

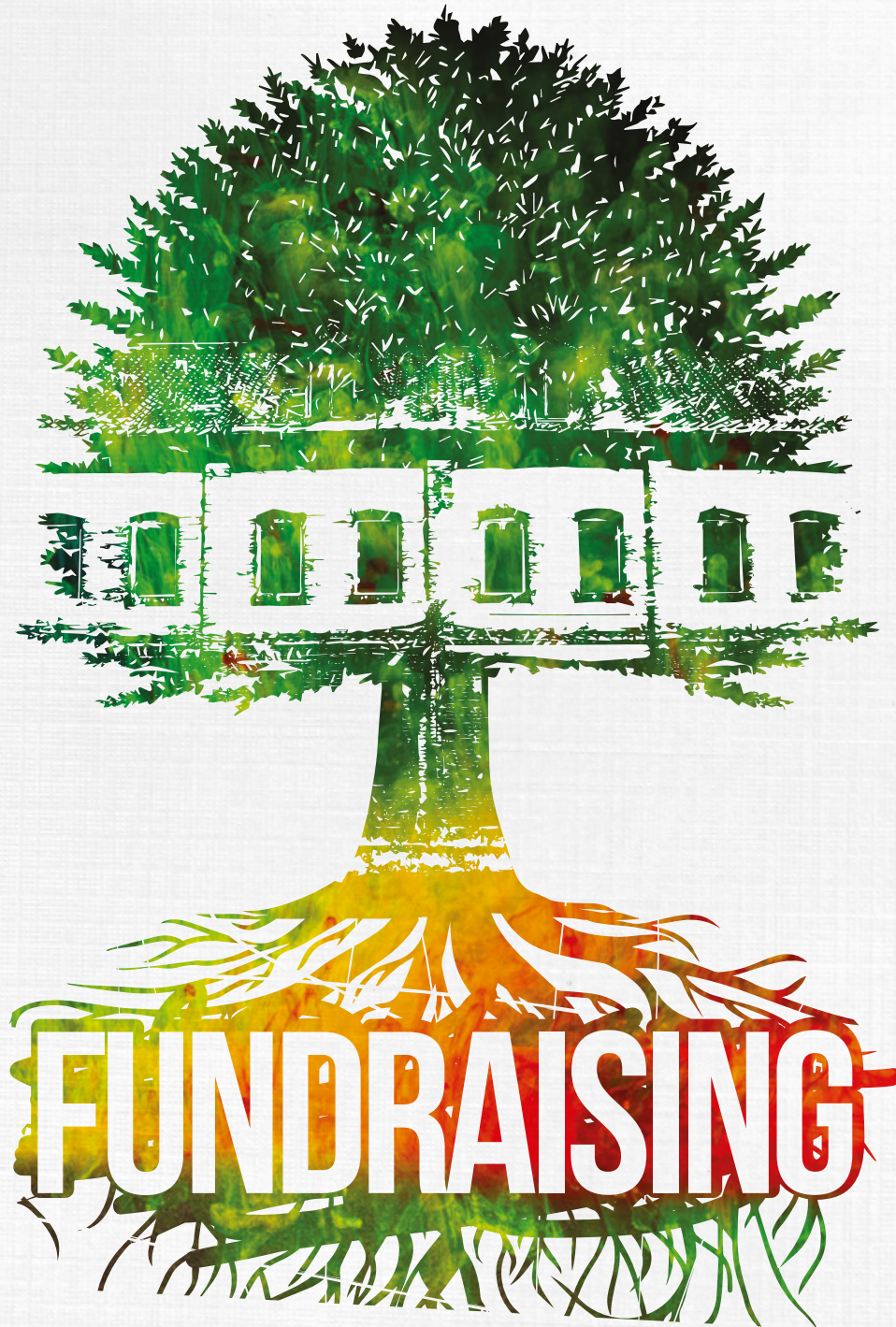
 STOWARZYSZENIE
ESWIP

ISSN 1427-5856

pismo organizacji pozarządowych
województwa warmińsko-mazurskiego

pozarządowiec

Listopad nr 2 (164) 2018 rok XXI



//NAUCZMY SIĘ PROSIĆ O PIENIĄDZE. FUNDRAISING DLA POCZĄTKUJĄCYCH//
SPOŁECZNE BUDOWANIE//EKSPERCI OD POMAGANIA//WIATR W ŻAGLE - REJS KU ŻYCIOWEJ PASJI//
INSPIRUJĄCA PRACA//MODELE WSPÓŁPRACY PODMIOTÓW EKONOMII SPOŁECZNEJ Z BIZNESEM//

Fundraising - jak to wymawiać i co to w ogóle jest, może zastanawiać się niejedno z nas. W tym wydaniu spróbujemy wyjaśnić Państwu tematykę pozyskiwania funduszy lub darowizn poprzez proszenie, bo tym, w dużym skrócie jest właśnie fundraising. I nie skończymy na samej teorii, na własnym przykładzie zaprezentujemy Państwu prowadzoną przez nas akcję pozyskiwania środków finansowych na Dom Pod Cisem. Zachęcam do tekstu „Społeczne budowanie”.

Ponadto, wiele inspiracji i dobrych praktyk, poczynając od niezwyklej inicjatywy kilku elblązan pn. „Oddam obiad Elbląg”, po złote środki na sprawne funkcjonowanie na rynku pracy: komu i jak się to udało.

Z części poradnikowej polecam tekst dotyczący modeli współpracy przedsiębiorstw społecznych z biznesem, jak również źródło wskazówek na temat skutecznej i nie zawsze jak się okazuje odpłatnej komunikacji.

*Życzę miłej lektury
Red. Paulina Krasodomska*

Ekonomia społeczna w regionie	
Nauczmy się prosić o pieniądze. Fundraising dla początkujących	3
<i>Monika Hausman-Pniewska, Marta Liberadzka</i>	
Społeczne budowanie	7
<i>Anna Sledzińska</i>	
Eksperti od pomagania	9
<i>Katarzyna Ciszewska-Wojtas, Rafał Narnicki</i>	
Rowop.pl – dobra strona aktywnej współpracy	12
<i>Marek Jurzyński</i>	
By rozwijać organizacje obywatelskie – nowym program Narodowego Instytut Wolności	13
<i>Justyna Duks</i>	
10 pytań o elbląski III sektor	14
<i>Justyna Duks</i>	
Edukacja medialna we współczesnym świecie	16
<i>Agnieszka Sójka</i>	
Dobre praktyki w regionie	
Wiatr w żagle – rejs ku życiowej pasji	18
<i>Rafał Narnicki</i>	
Przepis na sukces	21
<i>Edyta Karpińska</i>	
Warzywnik. Od serca dla serca	23
<i>Wojciech Jankowski</i>	
Inspirująca praca	24
<i>Aleksandra Grajewska, Michał Grajewski</i>	
Poradnik	
Czy skuteczna komunikacja może być dobra i tania?	26
<i>Michał Sztajne</i>	
Upiecz dwie pieczenie na jednym ogniu – o klauzulach społecznych	25
<i>Monika Pabijańska</i>	
Modele współpracy podmiotów ekonomii społecznej z biznesem	30
<i>Marcin Nowakowski</i>	

pozarządowiec

PISMO INFORMACYJNE
ORGANIZACJI POZARZĄDOWYCH
WOJEWÓDZTWA WARMIŃSKO-MAZURSKIEGO

Wydawca

Stowarzyszenie ESWIP
82-300 Elbląg, ul. Związku Jaszczurezego 17
tel./faks: 55 236 27 16, 55 235 33 88
e-mail: redakcja@eswip.pl

Redaktor naczelny

Arkadiusz Jachimowicz

Redaktor wydania

Paulina Krasodomska

Projekt okładki

Kuba Qbi Strumiński

Skład komputerowy

Agencja Reklamowa Contact

Internetowe wydanie pisma dostępne na

www.eswip.pl

Wydanie jest bezpłatne.

Materiałów niezamówionych redakcja nie zwraca.
Zastrzegamy sobie prawo skracania tekstów i zmiany tytułów. Autorzy tekstów prezentują swoje własne opinie.
Za treść ogłoszeń redakcja nie odpowiada.

NAUCZMY SIĘ PROSIĆ O PIENIĄDZE. FUNDRAISING DLA POCZĄTKUJĄCYCH

Monika Hausman-Pniewska, Marta Liberadzka

Na jednym z seminariów o fundraisingu usłyszałyśmy: dlaczego organizacje pozarządowe nie dostają pieniędzy od indywidualnych darczyńców? Bo nie proszą o nie. Potwierdzają to badania Stowarzyszenia Klon/Jawor: 67% badanych na pytanie dlaczego nie dają pieniędzy, odpowiedziało, bo nikt mnie o to nie prosił. Dlaczego tak się dzieje? Czy znamy skuteczne sposoby dotarcia do darczyńców i umiemy sformułować swoje oczekiwania o dofinansowanie tak, aby były one zaspokojone? Organizacje, które postawiły na zespół albo choć człowieka od takich zadań, zainwestowały środki finansowe i stosują nowoczesne narzędzia fundraisingowe, zbierają całkiem pokaźne żniwo. Wśród małych organizacji i słowo fundraising nie jest specjalnie znane, i zbieranie funduszy kończy się na darach rzeczowych od lokalnych przedsiębiorców lub funduszu z 1 %.

Zacznijmy od zrozumienia czym jest, a czym na pewno nie jest fundraising. Według Polskiego Stowarzyszenia Fundraisingu (www.fundraisin.org.pl) fundraising to zaplanowany i etyczny proces zdobywania funduszy lub darowizn rzeczowych poprzez proszenie o wsparcie osób indywidualnych, firm, fundacji dobroczynnych lub instytucji publicznych, fund (ang.) = fundusz, raising (ang.) = zbieranie. Inne definicje podkreślają też budowanie i podtrzymywanie relacji z darczyńcami i otoczeniem, w którym działa organizacja, wzajemną edukację czy poczucie misji. Wymaga **on zaplanowania i zaangażowania czasu, ludzi oraz pieniędzy.** Fundraisingiem nie jest zebranie ani wyszarpywanie kasy od biznesu. Fundraising stał się swego rodzaju profesją, do której potrzebna jest wiedza i kompetencje. Jest osadzony w przepisach prawa, uznawany i stosowany w Polsce oraz na świecie.

FUNDRAISING TO OPOWIADANIE HISTORII

Z badań Stowarzyszenia Klon/Jawor wynika, że aż 40% badanych Polek i Polaków nie ma żadnych skojarzeń z określeniem organizacja pozarządowa. Pozostali twierdzą, że organizacje zajmują się głównie pomaganiem potrzebującym, zbierają pieniądze oraz działają dla idei (powinny świadczyć usługi za darmo i wolontariacko). Żeby więc zachęcić potencjalnego darczyńcę, który, jak się okazuje, niewiele o nas wie, powinniśmy umieć o sobie

opowiedzieć. Warto, aby nasz komunikat zawierał informacje o tym, czym się zajmujemy, kto jest odbiorcą naszych działań, na jakie problemy odpowiadamy, po co i od kiedy istniejemy, gdzie działamy, co nas wyróżnia czy jaka jest skala naszych działań? Musimy być wiarygodni - im silniejsza nasza marka, bardziej rozpoznawalne logo czy ludzie: liderzy i liderki, którzy za nami stoją, tym większa szansa, że darczyńca nam zaufa i zechce wesprzeć. Trzeba go jednak najpierw zidentyfikować i dotrzeć do niego z apelem o wsparcie.

CASE FOR SUPPORT – BUDOWANIE APELU O WSPARCIE

Budowanie apelu o wsparcie na rzecz konkretnej organizacji/programu społecznego zaczyna się od przygotowania kilkustronicowego opracowania zawierającego odpowiedzi na podstawowe pytania: Jakie są – misja, wizja oraz cele organizacji/programu? Jak wyglądają kluczowe osiągnięcia? Jakie są wyzwania, na które muszą odpowiedzieć beneficjenci organizacji/programu? Jakie są najistotniejsze założenia dotyczące planów na przyszłość oraz potrzeby finansowe z tym związane? Jakie są możliwe drogi zaangażowania dla darczyńców oraz korzyści związane ze wspieraniem organizacji/programu?

Po przygotowaniu wstępnego opracowania można przejść do budowy apelu o wsparcie – bezpośrednio skierowane do darczyńcy.

• Problem/potrzeba. Na czym polega realny problem, który organizacja stara

się rozwiązać? Przykład/historia? Statystyka?

• Rozwiązanie. W jaki sposób wspomniany wyżej problem można rozwiązać? W jaki sposób przyczynia się do tego właśnie ta organizacja i dlaczego warto akurat ją wesprzeć? Co zmieni moja darowizna?

• Koszt/wartość proponowanej darowizny. O jaką wpłatę prosimy darczyńcę oraz dlaczego? W jaki sposób przekazana kwota przyczynia się do rozwiązania zidentyfikowanego problemu.

• Wezwanie do działania. Jakie działanie i kiedy powinien wykonać darczyńca (wypełnić/podpisać, wpłacić na konto, wysłać sms itp.). Dlaczego nie powinien tej czynności odkładać na później?

• Korzyści dla darczyńcy. Co otrzyma darczyńca w związku ze swoją pomocą?

Przykład apelu o wsparcie podczas akcji charytatywnej Go Antoś! Fundacji Dalekiego Zasięgu z Dywit zbierającej środki na operację małego Antosia.

APEL O WSPARCIE

Trzyletni Antoś urodził się z zespołem wad wrodzonych, jakimi są m. in.: rozszczep kręgosłupa, wodogłowie, pęcherz neurogeny, obustronna dysplazja stawów biodrowych, zwłknięcie lewego biodra, niedowład wiotki kończyn dolnych oraz stopy końsko-szpotawe.

Fundacja Dalekiego Zasięgu prowadzi zbiórkę funduszy, która ma na celu



ORGANIZACJA POŻYTKU PUBLICZNEGO KRS1316

Jesteśmy członkiem Sieci Wspierania Organizacji Pozarządowych SPLOT, Sieci Wspierania Rozwoju Lokalnego HEROLD oraz Federacji Organizacji Socjalnych Województwa Warmińsko-Mazurskiego FOSA.



sfinansowanie operacji zwichniętego bioderka Antosia – jest ona niezbędna, aby Antoś mógł poruszać się w przyszłości o kulach. Koszty operacji sięgają ok. 17 tys. zł., co znacznie przekracza możliwości finansowe jego rodziców.

Pomimo ciężkiej choroby, Antoś jest niesamowicie pogodnym i uśmiechniętym chłopcem, a intelektualnie rozwija się prawidłowo. **POMÓŻ MU**



CIESZYĆ SIĘ ŻYCIEM I PRZEJŚĆ PRZEZ NIE O WŁASNYCH SIŁACH!

Do końca października będziemy organizować eventy, podczas których będziecie mogli wesprzeć naszą akcję.

NA KONTO FUNDACJI MOŻNA RÓWNIEŻ WPLACAĆ PIENIĄDZE:

Dane do przelewu:

Fundacja Dalekiego Zasięgu,
ul. Spółdzielcza 2/23, 11-001 Dywity
Numer konta: XXXXXXXXXXXXXXX
XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX
XXXXXXXXXXXX

W tytule przelewu: darowizna celowa zgodna z celami statutowymi Fundacji – zbiórka publiczna #GO ANTOŚ!

Wpłać 20, 50 lub 100 zł. już dziś – każdy kolejny miesiąc zmniejsza szansę powodzenia zabiegu.

Informacje o nich będziemy umieszczać na Facebook'u.

PAMIĘTAJMY O PODZIĘKOWANIU

Budowanie relacji z darczyńcą to także umiejętne podziękowanie za wpłaty, które jest jednocześnie podtrzy-

maniem kontaktu i zachętą do kolejnych darowizn. Poniższy autentyczny mail z Polskiej Akcji Humanitarnej spełnia właśnie takie kryteria. Docenienie jest jednym z warunków podtrzymania zaangażowania. Nie zapominajmy o tym.

SZANOWNA PANI MONIKO

z całego serca pragnę Pani podziękować za wsparcie udzielone wszystkim cywilom cierpiącym w wyniku konfliktu zbrojnego w Syrii! To wspaniałe, że są wokół nas ludzie wrażliwi na tych, których życie i godność są zagrożone. Pani postawa zaangażowania i solidarności kruszy obojętność innych!

Dzięki hojności darczyńców, takich jak Pani, codziennie niesiemy pomoc w ogarniętym wojną kraju, zapewniając dostęp do wody, żywności, schronienia i leków. W 2016 roku dotarliśmy ze wsparciem do prawie pół miliona mieszkańców Syrii!

Cieszę się, że razem możemy zmieniać świat na lepsze. Im więcej osób takich jak Pani, tym więcej dobra na świecie!

Z wyrazami szacunku
Pani XYZ, Dział Komunikacji,
Edukacji i Współpracy z Darczyńcami

NARZĘDZIOWNIK

Na koniec przedstawiamy przegląd wybranych technik fundraisingowych, które mogą nam pomóc skutecznie zbierać fundusze (na bazie materiałów Fundacji Akademia Organizacji Obywatelskich FAOO):

EVENTY / WYDARZENIA

Zorganizowanie koncertu charytatywnego czy pikniku to pomysły na pozyskanie funduszy, od których organizacje często zaczynają swoją przygodę z fundraisingiem. Pamiętaj, że jeżeli podczas wydarzenia prowadzona jest zbiórka od osób niezidentyfikowanych, potrzebne jest jej zgłoszenie (patrz: zbiórki publiczne). Zwróć uwagę, że wydarzenie może być także okazją do pozyskania danych osobowych potencjalnych „wspieraczy” lub nawet regularnych darczyńców – np. wtedy, gdy

organizacja korzysta z mechanizmu polecenia zapłaty (przy pozyskiwaniu danych osobowych pamiętaj o RODO).

1% PODATKU

Jeden z najbardziej znanych sposobów zbierania funduszy, związany z posiadaniem przez organizację statusu organizacji pożytku publicznego. Podatnik płacący podatek dochodowy od osób fizycznych może przeznaczyć część swojego należnego podatku na rzecz wybranej przez siebie organizacji pożytku publicznego, znajdującej się na oficjalnej liście publikowanej przez Ministerstwo Rodziny, Pracy i Polityki Społecznej. Podatnika nic to nie kosztuje, jedyny wysiłek, który musi wykonać, to wskazać wybraną organizację, dlatego tak ważne są akcje informacyjne na ten temat. Środki, które jako organizacje musimy założyć, chcąc pozyskać fundusze z 1% to zaprojektowanie i druk ulotek, organizacja wydarzeń - eventów itp.

AUKCJE CHARYTATYWNE

Polegają na organizacji licytacji w której przekazane przez darczyńców przedmioty są kupowane przez zainteresowane osoby, a pozyskane w ten sposób środki trafiają do organizacji. Coraz częściej licytacji są organizowane w Internecie. UWAGA! Niestety polski system prawny nie daje organizacjom prostej możliwości organizacji licytacji. W grę wchodzi rozwiązanie w którym organizacja nie staje się formalnie właścicielem licytowanego przedmiotu lub sprzedaż pojedynczych przedmiotów, która nie mieści się w definicji działalności odpłatnej oraz gospodarczej – jeżeli działamy w małej skali. Możliwe są także dwa inne rozwiązania: „sprzedaż przedmiotów darowizny” w ramach prowadzonej działalności odpłatnej oraz organizacja aukcji w ramach działalności gospodarczej szczególnie wtedy, gdy jest to działanie stałe i regularne w organizacji. Więcej informacji na stronie: poradnik.ngo.pl/wiadomosc/1903893.html.

