardów działania i powtarzalnych procedur³.

Specyfiką trzeciego sektora jest przede wszystkim elastyczny czas pracy, łatwy do dopasowania dla osób, które nie mogą pracować w pełnym wymiarze czasu (np. młode matki, niepełnosprawni). Okazuje się więc, że w organizacjach pozarządowych jest dwukrotnie wyższy, niż przeciętnie w gospodarce narodowej, procent miejsc pracy oferowanych w niepełnym wymiarze czasu lub tzw. pracy pozaetatowej (23 proc. do 11 proc.). Ale czy to może być atrakcyjne dla ludzi z ambicjami? Czy w NGO'sach można liczyć na stabilne zatrudnienie? Na pewno tak, ale dotyczy to tylko dużych ogólnopolskich organizacji, które działają niezależnie od grantów i projektów. Większość NGO działa „od projektu do projektu”, z czym związane jest niestabilne zatrudnienie. Bywa różnie, bo projekty trwają rok, dwa, trzy. Dlatego praca w NGO nie jest dla wszystkich – nie każdy potrafi pracować jak koń, kiedy na koncie nie przybywa, i czekać na „lepsze czasy”, czyli przyznanie dofinansowania na kolejny projekt.

³ Badanie „Diagnoza działalności organizacji pozarządowych pod kątem istnienia standardów działania”, Raport końcowy, Tomasz Karoń, Anna Hek, Krzysztof Tomczak, SMG/KRC Poland Media S.A., Sierpień 2010

NGO – dla tych najbardziej zakręconych

Większość organizacji ma problemy finansowe. Niedofinansowani są też ludzie. Grantodawcy chętniej finansują działania projektowe i ekspertów, niż stały personel organizacji. Jak więc znaleźć zmotywowanych, pozytywnie nakręconych ludzi? Nie jest to proste, ale da się zrobić.

Na pewno trzeba zdawać sobie sprawę z tego, że praca w III sektorze to nie jest ścieżka zawodowa dla każdego. Tutaj liczą się przede wszystkim ludzie, ich relacje, zespołowość. Nie zawsze jest lekko, często brakuje pieniędzy na bieżącą działalność oraz finansowanie zespołu. Dlatego tak ważna jest motywacja do pracy oraz elastyczność. Dobrze jest, kiedy członkowie zespołu potrafią ze sobą pracować, rozwiązywać problemy, mieć wspólny punkt zaczepienia. Nie ścigają się, nie wspinają po szczeblach kariery jak pracownicy sektora komercyjnego. I taki sposób działania jest gwarantem sukcesu całego sektora, a przede wszystkim pojedynczych organizacji.

CZY WIECIE, ŻE...

W NGO pracuje ok. 1% wszystkich zatrudnionych Polaków. W zachodnich krajach UE to ok. 5% pracujących. Jeśli potraktować sektor stowarzyszeń, organizacji społecznych i fundacji jako jednego pracodawcę to znalazłby się on w ścisłej czołówce największych pracodawców polskiej gospodarki. Zająłby drugie miejsce i znalazłby się pomiędzy dwoma największymi pracodawcami sektora publicznego – Poczta Polska (101 tys. osób zatrudnionych na koniec 2008 r.) oraz Kompanią Węglową SA (65 tys. osób). Zdecydowanie w tyle natomiast pozostawiłby największego pracodawcę prywatnego (Jerónimo Martins Dystrybucja SA), który zatrudniał 2,5 krotnie mniej osób.

NGO – czas na kobiety!

Kobiety stanowią średnio 40% członków stowarzyszeń, 42% władz organizacji, 60% pracowników i 59% wolontariuszy. Co ciekawe feminizacja zatrudnienia etatowego w organizacjach pozarządowych w latach 2005-2008 gwałtownie wzrosła z 52 do 69%, tj. aż o 17 punktów procentowych. Dlaczego tak się dzieje? Wpływa na to wiele czynników. Przede wszystkim elastyczny czas pracy, który pozwala kobietom łączyć obowiązki domowe z zawodowymi. Należy wymienić tutaj także niskie zarobki, które charakteryzują III sektor, ale też niższe oczekiwania płacowe kobiet. W organizacjach jest też duże zapotrzebowanie na prace biurowe, które najczęściej wykonują kobiety. Najważniejsze są jednak kompetencje. Kobiety III sektora są dobrze wykształcone, a organizacje

potrzebują kompetentnych ludzi, aby stworzyć dynamiczny i kreatywny zespół, który sprawi, że organizacja będzie się rozwijać.

Z moich kilkuletnich obserwacji wynika, że co raz więcej osób traktuje pracę w III sektorze, jako źródło utrzymania. W tej kwestii dominują kobiety. Pisząc projekty musimy wziąć pod uwagę polityki horyzontalne Unii Europejskiej, w tym kwestie związane z równością płci i równym dostępem do wsparcia. Z danych statystycznych wynika, że kobiety zarabiają mniej, mają problemy z powrotem do pracy po przerwie związanej z macierzyństwem, dlatego też traktowane są jako grupa w gorszym położeniu. Możemy, my kobiety, obrażać się na taki stan rzeczy. Ale jest jedna rzecz pozytywna w takim rozumowaniu – możemy bezkarnie wskazywać w projektach na taką nierówność i korzystać ze szkoleń, i wszelkiego rodzaju wsparcia.

Gdzie podążają lubuskie NGO’?

Myślę, że w dobrym kierunku. Ważne, żeby próbowały wciąż nowych rzeczy, i nie bały się rozwijać. Teraz czas jest bardzo sprzyjający – powstają programy, dzięki którym raczkujące organizacje mogą otrzymać wsparcie techniczne i merytoryczne. Sięgajmy po wszystkie środki dostępne na rynku. Nie czujmy się gorsi od innych NGO, zlokalizowanych w bardziej rozwiniętych regionach kraju. Aby jednak działać skutecznie, musimy się kształcić, rozwijać swoją działalność, profesjonalizować i standaryzować. Ktoś zapyta po, co? A no po to, aby być wiarygodnym partnerem społecznym dla innych organizacji pozarządowych, a przede wszystkim dla administracji.

W procesie standaryzacji dostrzec można istotne jej atuty. Proces ten sprawia, że działania organizacji są bardziej przejrzyste dla zewnętrznych obserwatorów (92%), ułatwia wprowadzanie nowych osób do organizacji (76%), ogranicza konflikty (74%).

Zauważane są również słabości wprowadzania tego typu regulacji: zwiększenie biurokracji (48%), podniesienie kosztów działania (34%), zmniejszenie elastyczności działania (30%) i oddalenie organizacji od człowieka (11%)⁴.

Jak postrzegają proces standaryzacji sami zainteresowani?

Liderzy społeczni uważają, że proces standaryzacji jest konieczny, jednak nie jest uważany przez nich za priorytet. Najczęściej wymienianym obszarem pożądanej standaryzacji jest jakość usług.

⁴ Badanie „Diagnoza działalności organizacji pozarządowych pod kątem istnienia standardów działania”, Raport końcowy, Tomasz Karoń, Anna Hek, Krzysztof Tomczak, SMG/KRC Poland Media S.A., Sierpień 2010

Po co nam standardy?

Standardy wypracowane w III sektorze są rozumiane w różnorodny sposób. W odniesieniu do organizacji pozarządowych jako zasady, normy etyczne, sposoby postępowania i dobre praktyki przyjmowane dobrowolnie i często nieskodyfikowane. W odniesieniu do administracji jako zbiory przepisów, procedur, sztywne ramy, prawie zawsze skodyfikowane.

Słowo „standard” kojarzy się z językiem urzędniczym, być może dlatego spotyka się z negatywnym odbiorem w III sektorze i są odbierane jako ograniczające działalność organizacji i niedopasowane do ich potrzeb.

Z dostępnych badań oraz obserwacji III sektora wynika, że społecznicy obawiają się narzucenia im standardów przez administrację, co doprowadzi do dalszego zbiurokratyzowania obszarów współpracy pomiędzy administracją a III sektorem, zwiększy liczbę przepisów, wymogów, barier, uzależni III sektor w

III sektor to przyszłość! Nie sądzę, aby istniejące problemy mogły zatrzymać proces profesjonalizacji organizacji. Nie sądzę też, aby tak potrzebna nam standaryzacja mogła zniszczyć specyfikę sektora, i zasadniczo zmienić jego tożsamość. Każdy sektor się rozwija, i na spoteczników przyszedł czas! I myślę, że nie możemy się tego bać, bo będzie tak jak z każdą inną sprawą – zawsze boimy się tego, co nowe!

większym stopniu od administracji oraz zagrozi utratą atrakcyjnej tożsamości tego sektora⁵. W tym procesie ważne jest, aby standardy, były wypracowane przez same organizacje i przyjęte na zasadzie dobrowolności, a przede wszystkim dostosowane do potrzeb konkretnych NGO. Na pewno inne regulacje obowiązywać będą w dużych, prężnych i długo działających organizacjach, zupełnie inne w tych małych, działających bardzo lokalnie.

NGO i JST – jak współpracować?

III sektor postrzega siebie jako rywala administracji, w mniejszym stopniu jako partnera. Jego tożsamość jest budowana w opozycji do administracji, a jeśli już jest to relacja partnerska, to na nierównych zasadach – NGO’sy znajdują się na pozycji słabszej, pozbawionej realnego wpływu na podejmowane decyzje. Zwiększenie stopnia partnerstwa w relacjach pomiędzy administracją a III sek-

⁵ Badanie „Diagnoza działalności organizacji pozarządowych...”

torem oraz stabilniejsza sytuacja finansowa organizacji sprzyjać będzie procesowi wypracowywania i przyjmowania standardów w III sektorze.

Współpraca pomiędzy sektorem samorządowym i pozarządowym jest niezwykle ważna, gdyż środki samorządowe dominują nad innymi źródłami w ponad 60% organizacji korzystających z tego źródła, zwłaszcza na terenach wiejskich (gdzie dla niemal 90% organizacji korzystających z tych środków było to zarazem największe źródło przychodów)⁶. I większości organizacji bardzo zależy na tym, aby te relacje funkcjonowały prawidłowo. Pamiętajmy, że po tej drugiej stronie też są ludzie, którzy tak jak my mają swoje priorytety, zadania, z których muszą się rozliczyć, określony budżet, procedury.

Wydaje mi się bardzo ważne, żeby organizacje zaczęły działać wspólnie, i wspólnie wypracowywać stanowisko w kwestiach związanych ze współpracą z samorządem. Generalnie niby tak jest – tworzymy wspólnotę, i potrafimy się zjednoczyć dla dobra sprawy. Ale to chodzi o coś więcej. Chodzi o regularne relacje partnerskie, nawiązywane nie tylko w celu pozyskiwania środków i realizacji projektów, ale także w codziennej pracy III sektora, i jego współpracy z samorządem. To również przykład standaryzacji, skodyfikowania pewnego rodzaju działań. Ale najważniejsze jest to, żeby pamiętać, że w grupie jest siła – głos jednej organizacji jest mało słyszalny, ale jeżeli zbierze się kilka, kilkanaście, czy kilkadziesiąt podmiotów, usłysz nas każdy samorząd województwie.

Bądźmy konsekwentni!

Zakładajmy cele operacyjne i strategiczne, i zacznijmy je realizować. Nie bójmy się planować, i zapisywać wszystkiego na kartkach papieru. To nas bardziej zmobilizuje do pracy. Krok po kroku, kawałek po kawałku realizujemy założenia, nawet jeżeli na początku drogi wydają się nam nierealne. Wszystko jest w zasięgu, tylko trzeba nauczyć się sięgać.

Być może brzmi to górnolotnie, ale tak jest. Pamiętam, że kilka lat temu marzyłam, żeby w ramach działalności Fundacji powstała gazeta. Kiedyś wydawało mi się to nierealne. I w końcu się udało – stworzyliśmy InfoNGO. Owszem mieliśmy projekt „Podaj dalej” i środki na ten cel. Ale na sukces gazety musieliśmy zapracować sami. Włożyliśmy w to dużo treści merytorycznych, ale przede wszystkim każdy z nas dał część siebie i swojej wiedzy. Ale gazeta też nie istniałaby, gdyby nie reguły i zasady, szata graficzna, trzymająca dziennikarzy w ryzach, podział zadań narzucony od początku przez redaktora naczelnego,

⁶ Podstawowe fakty o organizacjach pozarządowych 2010”, Jan Herbst, Jadwiga Przewłocka, Stowarzyszenie Klon/Jawor, Warszawa 2011

i terminy. W tym wypadku też musieliśmy wypracować standardy, aby wszystkie elementy pasowały do układanki.

Kilka słów na koniec

Trudno zawrzeć we wstępie tak dużo treści, na temat różnych trapiących nasz sektor problemów. Postanowiłam skupić się na tych najbardziej palących, i chociaż zacząć dyskusję.

Więcej informacji znajdziecie na następnych stronach publikacji. Ile nas jest pokaże kolejny rozdział. Jest to konkretna analiza – nasze badanie w ramach projektu trwało kilkanaście miesięcy i zajmował się tym specjalnie powołany zespół. Zachęcam do lektury – to badanie będzie pomagało wszystkim organizacjom z województwa, a także instytucjom, poznać oblicze III sektora w lubuskim, a organizacjom na pewno pomoże w zdobywaniu funduszy. Dlaczego? We wnioskach aplikacyjnych często trzeba posiłkować się analizami i badaniami. A my wam podajemy gotowy, świeży raport!

Nasz raport służyć będzie wszystkim zainteresowanym rozwojem organizacji w Lubuskiem. Jeżeli jesteście ciekawi, jak wyglądamy w porównaniu z danymi krajowymi, zapraszam do lektury.

W kolejnych rozdziałach dowiecie się, w jaki sposób umiejętnie pozyskiwać środki, i jak skutecznie promować swoje działania. To są najważniejsze tematy na wczoraj, dziś i jutro. Z naszego doświadczenia wynika, że szkolenia i doradztwo w tych obszarach rozchodzi się jak świeże bułeczki. Zresztą badania to potwierdzają.

Marzena Stodownik

Lubuskie organizacje pozarządowe

KATARZYNA

BUCHWALD-PIOTROWSKA

Z zawodu i zamiłowania dziennikarz. Od 5 lat związana z Fundacją na rzecz Collegium Polonicum, gdzie zajmuje się realizacją projektów unijnych. Od 2011 do 2012 roku redaktorka naczelna Lubuskiego Miesięcznika Organizacji Pozarządowych Info NGO. Zajmuje się również takimi zagadnieniami jak: badanie kondycji III sektora, ocena jakości współpracy międzysektorowej, rola planowania strategicznego. Entuzjastka ekonomii społecznej.



Jednym z działań projektu „Podaj Dalej” było przeprowadzenie badania kondycji organizacji pozarządowych funkcjonujących w województwie lubuskim. Za jego przeprowadzenie odpowiedzialny był dwuosobowy zespół, który opracował metodologię badania, stworzył narzędzia badawcze, a następnie opracował raport diagnostyczny.

Poniżej prezentowane wnioski są jedynie fragmentem raportu, który ze względu na swoją objętość jest dostępny w całości w wersji elektronicznej na stronach: www.fundacjacp.org oraz www.podaj-dalej.org

Jaki był cel naszego badania?

Celem zespołu przeprowadzającego badanie było to, aby powstały w jego efekcie raport dał jak najpełniejszy obraz stanu organizacji pozarządowych w naszym województwie. Stąd obszerność kwestionariusza ankiety kierowanego do przedstawicieli NGO’ów – składała się ona z pytań, podzielonych na 8 następujących obszarów tematycznych: dane ogólne, zasoby ludzkie, zasoby techniczne, zasoby finansowe, wiedza, współpraca międzysektorowa, samoocena.

Badanie zostało przeprowadzone w terminie od lipca 2011 do czerwca 2012 roku. Jego wyniki mogą posłużyć decydom w trafniejszym kreowaniu polityk dotyczących aktywności obywatelskiej, a piszącym projekty ułatwić diagnozę problemów istniejących w obszarze organizacji pozarządowych.

Przy braku rzetelnych baz zawierających dane faktycznie działających organizacji, zespół postanowił dotrzeć do jak największej ich liczby, korzystając z ogólnodostępnej bazy znajdującej się na serwerach ngo.pl. Zgodnie ze stanem na 1 lipca 2011 roku, w bazie województwa lubuskiego było zapisanych dokładnie 2557 organizacji pozarządowych. Jednak, jak powszechnie wiadomo, wśród nich ukryta jest trudna do oszacowania liczba „martwych dusz” – organizacji, które w rzeczywistości nie istnieją lub nie prowadzą żadnych działań, jednak oficjalnie nie zostały zlikwidowane. Szacuje się, że ich liczba wśród wszystkich organizacji pozarządowych nie przekracza 25% ogółu zarejestrowanych podmiotów¹.

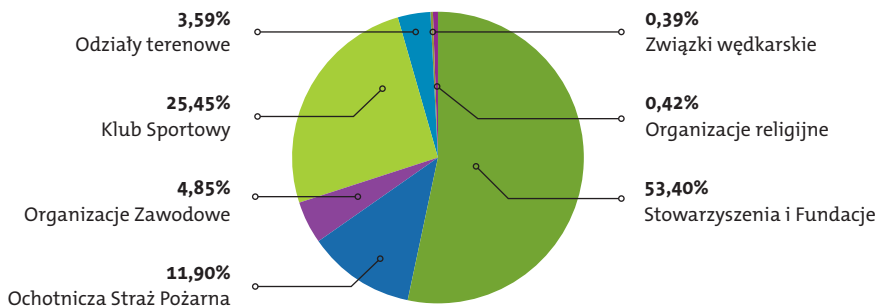
Przebadano 350 organizacji pozarządowych. Z ponad 60% organizacji nie udało się nawiązać kontaktu. 4 odmówiły udziału w projekcie, 21 oficjalnie przestało istnieć (6%). Ostatecznie udało się uzyskać odpowiedzi na pytania zadane w ankiecie od 90 organizacji. Dwie z nich zostały wykluczone z badania, ponieważ okazały się, nieuprawnione do wzięcia w nim udziału ze względu na status prawny, ujawniony dopiero podczas wypełniania ankiety. Dodatkowo do udziału w diagnozie zostało zaproszonych 80 organizacji sportowych, jednak tylko 12 z nich wypełniło ankietę.

Pośród uzyskanych odpowiedzi podział ze względu na przynależność terytorialną jest niemal równy: 53% organizacji pochodzi z północy lubuskiego (byłe województwo gorzowskie) a 47% z południa (byłe województwo zielonogórskie).

¹ Na podstawie ostatniej weryfikacji rejestru REGON przeprowadzonej przez Główny Urząd Statystyczny przy okazji badań organizacji w 2008 roku

Dane ogólne o lubuskich organizacjach

LUBUSKIE ORGANIZACJE POZARZĄDOWE

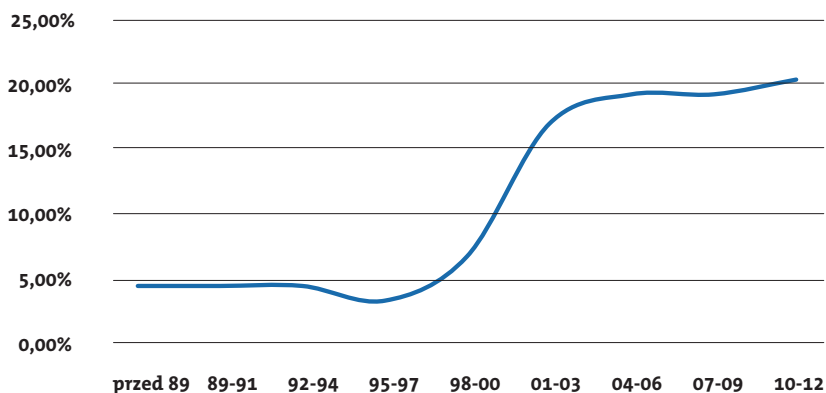


Zgodnie z wynikami badania, status Organizacji Pożytku Publicznego posiada 31% organizacji z województwa lubuskiego. Jednak w porównaniu ze statystykami ogólnopolskimi widać, że dane te są mocno zawyżone. Wg zestawienia Stowarzyszenia Klon/Jawor, w Lubuskim zarejestrowanych jest 268 organizacji posiadających status OPP, co stanowi 10,5% populacji. Opisana niespójność wynika ze zwiększonego stopnia zwrotu ankiet z organizacji posiadających status OPP. Może to być podyktowane faktem, że organizacje pożytku publicznego są aktywniejsze, bardziej chętne do udziału w podobnych badaniach. Czują się częścią III sektora i chętnie angażują się w działania na jego rzecz. Po trzecie, status OPP oznacza pewną stabilność finansową, dlatego takim organizacjom łatwiej jest kontynuować swoją działalność i podejmować nowe działania, niż je wygaszać. Mniejsze jest prawdopodobieństwo, że mimo widnienia w statystykach, zaprzestały one działalności.

Ile lat ma III sektor w Lubuskiem?

Prawie trzy czwarte lubuskich NGO'ów powstało nie wcześniej niż 10 lat temu. Nie oznacza to jednak dynamicznego wzrostu ogólnej liczby organizacji pozarządowych, ponieważ procesowi „narodzin” towarzyszy równoległe proces „wymierania”, który nie jest dokładnie badany ani rejestrowany. Średni wiek organizacji pozarządowej na naszym terenie zależy od rodzaju gminy w jakiej ona działa. W gminach miejskich wynosi on 14 lat, w gminach miejsko wiejskich – połowę mniej, czyli 7 lat, natomiast najmłodsze są wiejskie organizacje pozarządowe, których średnia wieku wynosi zaledwie 5 lat.

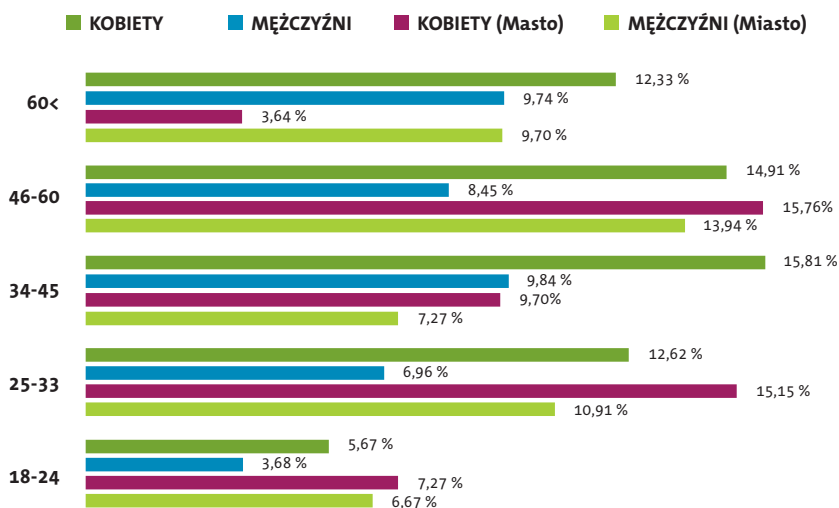
PRZYRÓST NOWYCH ORGANIZACJI



Kto nas reprezentuje?

Najlichnieszą grupę działaczy organizacji pozarządowych w województwie lubuskim stanowią kobiety w wieku 34 – 45 lat. To ponad 16% wszystkich osób, które są aktywne w III sektorze. Najmniej jest mężczyzn w wieku 18 – 24 (zaledwie 3,6%). Co ciekawe, najrzadziej do organizacji pozarządowych trafiają kobiety i mężczyźni w wieku 18 – 24 lata. Wynikać to może z faktu, że osoby w tym wieku często wyjeżdżają do większych miast na studia, w związku z tym nie

DEMOGRAFIA LUBUSKIEGO TRZECIEGO SEKTORA



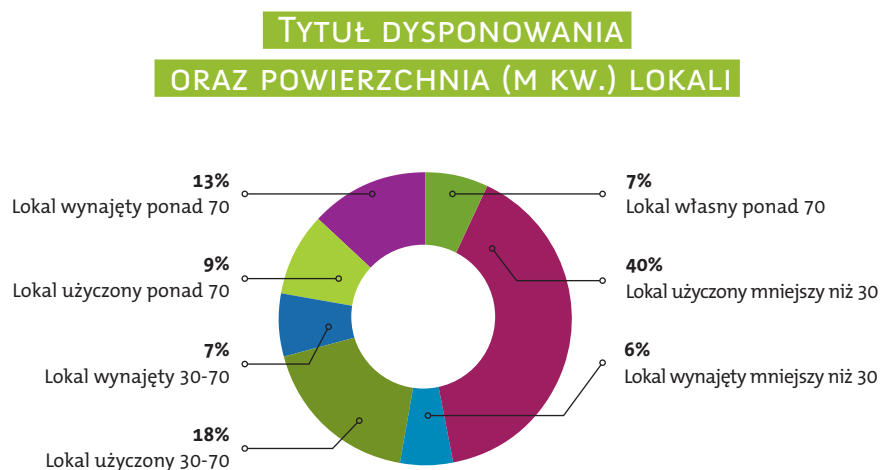
mogą fizycznie angażować się w działalność lokalnych organizacji pozarządowych. Te wnioski potwierdza to, że przy zestawieniu danych tylko z gmin miejskich okazuje się, że działa w nich więcej osób z najmłodszej grupy wiekowej. Kobiet i mężczyzn w przedziale 18 – 24 lat w zespołach miejskich organizacji jest 13,94%, podczas gdy w zestawieniu ogólnym ten odsetek wynosi 9,11%. Największa zmiana względem danych ogólnych a danych z miasta zachodzi w przedziale drugim (25 – 33 lat), gdzie odsetek wzrasta z 17,57% do 26,06%. Oznacza to, że aktywnych osób w tym wieku jest również dużo mniej na wsiach niż w miastach.