CAUSE RELATED MARKETING / MARKETING WIĄZANY

Metoda zbierania funduszy polegająca na przekazywaniu części pieniędzy ze sprzedaży danego produktu na cele społeczne. Stosowna informacja zamieszczana jest na produkcie wprowadzonym do sprzedaży. Interesującym przykładem jest serwis FANIMANI, który umożliwia wspieranie organizacji społecznych przy okazji zakupów online.

CHARYTATYWNE SMS-Y

Niegotówkowa forma zbiórek publicznych, gdzie koszt określonej operacji przeprowadzonej za pomocą telefonu komórkowego przekazywana jest na określony cel zbiórki.

CROWDFUNDING

Forma finansowania projektów przez społeczność internetową. Przedsięwzięcie jest w takim przypadku finansowane na ogół przez dużą liczbę drobnych, jednorazowych wpłat, dokonywanych przez osoby zainteresowane danym działaniem projektem. Określenie to jest zwykle używane w odniesieniu do zbiórek prowadzonych na stworzonych w tym celu platformach internetowych.

Znane polskie portale crowdfundingowe to polakpotrafi.pl, wspieram.to, wspieramkulturę.pl, wspólnyprojekt.pl, odpalprojekt.pl, zrzutka.pl, pomagamy.im, siepomaga.pomagam.pl

DIRECT MAILING / WYSYŁKI TRADYCYJNYCH LISTÓW

Metoda budowania relacji z darczyńcami indywidualnymi przez wysyłanie tradycyjnych listów do osób indywidualnych z załączonym blankietem umożliwiającym dokonanie wpłaty. List powinien zawierać dobrze uargumentowaną prośbę o wsparcie organizacji. Uzupełnieniem korespondencji jest często kontakt telefoniczny.

DOOR TO DOOR (D2D)

Podobnie jak w przypadku kampanii Face to Face chodzi o pozyskanie regularnych darczyńców poprzez nakłonienie ich do podpisania formularza „polecenia zapłaty”. W przypadku kampanii

Door to Door fundraiserzy organizacji chodzą „od drzwi do drzwi” potencjalnych darczyńców.

E-MAILING

Narzędzie do pozyskiwania darczyńców oraz utrzymywania z nimi relacji poprzez wysyłanie listów elektronicznych (email). Coraz częściej organizacje wykorzystują specjalne oprogramowanie umożliwiające bezpieczne wysyłanie masowych wysyłek i mierzenie ich skuteczności. Oprogramowanie to może być częścią systemu CRM. (Nazwa CRM pochodzi od angielskiego zwrotu Customer Relationship Management. Po polsku możemy to przetłumaczyć jako Zarządzanie Relacjami z Klientami).

FACE TO FACE (F2F) LUB DIRECT DIALOGUE (DD)

Rodzaj kampanii fundraisingowej mającej na celu pozyskanie regularnych darczyńców. W kampaniach tego typu pracownicy lub wolontariusze organizacji, ewentualnie pracownicy firm zewnętrznych, rozmawiają z przechodzącymi miejscach: ulice, place, centra handlowe. Opowiadając o działaniach i misji organizacji zachęcają do regularnego wsparcia finansowego organizacji poprzez mechanizm „polecenie zapłaty”.

LOTERIE

Sposób pozyskiwania funduszy przez zorganizowanie gry, w której uczestnicy nabywają bilety, zyskując szansę wygranej. Wynik fantowej lub pieniężnej gry zależy od przypadku, a jej warunki określa regulamin. Loterie mogą być „małe”, których nie trzeba zgłaszać do izby celnej, lub „wielkie” – wymagają uzyskania płatnego zezwolenia na organizację. Kategoria loterii zależy od wartości wygranych i jest ustalana co roku – w roku 2015 prognozą (dla organizacji pożytku publicznego) była kwota około 59 000 zł.

MAJOR DONORS

Tak w skrócie mówimy i o sposobie pozyskiwania funduszy, i o grupie specyficznych darczyńców. Nazwa ta

dotyczy osób prywatnych, które dysponują znaczącymi możliwościami finansowymi i przekazują na rzecz organizacji duże darowizny. Wysokość tego typu wsparcia różni się od wielkości organizacji. To może być kilka tysięcy złotych, ale częściej „major donorami” nazywa się osoby przekazujące od kilkudziesięciu tysięcy złotych.

NAWIĄZKI SĄDOWE

Od 2012 roku większość środków zasądzana dawniej przez sędziów na cele społeczne trafia do specjalnego Funduszu Pomocy Pokrzywdzonym oraz Pomocy Postpenitencjarnej, do którego organizacje mogą aplikować w konkursach grantowych. Jednak w kilku przypadkach pozostała możliwość orzekania nawiązek na „cel społeczny wskazany przez pokrzywdzonego”. Chodzi o sytuacje skazania za znieważenie innej osoby za pomocą środków masowego komunikowania albo za pomówienie.

PAYROLL DEDUCTION PROGRAM (PROGRAM ODPISÓW OD PENSJI)

Jest to jedna z form wspierania celów społecznych przez osoby indywidualne. Polega na dobrowolnym zobowiązaniu się pracowników przedsiębiorstwa do regularnego przekazywania określonej przez siebie, zazwyczaj niewielkiej kwoty z pensji, na rzecz wybranej organizacji pozarządowej lub wybranego programu społecznego. Dodatkowo pracodawca może wspierać program przekazując z budżetu firmy taką samą kwotę, jak ta zadeklarowana przez pracownika. Mówimy wtedy o tzw. matching funds.

SKŁADKI CZŁONKOWSKIE

Jedną z metod finansowania stowarzyszeń, regularne wpłaty dokonywane przez członków organizacji. Możliwość ich pobierania określona jest w ustawach podmiotowych (np. Ustawa Prawo o stowarzyszeniach), a kwestie sposobu ich pobierania i wysokości regulują wewnętrzne przepisy organizacyjne.

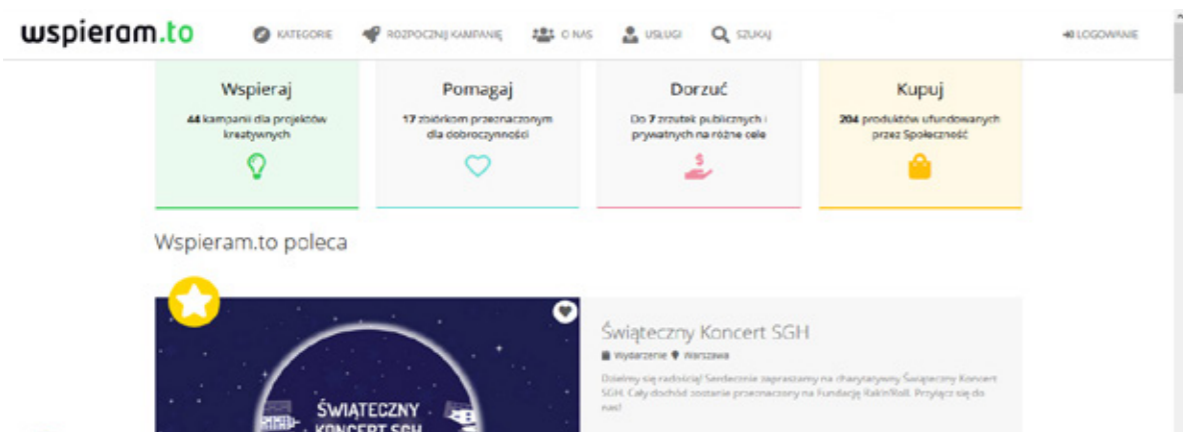
SPONSORING

Jest to wzajemne zobowiązanie dwóch stron, sponsora i sponsorowanego. Sponsor przekazuje środki finansowe, rzeczowe lub usługi sponsorowanemu, w zamian za świadczenia

na wybrany cel pożytku publicznego lub cel religijny – do puszek, skarbon lub koszy. Zbiórki publiczne podlegają obowiązkowi zgłoszenia i rozliczenia na portalu www.zbiorki.gov.pl prowadzonym przez Ministerstwo Spraw Wewnętrznych i Administracji.

na w czasie. Przypominajcie ciągle o jej końcowej dacie. To mobilizuje darczyńców, będą chcieli wpłacić od razu po przeczytaniu apelu

3. Fundraising bez marketingu nie istnieje, nikt się nie dowie o Waszej akcji. Zadbajcie o **skuteczną promocję.**



promocyjne ze strony sponsorowanego. Jest to działanie planowe i świadome, służące kreowaniu pozytywnego wizerunku firmy. Często jest częścią długookresowej strategii marketingowej. Należy pamiętać, że sponsoring jest możliwy tylko w przypadku, gdy organizacja prowadzi działalność gospodarczą.

TELEFUNDRAISING

Chodzi o wykorzystanie telefonu do pozyskiwania darczyńców i budowania z nimi relacji. Organizacje angażują do tego typu działań zarówno własnych pracowników i wolontariuszy, jak i wyspecjalizowane, zewnętrzne firmy typu Call Center. Narzędzie jest często wykorzystywane przy kampaniach 1% oraz przy zachęcaniu darczyńców regularnych do podniesienia kwoty przekazywanej w formie regularnej darowizny (tzw. upgrade).

ZAPISY
TESTAMENTOWE

Świadczenia majątkowe na rzecz oznaczonego podmiotu (osoby lub organizacji) wymienionej w testamentcie.

ZBIÓRKA PUBLICZNA

Zgodnie z ustawą z 14 marca 2014 r. jest to zbieranie w miejscach publicznych ofiar w gotówce lub w naturze

CO NIE JEST ZBIÓRKĄ
PUBLICZNĄ?

- Każda zbiórka, z której pozostaje ślad przepływu pieniędzy i darów, np.: przelewy na konto bankowe stowarzyszenia, fundacji, apele o takie wpłaty.
- **Wpłaty na konto online**, przekazywanie darów, pieniędzy za pomocą wirtualnych platform (np. crowdfunding.pl).
- **Publikowanie** w mediach, internecie, wysyłanie za pomocą środków komunikacji elektronicznej (mailing, SMS-y), także z wykorzystaniem bazy danych (w tym również zakupionej bazy danych) **apeli o przekazywanie wpłat na konto**, o złożenie zleceń stałych, przelewów na konto bankowe lub **o przesłanie SMS-ów** na określony numer.
- **SMS-y charytatywne** dla organizacji pozarządowych.

DOBRE RADY

I jeszcze kilka przydatnych wskazówek do przygotowania skutecznej kampanii fundraisingowej

1. Podejdźcie do kampanii fundraisingowej jak **do projektu**. Stwórzcie plan, cel, rezultaty i harmonogram kampanii.
2. Nie planujcie długiej kampanii, niech ona będzie **krótka - określona**

Pomyślcie, kto może być potencjalnym darczyńcą - komu może zależeć, żeby włączyć się w pomoc. Pomyślcie, jak dotrzeć do tej grupy.

4. **Duża przestrzeń, swoboda działań i czas dla fundaisera!** Jeśli to będzie Wasz pracownik, czy wolontariusz to pozwólcie mu skupić się tylko na kampanii, niech w miarę możliwości organizacji zostanie oddelegowany tylko do tego zadania.

5. **Dobre praktyki.** Podpatrujcie, inspirujcie się kampaniami innych organizacji.

6. **Aby być wiarygodnym fundraiserami, sami musimy być darczyńcami.**

KU INSPIRACJI:

- **Podręcznik Polskiego Stowarzyszenia Fundraisingu** – UWAGA możliwość ściągnięcia po udostępnieniu na portalu społecznościowym: <http://www.paywithapost.de/pay?id=93a2cd7d-6560-4509-8841-8b67f58849e4>
- Tokarz, B. (red.), **Fundraising to sztuka, której można się nauczyć, Akademia Rozwoju Filantropii w Polsce 2005** http://orbitorun.pl/upload/file/Fundraising_to_sztuka.pdf
- W artykule wykorzystano materiały Fundacji Akademia Organizacji Obywatelskich FAOO, która prowadzi m.in. szkolenia i seminaria na temat fundraisingu. www.faoo.pl

SPOŁECZNE BUDOWANIE

Anna Śledzińska

Drodzy przyjaciele. Od września 2018 prowadzimy w ESWIPie akcję fundraisingową wspierającą nas w budowie Domu pod Cisem. Do czego zachęcamy pod tą nazwą? Tworzymy nowe miejsce na mapie Elbląga, nad rzeką, w klimatycznym budynku przemysłowym. Przed wojną była tam mydlarnia, zakład kamieniarski, a po wojnie tapicernia i pomieszczenia magazynowe. Od wielu lat budynek niszczał i przynosił miastu niepoehlebne komentarze. Po gruntownym namyśle zdecydowaliśmy się na odkupienie działki z ruiną budynku od miasta. Odważyliśmy się na podjęcie wyzwania, by na stałe **“wmurować się”** z udzielaniem pomocy elblążanom w powrocie na rynek pracy i w ten sposób utwierdzać naszych odbiorców w stałości naszych działań.

PRACA ZAMIAST
ZASIĘKU

To miejsce umożliwi nam kontynuowanie wsparcia, które już od dwóch lat spotyka się z wdzięcznością naszych podopiecznych. Będziemy mogli wykorzystać je na maxa! W tym miejscu zatrudnienie znajdą Ci, którzy przy naszym wsparciu zdecydowali się zmienić swoje życie. Po wielu latach pozostawiania bez pracy mają odwagę wziąć los we własne ręce, zdobyć nowe kwalifikacje i powrócić do pracy.

Pomagamy im w ramach naszego **Centrum Integracji Społecznej**. Poszukujący pracy będą mogli zdobyć nowe kwalifikacje i doświadczenie niezależnie od sprawności, stanu zdrowia czy innych trudności życiowych. W szeregu nowych pracowni będą się uczyć zawodu. Część z tych osób znajdzie u nas zatrudnienie na stałe:

- w **pracowni stolarskiej** będą powstawać meble, donice i inne artykuły wystrójki wnętrz.
- w **warsztacie rowerowym** będziemy dawać nowe życie dwuśladom oraz pomagać rozprawić się z usterkami.
- otworzymy **hostel** z przytulnym wnętrzem dla tych, którzy do Elbląga przyjadą w interesach lub z sakwami wybiorą się na rowerową trasę green velo (która swój początek ma przed naszymi drzwiami!).
- będziemy prowadzić **kawiarnię** z domowymi wyrobami i aromatyczną kawą.
- uruchomimy pierwszy w Elblągu **Sklep Społeczny**. Będzie można w nim kupić używane produkty, któ-

rym nadamy drugie życie. Będzie tu również można przekazać wysłużone przedmioty, a nasz zespół je odnowi, naprawi i odsprzeda w sklepie. Dochód ze sprzedaży przekazany zostanie na funkcjonowanie sklepu. Będą tu także do kupienia produkty wykonane przez podopiecznych CIS oraz przedsiębiorstwa społeczne z całego województwa. W ten sposób dbamy o środowisko naturalne i promujemy świadome zakupy.

DOM SĄSIEDZKI

Dom pod Cisem to będzie również miejsce otwarte na inicjatywy społeczne zaproponowane przez mieszkańców: będzie można tu zorganizować warsztaty, założyć sąsiedzki ogródek czy zagrać koncert. W naszych marzeniach, przełożonych na plany architektoniczne, będą tam sale warsztatowe, wygodne sofy i podwórko z hamakami. Oczywiście wyobraźni widzimy tu sobotnie targi

warzywne i wyprzedaże bagażnikowe, poranne zajęcia jogi i plenery rzemieślnicze. To będzie siedziba pierwszego w Elblągu **Domu Sąsiedzkiego**.

DOŁĄCZ DO WSPÓLNEJ
BUDOWY

Na stworzenie takiego miejsca przeznaczamy nasz odnowiony budynek, który nazwaliśmy **Domem pod Cisem**. Ze względu na fatalny stan techniczny obiekt musiał zostać wyburzony i jest odtwarzany. Jednak dzięki temu będzie w całości dostosowany do potrzeb osób z niepełnosprawnościami. Odbudowanie budynku i jego wyposażenie to ponad 4 mln złotych. Pozyskaliśmy już większość pieniędzy z funduszy unijnych, Państwowego Funduszu Rehabilitacji Osób Niepełnosprawnych, Urzędu Miejskiego w Elblągu. **Potrzebujemy jeszcze co najmniej 100 tys. zł na zakup wyposażenia** pracowni



w sprzęt, narzędzia, meble itp. Koszt zakupu wyposażenia to tzw. wkład własny do projektu unijnego. **Możesz nas wesprzeć różnymi sposobami:**

WPLAĆ DAROWIZNĘ standardowym przelewem na nasze konto **20 1600 1462 1025 2272 1000 0006** lub skorzystaj z szybkich płatności na stronie eswip.pl/budujznami. Koszt darowizny możesz odpisać w rocznym zeznaniu podatkowym PIT (osoba fizyczna do 6% od dochodu, osoba prawna do 10% od dochodu).

KUP CEGIEŁKĘ albo wrzuc dadek do puszeki w naszych biurach w Elblągu, Olsztynie, Ostródzie, Iławie i Braniewie lub podczas organizowanych przez nas wydarzeń.

ZRÓB ZAKUPY NA ZAPAS dokonując przedpłaty. W ten sposób można wykupić nocleg w naszym nowym hostelu albo kawę z ciastem, które będziemy serwować w kawiarni po otwarciu.

KUPOJ PRZEZ STRONĘ fanimani.pl Za każdym razem, gdy robisz zakupy przez internet, twój sklep przekaże nam darowiznę nie obciążając twojego portfela. W programie uczestniczą prawie wszystkie największe polskie platformy zakupowe.

PRZEKAŻ SWOJE PRODUKTY LUB USŁUGI na licytacje i loterie, na które zaprosimy Was w kolejnych miesiącach.

Co jeszcze przed nami?

Nasza akcja, podobnie jak budowa, rozwija się i zmienia z każdym dniem. W kolejnych miesiącach mamy w planach kilka przedsięwzięć, na które będziemy was zapraszać.

W grudniu będziemy obecni na świątecznych spotkaniach elblążan. Szykujemy na ten weekend (15-16.12.2018) wielkie termosy z ciepłym, aromatycznym kompotem i zimowo przyprawioną herbatę. Za poczęstunek będzie można wrzucić nam do puszeki dowolną kwotę, która zasilą konto zbiórki.

W styczniu szykujemy bal karnawalowy, podczas którego przeprowadzimy licytację przekazanych przedmiotów oraz zamierzamy się dobrze bawić!

Wiosną, z pierwszym słońcem i dobrą pogodą, będziemy zapraszać Was nad rzekę na **koncerty** i inne spotkania kulturalne, jeszcze z budową w tle. Po otwarciu tego miejsca będziemy z chęcią wykorzystywać nasz dom również do takich akcji - organizując je samodzielnie bądź udostępniając przestrzeń

innym, którzy chcą zaprezentować swoją twórczość.

W 2019 uruchomimy również nasz sklep społeczny w internecie. Będziemy zachęcać was do nabywania produktów poprzez licytacje online. A od września będzie można je nabyć na Stawidłowej 3.

Więcej szczegółów o całej akcji i o każdej z form wsparcia można zacytować z naszej strony:

• eswip.pl/budujznami lub bezpośrednio od Joli: 573 444 460 i budujznami@eswip.pl

BUDUJĄ Z NAMI

Po trzech miesiącach trwania akcji czujemy się o wiele silniejsi i upewnieni w słuszności podjętego wyzwania. Przez ten czas dołączyło do wspólnej budowy wiele osób i organizacji.

Bardzo dziękujemy za to, że jesteście z nami: Grupa Finansowa ECF, Magdalena Fowler, Pan Piotr, Centrum PISOP Ewa Gałka, CRIS, Piotr Stoły, Anna Izdebska - Sklep Zielarsko-Medyczny, Dariusz Kowalczyk - „Dominium”, Hurtownia Fryzjersko-Kosmetyczna, Katarzyna Swisłocka, Irena i Norbert Jachimowiczowie, Renata Wiaderkowicz, Julita Krauze Hurtownia Kosmetyczna MJ Cosmetics, Witold Łożewski, Stowarzyszenie Kobieta na Plus, Ruciane Nida, Kacze Bagno, Miejsce Inicjatyw Pozytywnych, Alicja Sztajnert, Leszek Krasuń, Jolanta Lisewska, Fundacja Żółty Szalik, Elbląska Rada Konsultacyjna Osób Niepełnosprawnych, Fundacja Elbląg, PHU Martom-Traveland, Zbigniew Musiejuk, AdRem sp. z o.o., Mariusz Tuliszewski, Stowarzyszenie Babska Wyspa, Elbląskie Towarzystwo Kulturalne, Elbląskie Stowarzyszenie Pomocy Humanitarnej Lazarus, Ośrodek Wspierania Organizacji POZA w Białymstoku, Beata Wachniewska-Mazurek, Małgorzata Maria Sadowska, Elena Sokołowska, Jolanta i Waldemar Bannach, Maciej Bielawski i Arkadiusz Jachimowicz. **Równie serdecznie dziękujemy też tym, którzy chcieli pozostać anonimowi.**



EKSPERCI OD POMAGANIA

Katarzyna Ciszewska-Wojtas, Rafał Narnicki

Nasi rozmówcy: Szymon Ziarko, Marta Apanowicz, Dorota Brzozowska, Anna Weber, Jacek Brzozowski, Beata Lewarowska, Anna Michalska, Radosław Apanowicz

Rafał: Wasza grupa funkcjonująca już dość długo pod hasłem „Oddam obiad Elbląg”, odniosła wiele sukcesów i wciąż poszerza swoją działalność. Opowiedzcie proszę, od czego zaczęła się cała ta przygoda z pomaganiem?

Jacek: Od makaronu! – słyszę śmiech.

Rafał: Marto, nie wiedzieć czemu wszyscy patrzą na ciebie. To pewnie coś znaczy – z uśmiechem mówię do Marty.

Marta: Wszyscy patrzą na mnie, dlatego, że ode mnie się to zaczęło. To nie było zaplanowane działanie. W ogóle. To był impuls. Pewnego dnia ugotowałam obiad, zostało go sporo i pomyślałam, dzieląc się tą myślą z Radkiem (Apanowiczem, mężem Marty – przyp.red.), że nie ma w Elblągu takiego miejsca, gdzie można to oddać. Zaczęliśmy rozmawiać o tym, że nie ma u nas jadłodajni, żadnego punktu, oprócz standardowych miejsc pomocy społecznej. Nie ma możliwości zostawienia jedzenia w takim miejscu, z którego na pewno trafi do osób potrzebujących – głodnych. Nawet nie chodziło tutaj o samych bezdomnych. Mamy często sąsiadów, którzy są po prostu biedniejsi. Sami znamy osoby starsze, które potrzebują pomocy, znamy miejsca gdzie są rodziny, którym też się nie przelewa, ale nikt nigdy nie miał możliwości zebrania większej ilości jedzenia i dostarczenia im go. Nikt też chyba nie myślał w ogóle, żeby to robić. Tak mi się wydaje.

Internet daje tyle możliwości... Wpadł mi do głowy pomysł: a gdyby na Facebooku stworzyć grupę „Oddam obiad”? Radek powiedział tylko: „no to zrób”. No i zrobiłam – śmieje się Marta. Cel był taki, że w grupie miały być osoby, które same będą działały, które będą komunikować się między sobą i przekazywać żywność na takiej zasadzie, że jakaś pani ugotowała za dużo, czy ma weki albo sałatki, które zostały ze świąt, przyjęcia komunijnego, czy wesela. Czy ktoś tego potrzebuje, wie gdzie przekazać? Każdy miał między sobą takie informacje wymieniać. Bez naszego zaangażowania. Ludzie chcieli przeka-

zywać jedzenie, ale krępowali się napisać o tym na Facebooku, więc zaczęli pisać do nas, że chętnie podzielą się z innymi, ale nie wiedzą komu mogliby to oddać. Pytali nas, czy znamy osoby, które tego jedzenia potrzebują. Okazało się, że znamy takie osoby – przebywające w pogotowiu socjalnym.

Rafał: Więc zaczęliście zbierać ludzi, którzy chcą wesprzeć innych w ten sposób?

Radek: Ludzie pisali do nas w prywatnych wiadomościach: „mam dwa słoiki zupy, chętnie się podzielę”. My również informowaliśmy, że jeśli ktoś ma za dużo jedzenia, to może się nim podzielić z tymi, którzy nie mają. Nie myśleliśmy o takich hurtowych ilościach, jakie są teraz. I tak zaczęliśmy jeździć i zbierać to jedzenie. To był okres późnej zimy. Osoby przebywające w pogotowiu socjalnym zbierały się o określonej godzinie, a ja przywoziłem im kolację. Różne posiłki: ciepłe zupy i bochenki chleba – mieliśmy wtedy dostęp do sklepu wielkopowierzchniowego, więc momentami ilość żywności była duża. Od tego się zaczęło.

Jedną z pierwszych osób, które zaczęły przekazywać nam jedzenie, była Dorota (Brzozowska – przyp. red.). Zналиśmy się wcześniej prywatnie, ale nie była to bliska znajomość. Pojechałem raz i drugi do Doroty po jedzenie. Zaczęła się coraz bardziej angażować. I nawet nie wiem jak to się stało, że została wiceprezesem. Tak się rozwijaliśmy. Ludzie chcą pomagać, ale krępują się, nie mają czym jedzenia przewieźć. Chcą mieć poczucie, że pomagają, ale oczekują, że tę najtrudniejszą „robotę” ktoś wykona za nich. Postanowiliśmy wziąć to na swoje barki, więc rozbudowałem grupę. Robimy to, czego inni nie chcą, czyli wsiadamy w samochód i poświęcamy swój prywatny czas i jeździmy do potrzebujących.

Rafał: A jak trafiła tu reszta z Was?

Marta: Oni tu niechcący przyszli – śmieje się.

Radek: To są osoby, które chciały pomóc w taki lub inny sposób. Poznaliśmy je z dobrej strony i zaczęliśmy angażować je w inne działania, niż te, którymi zajmowali się najpierw. Nasze historie są różne. Bardzo różne. Szymon pomagał w remoncie pewnej osobie znajdującej się w trudnej sytuacji. Wiedzano tam, że pomaga innym i tak trafił do nas. Bardzo się zaangażował, jest bardzo pomocny i zawsze można na niego liczyć.

Marta: Jego marzeniem było dołączenie do nas.

Szymon: Tak – śmieje się. Jak się urodziłem, to miałem taki plakat nad łóżkiem, że chcę pomagać.

Radek: Dorota z czasem wzięła na siebie dowodzenie grupą, przejęła dowodzenie całą akcją. Jej zeszyt to jest nasza magiczna księga. Wszystko jest tam zapisane. Jak czegoś nie wiemy, to dzwoniemy do niej. Ona wie wszystko. Jacek (Brzozowski, mąż Doroty – przyp. red.) był z nami od początku. Wrócił po chwili z delegacji i nie wiedzieliśmy, czy nie zabierze nam Doroty. Ale dołączył do nas.

Jacek: Nie miałem wyboru – dodaje ze śmiechem.

Beata: Ja zaczęłam w ten sposób, że zrobiłam porządek w szafach. Przygotowałam trochę pościeli, odzieży i powiedziałam sobie, że jeśli będzie komuś potrzebna, to służę swoją pomocą. My mieliśmy pełne ręce roboty, a Beata miała piękny samochód, który był dostępny o każdej porze.

Radek: Ania Michalska nie ma samochodu. To jej największy mankament – śmieje się. Ona tworzy nasze centrum dowodzenia. Jeśli jakichś produktów mamy dużo, to Ania uruchamia swoje kontakty i ludzie odbierają żywność od niej. Teraz z Beatą stanowią mikro-zespół.

Beata: Ania mieszka w centrum Elbląga i każdemu jest po prostu do niej najbliżej – dodaje ze śmiechem.

Anna Weber: Ja kilka razy odebrałam jedzenie i paczki od Doroty. Tak dołączyłam do grupy. Też mam auto, więc w miarę możliwości będę chodzić z Dorotą na wywiady.

Rafał: Opieracie się na zasadzie, że nie sprawdzacie waszych podopiecznych w instytucjach. Odwiedzając ich w domach potraficie określić ich sytuację?

Dorota Brzozowska: To nie do końca wygląda w ten sposób. Jeśli ktoś jest naprawdę potrzebujący, wyklada wszystko „na stół”. Ludzie mówią bardzo otwarcie o swojej sytuacji. Ufają nam. Pokazują dokumentację historii ich chorób. Nie musimy się niczego dowiadywać w instytucjach. Wiemy od samych osób, które odwiedzamy, jaka jest ich sytuacja.

Radek: Dla nas nie jest ważne jak doszło do danej sytuacji. Nie dzielimy ludzi: ten nie zasługuje na pomoc, ten sam popadł w alkoholizm, tamten zdradził żonę, a jeszcze inny zostawił dzieci. Dla nas liczy się człowiek i sytuacja, w jakiej znajduje się teraz. Jest głodny, potrzebuje sięodziać, nie ma wody, czy gazu. Sprawdzamy jednak, czy nasza pomoc nie zostanie wykorzystana nieuczciwie. Jedzenie jest rozdawane bezwarunkowo. To nie podlega kontroli. Ktoś jest głodny i dostaje jedzenie. Ale jeśli chodzi o pomoc materialną, to my też czegoś wymagamy. Prosimy, by to, co jest możliwe do poprawienia przez samych naszych podopiecznych, zostało zrobione przez nich. Próbuje pokazać im, że może być lepiej. Jeżeli jest bałagan, jest brud i my przywozimy środki czystości, to mówimy, żeby uprzątnęli to sami, pokazali, że mogą to zrobić, a my będziemy się zastanawiali jak pomóc dalej. Nie

jest tak, że zarzucamy im całe mieszkanie ubraniami, ładnymi meblami, wszystko im naprawiamy, zawozimy kuchenkę, czy zlew i odjeżdżamy, a oni robią co chcą.

Rafał: Czyli wracacie do nich?

Radek: Wracamy, sprawdzamy, rozmawiamy, służymy pomocą.

Rafał: Macie określone po jakim czasie wracacie?

Marta: Nie, jest różnie. Jeśli to jest pomoc na większą skalę, szczególnie tam, gdzie są dzieci, czy osoby starsze, to nie umawiam się z nimi, że będę za dwa dni, ale jadę od razu, a w tym czasie na Facebook'u informujemy, że potrzebne jest określone wsparcie. Jeśli chodzi o seniorów, to zawsze jest to pomoc długofalowa. Tam raczej sytuacja się sama nie zmienia, nie wzrośnie renta, nie dostaną nic więcej. Jeśli chodzi o młodych ludzi, którzy są w stanie być samodzielni, to pomagamy przeważnie do momentu kiedy stają na nogi. Bywa tak, że jedziemy do kogoś, do rodziny, która jest w bardzo trudnej sytuacji. Doraźnie organizujemy to, co najpilniejsze, robimy podstawowe zakupy, a potem rozmawiamy w grupie jak pomóc długofalowo.

Rafał: Czyli zespołem decydujecie, jakie działania podjąć?

Radek: Staramy się wymieniać informacjami. Temu też służy grupa na Facebook'u. Przez messenger'a piszę in-

formacje do nas wszystkich i jeśli ktoś ma jakąś prepozycję, dzieli się nią z nami.

Marta: Możliwe jest działanie w grupie i w pojedynkę. Zorganizowanie pomocy na szerszą skalę samemu nie jest po prostu możliwe.

Rafał: Macie podzielone z góry zadania, czy robicie to w zależności od aktualnej potrzeby?

Marta: Teraz już dzielimy się zadaniami. Mamy określone rodziny, które regularnie odwiedzamy – dodaje Radek. Ten, kto pierwszy się z nimi skontaktował, mówi, że to „jego rodzina” i jest pod jego opieką. Ale wymieniamy się informacjami i organizowaniem pomocy dla podopiecznych tej, czy innej osoby spośród nas.

Rafał: Jak dużo waszego czasu zajmuje pomaganie?

Radek: Gdyby ktoś umiał sprawić, że doba będzie miała 72 godziny, bierzemy w ciemno - odpowiada ze śmiechem.

Rafał: Rozumiem, że macie swoje życie rodzinne i zawodowe, które bywa zaniebawane kosztem waszej działalności. Angażujecie swoje rodziny, poświęcacie prywatny czas. Czy udaje się Wam zachować równowagę i zadbać zarówno o osobiste sprawy i o pomaganie? W zawodzie „pomagacza” to bywa bardzo trudne.

Radek: To jest trudne i nie da się tego pogodzić. Jeśli jadę gdzieś, to nie ma mnie

z moimi dziećmi. Jeżeli jestem z nimi, to nie jestem z potrzebującą rodziną. Próbuje to wyśrodkować, ale jest to trudne. Gdybym miał dwie godziny więcej w ciągu dnia, to bym dwie godziny więcej jeździł do ludzi. Często jest tak, że kiedy ja wracam, Marta jedzie „w teren” i widzimy się dopiero po kilku godzinach.

Dorota: W weekendy staramy się troszkę zwolnić. Wtedy to się trochę udaje. Ale jeśli ktoś w sobotę, w środku dnia zadzwoni, żeby przyjechać po wielki gar spaghetti i górę jabłek, to jedziemy. Jeśli chodzi o jedzenie, to staramy się być dostępnymi całą dobę.

Szymon: Zwalniamy po godzinie 20:00 w niedzielę – śmieje się.

Radek: Jedzenie jest priorytetem. Nasza działalność nie miałaby sensu, gdybyśmy pozwalali na to, żeby się marnowało. Jeśli ktoś napisze, że ma 2 słoiki zupy, to jedziemy po nie przez całe miasto.

Rafał: Czy cel, który wam przyświecał na początku, zmienił się pod wpływem doświadczeń, przemyśleń, czy pozostał ten sam?

Marta: Założeniem było od początku, żeby nie marnować jedzenia. Jeżeli zostaje nam przysłowiowa sałatka i wiemy, że ona „nie zje się” przez kilka dni, to przekażemy ją tam, gdzie się przyda. To się nie zmienia. Nasza działalność zmieniła się w ten sposób, że nie tylko zawozimy sałatkę ale bywamy też psychologami, pielęgniarkami, policją. Remontujemy mieszkania i prze-mebłowujemy życie. Jesteśmy rodziną dla tego, kto jej nie ma. Odwiedzamy pana Waldka, który jest teraz w hospicjum. On nie ma nikogo. Posiedzimy razem, poplotkujemy, zjemy ciastko, przywiozę mu owoce. Potrzeba było zorganizować mu napoje proteinowe. Mnie, matce z dziećmi i wieloma wydatkami, ciężko byłoby kupić taką ilość. Ale w grupie na Facebook'u jest 7 tysięcy 300 osób i w 20 minut załatwiłmy to. Pan Waldek był przeszczęśliwy. Pytał: ale jak, ale skąd? Kim wy jesteście? Zawsze mówię wtedy, że aniołami. Któregoś razu, kiedy nie był jeszcze w hospicjum i zawiozłam mu żywność, powiedział „spadło mi to wszystko z nieba, gdyby nie wy, nie miałbym co jeść”. Anioły zawsze spadają z nieba, tak o sobie mówimy. Tak nazwali nas ludzie. Jeśli pojedziemy na dworzec i damy komuś miskę ciepłej zupy, to może nie zmienić jego życia, ale tego konkretnego wieczoru, ktoś najedzony usnął na ławce. I jest mu wewnętrznie ciepło i dobrze. Chociaż ten jeden raz.

Dorota: Są też starsi ludzie, samotni, zostawieni przez rodziny. Trudno jest od tych osób wyjść, bo one chcą porozmawiać, potrzebują uwagi, bliskości, a oprócz nas nie mają nikogo. Najważniejsze nie jest to, że zawiozę komuś obiad, ale to, że po prostu jestem. Niektórzy z naszych podopiecznych odeszli, ale ostatnich dni swojego życia nie spędzili samotnie...

Radek: Wiele razy ile razy odbieram telefony, na przykład od pani Hani: „przyjdiesz? A o której będziesz? To dobrze słoneczko” – śmieje się. To jest relacja jak babci z wnukiem.

Rafał: Wchodzicie w takie obszary i wypełniacie swoją pracą instytucjonalne wsparcie, które teoretycznie jest, ale w praktyce nie dociera w takim zakresie, w jakim jest potrzebne. I jest pozbawione pewnych emocji, relacji. Jak to skomentujecie?

Radek: Urzędnik jest przepracowany, sfrustrowany pracą i zarobkami i brakuje mu po prostu ludzkiego podejścia do potrzebujących. My pomagamy rozmawiając, budując relacje. Inaczej niż zimne instytucje.

Rafał: Dzisiaj sformalizowaliście się jako stowarzyszenie. Czego potrzebujecie, by działać jeszcze prężniej? Czy myślicie o współpracy z innymi organizacjami, czy instytucjami?

Radek: W takich przedsięwzięciach potrzeba wiele pieniędzy. Założyliśmy stowarzyszenie z myślą o możliwości pozyskiwania funduszy na naszą działalność. Pokazujemy ją w internecie nie po to, żeby się chwalić, ale żeby ludzie, którzy nas wspierają i nam pomagają widzieli co robimy. Dysponujemy ich pieniędzmi i jesteśmy ich rękoma. Musimy pokazać, że ich pomoc nie idzie na marne. Do tego też potrzebne są nam te wszystkie media.

Rafał: Czy chcecie się tym zająć również zawodowo? Część z Was i tak poświęca pomaganiu tyle godzin, co na pełnym etacie.

Marta: Nie wiem, czy wtedy nie miałabym za dużych oczekiwań odnośnie tej pracy. To byłaby moja praca zawodowa i oczekiwałabym satysfakcji finansowej. Większą, bo osobistą satysfakcję mam robiąc to za darmo, po godzinach, wracając do domu z uśmiechem.