Łączny odsetek kobiet działających w lubuskim III sektorze wynosi 61,33% natomiast mężczyzn – 38,67 %. W samych miastach sytuacja jest wyrównana, z minimalną przewagą kobiet – 52% do 48% mężczyzn. Ciekawostką jest fakt, że przewaga kobiet maleje wraz z wzrostem wieku organizacji. W NGO zarejestrowanych przed 2001 rokiem to mężczyźni stanowią 51,72% zespołów.

W województwie lubuskim funkcjonują także organizacje, w których składach przeważają mężczyźni, jednak jest ich tylko 21,88%. To oznacza, że w blisko 4/5 organizacji przewagę liczebną stanowią kobiety (78,12%).

Pozarządowa infrastruktura

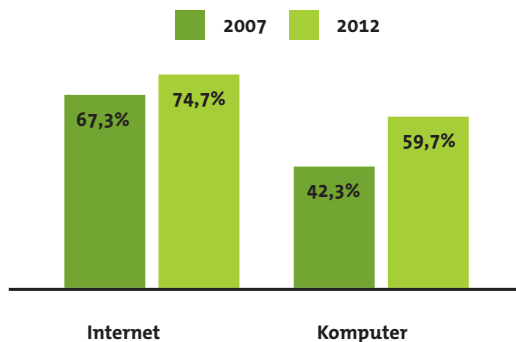
Aż 68% organizacji dysponujących własnym lokalem korzysta z pomieszczeń użyczonych – najczęściej od członków lub władz organizacji czy samorządów, korzysta ze świetlic albo domów kultury.



Tylko 26% organizacji stać na to, aby wynajmować lokal na zasadach komercyjnych. Jednak co ciekawe, gdy już lubuski NGO's zdecyduje się na wynajem siedziby, przeważnie okazuje się, że są to lokale o powierzchni większej niż 70 mkw. Nie dziwi na pewno już stwierdzenie, że 79% organizacji wynajmujących pomieszczenia ma swoje siedziby na terenach miejskich.

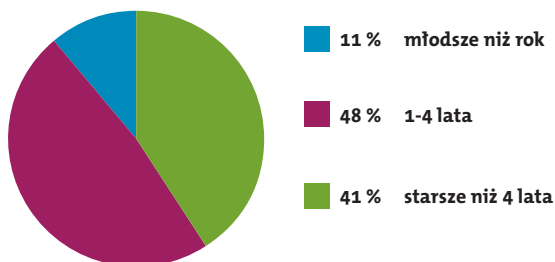
Kolejny diagram obrazuje zestawienie posiadanych przez organizacje zasobów technicznych – komputerów oraz dostępu do Internetu – na podstawie danych zebranych w badaniu przeprowadzonym w roku 2007 oraz w 2012. Dzięki temu można zaobserwować zmiany jakie zaszły w ciągu 5 lat w tym obszarze. Dodajmy, że zgodnie z badaniami Urzędu Komunikacji Elektronicznej z kwietnia 2012 roku, 63% respondentów deklaroowało, że posiada komputer stacjonarny lub przenośny, a niemal 60% posiada dostęp do Internetu. Dla NGO'sów komputer, a coraz częściej Internet to narzędzia pracy.

DOSTĘP DO INTERNETU ORAZ POSIADANE KOMPUTERY W 2007 I 2012 ROKU



Jednak nie każdy komputer ułatwia pracę. Posługując się sprzętem, którego prędkość działania pozostawia wiele do życzenia, można stracić mnóstwo cennego czasu. Jak się okazuje, blisko 90% organizacji posiadających komputer, pracuje na sprzęcie średniej lub niskiej klasy, a tylko 11% ma szansę na komfort pracy na niezawodnym, szybkim sprzęcie.

KLASA SPRZĘTU WG WIEKU KOMPUTERÓW



Finanse w NGO'sach

Jak wynika z badania, blisko 6% lubuskich organizacji nie osiąga żadnych przychodów – ich funkcjonowanie opiera się tylko na zrzeszeniu grupy osób wokół pewnego obszaru, a jedyne podejmowane aktywności polegają na organizacji bezkosztowych zlotów, spotkań, biegów czy spacerów.

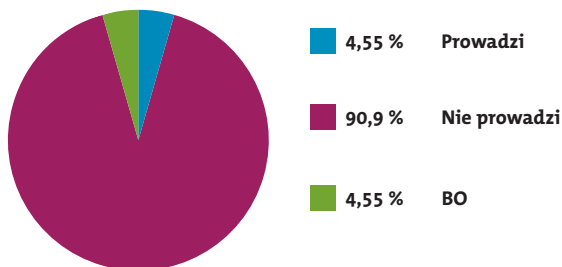
Ponad 27% organizacji osiąga w ciągu roku przychody wyższe niż 50 tys. zł, co świadczy o tym, że organizacje te rozwinęły działalność na skalę pozwalającą realizować działania o szerszym rozmachu.

Przychody większości, czyli pozostałych 67% mieszczą się w przedziale od 0 do 50 tys. zł.

Co ciekawe jednak, działalność gospodarczą prowadzi jedynie mniej niż 5% lubuskich organizacji pozarządowych. Jakże są tego przyczyny? Z obserwacji i rozmów przeprowadzonych z osobami zarządzającymi organizacjami lub blisko związanymi z trzecim sektorem wynika, iż działalność jest tak rzadko uruchamiana ponieważ:

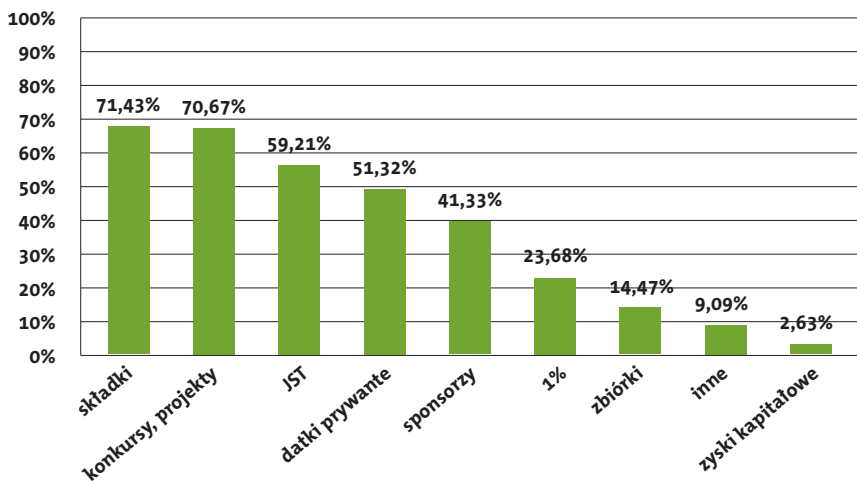
- a) Organizacje boją się wziąć na siebie dodatkowe działania i odpowiedzialność z tego wynikającą.
- b) Organizacje nie wiedzą, że w sektorze non profit można prowadzić działalność gospodarczą.
- c) Nie mają „mocy przerobowych” do prowadzenia takiej działalności, ponieważ realizacja celów statutowych pochłania je w całości.
- d) Nie mają nic do zaoferowania, lub nie wierzą że mają do zaoferowania coś, co mogłoby być źródłem dodatkowych przychodów.

CZY ORGANIZACJA PROWADZI DZIAŁALNOŚĆ GOSPODARCZĄ?



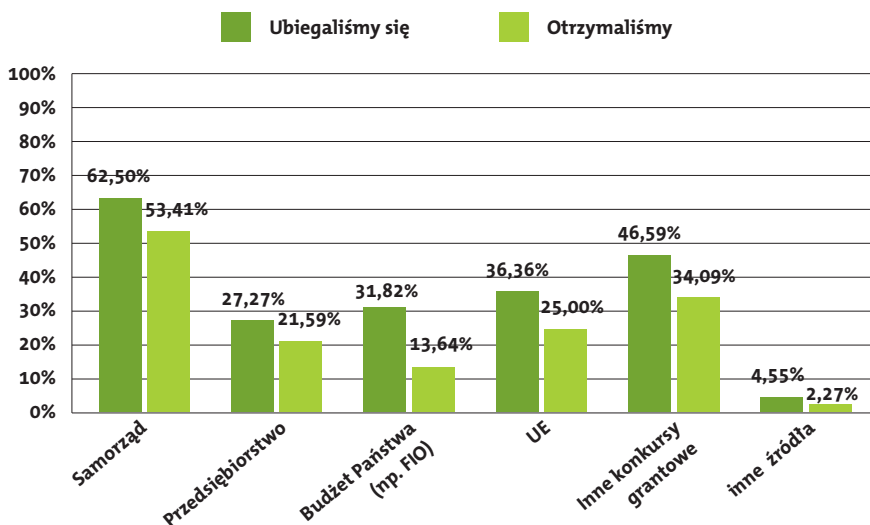
Większość organizacji stara się pozyskiwać środki z różnych źródeł. Na poniższym zestawieniu zostały zaprezentowane bardziej szczegółowe wyniki dotyczące instytucjonalnych źródeł finansowania, z jakich korzystają lubuskie NGO'sy.

ŹRÓDŁA FINANSOWANIA LUBUSKICH ORGANIZACJI



Jak wynika z przeprowadzonej analizy, najczęściej organizacje próbują uzyskać dofinansowanie swoich działań w jednostkach samorządu terytorialnego. Kolejny wykres pokazuje, że spora ilość tych „prób” zostaje uwieńczona sukcesem – dofinansowanie uzyskało aż 85,45% złożonych wniosków. To czyni samorząd „najskuteczniejszym” źródłem finansowania działalności lubuskich NGO.

ŹRÓDŁA FINANSOWANIA LUBUSKICH ORGANIZACJI 2

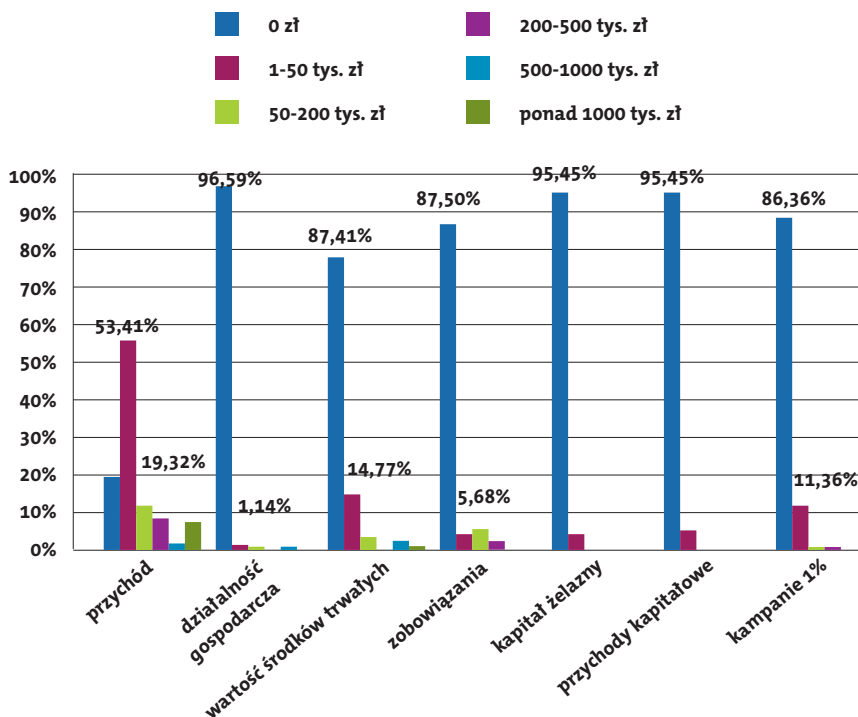


Ile mamy kasy?

Jak wynika z kolejnego wykresu (patrz wykres „Kategorie budżetowe...” str. 24), większość zbadanych kategorii budżetowych lubuskich organizacji jest równa zero, bądź mieści się w przedziale od 0 do 50 tys. zł. Co nie dziwi, najbardziej zróżnicowane dane dotyczą wysokości przychodów osiąganych przez organizacje. Wartości wyższe niż 50 tys. zł pojawiają się w kategorii zobowiązań. Blisko 8% organizacji finansowała swoją działalność kapitałem obcym o wartości powyżej tej granicy, a niecałe 2,5% nawet powyżej granicy 200 000 zł. Warto zauważyć, że jeśli już doszło do zaciągania zobowiązań, to mają one wartość wyższą niż 50 tys. zł. Takie małe pożyczki czy kredyty zaciągnęło mniej niż 5% organizacji. Niewiele organizacji (tylko 22%) dysponuje środkami trwałymi. Wartość tych środków mieści się w granicach do 50 tys. zł (blisko 15%), jednak w przypadku 3,5% organizacji jest to ponad pół miliona złotych.

KATEGORIE BUDŻETOWE LUBUSKICH NGO

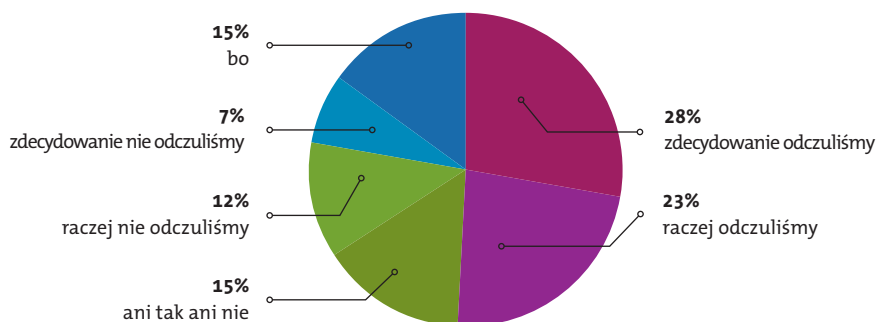
– procent organizacji, których pozycje budżetowe mieszczą się w danym przedziale.



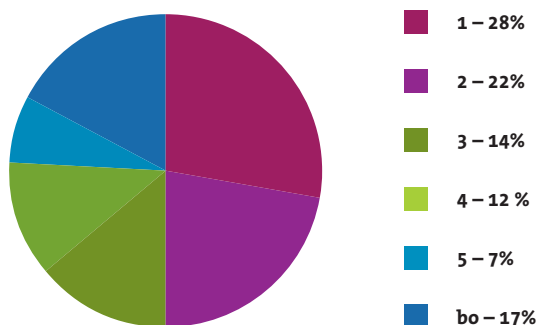
Refleksja nad własną kondycją finansową

Niemal 30% organizacji wskazuje, że w roku poprzedzającym badanie bardzo dokuczały im problemy finansowe. Jeśli uwzględnimy również organizacje, które „raczej odczuły” kłopoty związane z brakiem pieniędzy, okaże się, że dotknęły one połowę lubuskiego trzeciego sektora. Prawie tyle samo organizacji ocenia swoją sytuację finansową jako zdecydowanie lub umiarkowanie złą. Tylko 7% badanych NGO’ów wskazało, że w poprzednim roku budżetowym nie dotknęły ich problemy finansowe, a ich kondycja finansowa jest zadowolająca. Wyniki te pokazują, jak bardzo konieczne są działania mające na celu poprawienie i stabilizację finansów lubuskiego trzeciego sektora.

CZY ODCZULI PAŃSTWO PROBLEMY FINANSOWE W OSTATNIM ROKU BUDŻETOWYM?



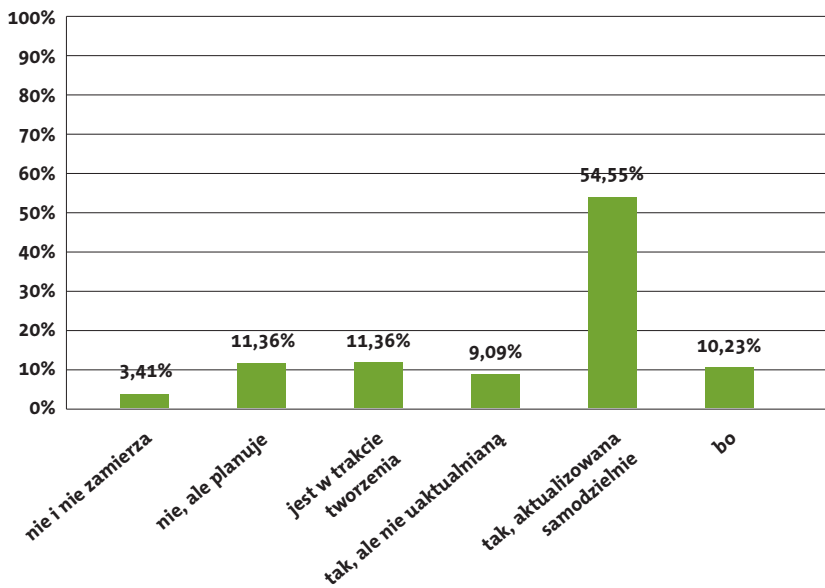
JAK OCENIAJĄ PAŃSTWO KONDYCJĘ FINANSOWĄ SWOJEJ ORGANIZACJI?



Jak promujemy swoje działania?

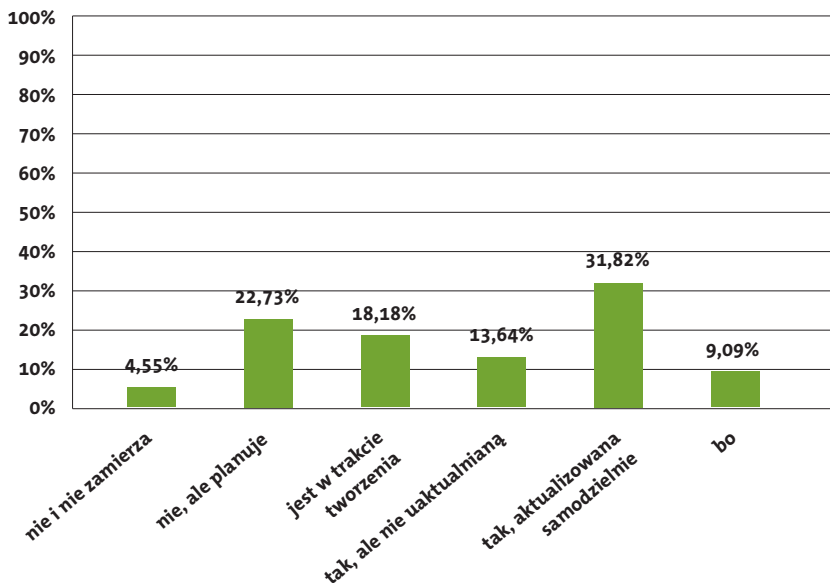
W dzisiejszych czasach mówi się, że jeśli nie ma cię w sieci, oznacza to, że nie istniejesz. Mimo to 3,41 % NGO nie posiada strony internetowej i nie zamierza jej posiadać. Ale aż 54,55%, czyli większość, ma stronę aktualizowaną regularnie przez przedstawicieli organizacji lub specjalistów w tej dziedzinie wspierających organizację. Prawie 10% posiada nieaktualne strony, natomiast kolejne 22,72 % wkrótce pojawi się w sieci (połowa z nich już pracuje nad stroną, a druga połowa dopiero planuje rozpoczęcie prac).

CZY POSIADAJĄ STRONĘ INTERNETOWĄ?



CZY POSIADAJĄ STRONĘ INTERNETOWĄ?

ORGANIZACJE Z GMIN WIEJSKICH

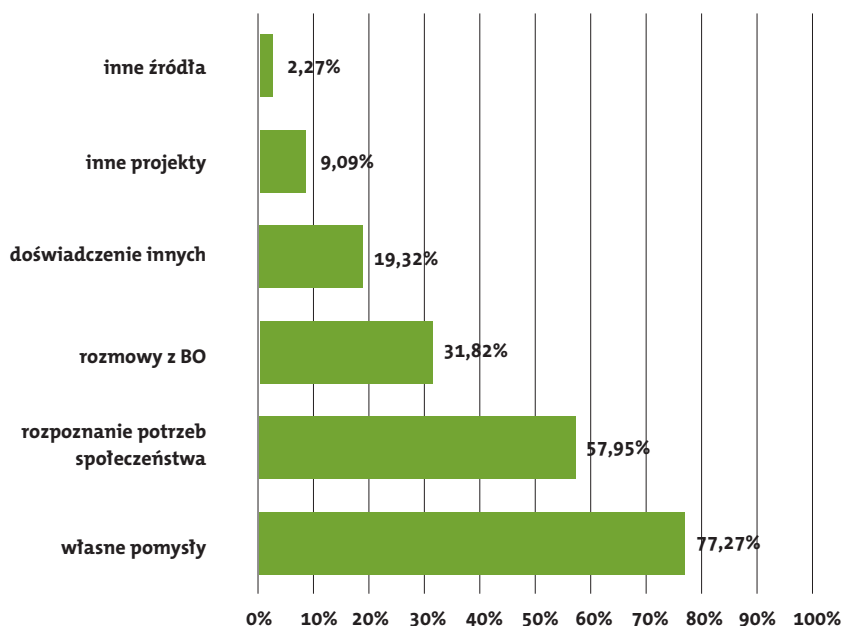


Wśród organizacji zarejestrowanych w gminach wiejskich odsetek organizacji obecnych w sieci jest znacznie niższy – wynosi tylko 45,45% (przy 63,64% wszystkich organizacji). Jednak będzie się to zmieniało w najbliższym czasie. Niemal 41% wiejskich organizacji jest na etapie planowania założenia strony (22,73%) lub jej tworzenia (18,18%).

Kreatywność i pomysłowość działaczy

Osoby tworzące lubuskie organizacje cenią indywidualizm, kreatywność i innowacyjność. W planowaniu działań najczęściej posługują się własnymi pomysłami, nie zastanawiając się nad tym, czy ktoś wcześniej nie realizował podobnego przedsięwzięcia i jak się ono powiodło. Własne pomysły to źródło działań blisko czterech piątych sektora (77%). Tylko 28% organizacji przyznaje się do czerpania z doświadczeń lub pomysłów innych: 9% skorzystało z pomysłu na projekt, natomiast 19% z doświadczeń zaprzyjaźnionych organizacji.

Dobrą praktyką, stosowaną przez ogromną większość organizacji, jest włączanie w planowanie działań ich potencjalnych odbiorców. Blisko 90% organizacji przyznaje, że zwraca uwagę na grupy docelowe podczas tworzenia swoich planów, z czego 32% korzysta z możliwości bezpośrednich rozmów z potencjalnymi beneficjentami, natomiast pozostałe 58% przeprowadza diagnozę potrzeb w inny sposób.

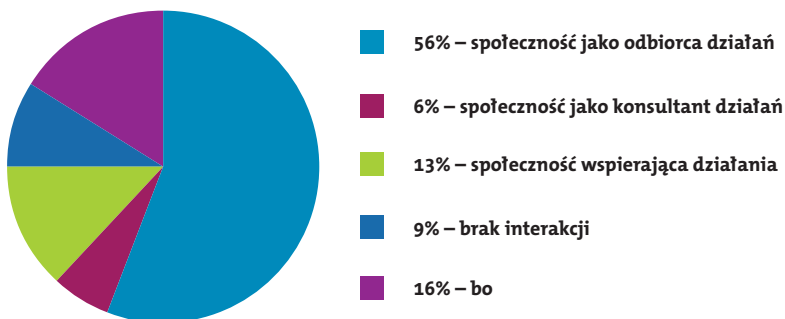


Relacje ze środowiskiem

Istotnym zagadnieniem związanym z funkcjonowaniem organizacji pozarządowych są relacje zachodzące pomiędzy nimi a członkami lokalnej społeczności. W województwie lubuskim najpopularniejszym typem relacji jest model „organizacja dla społeczeństwa”, w którym to organizacja przejmuje na siebie trud podejmowania przedsięwzięć mających na celu, by danej społeczności lokalnej żyło się lepiej, przyjemniej. Ten typ relacji jako dominujący w swojej działalności wskazuje 56% NGO.

W dalszej kolejności, z wynikiem 13% znalazła się relacja „społeczeństwo wspólnie z organizacją”, najkorzystniejsza dla rozwoju społeczeństwa obywatelskiego, w której ciężar pracy społecznej rozłożony jest pomiędzy organizację (pełniącą najczęściej rolę animatora) a mieszkańców. Co ciekawe, odsetek odpowiedzi wskazujących ten typ relacji był zdecydowanie wyższy wśród organizacji działających na wsi – wyniósł 33% ogółu odpowiedzi.

RELACJA POMIĘDZY ORGANIZACJĄ A SPOŁECZNOŚCIĄ LOKALNĄ

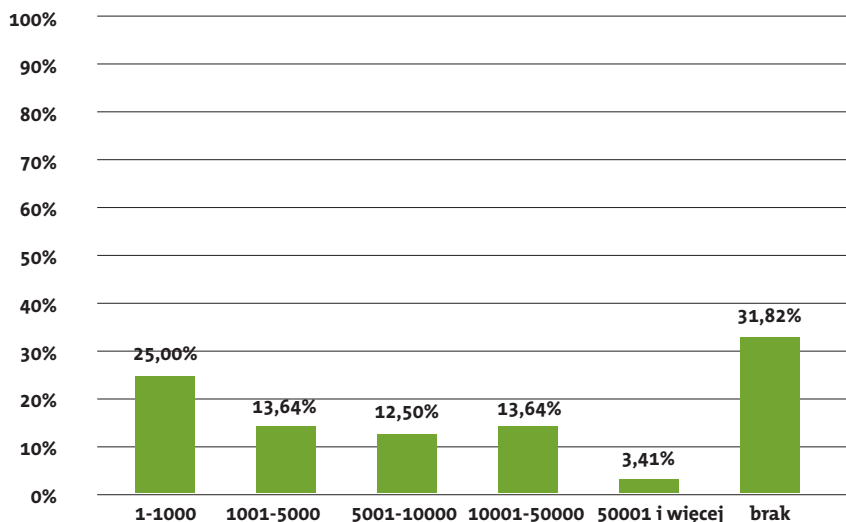


Współpraca z samorządami

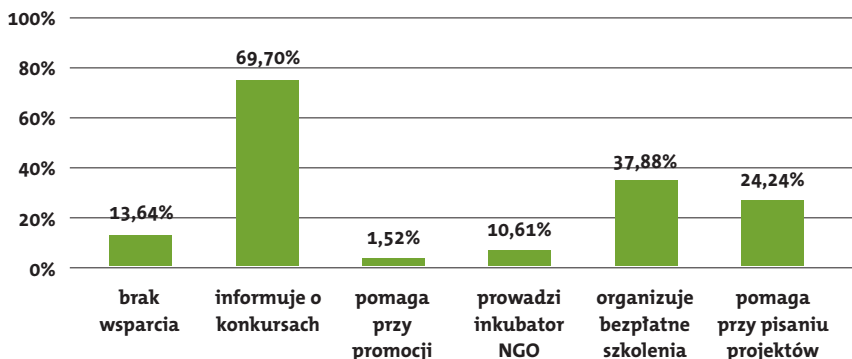
Jakość współpracy z samorządem oceniana została średnio na 3,87 w pięciostopniowej skali, gdzie 1 oznacza ocenę najgorszą, a 5 najlepszą. Blisko połowa (47%) organizacji, które przyznały, że podejmują regularną współpracę z samorządami, wystawiła jej ocenę 4. Warto zauważyć, że co czwarta organizacja jest bardzo zadowolona z podejmowanej współpracy i ocenia ją najwyżej jak to możliwe. Reasumując jakość współpracy między organizacjami a jednostkami samorządu terytorialnego można określić jako dobrą i dającą umiarkowaną satysfakcję przedstawicielom NGO.

Wspomniano już wcześniej, że lokalny samorząd jest „najskuteczniejszym” źródłem pozyskiwania środków na działalność organizacji. W połączeniu z poniższym zestawieniem, obrazującym wysokość dotacji otrzymywanych z tego źródła okazuje się, że choć pieniądze w samorządach są łatwo dostępne, to otrzymywane środki w przeważającej części nie są wysokie. 25% organizacji udało się otrzymać kwoty mieszczące się w przedziale od 1 do 1000 zł, 13% dostało od 1000 do 5000 zł. Większe kwoty, od 10 000 i powyżej 50 000 trafiły do 17% organizacji.

ŚRODKI POZYSKANE W SAMORZĄDACH

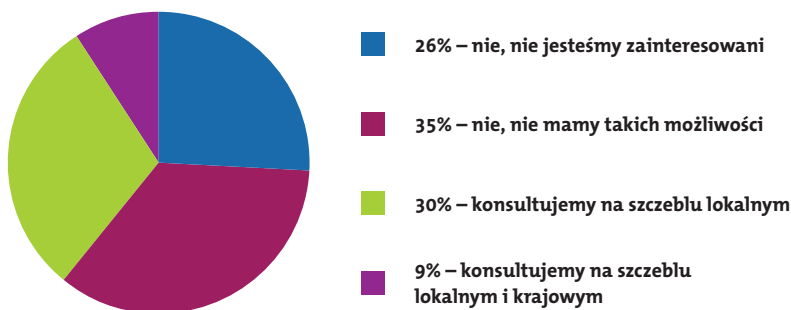


JAKIE POZAFINANSOWE WSPARCIE OTRZYMALIŚMY OD SAMORZĄDÓW?



Nie do końca wykorzystywanymi narzędziami wspierania NGO'ów ze strony samorządów pozostają te, które nie łączą się z udzielaniem wsparcia finansowego. Rozwój narzędzi pomagających organizacjom na przykład w promocji, pozyskiwaniu lub rozliczaniu środków jest kwestią przyszłości. Możliwości pozafinansowego wsparcia są duże, co widać w działaniach podejmowanych przez większe miasta w kraju, takie jak Poznań, Warszawa, Toruń, Wrocław. A są one tak samo potrzebne, jak zlecenie zadań. Jednocześnie umożliwiają rozwój lokalnych organizacji, a nie tylko ich uzależnienie od dotacji płynących z samorządu.

CZY KONSULTUJEMY AKTY PRAWA?



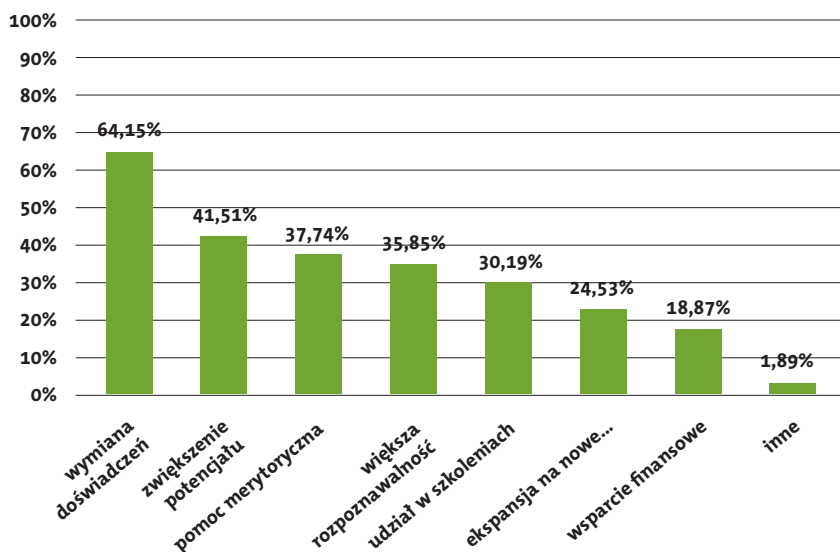
Spośród powyższych odpowiedzi wyłania się obraz aktywności obywatelskiej lubuskich organizacji pozarządowych. Okazuje się, że aż 61% organizacji nie

bierze udział w konsultacjach dokumentów (nie konsultują nawet rocznych programów współpracy z organizacjami pozarządowymi!). To pokazuje, jak wiele jeszcze jest do zrobienia w obszarze partycypacji NGO'ów. Organizacje nie wiedzą, że mają możliwości konsultowania aktów prawa miejscowego, bądź faktycznie nie otrzymują takiej szansy. Fakt ten nie był przedmiotem szczegółowych badań, ale być może nieaktywność organizacji w tym zakresie wynika z niewiedzy, w której są skutecznie utrzymywane przez urzędników...

Współpraca wewnątrzsektorowa

Żadna z organizacji nie działa w próżni. Przyglądając się bliżej współpracy pomiędzy NGO'ami (zarówno tej lokalnej, jak i na szerszą skalę), można dowiedzieć się, jakie korzyści płynące z niej są wymieniane jako najważniejsze. Prym wiedzie możliwość wymiany doświadczeń.

KORZYŚCI ZE WSPÓŁPRACY WEWNĄTRZSEKTOROWEJ



W badaniu starano się również ustalić, ile obecnie działa w województwie lubuskim organizacji, które można nazwać infrastrukturalnymi (czy parasolowymi). Jedna z definicji mówi, że są to organizacje, które pomagają organizacjom pozarządowym w trzech podstawowych obszarach:

- 1) dostarczają informacji o uregulowaniach prawnych, źródłach finansowania krajowych i zagranicznych, dostępnych szkoleń i trenerów, a także dostarczają podstawowych informacji o sektorze;
- 2) organizują szkolenia z zakresu zarządzania organizacją pozarządową (budowanie zespołu, planowanie programów, współpraca z administracją publiczną i organizacjami biznesu, zdobywanie środków na działalność, współpraca z wolontariuszami, monitoring i ewaluacja) i informują o nich;
- 3) prowadzą konsultacje i udzielają porad z zakresu budowania strategii organizacji w jednym lub kilku obszarach działania organizacji².

Okazało się, że aż 55,68% badanych nie zna organizacji z województwa lubuskiego, którą mogłaby wskazać jako tę, która oferuje pomoc w wymienionych zakresach.

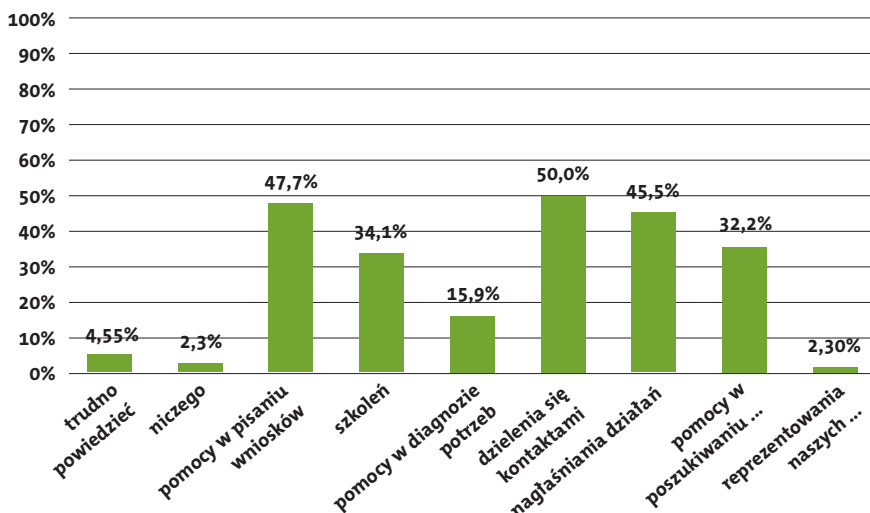
W badaniu przeprowadzonym na zlecenie Fundacji na rzecz Collegium Polonicum w 2007 roku również pojawiło się pytanie o znajomość tego rodzaju organizacji³. Wyników obu badań jednak nie da się porównać, ponieważ wtedy pytanie brzmiało: „Czy znają Państwo organizację XYZ?” Wskazana organizacja została wymieniona z nazwy. Natomiast w najnowszym badaniu celem było to, aby ankietowani sami zastanowili się, czy kojarzą organizację oferującą wsparcie i wymienili jej nazwę, nie zaś na tym, by zmierzyć rozpoznawalność organizacji uważanych w regionie za infrastrukturalne.

Wnioski nie są optymistyczne. W województwie lubuskim brak jest silnej organizacji infrastrukturalnej, która na dodatek zdolna byłaby pełnić swoją rolę niezależnie od realizowanych projektów. Jeden z uczestników badania zauważył, że te organizacje, które obecnie prowadzą działania kierowane do innych organizacji, robią to jedynie w ramach realizowanych projektów (w niektórych przypadkach nawet nie jest to cel statutowy tych organizacji). To sprawia, że wsparcie nie jest stabilne i nie ma gwarancji jego kontynuowania po zakończeniu okresu finansowania projektów. Z drugiej strony, jest kilka organizacji, które specjalizują się w realizacji projektów wspierających III sektor, od kilku lat udaje im się regularnie pozyskiwać środki na ten cel, a działania rozpoczęte w ramach dawnych projektów są kontynuowane w kolejnych.

² A. Sawczuk, Sieć Orpheusa w Europie Środkowo-Wschodniej, Warszawa 2005

³ W przytoczonym badaniu 95% ankietowanych znało jedną z wymienionych organizacji infrastrukturalnych

CZEGO NGO OCZEKUJĄ OD ORGANIZACJI INFRASTRUKTURALNYCH?



Z odpowiedzi wyłaniają się trzy główne potrzeby: dzielenie się kontaktami, pomoc przy pisaniu wniosków na konkursy zewnętrzne oraz nagłaśnianie podejmowanych działań. Wśród ofert organizacji uchodzących za parasolowe najpopularniejsze są bezpłatne szkolenia. Jak się okazuje, przedstawiciele odbiorców tego działania odczuwają już przesytność szkoleń, co zdecydowanie akcentowali podczas wywiadów osobistych.

Nastawienie do udziału w szkoleniach się zmieniło się w ostatnim czasie. W badaniu przeprowadzonym na zlecenie Fundacji na rzecz Collegium Polonicum w 2007 roku potrzeby szkoleniowe w zależności od tematyki zgłaszało od 66% do 75% NGO. To oznacza olbrzymi spadek zainteresowania (lub zaspokojenie potrzeby, gdyż oferta na rynku jest naprawdę bogata). Jednak mimo to 34% organizacji chętnie skorzystałoby z możliwości bezpłatnego kształcenia.

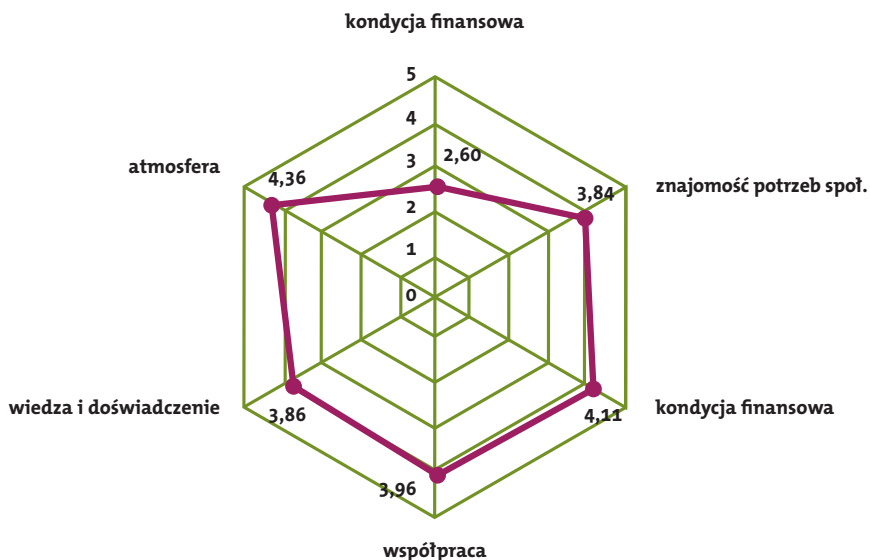
Samoocena sektora

Na podstawie odpowiedzi udzielanych przez respondentów została stworzona macierz samooceny lubuskiej organizacji pozarządowych. Organizacje oceniały same siebie w skali od 1 (słaby) do 5 (mocny) w sześciu kategoriach.

Jak wyraźnie widać NGO'sy najniżej oceniają swoją kondycję finansową. Na przeciwnym biegunie znajduje się atmosfera panująca wewnątrz organizacji.

SAMOOCENA LUBUSKICH NGO

(W SKALI I SŁABA – 5 MOCNA)

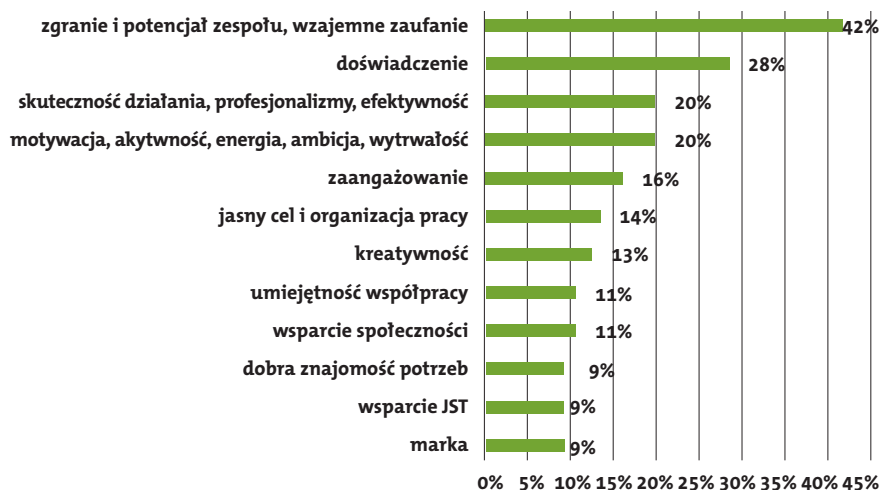


Bardzo wysokie oceny otrzymała też jakość świadczonych przez organizacje usług, niewiele niższe umiejętność współpracy, wiedza i doświadczenie, oraz znajomość potrzeb społeczeństwa. Co ciekawe, mimo iż oceny są raczej wysokie (poza wspomnianymi finansami), okazuje się, że lubuskie NGO'sy oceniają się niżej niż organizacje z kraju. W raporcie opublikowanym przez Stowarzyszenie Klon Jawor dane dotyczące organizacji z terenu kraju przedstawiają się następująco: kondycja finansowa: 3,1; jakość usług: 4,3; umiejętność współpracy: 3,8; wiedza i doświadczenie: 4,3⁴.

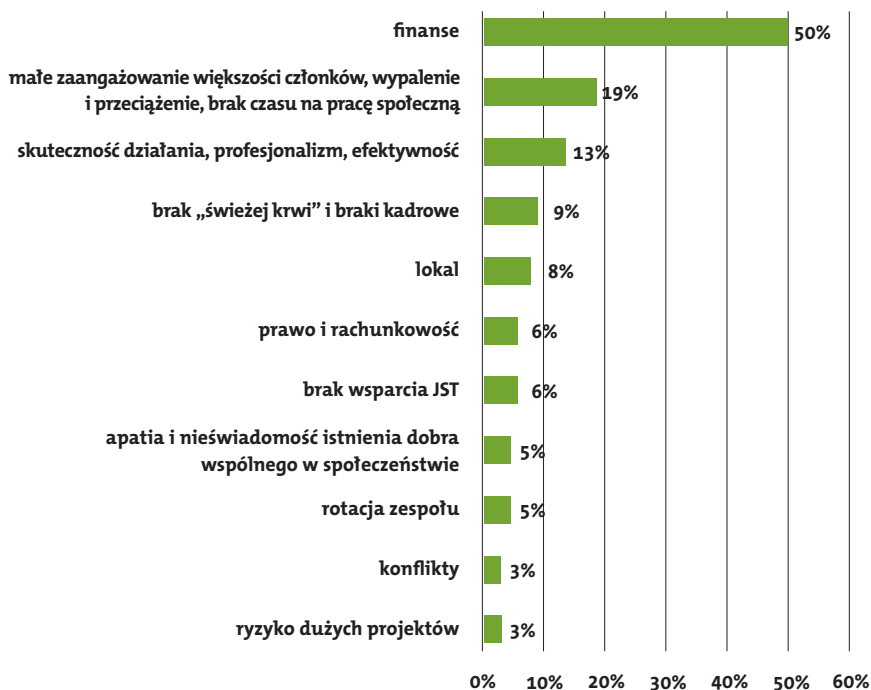
Kolejnym etapem samooceny było przeprowadzenie skróconej analizy SWOT, obejmującej mocne i słabe strony organizacji, oraz szanse i czynniki, które mogłyby wpłynąć na polepszenie ich sytuacji w przyszłości. Na początek – zestawienie najważniejszych mocnych stron. Organizacje wymieniały je spontanicznie w pytaniu otwartym. Zespół badawczy dokonał kategoryzacji zebranych odpowiedzi i zagregował je w wybranych kategoriach.

⁴ J. Przewłocka, J. Herbst, Stowarzyszenie Klon/Jawor, „Podstawowe fakty o organizacjach pozarządowych. Raport z badania 2010”, Warszawa 2011

MOCNE STRONY

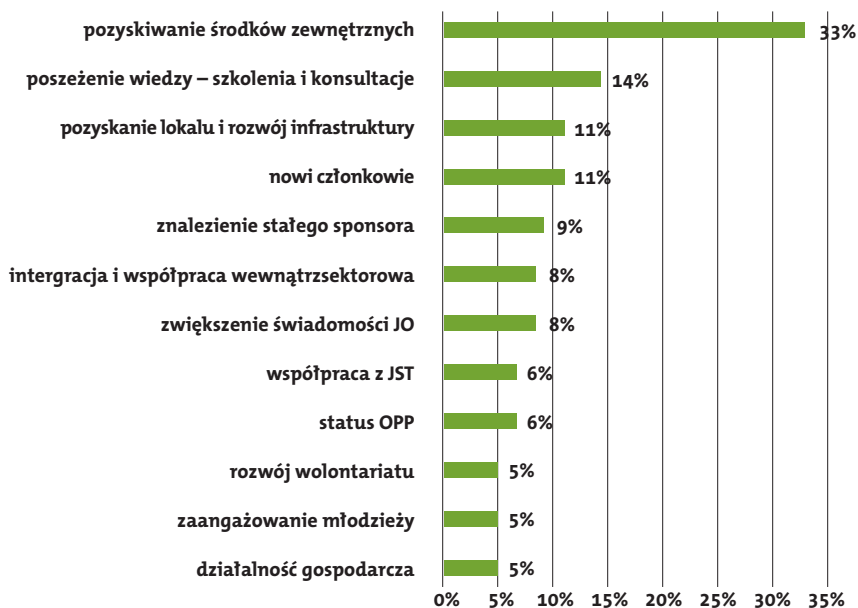


SŁABE STRONY



Jaka natomiast jest największa słabość lubuskich organizacji? Podobna do wszystkich wskazywanych Polsce, jak kraj długi i szeroki⁵. Nietrudno zgadnąć, że chodzi o kondycję finansową. Co druga organizacja wskazuje ją jako swoją słabą stronę. Oprócz finansów, organizacje często wskazywały na małe zaangażowanie większości członków organizacji. Dość często z ust przedstawicieli różnych organizacji można było usłyszeć zdanie: „Do założenia stowarzyszenia potrzebowaliśmy 15 członków i wcale nie było trudno ich zwerbować, jednak teraz zaangażowanie wykazuje 3-5 osób i to na nich spoczywa ciężar napędzania działań”. Problem ten stanowi słabą stronę blisko co piątej organizacji. Trzecią istotną słabością jest brak napływu nowych aktywnych członków organizacji.

SZANSE



Podsumowanie – jacy jesteśmy?

Jakie zatem są lubuskie organizacje? Pierwszy wniosek jest optymistyczny: mimo, że mają dość niskie budżety, ciągłe problemy finansowe, borykają się z brakiem czasu i malejącym zaangażowaniem członków, swoje działania oce-

⁵ Porównaj „Podstawowe fakty o organizacjach...”

niąją bardzo wysoko. Czują się potrzebne. Ich działania nie trafiają w próżnię. Wskazują też na dobrą atmosferę jaka panuje wewnątrz nich, jako na jeden ze swoich podstawowych atutów. Organizacje pozarządowe to podmioty oparte na dobrowolności, mają świadomość, że ich wartość opiera się na realizowanej misji, nie tylko na posiadanych zasobach. I dopóki są osoby gotowe tę misję realizować, organizacja rozwija się. Należy jednak zadbać o to, żeby lokalnym liderom nie brakło zaplecza i wsparcia.

Wśród osób związanych z trzecim sektorem w województwie lubuskim zdecydowanie dominują kobiety. Stwierdzenie w badaniu tak wyraźnej przewagi pań było możliwe być może również dzięki małemu zaangażowaniu organizacji sportowych, gdzie tradycyjnie większość stanowią mężczyźni. Pod względem reprezentacji płci woj. lubuskie nie odbiega od średniej krajowej. Jak wynika z badań prowadzonych przez Stowarzyszenie Klon Jawor, wśród wolontariuszy i pracowników NGO'sów zdecydowanie dominują kobiety. Średnio wśród wszystkich organizacji pozarządowych stanowią one ok. 60% tych grup, a gdy pominiemy organizacje sportowe ich odsetek wzrasta do około 70%!⁶ Przyczyny takiego stanu rzeczy mogą być różne, kilka z nich zostało wskazanych w cytowanym artykule.

Niepokój natomiast może budzić brak w lubuskich organizacjach osób młodych, w przedziale wiekowym 18 – 24, a jeśli chodzi o organizacje wiejskie – również 25 – 33. Jak napisano w raporcie, może to być pochodną migracji młodych ludzi na przykład związanej z podejmowaniem edukacji w większych miejscowościach, a potem pracy. Jednak być może należy również położyć większy nacisk na edukację obywatelską młodego pokolenia, tak aby zagwarantować „wymienialność pokoleń” w organizacjach. Wolontariat nie powinien być postrzegany jako atrakcja, podejmowana akcyjnie, przynosząca jakieś korzyści, ale jako naturalny odruch niesienia pomocy czy dzielenia się swoimi umiejętnościami z innymi, w społeczeństwie, w którym każdy powinien nie tylko brać, ale i dawać. Pojawia się od razu pytanie o wyłanianie i wzmacnianie liderów lokalnych, czyli takich osób, które potrafią skupić wokół siebie grupę ludzi i „zarazić” ich swoją pasją. Aby założyć organizację potrzebna jest wizja, cel i dużo chęci. Jednak żeby ją prowadzić, trzeba również posiadać umiejętności związane z zarządzaniem zasobami, nie tylko ludzkimi, planowania, wyznaczania celów.