Radek: Trudno byłoby brać za to pieniądze, wiedząc, że potrzebne są osobom, którym pomagamy. To tak, jak byśmy zabierali im, żeby mieć dla siebie.

Rafał: Macie już jakichś naśladowców, których zainspirowało to, co wy robicie?

Radek: Tak, mieliśmy odsłuchy, że są osoby, które zastanawiają się, czy nie robić czegoś podobnego. U nas jest o tyle łatwiej, że Elbląg nie jest bardzo dużym miastem. W Warszawie taki pomysł by nie przeszedł. Jest wielu przyjezdnych, relacje są o wiele luźniejsze. Elblążanie są świadomi, że jeśli komuś przekazują zaufanie, to ona rzeczywiście trafi do tego, komu jest potrzebna. Tu ludzie są sobie bliżsi. Co chwilę wymyślamy nowe inicjatywy. Zawieszona Woda, Zawieszony Obiad. Teraz akcja Oddam Zakupy. Chcemy, żeby nasz znak był bardzo rozpoznawalny w całym Elblągu. Zakleimy całe miasto, tylko jak będzie stowarzyszenie, to będziemy robili to legalnie – śmieje się. Co chwilę wymyślamy nowe inicjatywy. Zawieszona Woda, Zawieszony Obiad. Teraz akcja Oddam Zakupy. Chcemy, żeby nasz znak był bardzo rozpoznawalny w całym Elblągu. Zakleimy całe miasto, tylko jak będzie stowarzyszenie, to będziemy robili to legalnie – śmieje się.

Rafał: Jaki macie cel na najbliższy czas?

Marta: My nigdy nie mieliśmy ustalonych celów. Wszystko dzieje się samo. Wpadamy napomysł z zawieszonymi warzywami – i te warzywa są. To grupa na Facebook'u tworzy nas. Sami ludzie proponują co jeszcze możemy zrobić, by pomagać innym.

Rafał: Ile osób was dzisiaj wspiera?

Radek: Ponad 7300 tysięcy. Tyle osób jest w grupie „Oddam obiad”. Jedni są bardziej, inni mniej aktywni. Jest kilkaset osób, które pomagają regularnie, kilkadziesiąt, które są dostępne na każdą prośbę.

Rafał: Jakie warunki trzeba spełnić, żeby do was dołączyć?

Szymon: Dobre chęci i dużo czasu. I najlepiej duży samochód! Dzisiaj nie miałem gdzie włożyć córki, jak odbierałem ją ze żłobka – śmieje się.

Dziękuję za inspirującą rozmowę.



ROWOP.PL – DOBRA STRONA AKTYWNEJ WSPÓŁPRACY

Marek Jurzyński

Portal rowop.pl to strona internetowa Regionalnego Ośrodka Wspierania Organizacji Pozarządowych w Olsztynie, prowadzonego przez Stowarzyszenie ESWIP. Istnieje po to, aby ułatwić dostęp do aktualnych informacji, istotnych dla stowarzyszeń, fundacji i innych organizacji obywatelskich działających na terenie województwa warmińsko-mazurskiego.

Żyjemy w czasach dynamicznych zmian we wszystkich niemal sferach życia. Dostęp do aktualnej i rzetelnej wiedzy staje się jednym z kluczowych warunków, aby skutecznie radzić sobie w zmieniającej się rzeczywistości. Dotyczy to zarówno osób, firm, instytucji publicznych, jak i organizacji pozarządowych.

Można zauważyć, iż w związku z rozwojem III sektora w województwie warmińsko-mazurskim rosną potrzeby i oczekiwania podmiotów obywatelskich w różnych aspektach funkcjonowania. Również w sferze dostępu do informacji o odbywających się w regionie wydarzeniach, projektach, konkursach dotacyjnych czy grantowych.

Ażeby sprostać rosnącym potrzebom informacyjnym sektora w 2015 roku powstała strona internetowa ROWOP.pl, jako jeden z rezultatów projektu "Gotowi na Model" – partnerskiego przedsięwzięcia Stowarzyszenia ESWIP i Samorządu Województwa Warmińsko-Mazurskiego, któremu jako główny cel przyświecała poprawa jakości współpracy administracji publicznej z organizacjami pozarządowymi na szczeblu wojewódzkim, powiatowym i gminnym.

Strona funkcjonuje po to, aby wzmocnić w naszym regionie proces informowania organizacji pozarządowych - w szczególności o działaniach realizowanych przez samorząd województwa i samorządy lokalne skierowanych do sektora. Serwis posiada prosty, przejrzysty interfejs, umożliwiający zarejestrowanie się (utworzenie konta) przez użytkownika, samodzielne dodanie profilu organizacji pozarządowej w bazie NGO, a także

umieszczanie wydarzeń w kalendarzu. Dodatkowo, średnio raz w tygodniu, do osób i organizacji zapisanych w bazie subskrybentów, wysyłany jest newsletter zawierający zestawienie aktualnych informacji opublikowanych na stronie.

GŁÓWNE MODUŁY STRONY TO:

- Aktualności** – zbiór newsów: ogłoszeń o organizowanych konkursach dotacyjnych i grantowych dla NGO, szkoleniach, konferencjach, spotkaniach konsultacyjnych, wyborach do ciała dialogu, w których zasiadają przedstawiciele organizacji pozarządowych;
- Wydarzenia** – krótkie sprawozdania ze spotkań, konferencji i seminariów dotyczących działalności organizacji pozarządowych, które miały miejsce na Warmii i Mazurach;
- Projekty** – lista zadań publicznych realizowanych przez organizacje pozarządowe na zlecenie (i przy wsparciu finansowym) Samorządu Województwa Warmińsko-Mazurskiego;
- Baza NGO** – katalog stowarzyszeń, fundacji oraz organizacji je zrzeszających na terenie województwa, zawierający m.in. nazwę NGO, numer KRS, cele i obszary działalności oraz dane kontaktowe;
- Wsparcie NGO** – katalog podmiotów takich jak centra organizacji pozarządowych, ośrodki wsparcia ekonomii społecznej czy lokalne grupy działania, wyspecjalizowanych w udzielaniu wsparcia organizacjom III sektora; zawiera również informacje na temat funduszy dla NGO, w tym zestawienie fundacji ogłaszających konkursy grantowe oraz udzielających darowizn na działalność non-profit;

6. **Biblioteka** – zbiór aktów prawa, dokumentów urzędowych oraz publikacji dotyczących sektora pozarządowego.

Na stronie można również znaleźć dużą porcję informacji na temat Rady Organizacji Pozarządowych Województwa Warmińsko-Mazurskiego, w tym jednego z jej głównych przedsięwzięć jakim jest **Konkurs „Godni Naśladowania”**, a także regionalnych ciał dialogu obywatelskiego, czyli organów, w których zasiadają przedstawiciele administracji publicznej oraz organizacji pozarządowych. Jednakże serwis rowop.pl ma służyć nie tylko informowaniu działaczy, pracowników i wolontariuszy NGO o dostępnych dla ich organizacji możliwościach i szansach. Misją strony jest również promocja działalności podmiotów III sektora oraz partnerskiej współpracy z administracją samorządową, dlatego też portal dedykowany jest przede wszystkim aktywnym organizacjom, które poprzez swoje działania przyczyniają się do poprawy jakości życia mieszkańców oraz rozwoju społeczeństwa obywatelskiego w województwie.

Bez względu na to, czy osoba/organizacja posiada konto użytkownika czy też nie, może aktywnie uczestniczyć we współtworzeniu strony, zamieszczaniu informacji o ważnych wydarzeniach oraz realizowanych przez siebie projektach. Wystarczy kontakt z redaktorem strony – bezpośrednio w siedzibie ROWOP w Olsztynie, ul. Warmińska 14/21, telefonicznie pod nr 89 523 73 45 albo e-mailem na adres rowop@eswip.pl.

BY ROZWIJAĆ ORGANIZACJE OBYWATELSKIE – NOWY PROGRAM NARODOWEGO INSTYTUTU WOLNOŚCI

Justyna Duks

Na stronie Narodowego Instytutu Wolności (NIW) możemy zapoznać się z projektami regulaminów konkursów w ramach nowego Programu Rozwoju Organizacji Obywatelskich. Dowiadujemy się stąd jakiego rodzaju organizacje i na co będą mogły otrzymać wsparcie finansowe. Pierwsze konkursy, jak deklaruje NIW mają być ogłoszone jeszcze w roku 2018. Dla tych, którzy jeszcze nie mieli okazji tam zajrzeć przygotowaliśmy kilka istotnych informacji, zachęcamy też do tego by po więcej sięgnąć do źródła.

Głównym celem PROO ma być wsparcie rozwoju instytucjonalnego organizacji społeczeństwa obywatelskiego oraz zwiększenie udziału tych organizacji w życiu publicznym i upowszechnianie demokratycznych norm obywatelskości. Przy czym cele szczegółowe to:

- wzrost zaangażowania obywateli i organizacji obywatelskich w życie publiczne;
- wzmocnienie organizacji obywatelskich w wymiarze strategicznym;
- poprawa stabilności finansowej organizacji obywatelskich.

PROGRAM OKREŚLA 6 PRIORYTETÓW, KTÓRE MAJĄ TE CELE REALIZOWAĆ:

Priorytet 1. Zrównoważony rozwój organizacyjny

a) Wsparcie działań misyjnych i rozwoju instytucjonalnego

b) Dotacje na wkład własny

Priorytet 2. Kapitały żelazne

a) Dotacje operacyjne na wsparcie budowania początkowych kapitałów żelaznych

b) Dofinansowanie początkowych kapitałów żelaznych

c) Dofinansowanie rozbudowy kapitałów żelaznych

Priorytet 3. Rozwój instytucjonalny lokalnych organizacji strażniczych i mediów obywatelskich

Priorytet 4. Rozwój instytucjonalny think tanków obywatelskich

Priorytet 5. Wsparcie doraźne

Priorytet 6. pomoc techniczna

Na co będzie można otrzymać dota-

cje w konkursach, które NIW deklaruje ogłosić jeszcze w 2018 roku?

Priorytet 1. a) Wsparcie działań misyjnych i rozwoju instytucjonalnego

Dotacje mogą być przeznaczone na:

- wspieranie działań statutowych organizacji sektora pozarządowego,
- wspieranie rozwoju instytucjonalnego organizacji pozarządowych, w tym budowanie stabilnych podstaw ich funkcjonowania, tworzenie perspektywicznych planów działania i finansowania, podnoszenie standardów pracy i zarządzania organizacją,
- Wspieranie rozwoju porozumień organizacji, reprezentacji środowisk sektora pozarządowego.

Jak można przeczytać w regulaminie konkursu wsparcie udzielane będzie na okres od 2 do 3 lat, w wysokości od 100 do 700 tys. zł. Przy czym organizacja nie może wnioskować o kwotę wyższą niż 150% przychodów osiągniętych w roku poprzednim. W tym konkursie wniośki składane mają być w dwóch etapach (wnioski wstępne i pełne). Projekty rozliczane będą przez rezultaty, których poziom osiągnięcia wynosić powinien minimum 80 %.

Priorytet 3. Rozwój instytucjonalny lokalnych organizacji strażniczych i mediów obywatelskich

Dotacje mają wspierać działania statutowe organizacji strażniczych i mediów obywatelskich oraz rozwój instytucjonalny tych organizacji, w tym: budowanie stabilnych podstaw ich dalszego funkcjonowania, tworzenie perspektywicznych planów działania i finansowania, podnoszenie standar-

dów pracy i zarządzania organizacją.

Dotacje udzielane będą na okres do 2 lat, w wysokości od 20 do 200 tys. zł. Projekty rozliczane przez rezultaty, wymagany poziom ich osiągnięcia wynosi 80%.

Priorytet 4. Rozwój instytucjonalny think tanków obywatelskich

Dotacje udzielane będą na pokrycie wydatków związanych ze wsparciem inicjatyw służących rozwojowi instytucjonalnemu think tanków – organizacji obywatelskich o profilu analityczno-badawczym, nie działających dla zysku (non-profit) i funkcjonujących na marginesie formalnych procesów politycznych (zarówno na poziomie ogólnopolskim, jak i regionalnym).

Dotacje udzielane będą na okres do 2 lat, w wysokości do 300 tys. zł. Projekty rozliczane przez rezultaty, wymagany poziom ich osiągnięcia wynosi 80%.

Priorytet 5. Wsparcie doraźne

Dotacje udzielane będą na pokrycie wydatków wynikających z nagłych potrzeb organizacji oraz pokrycie kosztów uczestnictwa przedstawicieli organizacji w wydarzeniach z życia publicznego. Dotacje mają być udzielane na okres do 31 grudnia, w wysokości do 10 tys. zł. Rozliczenie dotacji będzie wymagało zrealizowania wszystkich zaplanowanych działań.

We wszystkich wymienionych wyżej konkursach, zgodnie z zapisami regulaminów wkład własny nie będzie wymagany.

Źródło: niw.gov.pl/nasze-programy/proo

10 PYTAŃ O ELBLĄSKI III SEKTOR

Justyna Duks

9 października w Elblągu odbyła się debata z kandydatami na prezydenta Elbląga. Rozmowa podczas spotkania skupiona była na tematyce związanej z organizacjami pozarządowymi i działalnością obywatelskiej w mieście. Obecnie jesteśmy po wyborach, warto więc przytoczyć kilka informacji i wypowiedzi z tego spotkania.



Elblążanie zdecydowali, że Prezydentem Elbląga został Pan Witold Wróblewski, który swoją funkcję będzie pełnił już po raz drugi. Przed debatą wyborczą, której organizatorem była Rada Elbląskich Organizacji Pozarządowych, każdy z kandydatów został poproszony o wypełnienie ankiety, składającej się z 10 pytań zamkniętych. Poniżej przedstawiamy pytania wraz z odpowiedziami Prezydenta W. Wróblewskiego, do kilku z nich odniósł się podczas debaty wyborczej.

Pytanie 1. Czy kandydat zatrudni specjalistę ds. konsultacji społecznych?

Odpowiedź Witolda Wróblewskiego: TAK

Pytanie 2. Czy kandydat będzie prowadził spotkania na rzecz powstania rad dzielnic w Elblągu?

Odpowiedź W.W.: NIE

Kandydat wyjaśnił, że jego zdaniem powstanie rad dzielnic prowadziłyby do pewnego rodzaju rozdrobnienia podejmowania decyzji. Powiedział też, że to 25 radnych zasiadających w samorządzie reprezentuje wszystkie dzielnice i nie uważa, by tworzenie rad dzielnicowych dawało w tym aspekcie jakąś wartość dodaną. Obecny Prezydent Elbląga przywołał także przykład Ustawy o Ustroju Miasta Stołecznego Warszawy, w której podział dzielnicowy nie wpływa na poprawę wizerunku samorządu.

Pytanie 3. Czy kandydat powoła biuro ds. współpracy z organizacjami?

Odpowiedź W.W.: NIE

Pan Witold Wróblewski odniósł się w swojej wypowiedzi do tego, że w urzędzie powołany jest Pełnomocnik Prezydenta, który zajmuje się organizacjami oraz inni pełnomocnicy, którzy też współpracują z organizacjami.

Powołanie biura tworzy dodatkowe koszty, na które z jego punktu widzenia nie stać obecnie samorząd.

Pytanie 4. Czy kandydat wyremontuje budynek przy ul. Związku Jaszczurczego 17 na centrum aktywności społecznej?

Odpowiedź W.W.: NIE

Jak powiedział podczas debaty wyborczej Prezydent:

Mamy o wiele większe przedsięwzięcia, chociażby szpital, na który nie ma pokrycia finansowego. Potrzeby wskazują na dużo wyższą kwotę, pomimo dofinansowania unijnego 33 mln zł. Nie będę obiecywał, że na przyszłą kadencję, będą pieniądze na termomodernizację Jaszczurczego, bo na razie takich możliwości za bardzo nie widzę.

Pytanie 5. Czy kandydat zleci zadania z zakresu edukacji obywatelskiej w szkołach organizacjom pozarządowym?

Odpowiedź W.W.: TAK

Prezydent Elbląga wskazał, że obecnie są już prowadzone przez organizacje pozarządowe zajęcia w szkołach.

- Uważam, że organizacje pozarządowe mają wielu specjalistów, którzy doskonale mogą się wpisywać w ich realizację – mówił Witold Wróblewski.

Pytanie 6. Czy kandydat zwiększy liczbę zadań publicznych realizowanych przez organizacje na podstawie umów wieloletnich?

Odpowiedź W.W.: TAK

Odnosząc się do tego pytania podczas debaty Prezydent wskazał, że w mijającej kadencji blisko 32 mln zł przekazanych zostało przez samorząd organizacjom pozarządowym. Zadeklarował, że w tym aspekcie będzie stawiał na podpisywanie umów wieloletnich, które ułatwią organizacjom planowanie ich rozwoju.

Pytanie 7. Czy kandydat utworzy mieszkania wspierane dla osób z niepełnosprawnościami?

Odpowiedź W.W.: TAK

Pytanie 8. Czy kandydat uruchomi inicjatywę lokalną?

Odpowiedź W.W.: TAK

Pytanie 9. Czy kandydat uruchomi pożyczki i poręczenia dla organizacji?

Odpowiedź W.W.: NIE

Pytanie 10. Czy kandydat będzie przekazywał infrastrukturę komunalną na działania organizacji pozarządowych?

Odpowiedź W.W.: TAK

Jakie będą priorytetowe rozwiązania kandydata w systemie współpracy finansowej i pozafinansowej z organizacjami pozarządowymi?

Witold Wróblewski: Priorytetem będzie utrzymanie wsparcia finansowego dla organizacji pozarządowych – 32 mln zostały przeznaczone na działania organizacji w tej kadencji. Na pewno nie zamierzam zmniejszać tej kwoty. Uważam, że są to bardzo dobrze wydane środki. W organizacjach pozarządowych jest bardzo wielu specjalistów i to jest na duży plus. Moim priorytetem będzie zwiększanie umów wieloletnich. W tej chwili wiele zadań jest jednorocznych i organizacjom pozarządowym jest w związku z tym

trudno podejmować swoje strategiczne decyzje w dłuższym okresie czasu. Będę się starał, żeby te zadania były formułowane, również w uzgodnieniu z organizacjami, na okres dłuższy. Daje to większe możliwości organizacjom pozarządowym – odpowiadał na tak postawione pytanie obecny Prezydent Elbląga.

- Na pewno utrzymam dalej preferencyjne stawki jeśli chodzi o korzystanie z nieruchomości samorządu. Są one naprawdę preferencyjne w porównaniu z innymi podmiotami.

Na pewno będą mogły organizacje, jak w tej kadencji, liczyć na wsparcie do wkładów własnych. To jest dla mnie ważne, ponieważ organizacje też mogą szukać środków zewnętrznych. Takie wsparcie zostało już udzielone w tej kadencji.

W poprzedniej kadencji mówiłem, że będzie mi zależało, żeby powstał CIS w Elblągu. I rzeczywiście w tej chwili powstaje.

W Elblągu mamy coraz większy odsetek osób starszych. W programie mówię o utworzeniu strefy dla seniora i weterana. Będzie to połączone z utworzeniem przychodni geriatrycznej. Będę rozmawiał o tym zadaniu z organizacjami pozarządowymi.