Co jednak ciekawe, znacznie mniejsza liczba członków organizacji wyraża zainteresowanie braniem udziału w szkoleniach, zwracając uwagę na bogatą ofertę kierowaną do nich w ostatnim czasie. Oznaczać by to mogło, że organizacje zostały już wyposażone we wszelką wiedzę niezbędną do sprawnego zarządzania

⁶ za: <http://civicpedia.ngo.pl/wiadomosc/757774.html>, z dn. 07.03.2012

organizacją, a także pozyskiwania środków. Faktycznie szkoleń i warsztatów kierowanych do przedstawicieli NGO'sów w ostatnim czasie nie brakuje. Pozostaje mieć nadzieję, że wiedza zdobyta na szkoleniach zostanie wykorzystana, że nie były to tylko miło spędzone godziny, z kawą, trzema rodzajami ciasta i dobrym obiadem.

Wciąż niewielki odsetek organizacji prowadzi działalność gospodarczą lub odpłatną działalność statutową. Mimo, że starają się pozyskiwać środki z różnych źródeł, składają wiele wniosków o dotacje, wyciągają ręce do prywatnych sponsorów czy przedsiębiorców, jednak nie decydują się na prowadzenie działań, które związane są z zarabianiem pieniędzy na rynku. Wymienione w raporcie obawy przed prowadzeniem płatnej działalności związane są w dużej mierze z niewiedzą dotyczącą tej sfery aktywności. Jest to więc wciąż obszar do odkrycia. Może czas powołać inkubator dla organizacji, które zdecydują się na ten trudny krok? Lub praktycznie pomagać w wyszukiwaniu nisz rynkowych i tworzeniu biznes planów? Organizacje prowadzące działalność gospodarczą są także podmiotami ekonomii społecznej. Ten sektor w naszym województwie dopiero raczkuje, wiele jeszcze przed nami do zrobienia. Jest to na pewno szansa również dla organizacji pozarządowych.

Wykorzystanie jej wymaga od trzeciego sektora profesjonalizacji. Po to, żeby budować z partnerami (z tego samego sektora, jak i z innych) relacje oparte na zaufaniu, trzeba pokazać, że nie tylko jesteśmy fachowcami, znającymi się na swojej robocie (z tym większość NGO'sów nie ma większych problemów), ale również potrafimy się terminowo i rzetelnie rozliczać, stawiać w urzędzie na szkoleniach, jesteśmy zainteresowani konsultacjami programów współpracy i innych aktów prawa czy dokumentów strategicznych. Jak wynika z przeprowadzonego badania, z tym wciąż nie jest najlepiej. Ponad połowa lubuskich organizacji nie konsultowała nawet rocznych programów współpracy. Bez dialogu nie może być mowy o efektywnej współpracy. Oczywiście, bariery mogą istnieć po obu stronach i NGO'sy nie są jedynymi winnymi tej sytuacji.

Organizacje dostrzegają korzyści, jakie daje współpraca. Potrzeba organizowania się, konsolidowania trzeciego sektora jest szansą na bardziej dynamiczny rozwój, a także świadectwem osiągnięcia przez sektor pewnej dojrzałości, wyższego poziomu rozwoju i gotowości do współpracy z innymi podmiotami. Jasna jest również w województwie konieczność funkcjonowania organizacji parasolowej, wobec której zostały wyartykułowane w badaniu wyraźne i konkretne oczekiwania. Ponad połowa pytanych organizacji nie zna żadnej dużej organizacji, która mogłaby im zaoferować pomoc. Być może wsparcie oferowa-

ne liderom i członkom mniejszych lokalnych organizacji byłoby receptą na wymienione w trakcie badania bolączki, takie jak: wypalenie, przeciążenie, małe zaangażowanie członków... A to stwarzałyby możliwość ciągłego pokonywania największej słabości, czyli braków finansowych. Na pewno w lubuskich organizacjach drzemie jeszcze duży, niewykorzystany potencjał. Czas go odkryć!

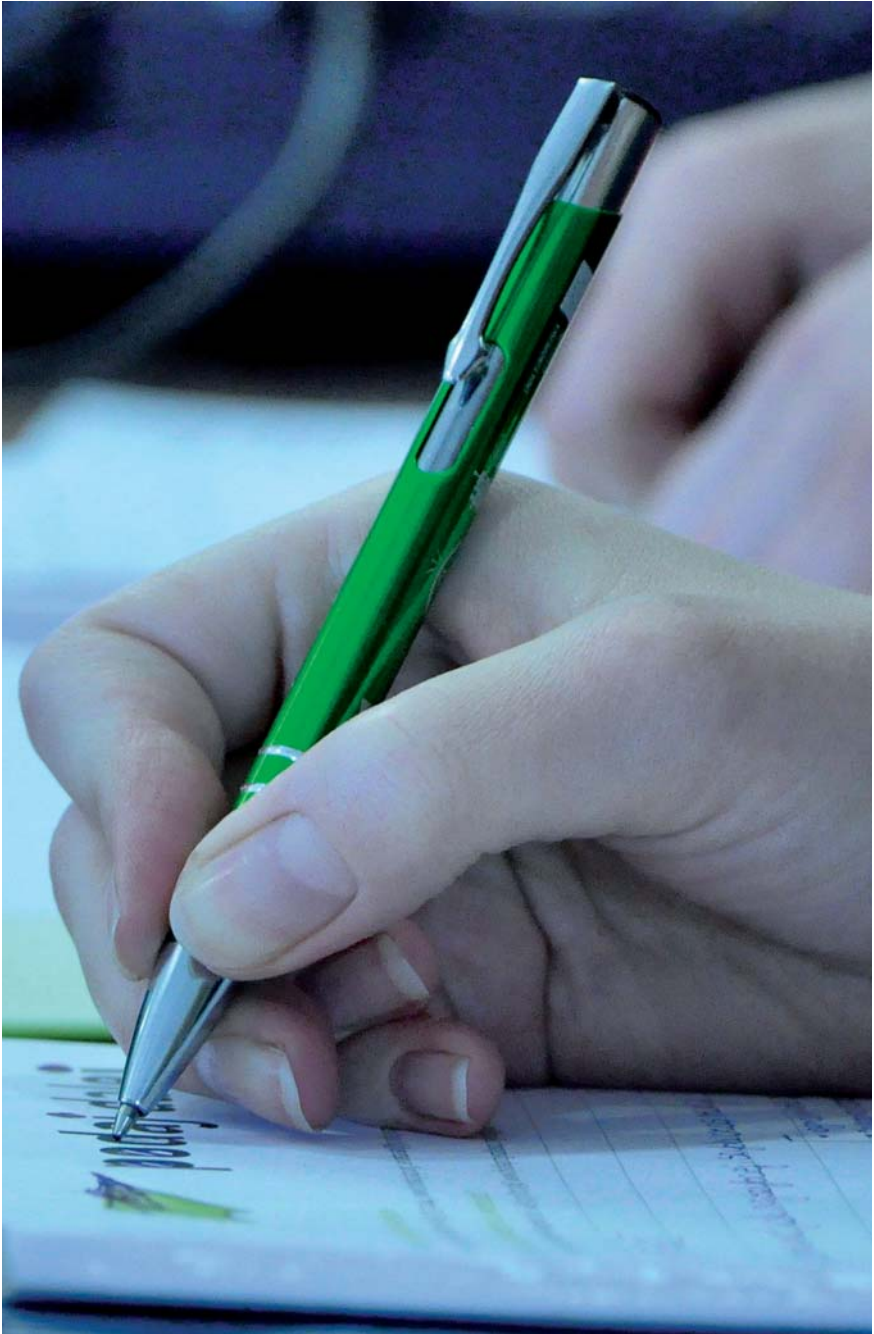
Katarzyna Buchwald-Piotrowska

Grafika, wykresy – Karol Duer, specjalista ds. ewaluacji w projekcie „Podaj Dalej”

KAROL DUER

Jak przebiegało badanie organizacji pozarządowych? Dużym problemem było nawiązanie kontaktu z nimi. Mimo wszelkich starań z dużą częścią z nich nie udało nam się skontaktować. Okazuje się, że dane kontaktowe widniejące w Internecie lub w bazach urzędów okazują się być mocno nieaktualne. Z badania zapamiętam głównie rozmowy z przedstawicielami organizacji. Dopiero podczas takich wizyt widać serce III sektora. Nie-samowita energia liderów sprawia wrażenie, że to jest inny świat, świat w którym nie istnieje słowo „nie da się”.





Fundraising, a co to takiego?

HONORATA RUBAN

Specjalistka ds. funduszy unijnych od 8 lat. W swojej pracy zawodowej przeszła przez wszystkie trzy sektory gospodarki, zaczynając od pracy w instytucji publicznej, poprzez organizacje pozarządowe, a kończąc na swojej firmie. Była w kadrze zarządzającej kilkudziesięciu projektów współfinansowanych z Europejskiego Funduszu Społecznego. Pozyskała dla różnych firm lub instytucji projekty na ponad 30 mln zł. – Zajmuję się współpracą z organizacjami pozarządowymi w zakresie zdobywania funduszy na działalność statutową. Ostatnio, ze względu na pełnienie funkcji doradcy dla organizacji pozarządowych, rozszerzyłam swoje zainteresowania na kwestie fundraisingu.



Fundraising to po prostu proces zdobywania funduszy, czy inaczej – strategia pozyskiwania pieniędzy dla organizacji. Wydaje się, że nie ma w tym nic trudnego. A jednak. Jak przyjrzymy się dokładnie to okazuje się, że kondycja finansowa polskich organizacji pozarządowych jest dramatyczna. Świadczyć może o tym chociaż fakt, iż połowa NGO's nie osiągnęła przychodu rocznego wyższego niż 13 tys. zł, a co piąta organizacja nie posiadała żadnych rezerw finansowych. Trzy czwarte organizacji ma problemy z pozyskiwaniem funduszy. Jeśli udaje się cokolwiek pozyskać, są to zazwyczaj niewielkie kwoty z budżetu rządowego czy samorządowego. Przyczyn tego stanu rzeczy należy szukać w zbyt małej wiedzy na temat pozyskiwania pieniędzy na cele statutowe. Zdają sobie sprawę z tego same NGO'sy, chętnie korzystając z bezpłatnych szkoleń i doradztwa. Oferta wydaje się jednak dosyć uboga, szczególnie pod kątem tworzenia strategii fundraisingowych. A takie działania mogłyby zdecydowanie wzmocnić III sektor.

Od czego zacząć?

Pierwszym krokiem jest odpowiedź NGO na pytanie, jaką kwotę i na co trzeba zebrać. Wydaje się to być oczywiste, ale doświadczenie mówi co innego. Warto więc zastanowić się najpierw, jakie projekty i działania w ciągu najbliższych 2 – 3 lat będą realizowane. Najprościej jest zrobić listę, na której wypiszemy wszystkie nasze pomysły wraz ze wstępnymi założeniami, tj. celami i działaniami, budżetem i terminem realizacji. Można posilkować się np. poniższym wzorem.

Nazwa wydarzenia	Data realizacji wydarzenia	Cele wydarzenia	Działania	Budżet	Możliwość finansowania:
Ferie zimowe dla dzieci wybitnie zdolnych ze wsi ...	11.02.2013 – 24.02.2013	Umożliwienie dzieciom wybitnie zdolnym rozwoju swojego potencjału	Organizacja kolonii nad morzem dla 15 dzieci w wieku 8 – 10 lat, w tym: Warsztaty z psychologiem Zajęcia dydaktyczne Nocleg Wyżywienie Dojazd Ubezpieczenie Koszty administracyjne	2000 zł 2000 zł 3000 zł 4000 zł 2000 zł 500 zł 500 zł zł	• dotacja z Urzędu Gminy; • sponsorzy instytucjonalni (przedsiębiorstwa z regionu); • sponsorzy indywidualni (zbiórka do puszek podczas dożynek)
				łącznie: 14 000 zł	

Można również tworzyć rozbudowane strategie, w których zawarte będą cele działalności organizacji pozarządowej, posiadane zaplecze techniczne i personalne, oczekiwany wzrost dochodów organizacji i inne informacje, które są niezbędne w zbudowaniu planu pozyskiwania środków. Plan będzie pokazywał w sposób narracyjny, w jaki sposób cele merytoryczne organizacji zostaną osiągnięte i w jakim czasie. Ponadto plan porządkuje działania organizacji

ze względu na misję i wizję oraz pomaga stworzyć spójną strategię działania. Oczywiście im bardziej rozbudowany i przemyślany jest plan fundraisingu, tym łatwiejsza realizacja poszczególnych działań i łatwiejszy proces ewaluacji (oceny). Na podstawie realizacji takich strategii można bowiem wprowadzać środki zaradcze i wyciągać wnioski odnośnie założeń, które okazały się nie do zrealizowania. Plan ma również za zadanie pokazać, czy organizacja ma różne źródła finansowania i czy jej działalność nie jest uzależniona wyłącznie od jednego sponsora lub grantodawcy. Taka sytuacja jest niebezpieczna dla NGO, ponieważ uzależnienia podejmowane działania od jednej osoby lub instytucji. Brak wsparcia z jej strony może spowodować, że dana organizacja przestanie funkcjonować. W fundraisingu duży nacisk kładzie się na dywersyfikację źródeł finansowania. Podejście to sprowadza się zasadniczo do zarządzania ryzykiem: w przypadku nieprzewidzianego osłabienia jednego ze źródeł organizacja nie może stracić płynności finansowej. Warto więc się zastanowić nad różnymi możliwościami sfinansowania działalności. Możliwości jest naprawdę sporo. Do wyboru są:

Granty rządowe i samorządowe

Najważniejszym elementem współpracy pomiędzy organami administracji publicznej a organizacjami pozarządowymi jest zlecenie organizacjom realizacji zadań publicznych. Oznacza to, że niektóre działania administracji (np. z zakresu pomocy społecznej, turystyki, kultury, zdrowia) mogą być realizowane przez organizacje pozarządowe. Zlecenie zadań odbywa się począwszy od poziomu gminy, poprzez starostwa, urzędy marszałkowskie aż do poziomu ministerialnego. Jest więc sporo urzędów, do których można zwracać się o dofinansowanie.



Procedura przekazywania pieniędzy odbywa się na zasadzie konkursu. Zazwyczaj na początku roku poszczególne urzędy na swoich stronach internetowych (własnych bądź na stronie BIP – Biuletynu Informacji Publicznej; informacje na temat stron internetowych dla grantów rządowych znajdują się na końcu artykułu) ogłaszają zasady ubiegania się o środki w danym roku. Konkurs ma charakter zamknięty, a więc określona jest wyraźnie data rozpoczęcia i zakończenia składania ofert przez organizacje pozarządowe. Wzór oferty dla grantów rządowych i samorządowych jest taki sam i został określony w rozporządzeniu Ministra Pracy i Polityki Społecznej z dnia 15 grudnia 2010 r. w sprawie wzoru oferty i ramowego wzoru umowy dotyczących realizacji zadania publicznego oraz wzoru sprawozdania z wykonania tego zadania. Wzór oferty jest zawsze do pobrania wraz z ogłoszeniem o konkursie. Oferta zawiera informacje na temat organizacji wnioskującej o środki oraz tego, co planuje zrobić przy wykorzystaniu tych środków (tzn.: szczegółowy opis zadań, termin i miejsce realizacji, koszty). Należy bardzo dobrze przygotować ofertę, ponieważ dofinansowanie otrzymują tylko najlepsze pomysły.

Możliwa jest również pozakonkursowa procedura pozyskiwania środków z administracji publicznej. Organizacja pozarządowa może zwrócić się do swojego samorządu (wyłączone z tej procedury są organy rządowe) z wnioskiem o sfinansowanie realizacji zadania publicznego poza konkursem (na podstawie art. 19a Ustawy o działalności pożytku publicznego i wolontariacie). Można w ten sposób zawnieść jednorazowo o maksymalnie 10 tys. zł, natomiast w ciągu roku można pozyskać w ten sposób maksymalnie 20 tys. zł. Aby je uzyskać należy wypełnić ofertę na realizację zadania publicznego oraz przesłać do odpowiedniej jednostki samorządu terytorialnego. Trzeba jednak pamiętać o dwóch kwestiach. Zadanie musi zostać zrealizowane w ciągu 90 dni oraz samorząd musi wyrazić na to zgodę. Zgoda samorządu uzależniona jest przede wszystkim od posiadanych środków oraz od jakości złożonej oferty. Urząd w ciągu 7 dni decyduje o tym, czy chce wesprzeć daną inicjatywę czy nie.

Unia Europejska

Kolejnym ogromnym worem z pieniędzmi są fundusze europejskie. Dla początkujących godna polecenia jest strona rządowa www.funduszeuropejskie.gov.pl, na której znajduje się wyszukiwarka dotacji. Po kliknięciu na odpowiednie obszary pokazuje się lista tematyczna wraz z podstawowymi informacjami na temat możliwych źródeł finansowania.



Aby jednak znaleźć się w funduszach unijnych trzeba wiedzieć, czego szukać. Najlepiej porządkować sobie możliwości według rodzajów funduszy europejskich.

EUROPEJSKI FUNDUSZ ROZWOJU REGIONALNEGO jest przeznaczony głównie na działania inwestycyjne, związane np. z prowadzeniem budów, remontów, zakupem sprzętu, itp. Jeśli więc organizacja posiada budynek, który musi wyremontować i dostosować do potrzeb swoich grup docelowych, to najlepiej, aby poszukała pieniędzy właśnie w tym funduszu. W województwie lubuskim zajmuje się nim Urząd Marszałkowski Województwa Lubuskiego (www.lrpo.lubuskie.pl). Aby skorzystać z tych pieniędzy niezbędne są jednak spore środki własne. Procedura pozyskiwania środków odbywa się na zasadzie refundacji. A więc organizacja najpierw musi zrealizować remont z własnych środków, by następnie starać się o zwrot nakładów inwestycyjnych.

Ze środków EFRR na terenie Polski współfinansowana jest również Współpraca Transgraniczna. Dla instytucji trzeciego sektora najłatwiej będzie pozyskać środki aplikując do ogłaszających konkursy Euroregionów w ramach tzw. Funduszu Małych Projektów (dofinansowanie do 15 tys. Euro) i Projektów Sieciowych (dofinansowanie do 51 tys. Euro). Z tych środków realizowane mogą być projekty w następujących dziedzinach: kultura, sport, turystyka, młodzież, oświata i kształcenie, opieka zdrowotna i sprawy socjalne, gospodarka i nauka, ochrona środowiska i ekologia, działalność marketingowa oraz dziedzictwo kulturowe. Najbardziej interesującym funduszem dla organizacji pozarządowych jest EUROPEJSKI FUNDUSZ SPOŁECZNY (EFS). O środki w ramach EFS można ubiegać się, w zależności od skali naszego działania, albo do poszczególnych Ministerstw (objęcie zasięgiem działania co najmniej kilku województw), albo do Urzędów Marszałkowskich/Wojewódzkich Urzędów Pracy (gdy obszar działania organizacji nie przekracza granic województwa). Przy wykorzystaniu tych środków możemy podjąć działania związane z: ograniczaniem bezrobocia (kursy, doradztwo, praktyki, staże, subsydiowane zatrudnienie, itp.), kształceniem dorosłych (szkolenia podwyższające kwalifikacje, kształcenie formalne dorosłych aż do poziomu studiów wyższych, itp.) oraz integracją społeczną (zmniejszaniem wykluczenia społecznego, wsparciem ekonomii społecznej).

Z EUROPEJSKIEGO FUNDUSZU ROLNEGO na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich (EFRROW) mogą skorzystać NGO`s, których siedziba i/lub obszar działania znajduje się na terenach wiejskich i miast do 25 tys. mieszkańców. Organizacjom pozarządowym najłatwiej będzie aplikować o środki odpowiadając na konkursy ogłaszane przez Lokalne Grupy Działania (wykaz LGD z woj. lubuskiego znajduje się na stronie: www.prow.lubuskie.pl) związane z Odnową i Rozwojem Wsi lub w ramach tzw. Małych Projektów. Ze środków Odnowy i Rozwoju Wsi można sfinansować działania związane z budową i remontem eksponatów oraz obiektów turystycznych, społeczno-kulturalnych, historycznych, kształtowaniem obszaru przestrzeni publicznej, kultywowaniem tradycji społeczności lokalnych i tradycyjnych zawodów. Z kolei ze środków Małych Projektów można sfinansować: działania edukacyjne, promocyjne, w tym promujące kulturę, lokalne tradycje, turystykę i przedsiębiorczość ORAZ wykorzystanie odnawialnych źródeł energii.

EUROPEJSKI FUNDUSZ RYBNY (EFR) wspiera rozwój polskiego rybołówstwa. Dla instytucji trzeciego sektora sposób aplikacji jest podobny do tego związanego z EFRROW, z tą różnicą, że o środki finansowe aplikuje się do Lokalnych Grup



Rybackich (wykaz lubuskich LGR na stronie www.ryby.lubuskie.pl). W ramach konkursów ogłaszanych przez LGR można realizować działania związane m.in. z: ochroną środowiska i dziedzictwa, rozwój usług na rzecz lokalnych społeczności, wzmocnienie konkurencyjności i atrakcyjności obszarów zależnych od rybactwa, itp.

Ponieważ aplikowanie o środki europejskie jest dosyć skomplikowane i nastęrcza trudności organizacjom pozarządowym, najlepiej aby organizacje korzystały z punktów informacyjnych. Główny punkt informacyjny w województwie lubuskim prowadzi Urząd Marszałkowski. W tej sprawie można się również zgłosić do Regionalnych Ośrodków Europejskiego Funduszu Społecznego mieszczących się w Zielonej Górze i Gorzowie Wielkopolskim.

Europejski Obszar Gospodarczy

W zamian za dostęp do rynku europejskiego, kraje nie należące do Unii Europejskiej, takie jak Norwegia, Lichtenstein, Islandia i Szwajcaria zostały zobowiązane do uruchomienia mechanizmów finansowych wspierających rozwój najsłabiej rozwiniętych krajów członkowskich UE. W związku z czym powstały tzw. fundusze norweskie oraz fundusze szwajcarskie. We wszystkich tych mechanizmach grantowych zostały wyodrębnione tzw. Fundusze dla Organizacji Pozarządowych, z których można finansować projekty związane z: działalnością edukacyjną, wspieraniem aktywności obywatelskiej, działalnością podnoszącą świadomość społeczną, prowadzeniem dialogu wielokulturowego, wzmacnianiem NGO's, itp. W chwili obecnej dla organizacji pozarządowych uruchomione są fundusze szwajcarskie (www.swissgrant.pl).

Fundacje grantodawcze

Istnieje wiele instytucji (głównie fundacji), które organizują konkursy dla innych organizacji pozarządowych w celu udzielenia wsparcia na konkretne inicjatywy. Ich katalog jest bardzo szeroki (przykładowe instytucje oraz ich strony internetowe znajdują się na końcu artykułu) i nie sposób go w niniejszym artykule opisać. Aby przebrnąć przez gąszcz możliwych dotacji najlepiej skorzystać z wyszukiwarki znajdującej się na portalu przeznaczonym dla organizacji pozarządowych (<http://kalendarz.ngo.pl>). Można również skorzystać z portalu edukacyjnego www.eurodesk.pl.

Współpraca z biznesem

Jedną z możliwości wsparcia organizacji jest współpraca z biznesem. Chodzi tutaj zarówno o wsparcie finansowe (1%, darowizny, payroll – dobrowolne przekazywanie określonego procenta z wynagrodzenia na rzecz organizacji), jak i wsparcie o innym charakterze (np. organizacyjnym, personalnym). O ile ten pierwszy rodzaj wsparcia jest dość powszechny, to wsparcie drugiego typu rzadko jest przez organizacje wykorzystywane. Często NGO's nie widzą możliwości współpracy z biznesem na innym poziomie niż finansowy. Tymczasem bardzo korzystny dla organizacji może być np. wolontariat pracowniczy. polega on na tym, że osoby zatrudnione w danym przedsiębiorstwie przez jakiś okres świadczą usługi na rzecz organizacji. Można w ten sposób pozyskać fachowca, który pokaże nam, w jaki sposób można profesjonalnie przygotowywać i przeprowadzać kampanie marketingowe. Nieocenioną pomocą mogą być również księgowi, którzy pokażą, w jaki sposób zarządzać finansami organizacji. Firmy mogą również dzielić się np. towarami, które nie trafiły do sprzedaży ze względu na wady produkcyjne. Katalog możliwej współpracy jest bardzo szeroki i zależy wyjątkowo od kreatywności obu stron.

Organizacje najczęściej poszukują przedsiębiorców ze swojego terenu. Jest to zrozumiałe, ponieważ biznesmeni chętniej angażują się w sprawy społeczne na swoim terenie. Warto jednak szukać potencjalnych firm na wyspecjalizowanych portalach np. www.dobroczynnosc.com/organizacje.

Niestety współpraca z biznesem ma również swoje ograniczenia. Chodzi tutaj głównie o sprzeczność interesów wynikających z misji organizacji i działalności przedsiębiorstwa. Trudno bowiem mówić o współpracy organizacji prozdrowotnej z producentem wyrobów tytoniowych albo organizacji ekologicznej z firmą produkującą skóry i futra naturalne. Organizacje muszą również weryfikować swoich partnerów biznesowych pod kątem uczciwości i standardów etycznych.



Współpraca z darczyńcami indywidualnymi

Jeśli organizacja zainwestuje w budowę trwałych relacji z darczyńcami indywidualnymi, to jest to najstabilniejsze źródło finansowania dla NGO. Chodzi tu oczywiście o zbudowanie bazy stałych, regularnych darczyńców. Nie muszą to być jednak darczyńcy, którzy ofiarowują duże kwoty. Każdy darczyńca, który przekazuje systematycznie nawet drobną kwotę jest niezwykle cenny. Kilku takich darczyńców daje już pewną stabilność jeśli chodzi o finanse. A jeśli takich darczyńców są setki lub tysiące, to można już przewidywać i planować budżet organizacji.

Oczywiście proces zdobywania darczyńców indywidualnych jest długotrwały i czasochłonny. Nie od razu również zaczyna przynosić efekty. Warto jednak zainwestować w budowanie relacji, gdyż jest to jedno z najpewniejszych źródeł finansowania NGO. Jak jednak pozyskać takie osoby? Jest na to kilka sposobów.

1. **1%** - Najpopularniejszą formą pozyskiwania środków od osób fizycznych jest odpis 1% z podatku dochodowego. Aby jednak skorzystać z tej formy organizacja musi być zarejestrowana jako Organizacja Pożytku Publicznego (więcej na stronie: poradnik.ngo.pl). Spis OPP



znajduje się na stronie Ministerstwa Pracy i Polityki Społecznej i każdy, kto chce przekazać 1% swojego podatku może z listy wybrać organizację, którą chce wesprzeć.

2. **Zbiórki, loterie** – dobrą metodą jest również organizacja zbiórek publicznych. Aby jednak robić to zgodnie z prawem należy przed rozpoczęciem zbiórek zgłosić ją do odpowiedniego organu administracji publicznej (ze względu na zasięg zbiórki – urząd gminy, starostwo, urząd marszałkowski, ministerstwo) i uzyskać pozwolenie. Należy również pamiętać, iż w przypadku organizacji loterii niezbędne jest zgłoszenie jej do Ministerstwa Finansów.
3. **Imprezy dobroczynne** – kolejną formą pozyskania środków jest organizacja imprez dobroczynnych, czyli wszelkiego rodzaju koncertów, pikników, balów czy uroczystych kolacji. Aby pozyskać w ten sposób pieniądze organizacje

zazwyczaj sprzedają cegielki, które z jednej strony pokrywają koszty organizacji imprezy, a z drugiej - mogą służyć realizacji celów statutowych.

4. **Direct Mailing** – inną metodą pozyskiwania darczyńców indywidualnych jest Direct Mailing (DM). Polega ona na systematycznym wysyłaniu listów (mailowych, tradycyjnych) z prośbą o wsparcie.
5. **Direct Dialogue** – istnieją również kampanie Direct Dialogue, polegające na zachęcaniu przypadkowych przechodniów na ulicy do zostania stałymi darczyńcami organizacji.
6. **Doorstep Fundraising** – jest to kampania polegająca na odwiedzinach w domach potencjalnych darczyńców.
7. **Charytatywne SMS-y** – dosyć popularną formą zbiórki publicznej są charytatywne SMS-y. Poprzez przesłanie SMS-a na określony numer można zbierać pieniądze na bardzo określony cel. W celu przeprowadzenia tego rodzaju zbiórki wymaga się zawarcia umowy cywilnoprawnej między stroną organizującą zbiórkę a operatorem wybranej sieci komórkowej. W ten sposób określa się warunki współpracy. SMS-y obciążone są ustawowo 22% podatkiem VAT.

Działalność statutowa odpłatna oraz działalność gospodarcza

Organizacje nie mogą pobierać wynagrodzenia z tytułu prowadzonej działalności statutowej. Jedynym wyjątkiem jest statutowa działalność odpłatna. Polega ona na pobieraniu opłat za oferowane usługi lub towary bez rejestrowania działalności gospodarczej. Opłata ta musi być tak skalkulowana, aby „wychodziła na 0”. Oznacza to, że koszty danej usługi bądź towaru muszą być równe pobieranej opłacie. W innym przypadku jest to działalność gospodarcza. Działalność gospodarcza może być prowadzona bezpośrednio przez organizację pozarządową lub pośrednio, w formie wydzielonych zakładów bądź spółek. W zakresie prowadzonej działalności organizacja podlega tym samym przepisom prawa co podmioty nastawione na zysk. Należy pamiętać, iż działalność gospodarcza w organizacjach pozarządowych powinna mieć charakter uzupełniający w stosunku do działalności statutowej. W każdym przypadku dochód z prowadzonej działalności gospodarczej musi być w całości przeznaczony na realizację celów statutowych organizacji.

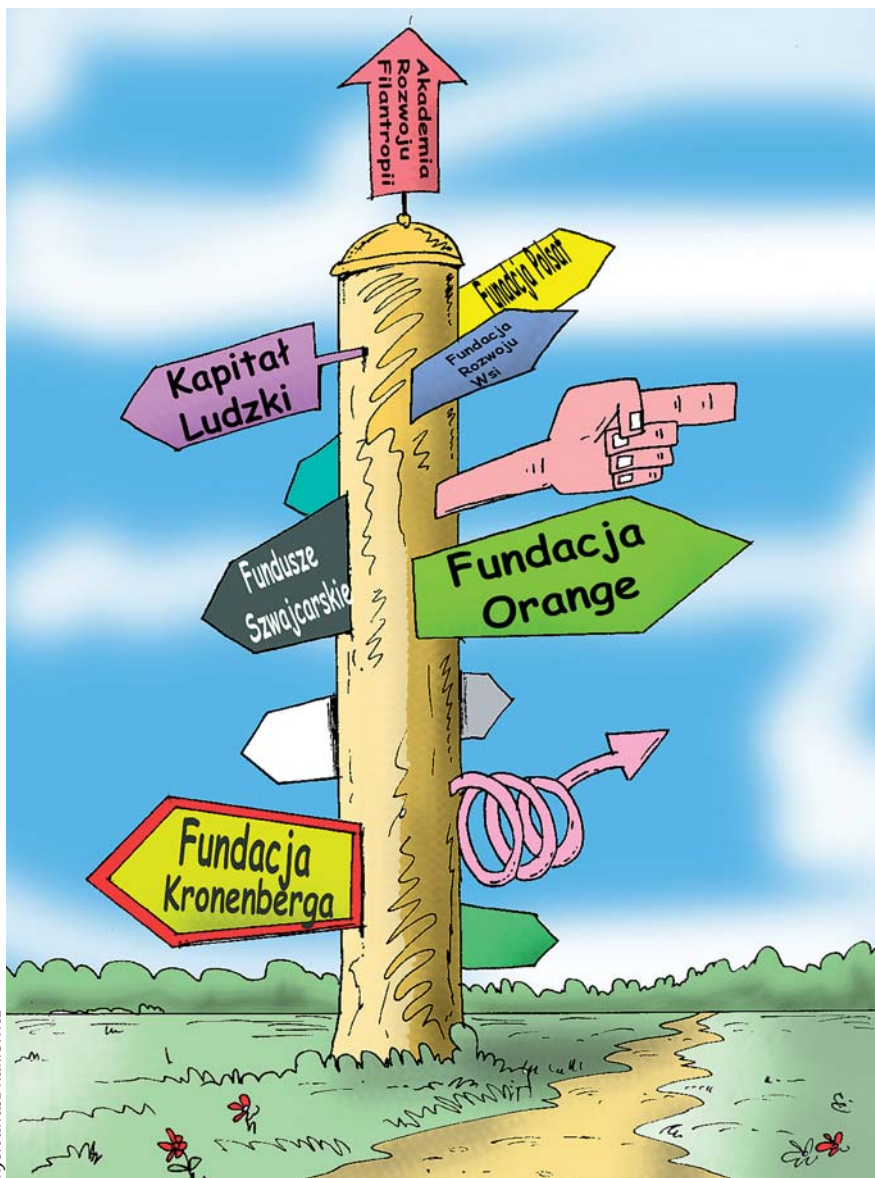
Kapitał żelazny i lokaty kapitału

Kapitałem żelaznym są środki, które organizacja pozarządowa gromadzi po to, by czerpać z nich zyski przeznaczone na realizację jej celów statutowych. Oznacza to, że odkłada się pewną sumę pieniędzy po to, aby ją pomnażać. Bardzo popularną formą zarabiania na kapitale są odsetki od lokat bankowych. Odsetki można przeznaczać na realizację celów organizacji, natomiast kapitał jest stały, nienaruszalny.

Możliwości finansowania NGO'ów jest naprawdę sporo. Powyższa lista nie jest oczywiście wyczerpująca. Tylko twórczość członków organizacji i przepisy prawa ograniczają metody zbierania funduszy. Małe organizacje nie muszą korzystać ze wszystkich tych możliwości. Ważne jest natomiast to, aby korzystały mądrze i efektywnie dobierały metody do swoich celów. Warto w tej kwestii współpracować z fachowcami lub kształcić kadry na odpowiednich kursach. Jest to bowiem jeden z najważniejszych obszarów działalności organizacji.

Informacje na stronach internetowych: Granty rządowe:

Instytucja	Odnosnik do strony internetowej
Ministerstwo Pracy i Polityki Społecznej	www.pozytek.gov.pl
Ministerstwo Sportu i Turystyki	bip.msit.gov.pl/portal/bip/10/Finansowanie_zadan.html
Ministerstwo Kultury i Dziedzictwa Narodowego	www.mkidn.gov.pl/pages/strona-glowna/finanse.php
Ministerstwo Edukacji	bip.men.gov.pl/index.php?option=com_content&view=section&layout=blog&id=6&Itemid=17
Ministerstwo Obrony Narodowej	www.bip.mon.gov.pl/43.html
Ministerstwo Zdrowia	www.mz.gov.pl/wwwmz/index?mr=m011&ms=1&ml=pl&mi=782&mx=6&ma=16&mr=0
Ministerstwo Środowiska	www.mos.gov.pl/artukul/3026_dla_organizacji_ekologicznych/18590_konkurs_dla_organizacji_pozarzadowych_2012_rozstrzygniecie.html



Rys. Janusz Kuklewicz

Ministerstwo Nauki i Szkolnictwa Wyższego	www.bip.nauka.gov.pl/bipmein/index.jsp?place=Menu-01&news_cat_id=-1&layout=0
Ministerstwo Spraw Zagranicznych	www.msz.gov.pl/Konkursy,Ministra,SZ,1181.html
Ministerstwo Spraw Wewnętrznych	bip.msw.gov.pl/portal/bip/156/Otwarte_konkursy_ofert.html

Informacje o środkach UE:

Instytucja	Odnosnik do strony internetowej
Ministerstwo Rozwoju Regionalnego	www.funduszeuropejskie.gov.pl
Ministerstwo Rozwoju Regionalnego	www.efs.gov.pl
Urząd Marszałkowski Województwa Lubuskiego	www.fundusze.lubuskie.pl
Urząd Marszałkowski Województwa Lubuskiego	www.efs.lubuskie.pl
Urząd Marszałkowski Województwa Lubuskiego	www.lrpo.lubuskie.pl
Urząd Marszałkowski Województwa Lubuskiego	www.prow.lubuskie.pl
Urząd Marszałkowski Województwa Lubuskiego	www.ryby.lubuskie.pl
Wojewódzki Urząd Pracy w Zielonej Górze	www.wup.zgora.pl
Euroregion Pro Europa Viadrina	http://euroregion-viadrina.pl/content/nab%C3%B3r-ma%C5%82ych-projekt%C3%B3w-i-projekt%C3%B3w-sieciowych-rozpoz%C4%99ty
Euroregion Sprewa-Nysa-Bóbr	http://euroregion-snb.pl
Regionalny Ośrodek EFS – Zielona Góra	http://www.zielonagora.roefs.pl
Regionalny Ośrodek EFS – Gorzów Wlkp.	http://gorzowwielkopolski.roefs.pl

Wybrane ogólnopolskie organizacje grantodawcze i wspierające:

Instytucja	Odnosnik do strony internetowej
Akademia Rozwoju Filantropii w Polsce	www.filantropia.org.pl
Biuro Obsługi Inicjatyw Społecznych	www.boris.org.pl

Centrum Wspierania Aktywności Lokalnej	www.cal.ngo.pl
Fundacja Bankowa im. Leopolda Kronenberga	www.kronenberg.org.pl
Fundacja im. Stefana Batorego	www.batory.org.pl
Fundacja Inicjatyw Społeczno Ekonomicznych	www.fise.org.pl
Fundacja Wspomagania Wsi	www.fwww.org.pl
Polska Akcja Humanitarna	www.pah.org.pl
Polska Fundacja im. Roberta Schumana	www.schuman.org.pl
Polska Fundacja Dzieci i Młodzieży	www.pcyf.org.pl
Polsko-Amerykańska Fundacja Wolności	www.pafw.pl
Sieć Wspierania Organizacji Pozarządowych SPLOT	www.splot.ngo.pl
Stowarzyszenie Klon/Jawor	www.klon.org.pl
Fundacja PZU	www.pzu.pl/grupa-pzu/fundacja-pzu
Fundacja Współpracy Polsko-Niemieckiej	www.fwpm.org.pl
Polsko-Niemiecka Współpraca Młodzieży	www.pnwm.org









Honorata Pietrońska



Człowiek – najlepsza inwestycja

PROJEKT DLA ORGANIZACJI
POZARZĄDOWYCH
W WOJEWÓDZTWIE LUBUSKIM

podaj dalej

-  Inkubator NGO w Słubicach
-  Lokalny Ośrodek NGO w Gorzowie Wlkp.
-  szkolenia i doradztwo dla NGO
-  gazeta NGO
-  NGObus
-  Targi Aktywności Społecznej
-  badanie NGO
-  konferencja i publikacja



www.podaj-dalej.org

LIDER: FUNDACJA NA RZECZ COLLEGIUM POLONICUM
ul. Kościuszki 1, 89-100 Słubice, tel./fax (+48) 95 759 2444, www.fundacjaipc.org, sekretariat@fundacjaipc.org

PARTNER: FUNDACJA INICJATYW SPOŁECZNYCH „DLA PRZYSZŁOŚCI”
ul. 30 Stycznia 12/4, 66-400 Gorzów Wielkopolski, tel. +48 691 818 979, www.fidlaprzyszlosci.ngo.org.pl, fidlaprzyszlosci@ngo.org.pl

PR w organizacjach pozarządowych

RENATA WCISŁO

Politolog, dziennikarz – pracowała w dziennikach, współpracuje z wieloma pismami, od 2009 r. redaktor najstarszego pisma górskiego w Polsce – „Taternika”. Prowadzi i redaguje portale internetowe. W pracy dla organizacji pozarządowych zajmuje się takimi zagadnieniami jak: zarządzanie informacją, kontakty z mediami, PR, promocja, dziennikarstwo obywatelskie, redagowanie stron internetowych, gazet, prowadzenie debat, organizacja imprez i konferencji. – Prowadzę też szkolenia z dziennikarstwa, promocji i PR. Pracowałam w projektach realizowanych w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego, Funduszu Inicjatyw Obywatelskich i innych.



Fot. Tomasz Majewski

Wciąż nie doceniamy znaczenia promocji w działalności organizacji pozarządowych. Równocześnie narzekamy na brak dotacji, pieniędzy, sponsorów. A przecież promocja to klucz do ich pozyskania! Specjalista ds. promocji, PR, marketingu – takie stanowiska nie dziwią nas w firmach i instytucjach. W większych przedsiębiorstwach, korporacjach, istnieją całe działy zajmujące się „pijarem”, promocją, marketingiem właśnie. Są opracowywane strategie, kampanie, prowadzone badania, ogłaszane konkursy na logo firmy, hasło. Tymczasem w organizacjach pozarządowych praca promocyjna jest niedoceniana, uważana za coś dodatkowego, czym zajmujemy się później... Ale kiedy później?

Co robić, by nas zauważono?

By móc ruszyć w organizacji z jakimikolwiek działaniami na większą skalę, trzeba być rozpoznawanym w środowisku, pozyskać do współpracy innych, zdobyć sponsorów, nawiązać i utrzymać kontakty. I do tego służy promocja. Praca nad wizerunkiem procentuje na wielu polach naszej działalności. Kto ma się tym zająć w organizacji? Najlepiej powierzyć te obowiązki osobie, która zna się na rzeczy i będzie pełnić społecznie funkcję specjalisty ds. promocji. Taki człowiek powinien odznaczać się wiedzą na ten temat, być nastawiony na rozwój, szkolić się, lubić kontakty z ludźmi i mieć świadomość, że podejmuje się nie jednorazowego zadania, ale sukcesywnej, długofalowej pracy. To nie robota z doskoku, raz na miesiąc lub przed organizowanym wydarzeniem, ale na co dzień, z przemyślanym planem. Warto stworzyć taką funkcję w organizacji, a nawet zespół kilku osób wybranych z tych najbardziej otwartych, wygadanych, kontaktowych, dla których praca przy komputerze, pisanie pism, tekstów, nie jest tajemnicą, a może i znajomość podstawowych programów graficznych...

Jeśli chcecie się promować w okolicy i zachęcać ludzi do działania, proponuję robić to w sposób bezpośredni. Spotkania wiejskie, festyny, lokalne imprezy – tu możecie nie tylko zaistnieć jako organizacja, ale aktywnie pozyskiwać nowych członków. Rozpowszechniajcie informacje o was wśród znajomych. Namawiajcie, by wspólnie z wami zaczęli działać i zachęcali innych. Spotkajcie się z sołtysem/wójtem/burmistrzem, przedstawcie się, zaproponujcie współpracę, poproście o pomoc, również w promowaniu. Ogłoszenia na tablicach informacyjnych, kościelnych, podczas mszy św., w sklepach, czy przed sklepami – to także dobry sposób reklamy. Potem spotkania rady gminy, świetlica wiejska, biblioteka, czy gminny dom kultury, lokalne gazety – tam warto się pokazać, przedstawić, zostawić informacje.

Co na początek?

Aby być rozpoznawalnym trzeba przygotować kilka elementów:

- logotyp organizacji – jest bardzo ważną częścią waszego wizerunku i jest tak samo istotne, jak nazwa organizacji. Najlepiej, by było proste, czytelne i kojarzyło się z obszarem waszych działań, musi rzucać się w oczy. Tworząc je, nie używajcie wielu kolorów. Powinno być oryginalne – tak, by nie kojarzyło się z inną firmą czy organizacją. Możecie je opracować sami, korzystając z odpowiedniego programu komputerowego, lub zlecić profesjonalistom

- wizytówki – z logotypem i podstawowymi informacjami o was: nazwą, adresem, e-mailem, telefonami, KRS-em, kontem bankowym i jeśli macie – stroną internetową
- tablicę informacyjną przed siedzibą stowarzyszenia – najlepiej z logotypem i godzinami otwarcia siedziby, numerem telefonu – jeśli nie macie stałych godzin dyżurów/pracy w siedzibie, podajcie numer telefonu komórkowego do osoby zajmującej się kontaktami w organizacji
- papier firmowy – logotyp i informacje o organizacji: nazwa, adres, e-mail, telefony, KRS, konto bankowe i jeśli istnieje – strona internetowa, można też dodać, w formie czytelnych haseł, podstawowe wiadomości o obszarze waszych działań
- ulotki – logotyp, dane, godziny otwarcia siedziby lub informacje o waszych stałych spotkaniach, o tym, co robicie – czytelne, proste hasła dotyczące celów, działań, grupy odbiorców,
- plakaty – powinny zawierać logotyp, dane, najbardziej wyeksponowane muszą być informacje na temat działania, które w danym momencie promujecie.
- stronę internetową – koniecznie przejrzysta, czytelna i na bieżąco aktualizowana!!!

Oczywiście działania promocyjne dobrze jest poszerzyć o banery, inne wydawnictwa, stałą współpracę z mediami.

Media – jak z nimi współpracować?

Nie wystarczy jeden e-mail czy telefon do redakcji – wypracowanie dobrych kontaktów z prasą, radiem, telewizją, wymaga wiedzy, umiejętności i jest bardzo czasochłonne. Warto stworzyć listę mediów/instytucji, które chcielibyśmy nami zainteresować. Nie powinniśmy się ograniczać tylko do tych lokalnych, równie ważne są ogólnopolskie, prasa tematyczna. Poza tym istnieją dziesiątki portali internetowych, dzięki którym możemy zaistnieć, promować się i trafić do odbiorców z naszego terenu. Przykładowo, wystarczy wpisać w wyszukiwarce np. hasło „Słubice”, by pokazała nam się lista stron dotyczących tego rejonu. Odszukajmy namiary na ich administratorów/właścicieli, nawiążmy z nimi współpracę. Podobnie możemy przeszukać Internet pod kątem stron poruszających tematy, którymi się zajmujemy.

Jednorazowe rozesłanie e-maili przed wydarzeniem to zdecydowanie za mało. Należy je wysłać odpowiednio wcześniej, a tuż przed imprezą jeszcze o niej przypomnieć. Upewnijmy się, czy wiadomość doszła, zadzwońmy do redakcji,

zapytajmy, który z dziennikarzy zajmie się tematem, skontaktujmy się z nim, porozmawiajmy, podrzućmy dodatkowe materiały.

Wciągajmy media w nasze wydarzenia na zasadzie partnerstwa, patronatu. Spotkajmy się osobiście z redaktorem naczelnym lub z kimś z kierownictwa redakcji. Dobrym sposobem jest osobiste zaangażowanie dziennikarza w imprezę – niech zasiądzie w jury organizowanego przez nas konkursu, może sam w nim weźmie udział, będzie ekspertem, poprowadzi warsztat, spotkanie...

Równie ważne jest formułowanie informacji przekazywanej mediom. Musi być jasna i krótka. Na końcu warto zamieścić notkę o organizatorach, dołączyć zdjęcie lub plakat (pamiętajmy o dobrej rozdzielczości!)

Temat skutecznej współpracy z mediami jest rozległy i trudno odpowiedzieć w skrócie na postawione wyżej pytania. Warto też poprosić o radę znajomego dziennikarza, poszperać w Internecie, sięgnąć po odpowiednią literaturę, czy skorzystać ze szkoleń dotyczących promocji po to, by nauczyć się podstaw dobrej współpracy z mediami i kształtowania wizerunku naszej instytucji.

Dobry plan to połowa sukcesu!

Z końcem roku opracujmy plan promocji na rok następny. Ktoś zapyta – po co? Po to, by zaplanować budżet na takie posunięcia, by w sposób przemyślany kształtować wizerunek organizacji, skutecznie i profesjonalnie przekazywać informacje o stowarzyszeniu, fundacji, usługach. Ma to bezpośredni wpływ na budowanie relacji z odbiorcami, zdobywanie partnerów, sponsorów. Na początku zastanówmy się nad dotychczasowymi naszymi działaniami – co udało się już zrobić, jak dziś wygląda promocja naszej organizacji – określimy słabe i mocne strony. Być może mamy bardzo dobre kontakty z mediami, ale brakuje nam materiałów promocyjnych, strony internetowej, nie zadowala nas dotychczasowa współpraca z samorządem, czy innymi organizacjami, szwankuje komunikacja wewnętrzna w organizacji (komunikacja w zespole ma wpływ na kształtowanie wizerunku na zewnątrz).

Dlatego kolejne pytanie, które powinniśmy sobie zadać brzmi: w jakim kierunku chcemy podążać? Określimy, kto ma być odbiorcą naszych działań promocyjnych, do kogo chcemy trafić i jaki jest cel? Co jest przedmiotem promocji? Weźmy pod uwagę budżet, miejsce i zasięg. Jakie narzędzia będą nam potrzebne? Krok po kroku planujmy miesiąc, kwartał, rok i weryfikujmy na bieżąco nasze działania – cały czas pamiętając, co jest nadrzędnym celem organizacji, do czego dążymy, bo przecież promocja ma nam pomóc w realizacji zamierzeń, w rozwoju. To pozwoli nam uniknąć chaotycznych, przypadkowych działań.

Bo, niestety, często ograniczamy się tylko do promocji organizowanych przez nas imprez w mediach, czy za pomocą plakatów, ulotek. Praca nad wizerunkiem organizacji jest bardziej złożona i wielokierunkowa.

CZY NA PROMOCJĘ TRZEBA MIEĆ

KONIECZNIE PIENIĄDZE?

Wiele działań możemy przeprowadzić bez nich. Jednak na pewno wszystko będzie kosztować nas wiele czasu i zaangażowania, no i przede wszystkim – kreatywności.



Jak skutecznie i bez finansów kształtować wizerunek organizacji?

Najkrótza i najbardziej prosta odpowiedź na to pytanie brzmi: SOBĄ. Możemy mieć świetne materiały promocyjne, reklamowe, jednak to my, swoją postawą, zachowaniem, budujemy wizerunek. To od nas zależy, w jaki sposób inni będą postrzegać nasze stowarzyszenie czy fundację. Sukces jest w nas. Optymizm, wiara w to, co robimy, praca z pasją, otwartość – to najlepsza i najtańsza droga do ludzkich serc, a także do portfeli tych, na których wsparciu finansowym nam zależy. Obserwując członków różnych organizacji pozarządowych, wymienię tylko kilka postaw, które mogą zniechęcić innych do współpracy:

Postawa roszczeniowa, czyli: „nam się należy, jesteśmy po to, by pomagać innym, my tu pracujemy społecznie, musicie nam pomóc, dać pieniądze, lokal itd.”. Niejednokrotnie obserwowałam takie postawy wśród członków organizacji np. wobec instytucji samorządowych. Warto skorzystać ze szkoleń dotyczących współpracy trzeciego sektora z jednostkami samorządu terytorialnego, a także z tych dotyczących promocji, PR, budowania kontaktów z otoczeniem, profesjonalnej prezentacji. I traktować urzędnika nie jak wroga, ale partnera – na tym oprócz budowanie relacji. Pamiętajmy też, że każdym swoim zachowaniem, słowem kształtujemy obraz organizacji.