Jakie rozwiązania kandydat wdroży w celu zwiększenia aktywności obywatelskiej mieszkańców Elbląga?

Witold Wróblewski: Przede wszystkim upatruję tutaj zwiększenia możliwości współpracy z funkcjonującymi już organizacjami pozarządowymi, bo jeśli chodzi o aktywność obywatelską, to jest bardzo wiele do zrobienia i to nie tylko przez samorząd, ale przez nas wszystkich. Posłużę się przykładem: budżet obywatelski od samego początku cieszy się zainteresowaniem i bardzo dobrze, tylko niestety z roku na rok widzimy coraz mniej osób, które oddają głos na konkretne projekty.

Planuję też kontynuować działania związane z przyciskiem ratującym życie. Na dzisiaj wprowadziliśmy 20 tego typu przycisków, które dla osób samotnych, dają szansę przywołać sobie pomoc. To zostało pilotażowo zrobione, w następnej kadencji chciałbym, żeby wszystkie osoby seniorskie, wymagające niejednokrotnie szybkiej pomocy miały możliwość tego przycisku.

Debata wyborcza z kandydatami na urząd Prezydenta Elbląga zorganizowana została przez Radę Elbląskich Organizacji Pozarządowych i Centrum Organizacji Pozarządowych w Elblągu.



ul. Związku Jaszczurczego 17, 82-300 Elbląg
e-mail: cop@eswip.pl
tel.: +48 (55) 649 12 93
tel./fax: +48 (55) 235 33 88
Facebook: facebook.com/centrumelblag

EDUKACJA MEDIALNA WE WSPÓŁCZESNYM ŚWIECIE

Agnieszka Sójka

Nie da się przecenić roli mediów we współczesnym świecie. Każdego dnia spędzamy od kilkunastu minut po wiele godzin korzystając z internetu, szczególnie z portali społecznościowych. Im młodsze pokolenie, tym więcej czasu spędza w świecie wirtualnym i w tym momencie jest to już zjawisko globalne. Sprzyjają temu różnego rodzaju aplikacje, smartfony, który stają się przedłużeniem naszej ręki (wpływa na to czasem charakter pracy, którą wykonujemy i narzędzia, z których musimy korzystać w codziennym życiu). Technologie wiele nam ułatwiają, ale też wiele mogą zabrać.



Niespełna roczne dzieci posługują się płynnie tabletem, jeszcze zanim nauczą się mówić i chodzić. Narzędzia medialne wykorzystywane są też powszechnie w procesie edukacji. Już w żłobkach dzieci korzystają z 'dywanów multimedialnych' czy 'multimedialnych ścian edukacyjnych'. Wydaje się, że od ciągłego korzystania z mediów nie ma już odwrotu, dlatego tak ważne jest, abyśmy umieli z nich właściwie korzystać i uczyć tego od najmłodszych lat.

O tym jak w bezpieczny sposób korzystać z różnego rodzaju mediów, selekcjonować informacje, rozpoznawać manipulacje w mediach, jak wykorzystywać narzędzia medialne w codziennym życiu, pracy w organizacjach pozarządowych, przedstawiciele Stowarzyszenia ESWIP uczyli się na seminarium „Media Platform” zorganizowanym we wrześniu w Debreczynie na Węgrzech.

Organizatorem seminarium była organizacja Hang-Kép Egyesület (Stowarzyszenie Dźwięku i Obrazu), która jest, tak jak Stowarzyszenie ESWIP członkiem Sieci European Youth4Media Network. Sieć zrzesza 53 członków (organizacji pozarządowych, ale też pierwszej instytucji tj. Uniwersytet w Kijowie) z 32 państw, przede wszystkim z krajów europejskich, ale również m.in. z Izraela, Jordanii czy Egiptu. ESWIP wstąpił do Sieci już ponad dekadę temu i od tego czasu bierzemy udział w działaniach Youth4Media jako partnerzy lub liderzy wspólnych projektów międzynarodowych (m.in. Elbląg okiem młodych, Polityki społeczne europejskiej jakości, Lights, Camera, realActions i in.). Sieć działa w obszarze mediów społecznych, na rzecz rozwoju społeczeństwa obywatelskiego, a jej głównym celem jest edukacja i praca z młodzieżą oraz 'dawanie głosu młodym ludziom poprzez media cyfrowe'.

W spotkaniu w Debreczynie brało udział blisko 30 przedstawicieli z Armenii, Ukrainy, Estonii, Finlandii, Macedonii, Rumunii, Niemiec, Tunezji, Egiptu, Polski i Węgier. Seminarium i warsztaty medialne poprzedzone były walnym zgromadzeniem członków Sieci, które odbywa się rokrocznie w różnych miejscach Europy, zależnie od tego, kto jest gospodarzem spotkania. W codziennej pracy mało jest okazji na spotkanie się w tak szerokim gronie, dlatego walne zgromadzenie służy nie tylko wyborom nowego zarządu Sieci, ale jest również okazją do zaplanowania kolejnych wspólnych działań i czasem na ewaluację zrealizowanych projektów.

Podczas zorganizowanego seminarium mieliśmy okazję poznać się wzajemnie (nigdy nie udało się jeszcze spotkać w pełnym składzie wszystkich organizacji, ze względu na wielkość Sieci, a ciągle dochodzą nowi członkowie), dzięki zorganizowanemu NGO Fair – mini targi organizacji, na których prezentowaliśmy swoje działania, dzieliliśmy się naszym doświadczeniem oraz dzięki Intercultural Night, gdzie pokazywaliśmy kulturę naszych krajów czy regionów, w których żyjemy. Jak to zwykle bywa przy okazji tego typu wydarzeń, dużą porcją wiedzy można uzyskać przy okazji spotkań poza formalnych w tzw. kuluarach i jest to ogromna wartość dodana naszych wyjazdów.

Spotkania i zorganizowane warsztaty były też czasem na wymianę doświadczeń w nieformalnej edukacji młodzieży, w edukacji medialnej: poznaliśmy nowe narzędzia i metody pracy z młodymi ludźmi. Mieliśmy okazję odwie-

dzić znakomicie wyposażone centrum medialne dla młodzieży w Debreczynie BűvösVölgy Debrecen (rządowy projekt prowadzony przez lokalną instytucję), które odniosło na tyle duży sukces, że bliźniacze ośrodki powstają obecnie w całym kraju. Na co dzień centrum medialne współpracuje wyłącznie ze szkołami, które przywożą tu uczniów na wycieczki edukacyjne. Byliśmy pierwszą delegacją organizacji pozarządowych, która odwiedziła to miejsce, co być może zaowocuje nową współpracą międzysektorową w Debreczynie.

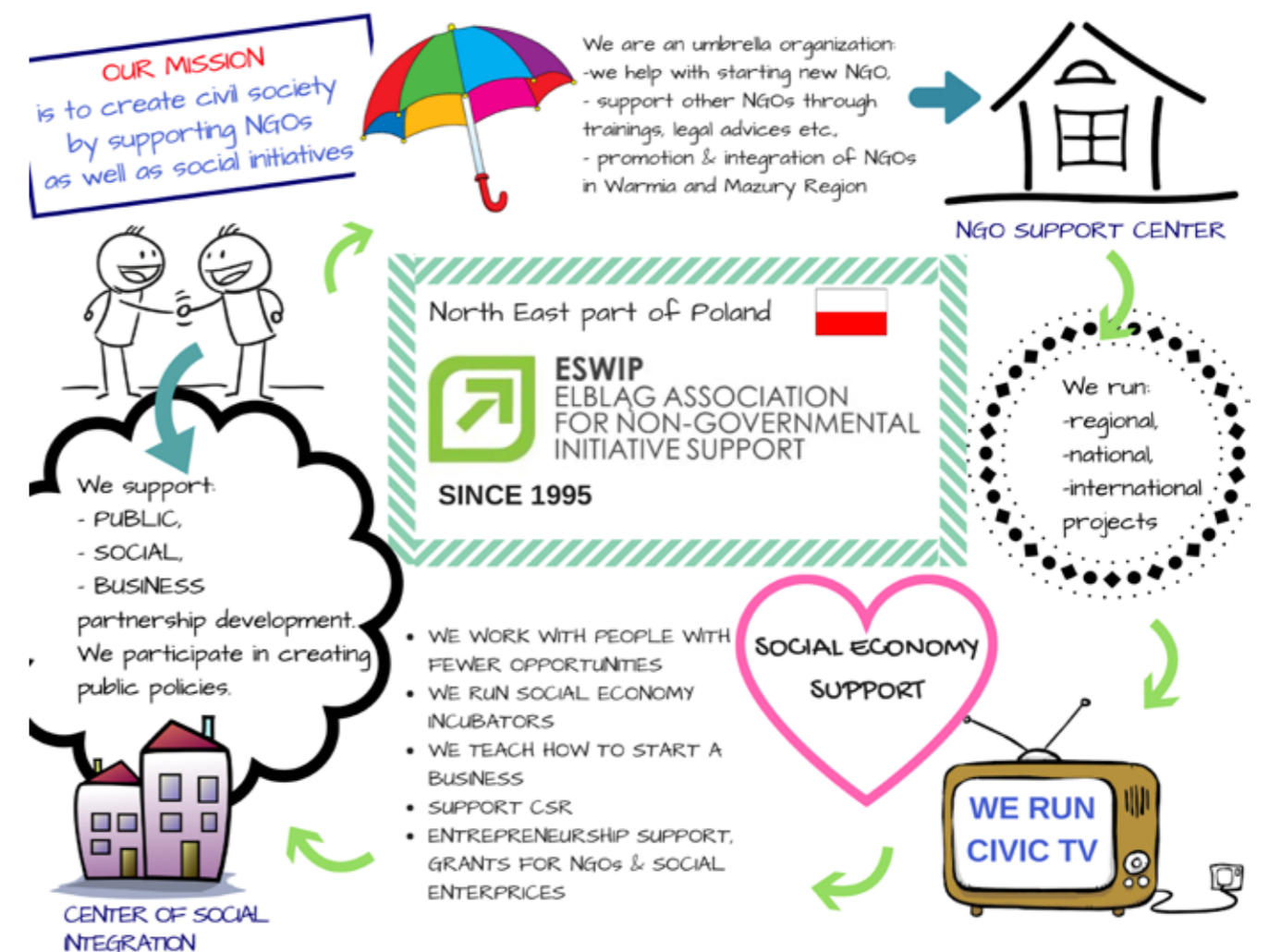
Mimo, że uczestnicy seminarium pochodzili często z bardzo różnych krajów, mieliśmy ze sobą zaskakująco dużo wspólnego. Postępująca globalizacja sprawia, że więcej nas ze sobą łączy, niż dzieli. Również jeśli chodzi o edukację medialną i problemy, które napotykamy przy powszechnym korzystaniu z mediów. Wszyscy uczestnicy byli zgodni,



co do tego, że zbyt dużo czasu spędzamy w świecie wirtualnym, a coraz mniej w rzeczywistym i niestety odbija się to na relacjach międzyludzkich.

Szansą na rozwiązanie wielu problemów jest tu edukacja, która dawałaby wskazówki na temat jak być odbiorcą, ale i nadawcą komunikatów medialnych. Nie możemy poprzestać jedynie na rozwijaniu kompetencji krytycznego konsumenta, a powinniśmy starać się wy-

kształcić także krytycznych nadawców, ponieważ zdobycie medialnej praktyki pozwala poznać mechanizmy rządzące mediami, a wiedza ta pomoże szerzej rozwinąć kompetencje krytycznego odbiorcy. Mając potrzebną wiedzę, jesteśmy w stanie bardziej selekcjonować komunikaty medialne i podejmować bardziej świadome decyzje, również odnośnie czasu, jaki chcemy poświęcić na świat wirtualny.



WIATR W ŻAGLE – REJS KU ŻYCIOWEJ PASJI

Rafał Narnicki

W tym roku po raz piętnasty wręczono nagrodę oraz wyróżnienia w Konkursie im. dr Aleksandry Gabrysiak na najlepszą inicjatywę elbląskich organizacji pozarządowych. Wydarzenie było wyjątkowe nie tylko z racji swojego jubileuszu. Po raz pierwszy autorzy najlepszej inicjatywy odebrali laur podczas specjalnie na tę okazję przygotowanej gali, która odbyła się w sali koncertowej Zespołu Państwowych Szkół Muzycznych w Elblągu. Statuetkę Prezydenta Elbląga oraz nagrodę finansową odebrali członkowie Stowarzyszenia Inicjatyw Rodzinnych – autorzy projektu *Wiatr w Żagle*.



POTRZEBA MATKĄ... PROJEKTÓW

Elbląg nie jest dużym miastem. Osoby pracujące w stowarzyszeniach, szkołach i innych instytucjach, realizujących projekty na rzecz dzieci i młodzieży zazwyczaj się znają. W taki sposób zrodziła się współpraca między Stowarzyszeniem Inicjatyw Rodzinnych (SIR) i Szkoły Podstawowej nr 4. Kiedy realizowany przez SP 4 w Elblągu projekt Ocean Wrażeń dobiegł końca, dla ówczesnej dyrektor, Hanny Szuszkiewicz oczywistym było, że pomysł na rozbudzenie w uczniach żeglarskich pasji musi mieć swoją kontynuację. Była nią realizowana przez SIR i SP 4, pierwsza edycja Wiatru w Żagle. Jego pomysłodawczynią i matką chrzestną bez wątpienia jest Pani Szuszkiewicz – mówi Beata Wachniewska-Mazurek, prezes Stowarzyszenia Inicjatyw Rodzinnych. Ewaluacja pierwszej odsłony projek-

tu ujawniła potrzebę rozszerzenia go w przyszłości. Choć filarem projektu pozostały zajęcia żeglarskie, to nie były one celem same w sobie. Jest nim wspieranie rozwoju dzieci oraz kształtowanie postaw obywatelskich.

Do mieszczącej się w centrum Elbląga SP 4 uczęszcza, spośród wszystkich elbląskich szkół, najwięcej uczniów z rodzin objętych wsparciem Miejskiego Ośrodka Pomocy Społecznej. Burzy to stereotyp dotyczący wielu miast, których centra zamieszkują lepiej sytuowane finansowo rodziny, a te mniej zamożne, mieszkają na peryferiach. Również w elbląskim śródmieściu wiele dzieci potrzebuje wsparcia, opieki i uzupełnienia oferty zajęć pozaszkolnych.

Druga edycja Wiatru w Żagle poszerzyła się także o liczbę partnerów, do których dołączyła Szkoła Podstawowa nr 25 w Elblągu. - To placówka bardzo otwarta na współpracę z organizacjami pozarządowymi, zwłaszcza jeśli chodzi

o wspierania i rozwój dzieci. Podobnie jak SP 4, widzi rolę szkoły o wiele szerszej: jest miejscem nie tylko edukacji, ale również przestrzenią dla aktywności społecznej – mówi Beata Wachniewska-Mazurek. SP 25 jest placówką integracyjną, do której uczęszczają uczniowie o szczególnych potrzebach pedagogiczno-psychologicznych.

- Zajęcia żeglarskie to skuteczna forma wsparcia zwłaszcza dla tych dzieci, które mają problemy z nadpobudliwością i trudności z koncentracją – wyjaśnia prezes SIR.

SPORT, W KTÓRYM WSZYSCY SĄ RÓWNI

Podobnie jak w czasie lekcji, na zajęciach żeglarskich spotykają się uczniowie z rodzin o różnym stopniu zamożności z rodzin pełnych i niepełnych. Status materialny nie jest jedyną przesłanką do wspierania danej grupy

WIATR NIE TYLKO W ŻAGLE

W ramach projektu odbywają się również warsztaty z psychologiem i pedagogiem. Dzieci uczą się radzenia sobie z emocjami i stresem, budują zdrową samoocenę. Wzmacniają kompetencje społeczne i umiejętności interpersonalne. Tytułowe żagle są rozumiane bardzo szeroko i uczestnicy nabierają w nie wiatr na wielu płaszczyznach.

Pilotażowo w „Czwórce” zainicjowano również wolontariat. W szkole funkcjonuje już koło Caritas. To wolontariat charytatywny. Natomiast koło wolontariatu „Starszy Brat Starsza Siostra” ma rozwijać wzajemną pomoc między uczniami. Pomysł polega na tym, że dzieci ze starszych klas pomagają młodszym kolegom w odrabianiu lekcji. Na zajęciach jest obecny nauczyciel, lecz jego rolą jest dbanie o bezpieczeństwo uczniów. Takie rozwiązanie jest też odpowiedzią na likwidację wielu świetlic popołudniowych. Często również uczniowie mogą pomóc kolegom tam, gdzie rodzice nie mają takiej możliwości. Na przykład w nauce języka angielskiego. Nie każdego rodzica stać na dodatkowe zajęcia językowe. Kiedy rozmawiam z panią dyrektorką, mówi mi, że dzieciaki, kiedy mijają się na korytarzu, to się witają – te starsze z młodszymi. To pomaga budować

relacje nie tylko w obrębie klasy, ale także pomiędzy klasami. Tworzy się społeczność. To jest zaczątek do budowania społeczeństwa obywatelskiego, poczucia wspólnoty i tworzenia czegoś razem, poczucia sprawczości i wzajemnego pomagania. Bez oczekiwania, że wszystko rozwiąże i da system, tylko że my sami, jako wspólnota, jesteśmy w stanie sami sobie pomagać oddolnie. To jest taka nauka postaw obywatelskich w praktyce – mówi prezes SIR.

Kolejnym działaniem w ramach projektu była zorganizowana przez SP 4 debata międzyszkolna „Sto argumentów za współczesnym patriotyzmem na 100 lecie odzyskania niepodległości”, która odbyła się 8 listopada 2018. Do udziału w niej zaproszono uczniów klas czwartych i starszych ze wszystkich elbląskich szkół. Celem tej inicjatywy było uczenie dzieci jednej z najważniejszych kompetencji obywatelskich: przygotowania się merytorycznie do wypowiedzi, a potem zabrania publicznie głosu. Argumenty były przygotowywane przez samych uczniów, przy niewielkim wsparciu nauczycieli.

Owoce projektu jest również Klub Sportowy HART, który zainicjował swoją działalność w październiku 2018 r.

- Nie traktujemy sportu w kategoriach zawodowych, czy wyczynowych, ale jako narzędzie rozwiązywania problemów społecznych. Odwołujemy się do idei sportu wrażliwego społecznie,



będącego narzędziem wspierającym rozwój dziecka – mówi Beata Wachniewska-Mazurek. Celem założenia klubu jest stałe, systemowe wspieranie dzieci. Zajęcia żeglarskie nie są najtańsze. Wymagają wypożyczenia sprzętu, dodatkowych ćwiczeń na basenie.

- Nawiązaliśmy współpracę ze starostwem powiatowym oraz kierownikiem Stacji Wodnej w Nadbrzeżu. Dzięki temu możemy wypożyczać sprzęt po niższych cenach. Nadal jest to dla nas spore obciążenie, ale mamy dostęp do infrastruktury. Kiedy warunki pogodowe nie pozwalają na żeglowanie, dzieci mogą uczyć się konserwowania i przechowywania sprzętu, pójść do bosmana na herbatę, zobaczyć mapy pogodowe i uczyć się znaków – wylicza Beata Wachniewska-Mazurek. Stowarzyszenie Inicjatyw Rodzinnych deklaruje, że będzie zabiegać o dofinansowanie kolonii, obozów, wyjazdów na regaty oraz samych zajęć, tak, by droga do Klubu była otwarta dla każdego.

- Wszystkie dzieciaki potrzebują wsparcia, a sport jest do tego wspaniałym narzędziem. Zajęcia żeglarskie mają tak dużo atutów, mogłabym wymieniać godzinami. Posiadanie w życiu pasji – to jedna z bardzo ważnych rzeczy, których uczy sport. To nie jest tylko kwestia zdrowia fizycznego, tu również chodzi o naszą osobowość i różne sfery naszego życia – dodaje prezes SIR.



NAGRODA IM. DR GABRYSIAK

Członkowie SIR podkreślają, że nagroda w Konkursie im. dr Aleksandry Gabrysiak ma dla nich znaczenie symboliczne. Bardzo ważna jest dla nich osoba patronki konkursu, jej życiowa postawa i wartości, którym hołdowała.

- Projekty od strony „wewnętrznej” to bardzo ciężka praca: ich pisanie, rozliczanie, dokumentowanie, organizacja różnych zajęć, niejednokrotnie nieprzespane noce, troska o to, by dzieciakom zapewnić jak największe bezpieczeństwo, by niczego im nie brakowało, żeby

były po prostu szczęśliwi. To działalność, której zaplecza nie widać, więc myślę, że to jest nagroda za społeczną pracę całego zespołu i ludzi, którzy przy tym pracują – tłumaczy Beata Wachniewska-Mazurek. Laureat otrzymał także nagrodę finansową w wysokości dwóch tysięcy złotych, ufundowaną przez Fundację Elbląg oraz Stowarzyszenie ESWIP.

- Kwota zostanie przeznaczona na działalność klubu sportowego HART – dodaje prezes.

ZOSTAŃ MECENASEM MISTRZA ŻEGLARSTWA

Dzięki temu, możesz wesprzeć młodych adeptów żeglarstwa – zachęca Wachniewska-Mazurek. Taki mecenat polega na opłaceniu przez rok comiesięcznej składki jednego z uczestników w wysokości 140 zł. Opłata za udział w zajęciach jest równa tylko kosztom ich organizacji. Dzięki wsparciu mecenasa młody uczestnik będzie mógł kontynuować rozwijanie swojej pasji. Z taką osobą zostanie podpisana umowa i - za zgodą rodziców - Stowarzyszenie będzie informować o sukcesach podopiecznego. Takie wsparcie mogą zaoferować zarówno osoby prywatne, jak i firmy, czy instytucje.

- SIR ma osobowość prawną, działa w sferze pożytku publicznego, więc wpłaty na ten cel można również odliczyć od podstawy opodatkowania – zaprasza Beata Wachniewska-Mazurek.



PRZEPIS NA SUKCES

Edyta Karpińska

NEOS z gminy Płoskinia to pierwsza spółdzielnia socjalna osób prawnych w powiecie braniewskim. Co spośród innych podmiotów ekonomii społecznej wyróżnia ten rodzaj przedsiębiorstwa? Jego założycielami nie są osoby fizyczne, ale np. organizacje pozarządowe, czy jednostki samorządu terytorialnego. Celem działalności spółdzielni socjalnej jest stworzenie miejsc pracy dla osób będących poza rynkiem pracy (mi.in. długotrwale bezrobotnych, osób z niepełnosprawnościami). W przedsiębiorstwie powołanym przez osoby prawne ciężar organizacji nowej firmy, poszukiwania klientów i zdobycia wystarczającej liczby zleceń, spoczywa na założycielach.

Spółdzielnię Socjalną NEOS utworzyły Urząd Gminy Płoskinia oraz Ochotnicza Straż Pożarna w Dąbrowie. Władze samorządowe, które wyszły z inicjatywą założenia przedsiębiorstwa, zwróciły się do Powiatowego Urzędu Pracy w Braniewie z pytaniem o możliwość dofinansowania utworzenia miejsc pracy. Zastępczyni Dyrektora UP, pani Agnieszka Zdanowicz jest członkinią powiatowego zespołu ds. rozwoju ekonomii społecznej w powiecie braniewskim, którego pracę koordynuje Inkubator Przedsiębiorczości w Braniewie. Właśnie do IPS, prowadzonego przez Stowarzyszenie ESWIP skierowała urzędników z Płoskini. W ten sposób grupa inicjatywna została objęta wsparciem Ośrodka Wspierania Inicjatyw Ekonomii Społecznej w Elblągu.

Jesteśmy na początkowym etapie tworzenia spółdzielni. Potrzebujemy fachowej pomocy przy stworzeniu jej statutu i biznesplanu. Chcemy, by było to wielobranżowe przedsiębiorstwo społeczne, ukierunko-

wane na prowadzenie usług opiekuńczych i komunalnych. Serwis gastronomiczny skupiać się będzie przede wszystkim na przygotowywaniu posiłków dla uczniów miejscowej szkoły. Wraz z rozwojem działalności planujemy docierać z naszą ofertą poza teren gminy Płoskinia, do szkół, urzędów gminy, przedsiębiorstw i osób indywidualnych, w tym podopiecznych ośrodków pomocy społecznej – taki był zamysł członków ówczesnej jeszcze grupy inicjatywnej na funkcjonowanie spółdzielni. Lokalne potrzeby oraz nisze rynkowe były zbadane, a pomysł na spółdzielnię przemyślany. Po podpisaniu umowy, grupa została objęta szerokim wsparciem doradczym, przygotowującym do rozpoczęcia działalności gospodarczej.

Nasze pierwsze spotkanie odbyło się w Urzędzie Gminy w Płoskini w połowie lutego br. Uczestniczyli w nim przedstawiciele Ochotniczej Straży Pożarnej oraz Urzędu Gminy, w tym Wójt, Zbigniew Kowalski. Podczas spotkania omówiłam proces przygotowania do

ubiegania się o wsparcie w ramach Funduszu Przedsiębiorczości Społecznej OWIES. Wszyscy byliśmy świadomi, że grupę czeka wiele ciężkiej pracy – wyjaśnia Edyta Karpińska, doradca klubowy OWIES. Ważne jest, by w takich spotkaniach uczestniczyły osoby decyzyjne - wójtowie, burmistrzowie, starości, prezesi organizacji pozarządowych. Te osoby decydują o kształcie statutu przedsiębiorstwa, delegują pełnomocników do zarządu - dodaje.

Kiedy założycielem spółdzielni socjalnej jest jednostka samorządu terytorialnego istotne jest, by Rada Gminy lub Rada Powiatu posiadała jak najpełniejszą wiedzę na temat procedury tworzenia przedsiębiorstwa oraz wynikających z tego korzyści i obowiązków. Właśnie ten organ uchwałą powołuje spółdzielnię i zatwierdza jej statut. W przypadku Spółdzielni Socjalnej NEOS odbyło się to już podczas pierwszej sesji, po spotkaniu grupy inicjatywnej ze mną jako doradcą. Projekt statutu został zatwierdzony przez Radę Gminy Płoskinia, co umożliwiło pracę nad dokumentami niezbędnymi do zarejestrowania spółdzielni w Krajowym Rejestrze Sądowym oraz Rejestrze Przedsiębiorców.

W tym samym czasie pełnomocnicy założycieli NEOS rozpoczęli cykl spotkań z doradcami: biznesowym, prawnym oraz interpersonalnym. To bardzo duży wysiłek. 60 godzin doradczych to minimum, jakie realizuje grupa inicjatywna. Spotkania trwają nawet do 6 godzin i znalezienie na nie czasu, pośród codziennych obowiązków zawodowych i rodzinnych, jest nie lada wyzwaniem. Anna, Beata, Dorota i Joanna - pełnomocniczki Urzędu Gminy Płoskinia i OSP - pracowały nad dokumentami założycielskimi spółdzielni i tymi wymaganiami przy ubieganiu się o dotację



z OWIES. Oprócz pracy z doradcami, panie uczestniczyły także w Szkole Liderów i Animatorów Ekonomii Społecznej oraz w szkoleniach dotyczących np. aspektów księgowych i prawnych działalności spółdzielni socjalnej. Wyteżona praca przyniosła efekty. Po niespełna półtora miesiąca od momentu podpisania umowy na wsparcie, grupa złożyła dokumenty rekrutacyjne do Funduszu Przedsiębiorczości. Weryfikacja Komisji Oceniającej Wnioski była pozytywna. Jeśli ktoś myśli, że prezentacja przed KOW to tylko formalność, jest w błędzie. Ubiegający się o dotację spotykają się z trzema niezależnymi doradcami, których muszą przekonać, że ich pomysł na przedsiębiorstwo społeczne opiera się na przemyślanym planie, kompetencjach niezbędnych do zarządzania spółdzielnią, zespole wykwalifikowanych pracowników oraz produktach lub usługach możliwie najwyższej jakości. Sprawdzianem dla osób, które miały pracować jako animatorzy, były zajęcia z dziećmi w świetlicach. Kandydatki do pracy w usługach gastronomicznych, by oferta spółdzielni jak najpełniej odpowiadała potrzebom klientów, testowały efekty pracy w kuchni korzystając z pomocy uczniów, jako degustatorów. To dzieci uczęszczające do miejscowej szkoły miały korzystać z przygotowywanych przez pracowników NEOS posiłków.



Kolejne dwa tygodnie zajęło doprecyzowanie biznesplanu. Kolejny „egzamin” odbył się w maju. Na tym etapie oceniano pomysł na biznes, sprawdzając każdy aspekt planowanej działalności przedsiębiorstwa. Opinia Komisji była pozytywna i otworzyła grupie drogę do otrzymania dotacji. Myliłby się jednak każdy, kto uważał, że najtrudniejsza praca została już wykonana i nieprzespane noce przechodzą do historii. Teraz należało złożyć dokumenty do Krajowego Rejestru Sądowego i czekać na zarejestrowanie spółdzielni. Kiedy w czerwcu cierpliwość została wynagrodzona pomyślną wiadomością z KRS, podpisano umowę na przekazanie dotacji. Przyszedł czas na zakup sprzętu i materiałów ujętych w biznesplanie. - Doradca kluczowy był do stałej dyspozycji członków zarządu Spółdzielni Socjalnej NEOS i reagował na wszelkie ich potrzeby. Czasami wystarczyła krótka rozmowa, innym razem potrzebne było doradztwo specjalistyczne. Członkowie spółdzielni mówili, że bez takiego wsparcia nie byłoby w stanie w tak krótkim czasie profesjonalnie przygotować się do prowadzenia przedsiębiorstwa społecznego. Z perspektywy pierwszego półrocznej działalności NEOS widzę, jak potrzebne było „prowadzenie za rękę” naszej grupy i że warto było włożyć tyle wysiłku i zarwać tyle nocy, by zrealizować nasz plan – mówi Beata Rycko, Prezes spółdzielni.

W ramach swojej działalności przedsiębiorstwo świadczy usługi cateringowe podczas wesel, chrzców, przyjęć urodzinowych, lokalnych uroczystości,

a przede wszystkim zapewnia ciepłe posiłki uczniom szkół podstawowych w Płoskini i Chruścielu. Serwuje również obiady regeneracyjne pracownikom lokalnych firm. Spółdzielnia jest wykonawcą usług komunalnych na rzecz Urzędu Gminy Płoskinia: pielęgnacja terenów zielonych, koszenie boisk, odśnieżanie chodników. Oferta przedsiębiorstwa uatrakcyjnia także lokalne wydarzenia dzięki dmuchanemu zamkowi, który dla młodszych dzieci jest najważniejszym elementem festynów.

Na pochwałę zasługuje bez wątpienia zaangażowanie w powstanie i rozwój spółdzielni Wójta Gminy Płoskinia - Pana Zbigniewa Kowalskiego. Dzięki jego wsparciu przedsiębiorstwo korzysta z wyremontowanej kuchni w budynku szkoły podstawowej. Samorząd, będący jednym z założycieli przedsiębiorstwa, daje wiele dowodów odpowiedzialności za jego rozwój.

NEOS jest pierwszą spółdzielnią socjalną osób prawnych, która powstała w powiecie braniewskim. Mam nadzieję, że szlakiem przetartym przez Urząd Gminy Płoskinia podążą pozostałe samorządy i tworząc przedsiębiorstwa społeczne będą wypełniać nisze na lokalnym rynku produktów i usług, a przede wszystkim tworzyć stabilne miejsca pracy, pozwalające na integrację społeczną i zawodową nie tylko samych pracowników, ale również ich rodzin i całej społeczności lokalnej.

WARZYWNIK. OD SERCA DLA SERCA

Wojciech Jankowski

We wszystko co robimy wkładamy serce i dobre składniki. Inaczej nie dałoby rady... takie już jesteśmy. Cieszymy się, że pasję możemy łączyć z codzienną pracą zawodową – to chyba najlepsza z możliwych kombinacji. Poza tym, myślę, że to nasz przepis na sukces – stwierdza z uśmiechem Julia Dubicka, prezes Fundacji Porcja Dobra. Zapraszam do rozmowy na temat pasji, dobrych smaków i biznesie.



Wojtek: Skąd pomysł na catering warzywnik?

- Radość gotowania, różnorodność, świeżość warzyw i dzielenie się przyjemnością jedzenia tworzą to miejsce. To odpowiedź na potrzeby klientów, którzy są ciekawi nowych doznań smakowych. Pomysł, aby pasja ewaluowała w biznes narodził się w mojej głowie i początkowo sama rozpoczęłam realizację tego przedsięwzięcia – mówi Julia Dubicka – prezes Fundacji. Niedługo potem, podczas uczestnictwa w szkole Menadżerów NGO organizowanej przez ESWIP, poznałam Iwonę. Zaprzyjaźniłyśmy się, połączyły nas wspólne wartości, w tym marzenia o pracy, jako miejsca realizacji swoich pasji i zaangażowania. Kiedy okazało się, że Iwona skończyła szkołę gastronomiczną, jest dietetykiem i do tego ma tak dużą rodzinę, że gotowanie dla 10 osób nie jest dla niej wyzwaniem, wiedziałam, że razem zrealizujemy wiele. I tak się stało, w ramach **Fundacji Porcja Dobra z Iławy**, gdzie powstało przedsiębiorstwo społeczne pod nazwą **Warzywnik** – stwierdza z uśmiechem Pani Julia.

Wojtek: Jak to się stało, że pasja połączyła się z pracą?

- Podczas realizacji pomysłu spotkałyśmy się z serdecznością wielu osób. Duże wsparcie w tworzeniu przedsiębiorstwa otrzymałyśmy w Inkubatorze Przedsiębiorczości Społecznej w Iławie. W ramach dofinansowania z projektu „Ośrodek Wsparcia Inicjatyw Ekonomii Społecznej w Elblągu” realizowanego na naszym terenie przez Elbląskie Stowarzyszenie Wspierania Inicjatyw Pozarządowych mogłyśmy zrealizować nasze marzenia – pozyskałyśmy pieniądze na start przedsiębiorstwa społecznego (czyli przedsiębiorstwa, które realizuje cele społeczne).

- Od 5 czerwca br. prowadzimy nasz catering. Podstawą naszej kuchni są warzywa i inne produkty roślinne, dzięki czemu nasze dania są zdrowe i pełnowartościowe. Nasze menu zawiera różnorodne, niespotykane kompozycje smaków i składników roślinnych. We wszystko co robimy wkładamy serce i dobre składniki.

- Chcemy zaoferować nowe podejście do żywienia – jako zaspokajania

nie tylko potrzeb fizjologicznych, ale i pobudzania ciekawości do próbowania znanych warzyw i owoców w nowej odsłonie. Dzięki dbałości o dobór naturalnych składników osoby m.in. na diecie bezglutenowej czy bez laktozy także znajdą w naszej ofercie wiele odpowiednich dań.

Wojtek: Czy posiadacie swój lokal, jak można składać zamówienia?

- Przyjmujemy małe indywidualne zamówienia, ale i realizujemy duże cateringi. Nasze posiłki dowozimy od poniedziałku do piątku w godzinach 11-15. Zależy nam na świeżych, różnorodnych daniach, które musimy dobrze zaplanować więc bazujemy na zamówieniach składanych z wyprzedzeniem. Z naszą ofertą można zapoznać się na facebooku fb.me/warzywnikcatering lub dzwoniąc do nas 533 123 411, zawsze można nas także odwiedzić na ul. Lubawskiej 3 w budynku IPB, gdzie również możliwy jest odbiór osobisty naszych posiłków.



INSPIRUJĄCA PRACA

Autorzy: Ola i Michał Grajewscy
Rozmowę spisała Anna Śledzińska

Tankuję na stacji – mijają mnie samochód z przyczepą, gdzie Wszystko Gra. Ręka sama się podnosi do machania. Oglądam domy na sprzedaż w okolicach Elbląga – na zdjęciach z powietrza widzę charakterystyczne logo na zaparkowanym samochodzie. Odpalam youtube, żeby posłuchać muzyki a w okienku obok gra mi elbląska inspiratornia... Jak oni to robią, kim są? Rozmawiamy z Olą i Michałem GRAJewskimi.



Ania: Czym dokładnie się zajmujecie? Co daje wam pieniądze?

Michał: Rozkręcamy imprezy. Uwieczniamy je w ruchomych obrazach. Edukujemy najmłodszych jak twórczo spędzać czas. Robimy to tak, żeby wszystko grało. I u nas i u naszych klientów.

Ola: Bardziej biznesowo – usługi w naszej ofercie są podzielone na trzy kategorie:

ANIMUJEMY, czyli organizujemy gry i zabawy podczas wesel, przyjęć rodzinnych, imprez integracyjnych. Oprócz tego prowadzimy konferencje albo program na scenie podczas festynów miejskich.

EDUKUJEMY - uczymy gry w szachy najmłodszych, prowadzimy warsztaty muzyczne i kuglarskie.

FILMUJEMY – tworzymy teledyski ślubne, filmy promocyjne dla firm, relacje z wydarzeń.

Ania: Skąd pomysł, z czego to się wzięło?

Ola: Od zawsze aktywnie włączaliśmy się w kulturalne życie Elbląga. Już jako dzieciaki organizowaliśmy różne przedsięwzięcia dla rówieśników. Wyrosliśmy w harcerskim środowisku. Później współpracowaliśmy z kilkoma lokalnymi organizacjami pozarządowymi aż w końcu na dłuższą metę zwiąaliśmy się z Inspiratornią, której teraz nadajemy główny nurt działań.

Michał: W każdej naszej działalności wolontariackiej zajmowaliśmy się najczęściej albo prowadzeniem zajęć edukacyjnych czy integracyjnych albo filmowaniem i robieniem zdjęć. Przez długi czas ograniczało się to tylko do hobby. Aż nadszedł taki dzień, kiedy pomyśleliśmy, że dobrze by było dzielić się naszymi zainteresowaniami i na tym zarabiać.

Ania: Jak wykorzystaliście wsparcie OWIES w rozwoju tego pomysłu? Co byłoby niemożliwe bez dotacji?