Użalanie się nad sobą, narzekanie, czarnowidztwo, czyli „nikt się nami nie interesuje, nic z tego nie wyjdzie, my jesteśmy biedni, i nie ma kto nam pomóc...” Taka postawa to sygnał, że nie radzimy sobie, nie wierzymy w to, co robimy, jesteśmy mało kreatywni. Jakbyśmy byli nieudacznikami. Więc jak inni mają nam zaufać?

Dyskredytowanie innych, rywalizacja z organizacjami podobnego typu. Nie konkurujemy, ale budujemy, nie patrzmy na innych, nie manipulujmy, nie zazdrościmy, nie stosujemy czarnego „pijaru”. Podkreślajmy własne atuty, bez zarozumiałości i poczucia bycia kimś lepszym.

EVENT – z czym to się je?

Przykładem działania pijarowskiego, które można zorganizować przy niskim budżecie lub jego braku, jest event. Jest to doskonała forma promocji organizacji, zarówno tej nowo powstałej, która chce być zauważona, jak i tej działającej już dłużej. Budujemy wizerunek, stajemy się rozpoznawani w środowisku, zdobywamy zaufanie lokalnej społeczności, wśród urzędników i przedsiębiorców, włączamy ich w nasze działania. Koszty finansowe? Ogromne, jeśli wyobrażamy sobie to jako wielkie wydarzenie z gwiazdami, wielką sceną i fajerwerkami.

Ale my mówimy o niskobudżetowej imprezie. I z pustą kasą można zrobić wiele rzeczy, które na długo zapadną ludziom w pamięć. Wystarczy pomysł i zarażenie nim grupy zapaleńców, wiara, czas i dobry plan.

Trzeba określić cel – to punkt wyjścia i podstawa dalszych działań. Wyznacz sobie konkretny cel – po co robisz event, co dokładnie chcesz osiągnąć, jakie korzyści. Do kogo będzie skierowany event (dzieci, młodzież, dorośli, starsze osoby, cała lokalna społeczność itd.) i ile to będzie osób. Trzeba też określić miejsce, czas, organizatorów, sposób działania, środki i nasze możliwości. Jaki to będzie rodzaj wydarzenia i czy uda Ci się je zorganizować niskim kosztem lub w ogóle bez pieniędzy? Ilu ludzi z organizacji potrzebnych będzie do przygotowań, jaki sprzęt,



Event pochodzi z języka angielskiego. Oznacza wydarzenie – kulturalne, edukacyjne, przygodowe, sportowe, rozrywkowe itp. Celem może być edukacja, promowanie wizerunku, szkolenie, motywowanie, integrowanie, popularyzowanie jakiejś tematyki, idei.

lokal, teren (i czy jest dostęp do prądu, możliwość podłączenia potrzebnego sprzętu, Internet, czy będą potrzebne jakieś pozwolenia). Zastanów się, kogo możesz poprosić o wsparcie rzeczowe, o użyczenie terenu, sprzętu, pomoc w organizacji imprezy. Trafnie wybierz czas (datę i godzinę) w zależności od rodzaju wydarzenia (weź pod uwagę wakacje, święta, nasycenie imprez w miejscowości w danym miesiącu itp.). Rozplanuj wszystko w czasie – rozpisz terminy: co należy przygotować, co załatwić, kiedy kto ma zrobić, podziel zadania wśród organizatorów. Ważne, kto będzie koordynatorem działań – czy jest to osoba zdecydowana, konkretna, odpowiedzialna, sumienna, przedsiębiorcza. Ważne, kto poprowadzi imprezę – czy jest to osoba otwarta, lubiana, elokwentna, czująca się dobrze przed publicznością i ujmująca swoim sposobem bycia, humorem.

Przygotowanie eventu – od czego zacząć?

Najlepiej zacząć od skromnej, ale dobrze zaplanowanej, ciekawej imprezy. Jednym z prostych pomysłów jest organizacja spotkania połączonego z prelekcją, pokazem dotyczącym naszej działalności czy dokonań, happeningiem. Zapraszamy na nie media, mieszkańców, lokalne władze, instytucje, przedsiębiorców. Nie zapomnijmy o dzieciach i atrakcjach dla nich – możemy być wtedy pewni, że frekwencja wzrośnie.

Jeśli nie mamy swojej siedziby, biura, dogadajmy się w sprawie udostępnienia pomieszczeń lub placu z urzędem miasta, gminy, starostwem, domem kultury, biblioteką, świetlicą, albo silniejszą i bardziej znaną organizacją pozarządową z naszego regionu. Poprośmy o możliwość bezpłatnego użyczenia lokalu i pomoc w zorganizowaniu spotkania. Może udostępnią też rzutnik, ekran, dorzucą garść pomysłów i doświadczeń, sami coś jeszcze zaproponują, aktywnie włączą się w organizację.

Spotkanie nie powinno być nudne, monotonne, to nie mogą być „gadające głowy”. Jeśli jesteście organizacją skupiającą pasjonatów: rowerzystów, wspinaczy, kajakarzy, modelarzy – spotkanie warto połączyć z otwarciem wystawy lub prelekcją/prezentacją naszych dokonań lub jednego, najbardziej wyróżniającego się z członków. Możemy zaprosić kogoś z zewnątrz, kto związany jest z naszą działalnością lub ma wiedzę o dziedzinie, w której działamy. Wystąpi jako ekspert, osoba doświadczona, która zaprezentuje dobre praktyki. Prelekcje powinny być jednak w miarę krótkie, a całe spotkanie dynamiczne, żywołowe (tu też ważna jest rola prowadzącego) i otwarte – nastawione na wszystkich uczestników, dające możliwość wypowiedzenia się, włączenia, nie tylko biernego słuchania. Jeśli mówimy o sobie – to zwięźle, z przerwami, pokażmy dokonania, opowiedzmy o planach, zachęcając innych do działania z nami, pójźmy w wizualizację – w pokaz zdjęć, filmu, sprzętu, występ artystyczny. Wciągnijmy zaproszonych gości we wspólne działanie. Pokażmy coś, co może przykuć uwagę, zapadnie w pamięć.

Moim zdaniem spotkanie nie powinno trwać dłużej niż godzinę, może półtorej – jeśli jest różnorodne, dynamiczne, rozbudowane, a uczestnicy są w ruchu, nie siedzą cały czas.

Takie spotkanie można połączyć z otwarciem siedziby, z uroczystym rozpoczęciem działalności nowo powstałej organizacji, podsumowaniem jakiegoś etapu naszej aktywności. Możemy wymyślić spotkanie tematyczne np. w dzień przytulania, dzień psa, itp., w zależności od profilu naszej działalności. Może zorganizujemy powiatowy zjazd rowerzystów, stowarzyszenie działkowców urządzi spotkanie mieszkańców w rynku pod hasłem „Bukiet kwiatów dla sąsiada” – każdy przychodzi z kwiatami w ręku, ubrany w kwieciste ubrania i koniecznie z uśmiechem na ustach. Obudujemy to innymi atrakcjami i promocją stowarzyszenia. Takie wydarzenie możemy zaplanować na pierwszy dzień lata, dzień działkowca, dzień radości, dzień przyjaźni lub dzień sąsiada. Wszystko pod sztandarem organizacji.

ZWARIOWANE POMYSŁY – MILE WIDZIANE

Czasem szalony, odważny i oryginalny pomysł jest strzałem w dziesiątkę. Bo ile już było koncertów i pokazów tanecznych? Zróbmy coś innego, małym kosztem. Pokażmy naszą spoteczną żylkę, zapał, radość działania. Pokażmy, że jesteśmy w tym, co robimy, dobrzy i że na tym się skupiamy, że w organizacji są wspaniałe osoby, z otwartymi głowami i pomysłami, które potrafią porwać do działania innych, zarazić ich swoją energią. Uśmiech, pewność siebie i przekonanie, że to co robimy, jest dobre i służy wszystkim, uważność na tych, którzy przyszli nas posłuchać, zobaczyć, skierowanie na nich naszego zainteresowania w tej chwili – to działa. Przecież na co dzień właśnie wśród ludzi pozytywnie nastawionych czujemy się dobrze. Zatem pokażmy się z takiej strony. Nawet kiedy kasa świeci pustkami, to nie jest powód do narzekania, ale do działania. Chcemy przecież pokazać się jako osoby przedsiębiorcze, z ikrą, takie, którym warto zaufać, zainwestować w nie, wejść we współpracę.



Czerpmy z innych!

W tym miejscu posłużę się przykładem. Fundacja Obrony Praw Zwierząt „Anaconda” z Gorzowa Wielkopolskiego, choć na co dzień styka się z okrucieństwem wobec zwierząt, wieloma trudnymi i bolesnymi tematami, brakiem pieniędzy na działalność, leczenie i opiekę nad zwierzętami, nie chce kojarzyć się tylko z organizacją, w której działalność wpisana jest trauma.

W logotypie organizacji pojawił się napis „ANACONDA” z sympatycznym, owiniętym w literę węzłem. Wygląda jak gad z kreskówki. Bo przecież działalność fundacji to nadzieja na lepszy los zwierząt, miłość do nich, radość i wrażliwość.

Fundacja wymyśliła happening - szycie w centrum Gorzowa Wlkp. najdłuższej anakondy na świecie. Działo się to podczas Targów Aktywności Społecznej zorganizowanych przez Fundację na rzecz Collegium Polonicum w Słubicach. Wcześniej „Anaconda” weszła we współpracę ze szkołą odzieżową z Gorzowa. Nauczyciele i uczniowie pomogli przygotować akcję, a potem wspólnie ją poprowadzić. Podczas targów każdy przechodzień mógł doszyć swój kawałek węża. Po kilku godzinach gad miał już 104 metry, a podobno akcja będzie jeszcze kontynuowana. To przykład jak naszą promocję, spotkanie, można uczynić interesującym, a ludzi z zewnątrz, nawet z zaskoczenia, wciągnąć w to, co robimy. Bo wydarzenie, które chcemy zorganizować, nie może być smutne, przepełnione żalem, zmartwieniami, czy zbyt oficjalne. Nawet jeśli na co dzień zajmujemy się trudnymi, smutnymi sprawami, np. walką z chorobami, pomocą pokrzywdzonym, to nam sprawia radość i sami jesteśmy przepełnieni wiarą w to, co robimy. Przecież mamy przyciągnąć do siebie ludzi, pokazać że jesteśmy bandą zapaleńców, ale też takich, którzy są świetnie zorganizowani, pomysłowi i pełni energii.



Uśmiechnięta anakonda reklamowała działalność fundacji.

Oczywiście w tym wszystkim musi być czas na refleksję, na trudne tematy, powinna być zachowana równowaga, uczestnik spotkania musi wynieść z niego pewne przemyślenia. I sztuką jest pogodzić te dwie sprawy – przekazując trudne rzeczy w sposób interesujący i budujący nadzieję na lepsze jutro.

„Anaconda” podczas targów licytowała też rysunki zwierzątek namalowane przez dzieci, zbierała pieniądze na ratowanie zwierząt, pokazała też tę smutniejszą stronę psiej rzeczywistości. Z końcem roku szkolnego fundacja ta przeprowadziła też akcję w szkołach „Zamiast kwiatka dla nauczyciela, złotówka dla zwierząt” – wciągając w swoje działania dyrektorów szkół, nauczycieli, dzieci i rodziców.

Bardzo ważne jest społeczne poparcie!

Do włączenia się w nasze akcje zaprosimy też władze, ważne osoby, może burmistrz przyjdzie ze swoim pupilem i o nim opowie, poprowadzi zebranych na wycieczkę rowerową dokoła miasta, pierwszy podaruje kwiaty sąsiadowi... Opowie o swoim ogrodzie, pasjach, doświadczeniach, wręczy nagrody...

Stwórzmy program imprezy i przygotujmy informację dla mediów. Może mamy możliwość sfinansowania zaproszeń, plakatów, ulotek? Przygotujmy chociaż plakat w wersji elektronicznej – może ktoś z naszej organizacji lub znajomych jest bardziej biegły w programach graficznych i wykona tę usługę bezpłatnie? Taką wersję zapisaną w PDF-ie lub JPG-u możemy umieścić na stronach internetowych, rozesłać mejlami zapraszając na wydarzenie. W wiadomościach dla mediów powinniśmy najpierw zamieścić: kto, co, gdzie, kiedy, dlaczego. Dopiero dalej rozwińmy temat i informacje o nas – maksymalnie 10 zdań o tym: kim jesteśmy, co robimy, kogo zrzeszamy, komu pomagamy, jakie mamy plany. Postarajmy się o dołączenie zdjęcia – powinno być dobrej jakości, rozdzielczości, a przede wszystkim ciekawe, przykuwające uwagę. Stwórzmy profil organizacji na Facebooku – wrzucmy tam fotografie, informacje o nas i zaprosimy znajomych na wydarzenie przez Facebooka.

Przed wysłaniem informacji do mediów – stwórzmy ich listę. Najlepiej pierwszy raz umówić się osobiście z redaktorem naczelnym, kierownikiem działu lub dziennikarzem, który obsługuje nasz teren lub zajmuje się tematyką, w którą się wpisujemy. Potem łatwiej nam będzie kontaktować się z redakcją przez internet czy telefonicznie.

Na spotkanie z mediami przynieśmy wydrukowaną wiadomość o imprezie, zaprosimy rozmówców, poprosimy o zapowiedź i obsługę, opis wydarzenia. Zapytajmy, kiedy informacja może się ukazać. Po powrocie do domu wyślijmy na otrzymane od dziennikarzy adresy mejlowe te same materiały, które im wręczyliśmy. Ułatwimy im przygotowanie materiału do publikacji. Jeśli zapowiedź się nie ukáže, nie będzie wyemitowana w ustalonym terminie, nie bójmy się zadzwonić i zapytać, co się stało. Czasem może to być zwyczajne przeoczenie,

warto się przypomnieć. Do urzędów, instytucji z naszej okolicy również zwróćmy się z prośbą o umieszczenie informacji na stronach internetowych, tablicach ogłoszeniowych.

CHWILĘ PRZED STARTEM

Dwa dni, dzień przed imprezą przypomnijmy się wszystkim – zadzwoimy do zaproszonych gości, dziennikarzy z pytaniem, czy będą i o której godzinie. Stwórzmy sympatyczną, luźną atmosferę podczas imprezy. Nie przejmujemy się potknięciami, komentujemy je z humorem, w końcu to nasze pierwsze doświadczenie. Zadbajmy o naszych gości, dajmy im poczuć, że są ważni i sami potraktujmy to wydarzenie nie jako konieczność i obowiązek, ale jako przyjemność i możliwość spotkania i poznania wspaniałych ludzi. Podczas imprezy nie bądźmy nachalni w promowaniu siebie, jednak pamiętajmy, że to jest nasze „pięć minut”, i my jesteśmy organizatorami, lub współorganizatorami spotkania, podkreślajmy to, zapraszamy do siebie. Nie zapomnijmy o atrakcjach dla dzieci, czasem nawet z własnej kieszeni warto wydać pieniądze na lizaki, słodycze, drobne upominki. Tam, gdzie są atrakcje dla maluchów – mamy zapewnioną szerszą publiczność. Wymyślmy konkursy, zróbmy jakiś pokaz, kącik dla najmłodszych.

Współpracujemy z innymi

Innym sposobem na promocję organizacji pozarządowej bez kosztów lub z niskim budżetem może być przyłączenie się naszego stowarzyszenia lub fundacji do imprezy organizowanej przez innych – miasto, instytucję lub firmę. W zależności od tematu imprezy możemy zaproponować udział w niej, zaoferować coś od siebie. W ten sposób też się pokażemy – jako współorganizatorzy, partnerzy, uczestnicy.

Wykorzystujmy takie możliwości jak np. Targi Aktywności Społecznej, dni miasta, lokalne święto. Możemy poprosić organizatorów o bezpłatne miejsce na promocję stowarzyszenia czy fundacji. Oczywiście, musimy dać coś w zamian. Zrobić jakiś pokaz, przygotować ciekawe stoisko, wykorzystać swoje umiejętności. Ale to wszystko to przecież nasza promocja.

Podczas wrześniowego Jarmarku Michała w Żaganiu promował się Speleoklubu „Bobry” Żagań. Miasto wydzieliło spory teren na tzw. Miasteczko Górskie „Bobrów”. Przygotowując je grotołazi chcieli zainspirować mieszkańców sportami górskimi, zachęcić do odkrywania pasji, reklamować organizowany niebawem kurs taternictwa jaskiniowego, zaprosić do współpracy i członkostwa w stowarzyszeniu. Rusztowań, na którym poprowadzono zjazd na linie, tzw. ty

rolkę, użyczył członek klubu, który ma firmę budowlaną. Stoisko – namiot ze stolikiem i krzesłami, został pożyczony od zaprzyjaźnionej organizacji. Na slacclinie – rozciągniętej pomiędzy drzewami, nisko nad ziemią linie, mieszkańcy uczyli się chodzić i utrzymywać równowagę. Ten sprzęt też należy do jednego z członków stowarzyszenia, podobnie jak mini ścianka wspinaczkowa dla dzieci. Wszystko zostało użyczone bezpłatnie. Na rusztowaniach zawisła kukła ubrana w strój grotolaza – kombinezon wypchany gazetami, kalosze, sprzęt alpinistyczny, balon był głową, twarz namalowana pisakiem, na niej kask. Obok, na rusztowaniach i linach prezentowane były zdjęcia z wypraw, sprzęt górski – stary i nowoczesny, dwa banery klubu, w tym jeden zachęcający do zapisania się na kurs jaskiniowy. Na stoisku leżały czasopisma górskie, książki. Członkinie speleoklubu wchodząc w tłum i rozdając ulotki zapraszały do klubu i do skorzystania z bezpłatnych atrakcji. W sumie w organizację i obsługę imprezy zaangażowanych było 21 osób – klubowiczów i sympatyków. Na zapleczu stoiska został nawet rozpalony grill, bo coś podczas pracy trzeba jeść... Koszty przedsięwzięcia to 115 zł (tyle zapłacono za wykonanie nowego baneru w rozmiarze 1mx4m promującego październikowy kurs jaskiniowy, projekt zrobił bezpłatnie klubowicz). Wszystko wymagało oczywiście dużego wkładu pracy wielu członków klubu, a przygotowania zaczęły się kilka tygodni wcześniej.

Dokumentujemy działania

Fotografujmy, zróbmy notkę, zbierajmy materiały. Nawet jeśli jeszcze nie mamy strony internetowej, przyda nam się to do sprawozdań, wykazów, kroniki, dla sponsorów. Jeśli media zawiodły i nie pojawiły się na imprezie, nie zrażajmy się. Przygotujmy im zwięzły, konkretny materiał ze zdjęciami (pamiętajmy o podpisach pod fotografią, informacji o autorze zdjęcia). Skontaktujmy się z dziennikarzem i wyślijmy mu materiał. Takie krótkie relacje wyślijmy też na zaprzyjaźnione strony internetowe, urzędowe. Archiwizujmy publikacje o nas – drukujmy je ze stron internetowych, wycinajmy z gazet.

Czy dzięki takim przedsięwzięciom pojawiają się wymierne korzyści? Oczywiście, że tak i jest ich całe mnóstwo:

- promocja organizacji i budowanie jej wizerunku bez ponoszenia kosztów finansowych lub przy niskich kosztach
- rozpoznawalność w środowisku, wzrost zaufania do
- nawiązanie kontaktów z lokalnym społeczeństwem, władzami, przedsiębiorcami, sponsorami
- integracja organizacji z lokalnym społeczeństwem



Podczas Jarmarku Michała w Żaganiu Speleoklub Bobry stworzył „Miasteczko górskie”. Zachęcano do uprawiania taternictwa jaskiniowego i turystyki górskiej, były zjazdy na linie, slackline (chodzenie po naprężonej taśmie), stoisko z literaturą górską i ulotkami, wystawa zdjęć z wypraw, sprzętu górskiego, ścianka wspinaczkowa, zawisła również kukła w stroju grotolaza...

- nawiązanie kontaktów z mediami, współpraca
- zapewnienie lokalnej społeczności atrakcji, edukacji, inspiracji, motywacji
- rekrutacja przyszłych członków organizacji, wolontariuszy
- integracja członków organizacji, budowanie zespołu, poznawanie swoich mocnych i słabych stron
- sprawdzenie swoich możliwości i możliwości organizacji podczas organizacji i zarządzania przedsięwzięciem
- rozwój i zdobywanie doświadczenia, które potrzebne nam też będzie przy staraniach o sponsorów, patronów, wsparcie, dotacje (przedsięwzięcie, akcję, spotkanie wpisujemy na listę naszych doświadczeń)
- inspiracja do kolejnych działań

A jakie są minusy tego typu przedsięwzięć? Właściwie jest tylko jeden – bardzo duże zaangażowanie i czas przedstawicieli organizacji. Ale to jest przecież to, co możemy od siebie dać i sens naszej działalności w organizacji!

Projekt skrojony na miarę

„Podaj Dalej” to przedsięwzięcie, które służy wzmocnieniu potencjału organizacji pozarządowych w regionie. Realizatorzy projektu objęli wsparciem prawie 100 organizacji z województwa lubuskiego, w szczególności z powiatu gorzowskiego, sulęcińskiego oraz strzelecko-drezdeneckiego. Do końca 2012 roku realizowane będą szkolenia, warsztaty i profesjonalne doradztwo, które obejmuje newralgiczne punkty działania organizacji.

Fundacja zrealizowała wiele przedsięwzięć dla NGO w lubuskim. Ten projekt jest najbardziej kompleksowy, a zarazem różnorodny. Chcemy, aby organizacje, które otrzymały wsparcie, mogły swoją wiedzę dzielić się z innymi. W „Podaj dalej” każdy znajdzie coś dla siebie. Atrakcyjne szkolenie, pomoc doradcy, wizytę NGO’busa, prenumeratę InfoNGO. Pomoc techniczną Inkubatora i LoNGO.

Ale zacznijmy od początku

Był sobie projekt... Jego realizacja rozpoczęła się 1 września 2010 roku i zaplanowana była dwuetapowo. Pierwszy zorientowany był na wzmocnienie projektodawcy i partnera, czyli Fundacji na rzecz Collegium Polonicum w Słubicach oraz Fundacji Inicjatyw Społecznych „Dla Przyszłości” z Gorzowa Wlkp. Aby rzetelnie i skutecznie realizować cele projektu sami przeszliśmy cykl szkoleń merytorycznych podnoszących nasze kwalifikacje.



Spotkanie projektowe – burza mózgów



Na szkoleniach budowaliśmy kapitał żelazny

Drugi etap projektu i jednocześnie bardziej spektakularny to liczne działania na rzecz organizacji z województwa lubuskiego. Pierwszym krokiem było utworzenie Inkubatora NGO w siedzibie Fundacji na rzecz Collegium Polonicum w Słubicach oraz Lokalnego Ośrodka NGO w siedzibie Fundacji Inicjatyw Społecznych „Dla Przyszłości” w Gorzowie Wlkp.

Inkubator NGO działa w biurze Fundacji na rzecz Collegium Polonicum od marca 2011 roku. Jego celem jest pomoc organizacjom w postaci wsparcia technicznego poprzez udostępnianie lokalu i sprzętu biurowego, a także doradztwo. W wyznaczonych godzinach porozmawiać można ze specjalistami, uzyskać porady, jak również bezpłatnie skorzystać z komputera i Internetu oraz biblioteczki NGO.

Również od marca w Gorzowie funkcjonuje zamiejscowa filia Fundacji – Lokalny Ośrodek NGO (LoNGO). Jego zadaniem jest przede wszystkim infrastrukturalne wspieranie organizacji pozarządowych z terenu województwa lubuskiego. Również w LoNGO do dyspozycji organizacji pozostaje komputer podłączony do Internetu oraz w wyznaczonych godzinach, doradcy – specjaliści w różnych dziedzinach. Zarządzaniem LoNGO zajmuje się partner projektu „Podaj Dalej” – Fundacja Inicjatyw Społecznych „Dla Przyszłości”. Oba ośrodki dostępne są przez 5 dni w tygodniu po 5 godzin dziennie.

Szkolenia dostosowane do potrzeb

Od września 2011 do maja 2012 roku organizowaliśmy szkolenia, poruszające najważniejsze kwestie związane z codzienną pracą w organizacji. W każdym ze szkoleń wzięło udział 10 osób. Podczas szkolenia dotyczącego zarządzania zasobami ludzkimi uczestnicy poznali podstawowe procesy, główne założenia oraz zasady zarządzania personelem w organizacji, widziane również z psychologicznego punktu widzenia. Sprawdzili swój styl kierowania, dowiedzieli się, jakie są narzędzia skutecznego zarządzania, jak oceniać pracowników, i jak dbać o rozwój zespołu. Zajęcia z profesjonalnej autoprezentacji dotyczyły pracy nad budowaniem pozytywnego obrazu własnej osoby, a także poznania technik autoprezentacji i żelaznych zasad wystąpień publicznych.

Dużym powodzeniem cieszyło się szkolenie dotyczące finansów w organizacjach pozarządowych, gdzie omawiane były przepisy dotyczące rachunkowości jednostek prowadzących jednocześnie działalność statutową i gospodarczą, podatek VAT, podatki dochodowe w organizacji, zasady wyliczania wynagrodzeń, a także sporządzanie budżetów do projektów. Kontynuacją szkolenia z finansów były zajęcia dotyczące działalności gospodarczej w NGO. Uczestnicy poznali

prawne i podatkowe aspekty prowadzenia działalności przez organizacje pozarządowe, w tym różnice między działalnością statutową, a gospodarczą. Oprócz szkoleń wymienionych powyżej działacze społeczni dowiedzieli się wielu istotnych informacji na temat współpracy międzysektorowej, pozyskiwania środków zewnętrznych, rozliczania projektów i skutecznej rekrutacji.