Michał: Kupiliśmy samochód, który umożliwił przewożenie sprzętu animacyjnego i stał się też mobilną reklamą. Nakleiliśmy na niego nasze logo, które zdecydowanie rzuca się w oczy i budzi pozytywne emocje. Ludzie często z daleka pokazują nam „kciuk w górę” i krzyczą głośno: Wszystko gra!

Bez wsparcia OWIES nie byłibyśmy w stanie nagrywać filmów ślubnych, bo porządny sprzęt filmowy jest bardzo drogi. Nasze kamery umożliwiają nagrywanie praktycznie w ciemności, a to duży atut podczas nagrywania wesel. Nie musimy używać lamp, które mogłyby popsuć klimat imprezy i onieśmielić gości. Dzięki temu jesteśmy prawie niezauważalni i możemy uwiecznić prawdziwe emocje.

Zakup drona okazał się również

strzałem w dziesiątkę. Nawiązaliśmy kontakt z firmami z różnych branż. Robimy na zamówienie ogrania z lotu ptaka dla różnych hoteli, spa i innych miejsc wypoczynku. Dla agencji nieruchomości robimy zdjęcia sprzedawanych domów i innych posiadłości.

Ania: Skąd się wzięło w waszej działalności jeżdżenie z przyczepą?

Ola: Uwielbiamy podróżować i często zmieniać otoczenie. Przyczepa okazała się spełnieniem naszych marzeń, a oprócz tego dzięki niej możemy łączyć pracę i wypoczynek. Często zdarza się tak, że pracujemy z dala od naszego miejsca zamieszkania. Dzięki przyczepie możemy połączyć pracę i odpoczynek w ciekawym miejscu. Na przykład prowadzimy animację zabaw dla dzieci podczas wesela w pięknym otoczeniu daleko od miasta, które kończą się często późno. Nie wracamy wtedy po nocy do domu, tylko zostajemy w okolicy i budzimy się od porannego śpiewu ptaków.

Również inne nasze obowiązki związane z pracą możemy wykonywać zdalnie, na przykład składać filmy w jakimś urokliwym miejscu z widokiem na morze.

Michał: Taka swoboda jest dla nas bardzo ważna również ze względu na Piotrusia, naszego syna, który jeździ z nami. Możemy łączyć pracę z wychowywaniem dziecka nie mając do siebie wyrzutów, że spędzamy razem zbyt mało czasu.

Ania: Czy wszystkie działania wykonujecie rodzinnie?

Michał: Nie tylko. W naszej organizacji pracują również inne osoby. Uzupełniamy się lub zastępujemy w obowiązkach. Często do tworzenia filmów jest potrzebnych dwóch kamerzystów.



Albo impreza na sto osób wymaga dwóch lub trzech animatorów. Dlatego jest z nami Karolina, Olek, Rafał i inni.

Ania: Jak wygląda waz typowy dzień?

Michał: Zaczynamy go najczęściej o 9.00. Spotykamy się z Karoliną i dzielimy pracę. Do ogarnięcia mamy najczęściej zrobienie porządku po imprezie z poprzedniego dnia. Ktoś z nas jedzie do magazynu rozładować rzeczy, od razu robi listę zużytych materiałów, które trzeba dokupić.

Ola: Przygotowujemy też rekwizyty i stroje na kolejną imprezę, np. tworzymy piniaty, przygotowujemy nowe zabawy, żeby miło zaskoczyć uczestników zabawy.

Montujemy też filmy. Przeglądamy ogrania, tniemy setki, dodajemy animacje. Poza tym przygotowujemy oferty dla kolejnych klientów, wisimy na telefonie ustalając szczegóły współpracy, spisujemy umowy, kompletujemy dokumentację. Ale też prowadzimy naszą stronę w mediach społecznościowych: udostępniamy nowe materiały, odpowiadamy na pytania śledzących nas osób. I tak do 13.

Michał: Później często pakujemy przyczepę i jedziemy na kolejną imprezę. Ola prowadzi animacje, a ja wybieram się z Piotrem na spacer po okolicach albo idę nagrywać wesele, a Ola spędza czas z małym. Jak to skończymy to zostajemy w okolicach w przyczepie do następnego dnia albo jeśli akurat mamy wolne to dłużej i uruchamiamy nasze zdalne biuro.

Ania: Jak to się stało, że trafiłście na youtube?

Michał: Oglądaliśmy przeróżne kanały dotyczące zwiedzania świata, kreatywnych zabaw z dziećmi czy naprawiania usterek w samochodzie. Stwierdziliśmy, że to kolejny fajny sposób, by dzielić się naszą pasją, a przy okazji dobra zabawa. Youtube jest teraz jednym z największych środków przekazu. Według raportów dotyczących mediów społecznościowych już połowa Polaków wchodzi codziennie na youtube. Ludzie lubią oglądać filmy nagrane nie przez gwiazdy showbiznesu, ale przez takich samych użytkowników jak oni. Dzięki temu zmniejsza się bariera między nadawcą a odbiorcą, a nasz ulubiony aktor-youtuber chętnie odpowie na pytania dotyczące filmu. Tworzy się społeczność, która skupia entuzjastów danej dziedziny, którzy dzielą się dobrymi radami i wzajemnie się wspierają.

Nasz kanał „Kapitan Przyczepa” jest skierowany głównie do osób, które chciałyby poznać temat caravanningu od strony technicznej.

Ania: Jakie korzyści daje wam bycie na youtube?

Ola: Na razie traktujemy to, jako przygodę. Ale od samego początku sprawia nam to frajdę. Jeszcze nie minęły trzy miesiące naszej aktywności, a już zebraliśmy społeczność ponad 8 tys. osób, które subskrybują nasz kanał! Ilość wyświetleń naszych filmów już daje nam realne korzyści finansowe za wyświetlanie reklam. Jednak traktujemy to jako dodatkowy bonus.

Michał: Przede wszystkim wymierną korzyścią są nowe kontakty z potencjalnymi klientami. W ramach niefi-

nansowej współpracy otrzymaliśmy na przykład akumulator czy nową stronę internetową. Dostaliśmy też zlecenia na nakręcenie filmów. Czerpiemy też wiele inspiracji na dalszy rozwój naszych usług. Co ciekawe, sporo osób prosi nas o sprowadzenie przyczepy z zagranicy albo o konsultacje przed zakupem.

Ania: Jakie macie zatem plany na rozwój?

Ola: Planujemy nagrywać więcej filmów z naszych podróży i odpowiadać na pytania naszych widzów. Tym samym poszerzymy grupę fanów kanału. Myślimy też o stworzeniu aplikacji z ciekawymi miejscami do odwiedzenia w Polsce z przyczepą. To jest również inspiracja od jednego z naszych fanów z youtube.

Ania: Czego wam życzyć?

Ola: Chcielibyśmy, żeby zima szybko się skończyła, żeby znowu można było podróżować z przyczepą (Ha! Ha! Ha!) Możecie trzymać za nas kciuki w rozwoju naszego kanału na youtube. Mamy jeszcze wiele pomysłów do zrealizowania i zajmujemy się tym w te mroźne dni.

Ania: Gdzie was można znaleźć?

Michał: Działamy w Elblągu. Korzystamy z OWIESowego biura coworkingowego na Związku Jaszczurczego 17 i tu można nas często spotkać. W każdej chwili zapraszamy na nasze strony internetowe: wszystkogra.org.pl i kapitan-przyczepa.pl

Ania: Dzięki za inspirującą rozmowę. Zapraszamy do dalszej współpracy z OWIESem!



CZY SKUTECZNA KOMUNIKACJA MOŻE BYĆ DOBRA I TANIA?

Mateusz Sztajne

Skuteczna komunikacja to nie tylko wysłanie informacji w przestrzeń, ale również efektywne dotarcie do planowanego odbiorcy. Informowanie o bieżących potrzebach organizacji jest istotne dla realizacji celów statutowych, ale wbrew pozorom, nie musi być kosztowne. Narzędzia i metody służące do tworzenia skutecznej, ale możliwie bezkosztowej internetowej kampanii reklamowej nie są skomplikowane – i warto wziąć je pod uwagę, kolejnym razem zastanawiając się, jak dotrzeć do szerszej grupy odbiorców.

Żadna organizacja nie może istnieć w próżni. Do realizowania celów statutowych potrzebne są zasoby w postaci finansów, pracowników, wolontariuszy i partnerów. Po etapie przygotowań potrzebni są także beneficjenci, na przykład w postaci odbiorców wydarzenia kulturalnego czy uczestników organizowanego przez nas szkolenia.

Ostatecznie na końcu każdego z tych celów stoi człowiek, do którego musimy dotrzeć z informacją. A żyjemy w trudnych czasach – jeszcze nigdy nie docierały do nas tak wielkie zasoby informacji. Według organizacji Sintech zajmującej się badaniami nad informacją, 90% zasobów danych zostało wytworzonych przez ostatnie dwa lata, podczas gdy pozostałe 10% przypada na pozostały okres historii ludzkości¹.

Chcąc dotrzeć do naszych odbiorców, musimy przebić się przez miliardy zdjęć z wakacji, miliony godzin filmów na Youtube i setki tysięcy przekazów biznesowych, zachęcających do zakupu produktów i usług.

W sytuacji, gdy internet staje się problemem, może jednocześnie stać się rozwiązaniem, a organizacje społeczne mogą łatwo skorzystać z dobrodziejstw dokładnego kierowania swoich komunikatów.

OBOWIĄZKOWE MIEJSCE W INTERNECIE (STRONA INTERNETOWA)

Posiadanie swojego adresu w internecie nie jest niczym innowacyjnym, lecz samo wrzucenie informacji do sieci już może dziś nie wystarczyć. Żeby nasz serwis internetowy przynosił użytkownikom

kom wartość, musi spełniać kilka podstawowych warunków:

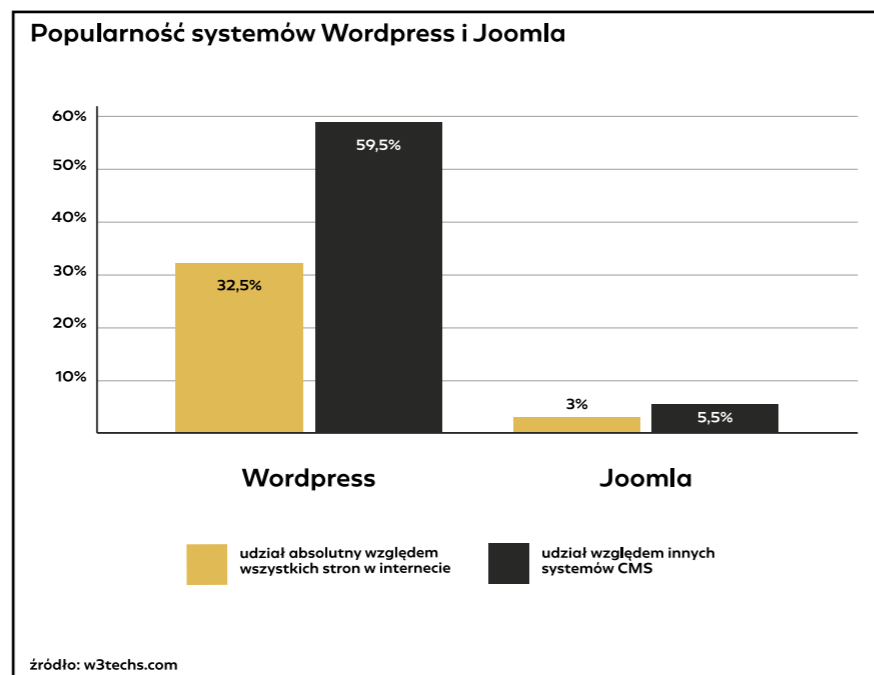
- być dostosowany do rozdzielczości ekranów mobilnych,
- dostarczać regularnie uzupełniane i aktualizowane informacje,
- być schludnie zaprojektowany, by niepotrzebnie nie odrzucał użytkowników przestarzałym wyglądem.

Stworzenie zaawansowanego serwisu internetowego jest czasochłonne i kosztowne. O ile na pierwszy czynnik nie mamy większego wpływu, o tyle z drugim możemy próbować powalczyć i ograniczyć wydatki.

Pewne koszty są nieuniknione: należą do nich hosting (średni koszt rzędu 100-150 złotych rocznie, zależny od dokładnej specyfikacji technicznej) oraz własna domena (średni koszt rzędu 50-150 złotych rocznie, zależnie od wybranego poziomu domeny). W produkcji serwisów internetowych

najdroższa jest praca programisty i grafika. Jednak w realiach małych i średnich organizacji społecznych ten koszt można zminimalizować, stosując gotowe rozwiązania do zarządzania treścią. Do najpopularniejszych należą Wordpress oraz Joomla. Oba systemy mają swoje wady i zalety, ale co jest ważne w obu przypadkach, posiadają również ogromne społeczności fanów, deweloperów i sympatyków, którzy codziennie rozwijają swoje ulubione platformy, służą pomocą w razie problemów i tworzą dodatkowe materiały i narzędzia rozszerzające możliwości, takie jak szablony i wtyczki.

Decyzję, na którą platformę się zdecydować można podjąć, na przykład analizując popularność obu systemów. Na Wordpressie działa ponad 34% wszystkich stron w internecie, podczas gdy druga pod względem popularności Joomla wspomaga zaledwie 3% serwisów.



1 <https://www.sintef.no/en/latest-news/big-data-for-better-or-worse/>

Dodatkowa wartość wytwarzana przez społeczność ma też inną korzyść – wiele udostępnionych materiałów jest darmowa – i w internecie można przebiegać w bezpłatnych wtyczkach i szablonach do obu platform. Godne polecenia mogą być takie serwisy jak Just Free Themes², własna baza Wordpressa³ czy darmowa sekcja komercyjnego portalu Template Monster⁴.

Z pomocą przy tworzeniu treści przychodzą także bazy darmowych zdjęć. Warte polecenia mogą być Pixabay.com, Pexels.com czy Gratisography.com. Przy korzystaniu z darmowych baz fotografii każdorazowo trzeba zwrócić uwagę na licencję pobieranych materiałów – darmowe nie zawsze bowiem oznaczają bez zobowiązań. Rodzajów licencji jest wiele, najbezpieczniejsze są utwory udostępnione w domenie publicznej (tzw. public domain license) oraz na licencji Creative Commons Zero (CC0) – tak opisane utwory pozwalają na dowolne wykorzystanie bez żadnych zobowiązań. Kolejna popularna licencja to CC-BY, czyli dozwolony użytek z podaniem oryginalnego autora. Każda inna licencja niestety wymaga każdorazowego sprawdzenia możliwych zastosowań.

Coraz istotniejszym elementem stron internetowych staje się certyfikat SSL zapewniający bezpieczeństwo użytkowników i dający gwarancję poufności przesyłanych danych. Niektóre przeglądarki zaczynają znakować strony nieposiadające certyfikatu jako potencjalnie niebezpieczne, a Google w swoim rankingu systematycznie obniża pozycję niecertyfikowanych stron. Sam certyfikat zazwyczaj jest kosztem, ale w nierozbudowanych serwisach można skorzystać na przykład z usługi Let's Encrypt⁵, pozwalającej na darmową certyfikację bezpieczeństwa. Let's Encrypt to darmowa, otwarta i legalna usługa tworzona przez specjalistów z organizacji tworzących i działających na rzecz otwartego internetu dostępnego dla każdego.

ZBIERANIE RUCHU W JEDNYM CELU (LANDING PAGE)

Landing page to szczególna forma strony internetowej. Jest stworzona wyłącznie w jednym celu i ukierunkowuje

użytkownika na wykonanie określonej przez nas akcji. Zdefiniowanie celu jest zależne wyłącznie od naszych potrzeb, przykładowo może być to zebranie zapisów na organizowane szkolenie, zachęcenie odbiorców do odpisania 1 procentu na rzecz konkretnej organizacji pożytku publicznego lub wypełnienie ankiety badającej potrzeby lokalnej społeczności.

Konstrukcja typowego landing page'a będzie zawierała w sobie kilka elementów:

- opowiedzenie o tym, co jest przedmiotem oferty,
- przedstawienie odbiorcy korzyści, które wyniesie korzystając z oferty,
- zaprezentowanie opinii innych użytkowników, którzy już skorzystali z oferty (tzw. social proof),
- umiejscowienie elementu, który w bezpośredni i łatwy sposób pozwala na skorzystanie z oferty.

Ostatni element, tak zwane „wezwanie do akcji” (z angielskiego „call to action”), najczęściej przyjmie formę przycisku, który przeniesie użytkownika do sklepu, formularza bądź ankiety.

Tworzenie landing page'y nie musi być skomplikowane. Wiele szablonów Wordpressa jest dedykowanych temu rozwiązaniu. Pomocne mogą też być szablony zbudowane w strukturze Bootstrap – z gotowymi wzorami dostępnymi np. w serwisie Startbootstrap⁶. Wprowadzenie zmian w szablonie zbudowane na Bootstrapie wymaga ingerencji w kod, natomiast ingerencja ta wymaga zaledwie podstawowej znajomości prostych komend HTML, które można poznać i zrozumieć w kilka godzin.

Przy pomocy dodatkowych narzędzi można zmierzyć, zbadać i zanalizować ilość ruchu kierowanego na landing page, źródła tego ruchu oraz współczynnik konwersji, czyli odsetek osób zachęconych do wykonania akcji.

Wielkie portale, takie jak Facebook i Google, udostępniają autorskie narzędzia do mierzenia skuteczności kampanii i badania grupy odbiorców. Od Facebooka dostajemy Facebook Piksela, który pozwala na mierzenie działań podjętych na stronie po przejściu z naszego fanpage'a. Z kolei Analytics od Google'a całościowo i jakościowo mierzy ilość użytkowników, uwzględniając ich dane

geodemograficzne, czas spędzony na stronie, ilość odsłon na podstronach, a także współczynnik konwersji, czyli ilość osób, których zainteresowała nasza oferta.

Obydwa narzędzia wymagają konfiguracji po stronie interfejsu dostawcy i instalacji krótkiego fragmentu kodu w strukturze strony.

To może wydawać się skomplikowane – ale wcale nie musi być. Poświęcając swój czas na zapoznanie się z powyższymi narzędziami, dajemy sobie i swojej organizacji szansę na lepszą komunikację, a co za tym idzie – skuteczniejsze działanie. Czasami wystarczy podstawowa wiedza techniczna, by obsłużyć intuicyjne interfejsy. Faktycznym problemem może być dostępność większości treści wyłącznie w języku angielskim. Tu z pomocą przychodzi Google Translate⁷, pozwalający na tłumaczenia stron internetowych w czasie rzeczywistym.

ROZMAWIAJMY Z INNYMI (PR)

Niezależną od marketingu działalnością jest public relations, czyli relacje z mediami. Nie jest niczym nowym w organizacjach, że informacje o działaniach wysyłane są w formie informacji prasowych do mediów. Warto jednak w tym procesie uwzględnić także nowe media i zmiany, które nastąpiły na rynku wydawniczym przez ostatnie lata. Tradycyjne media powoli tracą na swoim znaczeniu, a ich miejsce zastępują nowi liderzy opinii, wpływający na opinię publiczną. Tę rolę przejmują blogerzy i vlogerzy, którzy pod swoimi treściami gromadzą setki i tysiące lojalnych odbiorców, chętnych do naśladowania prezentowanych wzorców.