Szkolenie w Ośnie Lubuskim



Szkolenie w Dychowie

Kto pyta, nie błądzi

Dużym działaniem, cieszącym się powodzeniem wśród społeczników w Lubuskim jest doradztwo. Proces rozpoczął się w lipcu 2011 roku i trwać będzie do zakończenia projektu. Rolą doradców jest to, aby pomóc organizacjom, które borykają się z różnymi problemami podczas swojej codziennej pracy. Zespół doradzający został wybrany tak, aby obecny był w nim specjalista z głównych dziedzin dotyczących działalności organizacji, mający wiedzę i doświadczenie w zakresie funkcjonowania NGO, a każdy jest specjalistą w swojej dziedzinie. Małych organizacji często nie stać na pomoc prawnika, księgowego, specjalisty od pozyskiwania środków, przedsiębiorczości czy public relations.

Kapitałem każdej organizacji są przede wszystkim ludzie. Dlatego w ramach projektu „Podaj Dalej” stawiamy na rozwój członków, pracowników, współpracowników. Wzmocnienie osób, które aktywnie włączają się w pracę organizacji, przetoży się na lepsze, bardziej profesjonalne działanie całego trzeciego sektora w województwie lubuskim.

Wsparcie kompleksowe dla 10-tki

Innym rodzajem doradztwa było wsparcie kompleksowe – forma indywidualnego doradztwa zarówno dla początkujących, jak i już doświadczonych NGO’ów. Rozpoczęło się w lipcu 2011 roku i trwało do sierpnia 2012. Działanie przeznaczone było dla organizacji z powiatu sulęcińskiego, gorzowskiego i strzelecko-drezdeneckiego. Było to podyktowane wymogami operatora, czyli Ministerstwa Pracy i Polityki Społecznej.

Celem doradztwa była pomoc w zbudowaniu silnej, stabilnej organizacji, świadomie realizującej swoją misję, zmotywowanej do działania, umiejącej wytyczać sobie ambitne i realne do osiągnięcia cele. Członkowie organizacji objętych „kompleksówką” przez 14 miesięcy współpracowali z indywidualnym doradcą. Współpraca była długofalowa, połączona również z innymi możliwymi rodzajami wsparcia oferowanego w projekcie, co pomaga w wypracowywaniu konkretnych rozwiązań i przetestowaniu ich w praktyce, a także w ewaluacji dotychczasowej działalności i ukierunkowaniu działań. Spotkania z doradcami odbywały się w siedzibach organizacji, dwa razy w miesiącu. Efektem pracy doradcy z organizacją jest strategia rozwoju organizacji na kolejne trzy lata.

WSPARCIE KOMPLEKSOWE OTRZYMAŁY:

Fundacja Animacji Kobiet z Gorzowa Wlkp., Stowarzyszenie Pomocy Osobom Uzależnionym PRZEŁOM z Gorzowa Wlkp., Koło Gospodyń Wiejskich w Sosnach, Stowarzyszenie na Rzecz Dzieci Niepełnosprawnych SAMO-DZIELNOŚĆ z Drezdenka, Stowarzyszenie na Rzecz Rozwoju Zawarcia z Gorzowa Wlkp., Dom wspólnoty Barka w Drezdenku, Stowarzyszenie Pomocy Dzieciom Specjalnej Troski ze Strzelec Krajeńskich, Stowarzyszenie Stolina w Zwierzynie, Stowarzyszenie Na Rzecz Rozwoju i Promocji Wsi Glisno, Fundacja Obrony Praw Zwierząt „Anakonda” z Gorzowa Wlkp.

Jaki jesteś NGO'sie?

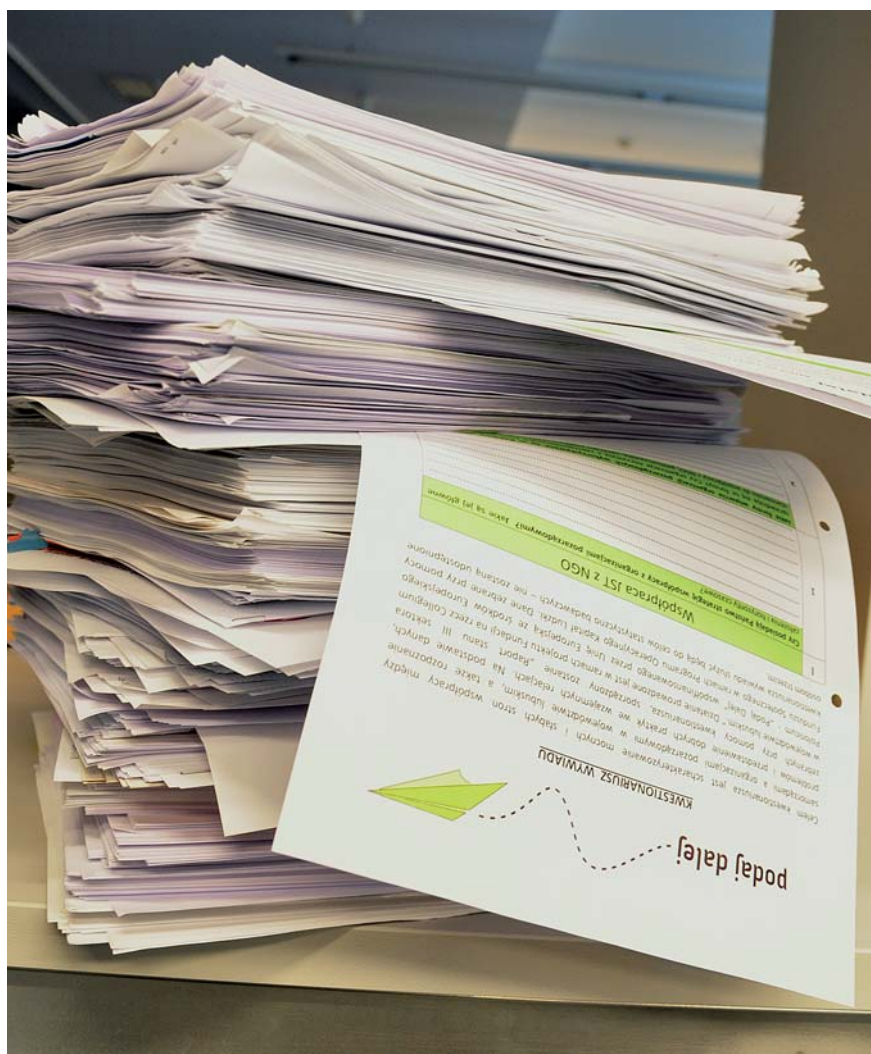
W maju 2011 roku, rozpoczęło się badanie lubuskich NGO, w wyniku którego powstał kompleksowy raport pokazujący kondycję III sektora.

Badanie pokazało, ile faktycznie jest NGO w naszym województwie, jakie mają zasoby, potrzeby, ograniczenia, jak są zarządzane, ilu liczą członków i współpracowników, a także jak wygląda ich współpraca z samorządami i przedstawicielami biznesu.

Podczas zbierania danych do sporządzania badania ewaluacyjnego, powstała baza danych organizacji pozarządowych w województwie lubuskim. Została ona stworzona na podstawie danych ze strony www.ngo.pl. Po wyeliminowaniu Ochotniczych Straży Pożarnych okazało się, że w naszym województwie zarejestrowano 2553 organizacji pozarządowych – a przynajmniej tyle z nich zapisanych jest na portalu.

Istotnym elementem pracy zespołu ds. ewaluacji było przygotowanie mapki odzwierciedlającej liczbę mieszkańców przypadających na jedną organizację. Trzeba było zrezygnować z tradycyjnego wskaźnika zagęszczenia, czyli ilości organizacji na mieszkańca, z powodu bardzo małych liczb. Efekty pracy dostarczają zaskakujących wniosków w zestawieniu z mapką liczebności organizacji pozarządowych w poszczególnych gminach lubuskiego. Najwięcej zarejestrowanych organizacji odnotowaliśmy w Zielonej Górze, Gorzowie, Żarach, Nowej Soli i Świebodziźnie. Jednak po podzieleniu liczby mieszkańców przez liczbę organizacji pozarządowych, najwyższy wskaźnik odnotowały Zielona Góra oraz miejscowości dużo mniejsze – Lubniewice, Nowe Miasteczko, Świdnica oraz Zabór. Oznacza to, że przypada tam 300 – 400 mieszkańców na jedną NGO.

W Gorzowie Wielkopolskim przypada aż 484 osób na jedną organizację, w związku z czym plasuje się on na siódmym miejscu w zestawieniu. Dla porów-



nia w Żarach na jedną organizację przypada 744 mieszkańców, w Nowej Soli 874, a w Świebodzinie 552. Najniższy wskaźnik został odnotowany m.in. w Kłodawie, Deszcznie, Ośnie Lubuskim, Rzepinie, Cybinie, Kolsku i Siedlisku.

Szczegółowy raport o lubuskim trzecim sektorze zostanie opublikowany na stronie internetowej projektu, a na jego podstawie powstał rozdział do tej publikacji (Lubuskie organizacje pozarządowe).

Zaangażowane dziennikarstwo obywatelskie

W ramach projektu powstał Miesięcznik Lubuskich Organizacji Pozarządowych InfoNGO. To pierwsza w naszym województwie gazeta podejmująca tematy związane z trzecim sektorem. Jej celem jest przede wszystkim promowanie aktywności obywatelskiej, zachęcanie do angażowania się w działalność społeczną, oraz prezentacja lubuskich NGO. Pokazaliśmy aktywne organizacje w naszym regionie, zaprezentowaliśmy portrety lokalnych liderów, oraz jakie działania realizują na swoim terenie. Promowaliśmy współpracę trójsektorową i integrację społeczną. Nasz miesięcznik jest ciekawym przewodnikiem po świecie NGO, dotykał w praktyczny sposób ważnych aspektów funkcjonowania organizacji na naszym terenie.

W ramach projektu ukazało się 11 numerów miesięcznika, każdy w nakładzie 1500 sztuk. Był dostępny bezpłatnie, rozsyłany pocztą do jednostek samorządu terytorialnego i organizacji pozarządowych, a także rozwożony przez NGO'bus. Wydania elektroniczne znajdują się na stronie internetowej projektu. Zachęcam do lektury, gdyż we wszystkich wydaniach znajdziecie wiele ciekawych rzeczy i informacji tak potrzebnych na co dzień w waszej pracy.



Coś się wymyśli...

NASZE ŻYCIE ZACZYNA SIĘ KOŃCZYĆ W DNIU, W KTÓRYM ZACZYNAJEMY PRZEMILCZAĆ WAŻNE TEMATY — MARTIN LUTHER KING JR.

www.podaj-dalej.org, nr 5(9)/2012, 16 maja 2012, nakład: 1500 egz., ISSN 2083-6554, gazeta bezpłatna

Czy powstanie czwarty sektor?

EKONOMIA SPOŁECZNA MA BYĆ LEKIEM NA KRYZYS W EUROPIE. JAK MÓWIĄ SPECJALIŚCI, DZIAŁANIA NA RZECZ WSPIERANIA PRZEDSIĘBIORCZOŚCI SPOŁECZNEJ OBRAZUJĄ NOWE PODEJŚCIE UNIJNYCH TECHNIKORATÓW DO ROZWIĄZYWANIA PROBLEMÓW SPOŁECZNO-GOSPODARCZO-POLITYCZNYCH. A DECYZJE PODEJMOWANE W BRUKSELI CZY STRASSBURGU MAJĄ WPŁYW NA TO, CO DZIEJE SIĘ W NASZYM OTOCZENIU. RÓWNIEM I W LUBUSKIM TÓCZY SIĘ ROZMOWA O TYM, JAK EKONOMIA SPOŁECZNA MOŻE POMÓC ROZWIĄZYWAĆ NASZE PROBLEMY. CZY BĘDIEMY UMIELI WYKORZYSTAĆ SZANSE JAKIE DAJE?

Koncepcję mówiącą, że podmioty ekonomiczne społecznej powinny stać się tak ważną częścią naszego życia społecznego, by można było mówić o powstaniu czwartego sektora, przedstawił Krzysztof Więckiewicz, Dyrektor Departamentu Polityki Publicznego w Ministerstwie Pracy i Polityki Społecznej. Omówił ją podczas konferencji „Społeczna, nie tylko rynkowa – gospodarka społeczna w województwie lubuskim w perspektywie 2020 r.”, która odbyła się w Zielonej Górze 26 i 27 kwietnia.



W NUMERZE

JAK OBUZIĆ W NAS ENERGIĘ?
W tym numerze prezentujemy prace plastyczne dzieci, które zostały nagrodzone w konkursie „Myślowymy społecznej energii”, zorganizowanym przez Fundację na rzecz Collegium Polonicum, Punkt Europe Direct oraz Regionalny Ośrodek EFS w Zielonej Górze. Uczniowie szkół podstawowych przy wykorzystaniu różnych technik plastycznych pokazali, ile sił dzieł w kabymy z nas. Bo żadne działanie podejmowane dla innych, nie jest nieoprotne!

ZAMÓWIENIA PUBLICZNE
Organizacje pozarządowe korzystające – zazwyczaj poprzez dotacje – ze środków publicznych często nie mają pewności, czy samorząd lub administracja centralna nie może narazić się, w umowie dotacyjnej, obowiązkowi korzystania z konkursów z trybów zamówień publicznych opisanych w ustawie PZP. Które zapisy ustawy są ważne dla organizacji? Str. 4

JESTEM DLA LUDZI
Działalność społeczna nauczyła mnie także tego, że najważniejsze są konkretne. Mocha w niedostępności rozmawiać o ideach, rozważać za i przeciw ale ja wychodzę z założenia, że świadczą o mnie nie słowa, ale czyny. Czasem jest tak, że urzędnicy z pewnym dystansem podchodzi do organizacji pozarządowych. Wtedy przekonuję ich, że nie sąby etalającymi w ich sektorze są pozytywne „strony” – Benedita de Lubuska

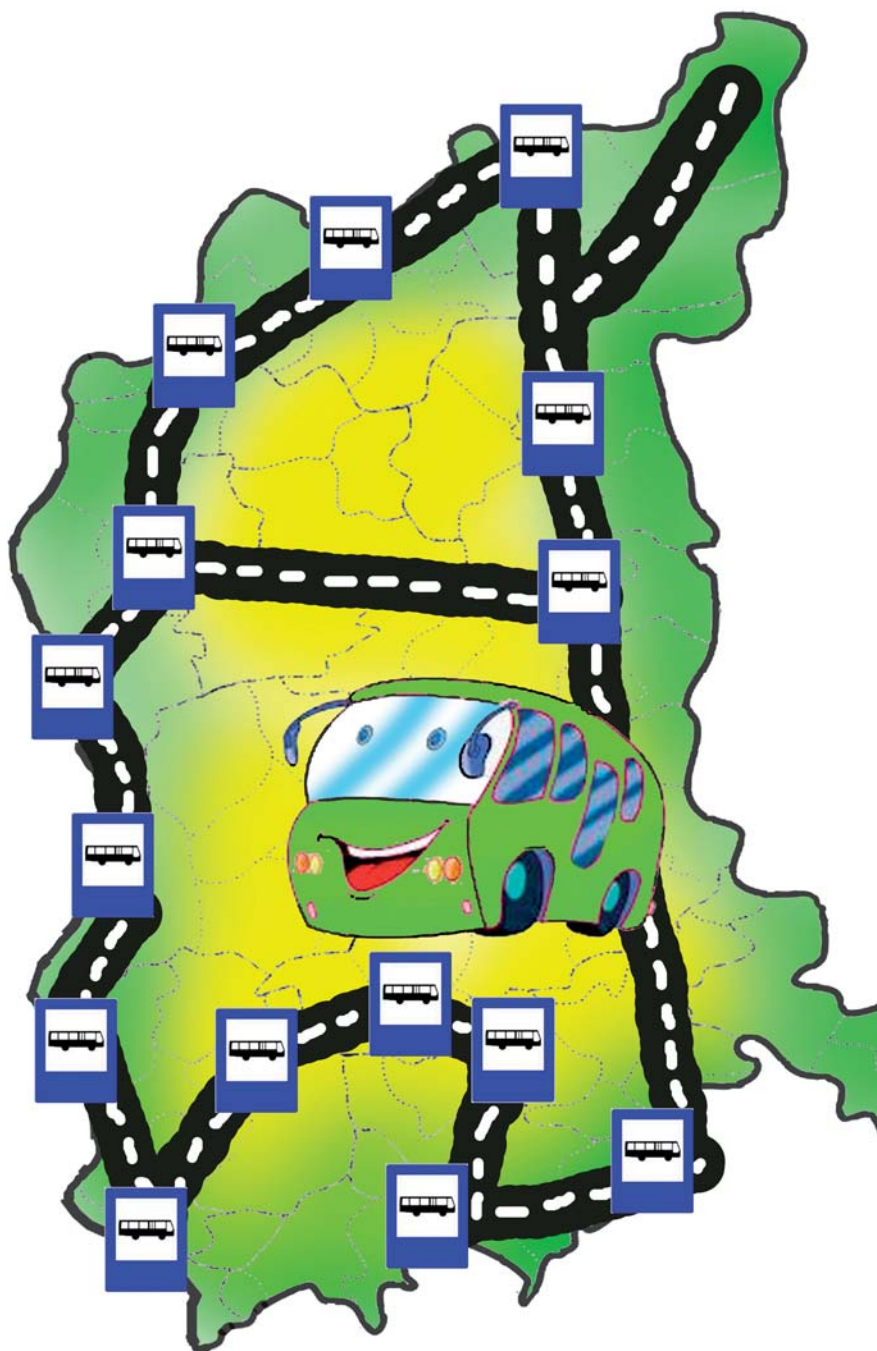
NGO'busem w świat

Od lipca 2011 r. do września 2012 roku po ulicach lubuskiego jeździł NGO'bus, czyli mobilny system do działań promocyjno – informacyjnych, który promował działania III sektora w mniejszych miejscowościach województwa. Działanie ułatwiło komunikację między realizatorami projektu, Fundacją na rzecz Collegium Polonicum i Fundacją Inicjatyw Społecznych „Dla Przyszłości”, a szukającymi wsparcia aktywistami III sektora.



Często dzwoniłam do naszych beneficjentów, którzy zapraszali NGO'bus. Oczywiście w pozyskaniu informacji do gazety. I to były bardzo niezwykle rozmowy. Wszyscy podkreślali, że pierwszy raz ktoś przyjechał do nich, i dostosował temat spotkania do potrzeb lokalnych. To bardzo budujące dla nas, jako realizatora projektu. Takie rozmowy sprawiają, że nie żał mi czasu włożonego w pisanie kolejnych wniosków konkursowych.

NGO'bus, którego wyróżniały radosne kolory i specjalnie przygotowane oznakowanie z logotypem projektu, odwiedził 22 mniejsze miejscowości naszego województwa. Celem jego podróży była promocja aktywności społecznej, informowanie i wspieranie lokalnych inicjatyw, animowanie mieszkańców, zachęcanie do brania aktywnego udziału w życiu swoich społeczności. Była to dodatkowa atrakcja projektu, która ułatwiła komunikację pracowników Fundacji z aktywistami III sektora szukającymi wsparcia. NGO'bus odwiedził różne ciekawe inicjatywy, festyny oraz akcje organizowane przez NGO lub grupy nieformalne. Tematyka spotkań dostosowana była do potrzeb społeczności. Lokalni liderzy najczęściej pytali o możliwości pozyskiwania funduszy zewnętrznych, procedury związane z zakładaniem i prowadzeniem NGO oraz współpracę między organizacjami pozarządowymi a samorządem.



Dużo społecznej energii w jednym miejscu

2 czerwca 2012 na placu katedralnym w Gorzowie Wlkp. odbyły się Targi Aktywności Społecznej. Wzięli w nich udział przedstawiciele 24 lubuskich organizacji pozarządowych. Przy katedrze powstało miasteczko targowe z przyciągającymi uwagę stoiskami. Na odwiedzających czekały wystawy, prezentacje, konkursy, występy artystyczne, muzyka na żywo, degustacja potraw regionalnych. I dużo, dużo dobrej energii!

Celem Targów było zaprezentowanie potencjału działalności społecznej w lubuskim, w którą są zaangażowani ludzie z poczuciem misji i dobrymi pomysłami. Każda z organizacji miała możliwość zaprezentowania swoich dotychczasowych osiągnięć, przedstawienia planów na przyszłość, a nawet pozyskania partnerów do wspólnych działań. Do przygotowanych przez NGO stoisk podchodzili mieszkańcy, przyglądali się z zainteresowaniem. Dzięki temu mogli poznać działalność III sektora, ciekawych ludzi i ich pomysły. Targi są swoistym „zapalnikiem” a kontakty między organizacjami pozarządowymi w regionie, nawiązywane podczas imprezy, będą w przyszłości owocować zwielokrotnionymi formami aktywności w województwie.

Podczas targów nikt się nie nudził. NGO'sy oferowały dużo atrakcji dla najmłodszych: pokaz gigantycznych baniek mydlanych, gra w gorzowskie Memory, malowanie buzi, tory przeszkód, konkurs plastyczny z nagrodami, wystawa prac z filcu, malowanie mandali. Na jednym ze stoisk można było podziwiać wystawę prac kulinarno-plastycznych osób niepełnosprawnych, przy kolejnym zobaczyć jak powstają regionalne przysmaki, a przy okazji udekorować ciasteczka. Dla odważnych były zajęcia otwarte na kole garncarskim! A scena zapraszała kolorowymi strojami i różnorodnym programem artystycznym dla dużych i małych.

TARGI 2012 PRZESZŁY DO HISTORII!!

Targi były tak wspaniałe, jak organizacje z naszego regionu. I dzięki Waszej obecności, drodzy społecznicy, kolejny raz udało się zorganizować wspaniałe wydarzenie. Cieszy nas, że coraz więcej organizacji chce prezentować swoje osiągnięcia na Targach Aktywności Społecznej.

*Krzysztof Wojciechowski,
prezes Fundacji na rzecz Collegium Polonicum*



Stoiska były niezwykle kolorowe i przyciągały uwagę odwiedzających



Na scenie się działo – Stowarzyszenie Przyjaciół Zespołu Artystycznego Buziaki



Kilka liczb związanych z Targami:

- miasteczko targowe odwiedziło blisko 6000 osób
- ponad 20% (1200 osób) z nich spędziło na terenie Targów więcej niż 20 minut
- 32,35% (1940 osób) spędziło na terenie miasteczka mniej niż 2 minuty
- 29,41% osób skorzystało z możliwości pobrania materiałów promocyjnych i gadżetów przygotowanych przez wystawców
- 76,47% osób zatrzymało się choć na chwilę przed sceną
- 73,08% osób zapytanych o odbiór Targów uznało, że zaproponowana forma promocji działalności organizacji pozarządowych wzbudziła ich zainteresowanie sektorem
- 4,42 – średnio na tyle (w skali od 1-5) została oceniona atrakcyjność Targów wśród osób, które udzieliły odpowiedzi ankieterom

I udało się zorganizować warsztaty

Ze względu na zapotrzebowanie organizacji, i po zbadaniu potrzeb, do wniosku o dofinansowanie wprowadziliśmy zostało nowe działanie – warsztaty dla organizacji z powiatu gorzowskiego, sulęcińskiego, strzelecko-drezdeneckiego. Tematyka warsztatów została wybrana przez organizację, które w ramach projektu są objęte wsparciem kompleksowym – PR i marketing w NGO, jak napisać dobry projekt oraz zarządzanie organizacją pozarządową

W pierwszej kolejności wsparcie skierowaliśmy do organizacji objętych doradztwem kompleksowym, ale w zajęciach mogą wziąć udział także pozostałe NGO'sy z powiatów sulęcińskiego, gorzowskiego i strzelecko-drezdeneckiego.



Warsztat nr 1 – PR i marketing w NGO

Wyszliśmy do ludzi... i widzimy zmianę

Po ponad 2 latach realizacji projektu „Podaj dalej”, mogę śmiało powiedzieć, że było warto. Ludzie lubuskiego sektora chłoną to, co im zaoferowaliśmy i chcą więcej. Na przestrzeni kilku lat zmieniła się świadomość w organizacjach. Ludzie chcą się uczyć i podnosić kwalifikacje, i zależy im coraz bardziej. Potrafią wybierać w gąszczu oferowanych bezpłatnie szkoleń i wyłuskać to, co jest najbardziej korzystne dla rozwoju osobistego i rozwoju organizacji, w której działają. Bo dzisiaj już wiedzą, że mądrzy i kompetentni członkowie, to sprawnie działająca organizacja.

Cieszy mnie to, że sprawdziły się założenia projektu. Na zasadzie Podaj Dalej, informacje działaniach docierały do każdego powiatu, każdej gminy, miast, miasteczek i wsi. Dużą rolę odrywała tutaj gazeta, która była prawdziwym nośnikiem informacji. Czytali ją prawie wszyscy, którym działalność społeczna jest bliska. Zawsze marzyło mi się takie narzędzie, „ngo’sowa gazeta”, która z dobrą nowiną będzie docierać w najmniejsze zakamarki lubuskiego. Warto marzyć, bo marzenia jak widać się spełniają.

Budujące jest to, że ludzie chcą działać, i co raz odważniej sięgają po pomoc. Przyjeżdżają na szkolenia i chłoną wiedzę. Proszą o więcej. Na spotkaniach z doradcami pojawia się coraz więcej zainteresowanych, szczególnie w obszarze księgowości i finansów oraz pozyskiwania środków zewnętrznych.