Warto przemyślenia jest nawiązanie współpracy z lokalnymi bądź tematycznymi liderami z Instagrama, Youtube'a lub Facebooka, którzy chętnie mogą wspomóc wartościowe inicjatywy. Problemem może być znalezienie odpowiedniej osoby do współpracy. Instytucjonalizacja marketingu influencerskiego jest w Polsce dopiero w powijakach i skupia się bardziej na współpracy z biznesem. Nie potrzeba jednak zorganizowanych baz danych do znalezienia odpowiednich influencerów.

2 <https://justfreethemes.com/>

3 <https://wordpress.org/themes/browse/popular/>

4 <https://www.templatemonster.com/free-wordpress-themes.php>

5 <https://letsencrypt.org/>

6 <https://startbootstrap.com/template-categories/landing-pages/>

7 <https://translate.google.com>

Pomocne mogą być grupy facebookowe, takie jak Social Media⁸, Social Media Research (PL)⁹, a także własne rozeznanie rynku. Ciekawym rozwiązaniem wydaje się usługa BrandBuddies¹⁰, gdzie marki mogą przeglądać zarejestrowanych influencerów w celu wzajemnego poznania. Co ważne, w przypadku obu facebookowych grup warto zwrócić na obowiązujące regulaminy – z racji sporej ilości zapytań, w grupach obowiązują spisane, surowe zasady tworzenia postów.

Szukając chętnego do współpracy influencera powinniśmy zastanowić się nad tym, czego dokładnie od niego oczekujemy. Możliwość współpracy jest sporo – od wspomnienia o naszej akcji,

zarekomendowania udziału bądź wsparcia, kierowania ruchu bezpośrednio na nasz landing page, bądź bardziej wizerunkowej reklamy – i kierowania ruchu na nasze własne kanały komunikacji, takie jak strona internetowa bądź profile w mediach społecznościowych.

Co więcej, wbrew powszechnej opinii, influencerem nie musi być osoba fizyczna. Może to być zarówno rozpoznawalna organizacja pozarządowa, popularna marka biznesowa, jak i nawet szkoły czy uczelnie.

Ważnym argumentem w rozmowie z liderami opinii może być obopólna korzyść. Wspieranie organizacji społecznych i istotnych wartości obywatelskich jest modne i korzystne wizerunkowo,

a organizacji daje to potrzebny zasięg i dotarcie z informacją do grupy docelowej.

Używając opisanych powyżej narzędzi i metod, łatwiej przebijemy się przez informacyjny chaos. Po krótkim zapoznaniu z narzędziami i technologiami wiele rzeczy związanych z komunikacją w internecie można wdrożyć samodzielnie. A warto zadbać w swoich organizacjach o nietradycyjne sposoby dotarcia do potencjalnych odbiorców – bo dobrze wykonana internetowa kampania reklamowa może zagwarantować sukces w realizowaniu projektów społecznych – z korzyścią dla organizacji i świata.

8 <https://www.facebook.com/groups/socialmediaPL/>

9 https://www.facebook.com/groups/1610974579207342/?ref=br_rs

10 https://www.brandbuddies.pl/how_it_works

UPIECZ DWIE PIECZENIE NA JEDNYM OGNIU - O KLAUZULACH SPOŁECZNYCH

Monika Pabijańska

Klauzule społeczne w zamówieniach społecznych - sam ten zwrot brzmi tak, że nie chcemy zgłębiać tematu dalej. Ale za chwilę okaże się, że są to łatwe i pożyteczne rozwiązania, z których skorzystać może każdy samorząd, a niektóre już od lat korzystają!

CO TO JEST KLAUZULA SPOŁECZNA?

- to instrument, który pozwala uwzględnić realizację ważnych celów społecznym przy zamówieniach publicznych;
- fundamentem mechanizmu jest pogląd, że wydatki finansowane ze środków publicznych na pozyskanie towarów lub usług, mogą jednocześnie sprzyjać osiągnięciu korzyści społecznych;
- początek temu dały unijne dyrektywy w 2004 roku;
- polska wprowadziła klauzule społeczne

w 2009 roku w ustawie Prawo zamówień publicznych.

Wykorzystanie klauzuli społecznej w postępowaniu oznacza zastrzeżenie dodatkowych warunków.

JAKIE MOGĄ BYĆ DODATKOWE WARUNKI W POSTĘPOWANIU (KLAUZULE SPOŁECZNE)?

W polskiej ustawie występują 4 klauzule: zastrzeżona, zatrudnieniowa, pracownicza i usługowa.

Zastrzeżona pozwala na ograniczenie postępowania w kwestii zamówień publicznych do podmiotów, gdzie:

- min. 30% zespołu to osoby zagrożone wykluczeniem: niepełnosprawne, opuszczające zakłady karne itp.
- są zakładami pracy chronionej lub podobnymi.

SKĄD KLAUZULA?

Ponieważ fakt, że podmioty zatrudniające osoby niepełnosprawne prowadzą jednocześnie rehabilitację zawodową i społeczną tych osób, może zmniejszać ich konkurencyjność na

otwartym rynku. Stąd ułatwienie w dostępie do zamówień publicznych.

Klauzula zatrudnieniowa pozwala na wprowadzenie wymogu w stosunku do wykonawcy, aby zatrudnił osoby mające utrudniony dostęp do rynku pracy: niepełnosprawni, młodociani, bezrobotni.

Skąd klauzula?

W ten sposób środki publiczne wydatkowane są nie tylko na zamówienie towarów lub usług, ale też na rozwiązanie problemu, za który odpowiedzialność biorą instytucje publiczne: powrót na rynek pracy osób z utrudnionym do niego dostępem.

Klauzula usługowa pozwala na zastrzeżenie, że w postępowaniu na wskazane w ustawie usługi zdrowotne, społeczne i kulturalne mogą wziąć udział jedynie organizacje spełniające określone warunki. Wśród warunków znajdują się między innymi: działalność w zakresie pożytku publicznego, prowadzenie działalności non-profit czy warunek współzarządzania przez pracowników.

Klauzula pracownicza stanowi wyjątek wśród innych, ponieważ jest obligatoryjna. Zamawiający musi prze-

analizować przedmiot każdego zamówienia na usługi i roboty budowlane pod kątem czynności wymagających zatrudnienia na umowę o pracę. Jeżeli takie występują, to zamawiający musi zażądać od wykonawcy, aby do realizacji tych czynności zatrudnił pracowników na umowy o pracę.

JAK STOSOWAĆ KLAUZULE?

ZASTRZEŻONA I USŁUGOWA:

- klauzulę uwzględnia się przynajmniej w ogłoszeniu o zamówieniu oraz specyfikacji istotnych warunków zamówienia, wykonawca musi spełnić warunki w momencie przystąpienia do postępowania, klauzulę można stosować w zamówieniach o wartości powyżej 30 tys. euro i do 30 tys. euro przy czym w przypadku klauzuli usługowej można ją stosować tylko w zakresie zlecenia usług określonych w art. 138p.

POPRAWNICZA I ZATRUDNIENIOWA:

- klauzulę uwzględnia się w ogłoszeniu o zamówieniu oraz specyfikacji istotnych warunków zamówienia, musi także określić w umowie z wykonawcą sposób jej weryfikacji w trakcie realizacji zamówienia oraz sankcje z tytułu jej niewypełnienia,
- warunki określone w klauzuli muszą być spełnione przed podpisaniem umowy na realizację zamówienia - pracownicza, lub w określonym czasie od jej podpisania - zatrudnieniowa
- klauzulę można zastosować w zamówieniach o wartości powyżej 30 tys. euro i do 30 tys. euro.



MODELE WSPÓŁPRACY PODMIOTÓW EKONOMII SPOŁECZNEJ Z BIZNESEM

Marcin Nowakowski

Relacje przedsiębiorstw społecznych z sektorem prywatnym mogą przyjmować formę konkurencji, koegzystencji lub komplementarności, z których najważniejszą i najbardziej wartościową jest komplementarność. Przedsiębiorstwa społeczne mogą współpracować z biznesem w jednej przestrzeni gospodarczej, generując wzajemne korzyści¹.

Firmy strategicznie podchodzące do zagadnienia odpowiedzialności społecznej coraz częściej patrzą na styk organizacji i otoczenia w ramach swojego łańcucha wartości (ang. value chain) – koncepcja upowszechniona przez M.E. Portera². Polega ona na tym, że dane przedsiębiorstwo jest jednym z wielu ogniw łańcucha podmiotów (producent, dostawca, podwykonawca, dystrybutor, sprzedawca itd.), tworzących wartość dodaną dla końcowego nabywcy. Obecnie przedsiębiorstwa stosują równolegle dwie strategie budowy przewagi konkurencyjnej: można zaobserwować rosnącą specjalizację i koncentrację na kluczowych kompetencjach oraz coraz częstsze wydzielenie funkcji pomocniczych, outsourcing procesów na zewnątrz. Z jednej strony podmioty są powiązane siecią relacji, z drugiej strony natomiast każdy z osobna oraz wspólnie wywierają wpływ na otoczenie. Przedsiębiorstwo jest odpowiedzialne nie tylko za swoją działalność, lecz za cały łańcuch wartości, w ramach którego produkuje i dostarcza produkty nabywcom końcowym. Jednocześnie pozostałe podmioty w ramach łańcucha są istotnymi interesariuszami, kluczowymi dla działalności i konkurencyjności przedsiębiorstwa. M.E. Porter w ramach łańcucha wartości wyróżnił:

a) działania podstawowe, czyli czynności związane z fizycznym przetwarzaniem, produkcją i sprzedażą dóbr/ świadczeniem usług: logistykę zaopatrzenia, operacje produkcyjne, logistykę dostaw, marketing i sprzedaż oraz usługi dodatkowe/obsługę posprzedażową;

b) działania pomocnicze, czyli wspierające podstawowe pod kątem zarządzania, zasobów, technologii i kwalifikacji:

szeroko definiowaną infrastrukturę firmy (funkcje zarządzania – finansowanie, planowanie, organizacja, koordynacja, kontrola), zarządzanie zasobami ludzkimi, rozwój technologii, zaopatrzenie³.

Ekonomia społeczna w ciągu ostatniej dekady rozwija się w Polsce w intensywnym tempie. Przyczyniają się do tego przede wszystkim:

- narastające problemy społeczne, z których rozwiązaniem nie radzą sobie inne sektory,
- dostępność krajowych i europejskich funduszy,
- coraz bardziej pozytywny klimat prawny i administracyjny,
- wzrost świadomości społecznej,
- moda na ekonomię społeczną,
- rosnące zaangażowanie społeczne Polaków.

Rozwijająca się ekonomia społeczna wiąże się z coraz większą liczbą podmiotów ekonomii społecznej w przestrzeni społecznej i gospodarczej kraju, które budują różnego rodzaju relacje międzysektorowe zarówno z administracją publiczną jak i biznesem.

O ile temat relacji z sektorem publicznym został dość szeroko opisany ze

Tabela 1. Matryca relacji PES – biznes

Współpraca/ Typ relacji	Ekonomiczna	Społeczna
współpraca	wymiana handlowa, zlecenia, kooperacja przy realizacji przedsięwzięć	zatrudnianie beneficjentów, społeczna odpowiedzialność biznesu
wsparcie	dofinansowanie działalności, użyczenie lokalu lub sprzętu, przekazanie materiałów	wsparcie merytoryczne
konkurencja	konkurencja o klientów, zlecenia	rywalizacja o pracowników

Źródło: Przedsiębiorstwo ekonomii społecznej w środowisku lokalnym. Stowarzyszenie Klon/Jawor 2008.

względem na dużo dłuższe doświadczenia w tym zakresie, o tyle relacje ekonomii społecznej z biznesem w Polsce nadal pozostawiają wiele przestrzeni do badań i analiz.

Nie ulega jednak wątpliwości, że współpraca między sektorem ekonomii społecznej a biznesem w najbliższych latach będzie musiała się rozwijać. Wskazują na to zarówno sami przedsiębiorcy realizując coraz więcej działań z obszarów społecznej odpowiedzialności biznesu jak i naukowcy.

Z badania przeprowadzonego przez J. Gerzema i M. D'Antonio, w którym udział wzięło 64 tys. osób z całego świata wnika, że ludziom nie podoba się świat zdominowany przez elementy takie jak: rywalizacja, dominacja siły, przesadna ambicja. Oczekują większej obecności w otaczającej ich rzeczywistości społeczno-gospodarczej więcej elementów miękkich takich jak: współpraca, empatia, lojalność, elastyczność, kreatywność⁴.

Biznes i ekonomia społeczna zbliżają się zatem do ery współpracy. W każdym z wymienionych wcześniej segmen-

tów ekonomii społecznej współpraca ta może przyjmować różny charakter wynikający zarówno ze specyfiki działania podmiotu ekonomii społecznej, uwarunkowań prawnych oraz zasobów jakimi dysponuje. W dalszej części podjęta zostanie próba uporządkowania i scharakteryzowania różnych modeli współpracy na linii PES-Biznes w zależności od charakteru i formy działalności podmiotu ekonomii społecznej.

Przedsiębiorstwa społeczne, aby rozwijać współpracę z biznesem, w tym na zasadzie wzajemności, potrzebują kilka istotnych elementów, takich jak: współpraca, wsparcie, efektywność, konkurencyjność, a także myślenie strategiczne o kształtowaniu i podtrzymywaniu takich relacji. Typy relacji podmiotów ekonomii społecznej z biznesem prezentuje tabela 1.

Jedną z popularniejszych typologii relacji pomiędzy przedsiębiorstwami a sektorem społecznym zaprezentował J. Austin⁵. Uszeregowuje on modele współpracy w oparciu o siedem wymiarów: poziom zaangażowania przedsiębiorstwa, znaczenie dla jego misji, zainwestowane zasoby, zakres działań, wzajemne oddziaływanie, zarządzanie, znaczenie strategiczne. J. Austin wyróżnia trzy modele współpracy między biznesem a sektorem społecznym: filantropijny, transakcyjny i integrujący (rys 1). Najprostszym modelem współpracy jest model filantropijny charakteryzujący się niskim zaangażowaniem firmy, często ograniczonym jedynie do przekazania środków finansowych. Współpraca tego

Rys. 1 Modele współpracy biznesu z sektorem społecznym

Model współpracy	filantropijny	transakcyjny	integrujący
Zaangażowanie firmy	Niskie	→	Wysokie
Znaczenie dla misji firmy	Ograniczone	→	Strategiczne
Zainwestowane zasoby	Małe	→	Duże
Zakres Działania	Wąski	→	Szeroki
Wzajemne oddziaływanie	Słabe	→	Intensywne
Zarządzanie	Rzadkie	→	Kompleksowe
Znaczenie strategiczne	Niewielkie	→	Istotne
Mechanizmy/ Działania/ Narzędzia	• Dotacje • Granty	• Sponsoring • Marketing społecznie zaangażowany • Wolontariat pracowniczy	• Współpraca strategiczna • Partnerstwa • Wspólne projekty • Innowacje społeczne i nowe modele biznesowe

Źródło: Opracowanie własne na podst. K.A. McElhane „Just good business- the strategic guide to aligning corporate social responsibility and brand” BK Publishers Inc. San Francisco 2008 s.22.

typu podejmowana jest zazwyczaj pod wpływem konkretnego wydarzenia, emocji i nie jest ściśle powiązana z celami strategicznymi przedsiębiorstwa. Współpraca taka w ograniczony sposób przyczynia się do rozwoju przedsiębiorstwa, wzrostu jego konkurencyjności, osiąganych wyników.

Bardziej zaawansowanym modelem współpracy jest model transakcyjny, który zobowiązuje obie strony do określonych działań, zainwestowania określonych zasobów oraz przynosi im wymierne korzyści.

Model integrujący⁶ jest według J. Austina najbardziej zaawansowanym modelem współpracy obu sektorów. Wymaga on dużego zaangażowania partnerów i przynosi równocześnie najlepsze efekty współpracy.

W praktyce często modele współpracy PES i Biznesu ewoluują od filantropijnego do tych bardziej zaawansowanych wraz z czasem trwania relacji między partnerami.

Wykorzystując typologię J. Austina można dopasować odpowiednie modele współpracy do poszczególnych segmentów ekonomii społecznej oraz przypisać im najczęściej występujące w praktyce formy współpracy (Tabela 2).

Tabela 2 Modele współpracy z podmiotami ekonomii społecznej

	Filantropijny model współpracy	Transakcyjny model współpracy	Integrujący model współpracy
Podmioty reintegracyjne	-	transakcje rynkowe często o charakterze zakupowym	praktyki i staże zawodowe
Podmioty sfery pożytku publicznego	darowizny	transakcje rynkowe często o charakterze eksperckim	wspólne projekty
Podmioty sfery gospodarczej	sponsoring	transakcje rynkowe często o charakterze eksperckim	wspólne projekty
Podmioty sfery gospodarczej	-	transakcje rynkowe o charakterze zakupowym oraz eksperckim	Wspólne projekty współpraca strategiczna innowacje społeczne i nowe modele biznesowe

Źródło: Opracowanie własne.

1 J. Hausner, „Zarządzanie publiczne”, Scholar, Warszawa, 2008.

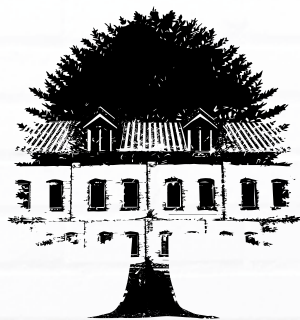
2 M.E. Porter, „Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance”, Free Press, New York, 1985.

3 Zrób biznes – jak współpracować z podmiotami ekonomii społecznej – Informator, Warszawa 2012 r.

4 Por. John Gerzema, Michael D'Antonio „DOKTRYNA ATENY. Jak kobiety (oraz mężczyźni, którzy myślą tak jak kobiety) będą rządzić światem” Wyd. EMKA. 2014

5 J. Austin „Strategic Collaboration between Nonprofits and Business” 2000 za M. Tschirheart, W. Bielefeld „Managing Nonprofit Organizations” 2012 s. 363.

6 W polskich opracowaniach można spotkać się z nazwą partnerstwo transformacyjne np. K. Hus „Współpraca międzysektorowa na rzecz CSR: formy, korzyści”.



— 1905

2019 —

BUDUJEMY DOM POD CISEM

— Elbląg, Stawidłowa 3 —

BUDUJ Z NAMI

miejsce aktywności społecznej
DOM SĄSIEDZKI NA DZIELNICY ZAWODZIE

praca zamiast zasiłku
CENTRUM INTEGRACJI SPOŁECZNEJ

drugie życie rzeczy
SKLEP SPOŁECZNY

Prosimy – wesprzyj finansowo budowę
Domu pod Cisem: **wpłać darowiznę lub kup cegielkę**
Numer konta: **20 1600 1462 1025 2272 1000 0006**
Szczegóły na stronie: **www.eswip.pl/budujznami**
Zadzwoń do nas: **573 444 460**
Napisz do nas: **budujznami@eswip.pl**
Adres stowarzyszenia: **ul. Związku Jaszczurczego 17,
82-300 Elbląg**

 STOWARZYSZENIE
ESWIP |  1316

PARTNER AKCJI
GRUPA FINANSOWA ECF