OJ, DZIEJE SIĘ I ROBI SIĘ

Każdy projekt to cyferki, papiery, dokumenty, podpisy... Spójrzmy na to z przymrużeniem oka. Z kilkunastu liczb zebranych w biurze, wyłania się nieco abstrakcyjny obraz realizacji projektu „Podaj Dalej”:

- 22 wyjazdy NGO’busa
- 4346 km przejechanych przez NGO’busa po naszym województwie
- 600 godzin doradztwa w Słubicach, Gorzowie i w siedzibach organizacji
- 16500 wydanych egzemplarzy gazety
- 146 osób wzięło udział w szkoleniach i warsztatach
- 140 osób, które skorzystały z doradztwa
- 10 strategii rozwoju organizacji
- 98 organizacji, które uzyskały pomoc
- 41 segregatorów wypełnionych dokumentacją
- 17 osób zaangażowanych w realizację projektu
- 49 wypełnionych ankiet ewaluacyjnych
- 350 listów wystanych z badaniem ewaluacyjnym
- tysiące maili do organizacji i urzędów
- tysiące przybitych pieczętek i podpisów!

Co dalej sektorze?

Przed lubuskim III sektorem stoją nowe wyzwania, i jeszcze wiele do zrobienia. Musimy nadal pozyskiwać fundusze, aby działania nie kończyły się wraz z zamknięciem projektu. Musimy się uczyć i zachęcać do aktywności innych. To także wyzwanie dla Fundacji na rzecz Collegium Polonicum. Nie możemy spocząć na laurach! Marzy nam się stabilny i zintegrowany III sektor w lubuskim a jeden, nawet bardzo dobry projekt, nie jest w stanie rozwiązać wszystkich problemów. Tu potrzebny jest proces długofalowy, chociaż pierwszy bardzo znaczący krok już zrobiliśmy.

Przed nami realizacją nowych projektów i zadań, skierowanych do III sektora i konsolidujących lubuskie NGO'sy. Projekty pokażą również, w jaki sposób współpracować z samorządem lokalnym. Uważamy, że silne i świadome społeczeństwo obywatelskie to profesjonalny i wiarygodny sektor pozarządowy, posiadający kompetencje do prowadzenia partnerskiej współpracy z samorządem.

Marzena Stodownik

Zespół projektu „Podaj dalej”

KAROL DUER

W Fundacji pojawiłem się 2 lata temu. W „Podaj Dalej” pełnię funkcję, która odpowiada moim analitycznym zainteresowaniom - zajmuję się diagnozą stanu lubuskich NGO. Jestem życiowym optymistą, ale też twardo stąpającym po ziemi ekonomistą. Interesują mnie zagadnienia ekonomii behawioralnej i rynków kapitałowych.



BEATA MAŁACHOWSKA

W Fundacji pracuję jako księgowa. Dodatkowo jestem księgową projektu „Podaj Dalej”. Czuwam nad finansami. Przypominam o rezultatach finansowych naszych działań, ujawniam bilans i pokazuję perspektywy. Moja praca w projekcie polega na wspieraniu działań koordynatora w aspekcie finansowym, obsłudze finansowej projektu, a także przygotowywaniu wniosków o płatność.



ADAM SZULCZEWSKI

W „Podaj Dalej” zajmuję się organizacją wyjazdów NGO'busa. Opracowuję i przygotowuję materiały, umawiam wizyty, ustaliam trasę wyjazdu. Stare porzekadło głosi, że: „podróże kształcą”. Trudno o prawdziwsze stwierdzenie. Każde spotkanie – mimo narzuconego z góry schematu – jest inne. Z każdego wyjazdu wracam z bagażem nowych doświadczeń i przemyśleń.



WIOLETTA MAZUREK

W projekcie „Podaj Dalej”, tak jak w Fundacji pełnię funkcję specjalisty ds. personalnych. Na co dzień jestem specjalistą prawa pracy i zagadnień z zakresu ubezpieczenia społecznego i zdrowotnego oraz podatku dochodowego od osób fizycznych. Sporządzam umowy cywilnoprawne, naliczam i rozliczam wynagrodzenia, podatek dochodowy, składki ubezpieczeń społecznych i zdrowotnych, czas pracy.



BEATA SZYDLIK

Pracuję w Fundacji od września 2011 r. W „Podaj Dalej” pracuję jako asystentka zarządu oraz informatyczka. Wspieram Fundację również w obszarze spraw niezależności ekonomicznej. Obszar tej działalności doskonale pasuje do mojego wykształcenia, dzięki czemu potrafię się odnaleźć i działać zgodnie z własnymi – i marketingowymi – zasadami.



HANNA MUSIEJKIEWICZ

Jestem dziennikarką w gazecie Info NGO. Praca w gazecie to nie tylko wyzwanie, ale także ogromna lekcja aktywnego obywatelstwa i korzystania z demokracji. Najbardziej lubię spotkania z ludźmi. Nie wszystkie usłyszone historie są łatwe, ale płynnie z nich jedno przesłanie – warto działać w III sektorze.



KATARZYNA

BUCHWALD-PIOTROWSKA

W Fundacji pojawiłam się w 2007 roku. Obecnie tęczę to co lubię z tym, co bardzo lubię, czyli tworzenie gazety z działaniem w organizacji pozarządowej. Świadomość, że to co robię służy celowi większemu i lepszemu niż powiększanie bilansu czyichś zysków, dodaje mi siły i motywacji do działania. Spotkania z wieloma osobami poznanymi w trakcie pisania tekstów pozostaną na długo w mojej pamięci.



MARZENA SŁODOWNIK

W Fundacji wyrosły mi skrzydła. Ale nie tylko w kontekście „Podaj Dalej” i logotypu w kształcie samolotu. W Fundacji się spełniam – wciąż piszę nowe projekty, w ramach których staram się realizować swoje marzenia i rozwijać się. Uwielbiam wyzwania, swoją pracę, i ludzi, których tu spotkałam i spotykam.



KAROLINA DRESZER-SMALEC

Z Fundacją jestem związana od 2005 roku, początkowo jako studentka i wolontariuszka, później jako pracownik, a obecnie jestem członkiem zarządu. Zajmuję się pisaniem projektów oraz prowadzeniem szkoleń. W projekcie „Podaj Dalej” jestem odpowiedzialna za promocję i rekrutację oraz asystuję w prowadzeniu badania III sektora w lubuskim.



CZESŁAW OLEJNICZAK

Z Fundacją Inicjatyw Społecznych – partnerem w projekcie „Podaj Dalej”, jestem związany od początku jej istnienia. Jako manager Lokalnego Ośrodka Wspierania NGO w Gorzowie jestem odpowiedzialny za prawidłową organizację i funkcjonowanie LoNGO. Dbam o to, aby każdy kto się do nas zgłosi otrzymał wsparcie.



MAGDALENA TOKARSKA

W Fundacji pracuję od 5 lat. W projekcie „Podaj Dalej” jestem koordynatorem. Pomimo, że jest to funkcja administracyjna, nie sposób pozostawać z dala od działań merytorycznych. Dlatego śledzę losy organizacji, które korzystają z doradztwa, szkoleń i warsztatów. Obserwuję zmiany jakie zachodzą w środowiskach lokalnych, tam gdzie pojawia się NGO’bus, jestem dumna z gazety. Szkoda, że projekt się kończy!



Lider i partner

Projekt „Podaj Dalej” został napisany i realizowany jest przez dwie fundacje – Fundację na rzecz Collegium Polonicum w Śtubicach oraz Fundację Inicjatyw Społecznych „Dla Przyszłości” z Gorzowa Wlkp. To kolejne przedsięwzięcie, które wspólnie realizowaliśmy, największe z dotychczasowych i najbardziej kompleksowe.

Nic o nas bez z nas

Fundacja na rzecz Collegium Polonicum jest jedną z najprężniej rozwijających się organizacji pozarządowych w województwie lubuskim, z 10-letnią tradycją, stabilną i regionalnie rozpoznawalną. Swoją działalność rozpoczęliśmy w październiku 2002 roku, opierając się na aktywnej współpracy z Uniwersytetem im. Adama Mickiewicza w Poznaniu i Europejskim Uniwersytetem Viadrina we Frankfurcie nad Odrą. Celem inicjatorów Fundacji było rozwijanie działalności edukacyjnej Collegium Polonicum i jej promocja w środowisku lokalnym. Pracujemy z pasją. Z zaangażowaniem robimy to, co innym wydaje się niemożliwe. Unia Europejska daje nam szansę, którą chcemy dzielić się z innymi. Nasze umiejętności i doświadczenia przekazujemy dalej, aby mieszkańcy naszego regionu żyli bez kompleksów w zjednoczonej Europie.

Pracujemy dla regionu

Jesteśmy organizacją nowoczesną, otwartą na potrzeby społeczności lokalnej. Nasze działania kierujemy do mieszkańców regionu, organizacji pozarządowych, samorządów i przedsiębiorców. Uważamy, że zmianę na lepsze można osiągnąć dzięki zaangażowaniu i aktywności mieszkańców. Naszą pomoc można porównać do „dawania wędki”. Uczymy samodzielności, niezależności i odpowiedzialności za miejsce, w którym żyjemy. Zależy nam, aby mieszkańcy sami inicjowali przedsięwzięcia – to będzie miało znaczący wpływ na skuteczne rozwiązywanie problemów społecznych. Zajmujemy się przede wszystkim inicjowaniem i realizowaniem projektów. Poprzez nasze działania chcemy zachęcić społeczności do aktywnego udziału w życiu publicznym regionu. Przyświeca nam główny cel – stworzenie lepszego, bardziej przyjaznego otoczenia, które daje mieszkańcom możliwości rozwoju.

Narady zespołowe to bardzo ważny element naszej pracy. W ciągu ostatnich 10 lat odbyło się około 450 oficjalnych zebrań.

Pomaganie wzmacnia

Możemy pochwalić się dużym doświadczeniem w zakresie wykorzystywania procedur innowacyjnego zarządzania projektami. Znamy dobrze środowisko lokalne i jego potrzeby. Od kilku lat pełnimy rolę organizacji infrastrukturalnej. Pomagamy małym organizacjom i grupom nieformalnym w pozyskiwaniu funduszy, pokazujemy w jaki sposób realizować projekty, a także jak zakładać NGO'sy. Dzięki naszym działaniom w regionie powstało kilkanaście organizacji pozarządowych.

Fundacja od 2006 roku jest też Ośrodkiem Działaj Lokalnie w ramach ogólnopolskiego programu grantowego. Dzięki temu wspieramy i współfinansujemy ciekawe przedsięwzięcia, realizowane na terenie „małych ojczyzn”. W ciągu sześciu lat przekazaliśmy na ten cel prawie 240 tysięcy złotych dotacji.

Od 2006 roku organizujemy także Targi Aktywności Społecznej. Do Słubic przyjeżdżają społecznicy z województwa, promując swoją działalność i otwierając się na mieszkańców.

Przyznaliśmy łącznie blisko 3,5 mln zł w ramach wszystkich naszych konkursów grantowych.

Gdzie wzrok nie sięga....

Sięgamy po sprawdzoną wiedzę. Nasz zespół składa się z doświadczonych współpracowników. Wspólnie opracowujemy nowatorskie programy szkoleniowe, odpowiadające potrzebom grup docelowych. Tworzymy nową jakość, opierając się na doświadczeniu zgromadzonym w Collegium Polonicum i na Europejskim Uniwersytecie Viadrina, połączonej z inwencją i kreatywnością młodej europejskiej kadry.

Naszą ofertę konsekwentnie rozbudowujemy i ulepszymy. Aby zrealizować zamierzony cel prowadzimy kursy językowe, warsztaty i szkolenia merytoryczne dla osób indywidualnych, firm i instytucji.

WSPIERAMY COLLEGIUM POLONICUM

Jednym z celów statutowych Fundacji jest wspieranie Collegium Polonicum, wspólną placówkę UAM i EUV. Pomagamy wydziałom Collegium Polonicum, organizacjom studenckim, oferując dostęp do bezpłatnych usług. Wspieramy finansowo uczelniane przedsięwzięcia, finansujemy nagrody w konkursach. Oferujemy także opiekę instytucjonalną Fundacji przy organizacji wydarzeń związanych z Collegium Polonicum.

Co osiągnęliśmy?

Fundacja istnieje 10 lat i z roku na rok nabiera rozpędu. Teraz, kiedy czas jest sprzyjający, staramy się wykorzystywać wszystkie możliwości. Aplikujemy o dostępne środki, inwestujemy w siebie, wspieramy środowisko lokalne, pomagamy rozwinąć skrzydła mniejszym inicjatywom społecznym.

Obecnie realizujemy 7 projektów na łączną kwotę ponad 7 milionów złotych.

10 lat działalności Fundacji to:

- 46 zrealizowanych i zakończonych projektów
- 17 milionów złotych otrzymanych dotacji
- 200 współpracowników
- 300 wydanych życiorysów
- 1500 osób uczących się języków obcych
- ok. 8600 osób biorących udział w działaniach projektowych
- 6 edycji Targów Aktywności Społecznej

- około 20 konferencji tematycznych
- 1200 egzemplarzy książki „Wartość życia”
- 3000 egzemplarzy publikacji „Nauka, pasja i nowe horyzonty”
- 700 egzemplarzy poradnika dla NGO „Aktywne Lubuskie – potencjał tkwi w nas”
- 700 egzemplarzy poradnik dla organizacji pozarządowych w lubuskim „W sieci NGO”
- 500 sztuk publikacji „Super Szefer Super Firmy, czyli jak wystartować w biznesie”
- 500 sztuk publikacji „Trwałość i uroda życia”
- 1000 sztuk poradnika dla organizacji pozarządowych w lubuskim „Podaj dalej
- 1050 segregatorów wypełnionych dokumentacją!

Jak w rodzinie

Jesteśmy młodym, dynamicznym i profesjonalnym zespołem. Pracujemy w niezwykłym otoczeniu. Zależy nam na skutecznym rozwiązywaniu problemów społecznych. Nasz intensywny rozwój jest możliwy dzięki:

- **doświadczeniu Rady Fundacji, w skład której wchodzi:**

prof. dr hab. Bronisław Marciniak, rektor UAM

dr Gunter Pleuger, prezydent EUV

dr Ryszard Bodziacki, członek rady nadzorczej KSSSE

Kazimiera Jakubowska, przewodnicząca Rady Powiatu Słubickiego

- **sprawnej pracy Zarządu w składzie:**

dr Krzysztof Wojciechowski – Prezes Zarządu

Magdalena Tokarska – członek Zarządu

Karolina Dreszer-Smalec – członek Zarządu

dr Grzegorz Podruczny – członek Zarządu

- **a przede wszystkim dzięki kreatywnej pracy zespołu, który tworzą:**

Magdalena Tokarska – dyrektor Fundacji, Katarzyna Buchwald-Piotrowska,

Karolina Dreszer-Smalec, Karolina Knochenmuss, Beata Małachowska, Wio-

letta Mazurek, Marzena Słodownik, Adam Szulczewski, Monika Wojciechow-

ska, Hanna Musiejkiewicz, Beata Szydlik, Marta Wankiewicz, Karol Duer,

Honorata Ruban, Joanna Strzałkowska, Anna Serba, Maciej Kaleta, Krystyna

Górnicka, Kamila Chilewski, Marcin Ruban, Maciej Szafrąński.



Obecny zespół liczy dwadzieścia jeden osób. Są wśród nas osoby, które pracują w Fundacji już kilka lat. Łącznie z Fundacją współpracuje około 50 osób. Oprócz personelu etatowego są to wykładowcy, lektorzy, graficy, informatycy, którzy profesjonalnie realizują działania Fundacji.

Współpracują z nami także wolontariusze. W ciągu roku jest to około 10-15 osób. Pomagają przy tworzeniu projektów oraz podczas realizacji działań. Pomagają podczas organizacji imprez, konferencji, szkoleń, działalności na rzecz środowiska studenckiego i uczelni. Są to głównie studenci Collegium Polonicum i Uniwersytetu Viadrina.

W naszych działaniach wzięto udział ponad 10 000 uczestników (zwanymi Beneficjentami Ostatecznymi), natomiast działania te od strony organizacyjno - merytorycznej obsługiwały łącznie 404 osoby.

Fundacja to przede wszystkim ludzie

Nasz zespół charakteryzuje niski poziom hierarchizacji i ponadprzeciętny poziom motywacji do realizowania zadań. Jesteśmy grupą ekspertów-pasjonatów, którzy nie potrzebują ponaglań „szefa”, żeby realizować kolejne zadania. Nasza motywacja do pracy jest często naszą wewnętrzną energią do życia – nie karmi się finansami, czy poleceniami służbowymi. Wszyscy czujemy się współ-

odpowiedzialni za nasze miejsce pracy, kreujemy pomysły i pozyskujemy na nie środki finansowe. Wszyscy jesteśmy autorami tego, co dzieje się w Fundacji na rzecz Collegium Polonicum.

Nasz zespół to ludzie, którzy się rozwijają, i nie czekając na wskazówki zarządu, wciąż podnoszą swoje kompetencje. Zależy nam na tym, aby jak najlepiej wspierać region, w którym żyjemy. To dla nas najwyższa wartość.

III SEKTOR - ROZWOJOWO I PRORODZINNE

Tradycją Fundacji stały się narodziny kolejnych dzieci, kolejnych pracowników. Żartujemy sobie, że u nas „panują” ciążę mnogie, co oznacza, że każdego roku, przychodzi na świat, i tym samym zasila nasz zespół, dwoje lub troje dzieci. W ciągu 10 lat członkom naszego zespołu urodziło się 16-oro dzieci, a kolejna trójka jest w drodze. Nasza średnia to 1,6 rocznie!

Nowe 10-lecie – nowe wyzwania. Kim będziemy za kolejne 10 lat?

Strategia Rozwoju Fundacji, przygotowana w ramach jednego z projektów w 2006 roku pokazała, że podążaliśmy w kierunku wyznaczonym przez ówczesny zespół. Weryfikacje założeń pokazała, że były one słuszne, a obrane kierunki właściwe.

MISJA FUNDACJI NA RZECZ COLLEGIUM POLONICUM

Misją Fundacji na rzecz Collegium Polonicum jest wspomaganie rozwoju społeczeństwa obywatelskiego poprzez wspieranie i animowanie inicjatyw o charakterze ekonomicznym, kulturalnym, edukacyjnym na płaszczyźnie współpracy międzysektorowej i ponadnarodowej.

Czy teraz będzie tak samo? W ubiegłym roku, podsumowując nasze dotychczasowe osiągnięcia, stworzyliśmy nową misję i wizję Fundacji na 2020 rok. Przed nami dużo pracy, ale przede wszystkim wyzwań, których jesteśmy ciekawi. Czas pokaże, jak uda nam się zrealizować postawione cele. Przed nami kolejna dekada – dużo niepewności, ale jednocześnie kolejne szanse na rozwój i spektakularne sukcesy. Wchodzimy w nową dekadę silni, zmotywowani, a przede

wszystkim dobrze przygotowani i zintegrowani jako zespół. Realizujemy teraz projekty, które będą miały bardzo duży wpływ na rozwój społeczeństwa obywatelskiego w najbliższych latach. Nowe działania zawsze budzą niepewność, ale sprawiają, że zaczynamy pracować na jeszcze szybszych obrotach, dlatego wchodzimy w nową dekadę „pozytywnie zakręceny”.

WIZJA FUNDACJI W 2020 ROKU

Jesteśmy prężną organizacją pozarządową działającą na obszarze całej Polski oraz na arenie międzynarodowej. Dysponujemy zespołem specjalistów oraz stabilnym kapitałem finansowym. Mamy realny wpływ na podejmowane decyzje w obszarze współpracy międzysektorowej na szczeblu lokalnym, regionalnym i krajowym, dzięki czemu możemy wspierać liczne inicjatywy rozwijające i wzmacniające społeczeństwo obywatelskie. Jako Fundusz Lokalny dysponujemy kapitałem żelaznym o wartości 1 000 000,00 PLN.



Wejźdź na naszą stronę!

Zapraszamy na naszą stronę www.fundacjap.org, gdzie można dowiedzieć się wszystkiego o nas, o realizowanych przez nas projektach, kursach i innych ciekawych przedsięwzięciach.

Z ludźmi i dla ludzi

Partnerem w projekcie „Podaj dalej” jest Fundacja Inicjatyw Społecznych „Dla Przyszłości” z Gorzowa Wlkp. Została powołana do życia przez gorzowskiego przedsiębiorcę, Sławomira Giżyckiego, 4 października 2007 r. W styczniu 2008 r. została zarejestrowana w KRS i od tego momentu rozpoczęła działalność.

Fundacja Inicjatyw Społecznych „Dla Przyszłości” łączy twarde zasady biznesowe z wrażliwością społeczną, wykorzystując zasady ekonomii społecznej. Ważnym aspektem działań FIS jest pobudzanie inicjatyw społecznych i przedsiębiorczych wśród społeczności lokalnych. Fundacja jest orędownikiem i propagatorem rozwoju idei ekonomii społecznej w regionie.

Celem nadrzędnym Fundacji jest pobudzanie inicjatyw obywatelskich i społecznych, w tym przedsiębiorczych oraz reintegracja społeczna osób zagrożonych wykluczeniem i wykluczonych społecznie, ich rodzin. Jej twórcom i działaczom zależy przede wszystkim na aktywizacji tych osób, ich powrocie do życia społecznego oraz zawodowego. FIS prowadzi działania edukacyjne, poradnictwo, promocję, rzecznictwo, wspiera organizacje finansowo i technicznie oraz animuje aktywność społeczną. Odbiorcami działań Fundacji są podmioty ekonomii społecznej, organizacje pozarządowe, a także grupy nieformalne, liderzy, samorządy, przedsiębiorcy oraz osoby bezrobotne, zagrożone wykluczeniem i wykluczone społecznie.

Chcemy wspierać postawy inicjatywne i osłabiać roszczeniowe, pobudzać do działania, wspierać współpracę oraz wyrównywać szanse. Dążymy do stanu, w którym aktywne społeczności same rozwiązują swoje problemy i decydują o sobie. Dla nas człowiek jest podmiotem, a nie narzędziem do realizacji celów.

*Czesław Olejniczak, członek Rady FIS,
menadżer LoNGO w Gorzowie Wlkp.*

Dobry zespół to podstawa

Na stałe Fundacja współpracuje ze specjalistami z różnych dziedzin, którzy są członkami organów Fundacji lub jej współpracownikami. Połączyła ich idea przyjaznego świata, w którym ludzie pomimo różnic sami rozwiązują swoje problemy. Współpracownicy FIS przyznają, że przy wszystkich swoich marzeniach, mają świadomość, iż ludzie nie są równi. Ich zdaniem jednak problemy

społeczne nie są powodem tych różnic, lecz brakiem ich akceptacji, zrozumienia oraz nieumiejętności wykorzystania potencjału, który drzemie w nas wszystkich. To tak, jak w popularnych puzzlach. Wszystkie elementy układanki się różnią, czasami na pozór w ogóle nie pasują do siebie, ale jeżeli cierpliwie się nad nimi popracuje, stworzą idealnie harmonijną całość. Stąd pomysł na logotyp Fundacji.

Działacze Fundacji przyznają, że nie jest ich zamiarem bycie organizacją typowo charytatywną. Dlatego w pierwszej kolejności stawiają na biblijną wędkę, a nie rybę. Od pewnego czasu mają



Fundacja Inicjatyw Społecznych „Dla Przyszłości”

wizję stworzenia sieci spółdzielni socjalnych, które zajmowałyby się produkcją mieszkań prefabrykowanych. Przy takiej produkcji znalazłoby miejsce wiele różnych podmiotów, które mogłyby funkcjonować w tym ekonomiczno - społecznym organizmie, chociaż dzisiejsze możliwości pozyskania środków, a także pozostałe procedury funkcjonowania takich podmiotów są dość skomplikowane. Zdaniem społeczników z FIS, osoby, które są „na fali” nie powinny zamykać się w wirze własnych sukcesów, ale spojrzeć na sąsiada, przechodnia, znajomego. Ludzie czasami potrzebują tylko dobrego słowa, czasami natomiast wędki, która pozwoli im iść do przodu z podniesioną głową.



Spotkanie w LoNGO z organizacjami pozarządowymi

W zgodzie z misją

Fundacja Inicjatyw Społecznych „Dla Przyszłości” jest sygnatariuszem Lubuskiego Paktu Na Rzecz Zatrudnienia, a jej członkowie zasiadają min. w Wojewódzkiej Radzie Zatrudnienia. Zespół FIS opracował Program Strategiczny „Tak, na dobry początek, czyli z ekonomią społeczną za pan brat”. Współpracuje z Centrum Informacji i Planowania Kariery Zawodowej WUP w Gorzowie Wlkp. w ramach działania „I Ty możesz zostać Rockefellerem”, skierowanego do osób bezrobotnych. W 2010 roku zespół z powodzeniem zrealizował projekt „Inkubator Przedsiębiorczości Społecznej” współfinansowany ze środków Ministerstwa Pracy i Polityki Społecznej w ramach Programu Operacyjnego Fundusz Inicjatyw Obywatelskich. Projekt skierowany był do członków organizacji pozarządowych z lubuskiego, którzy otrzymali wsparcie w obszarze ekonomii społecznej. Zespół prowadzi doradztwo i szkolenia dla NGO w zakresie zarządzania, planowania strategicznego i operacyjnego oraz działalności gospodarczej NGO.

