

# **OPLACA SIĘ INTEGROWAĆ W WIELKOPOLSCE!**

Przewodnik dla organizacji pozarządowych i podmiotów  
wspierających trzeci sektor w Wielkopolsce

Opracowano na podstawie prac zespołu standaryzacyjnego P3O2  
w ramach projektu:



**Wielkopolska  
działa razem**

**wdrożenie standardów współpracy  
Samorządu Województwa Wielkopolskiego i NGO**

Poznań, 2014

Szanowni Państwo,

Zapraszamy Was do zapoznania się z opracowaniem *Oplaca się integrować w Wielkopolsce!* Jest ono owocem wielomiesięcznej pracy w ramach projektu *Wielkopolska działa razem - wdrożenie standardów współpracy Samorządu Województwa Wielkopolskiego i NGO.*

Projekt WDR był odpowiedzią na aktualne wyzwania i potrzeby wynikające ze współpracy Samorządu Województwa Wielkopolskiego z działającymi w regionie organizacjami pozarządowymi.

W ramach prac zespołu standaryzacyjnego *Integracja*, w skład którego zostaliśmy powołani jako przedstawiciele organizacji pozarządowych i administracji samorządowej, stworzyliśmy niniejszy poradnik, w którym zachęcamy Państwa do podejmowania działań na rzecz zintegrowania wielkopolskiego trzeciego sektora. Ukazujemy korzyści jakie wynikają z tego procesu, nie zapominając przy tym o trudnościach i barierach jakie możecie Państwo napotkać, a przede wszystkim wskazujemy możliwe kierunki działania.

Nasze opracowanie kierujemy zarówno do przedstawicieli organizacji pozarządowych, jak i administracji publicznej oraz biznesu. Mamy nadzieję, że nasz poradnik zdoła Was przekonać, że integracja nie jest czymś niemożliwym, i że niezależnie od formy prowadzonej działalności oraz posiadanych zasobów mamy równy wpływ na powodzenie tego procesu. Jesteśmy przekonani, że zintegrowanie sektora jest niezwykle istotne z punktu widzenia podnoszenia poziomu zaspokojenia potrzeb Wielkopolan. Współdziałające organizacje mogą zwiększyć swój potencjał i osiągać cele niemożliwe do zrealizowania samodzielnie. Najlepszym przykładem na potwierdzenie tych słów jest efektywna współpraca naszego zespołu oraz przyjacielskie relacje, które nawiązały się między nami.

Pierwsze kroki z reguły nie są łatwe, ale z naszego doświadczenia wynika, że zdecydowanie warto się integrować. Mając wspólny cel, jakim jest zintegrowanie wielkopolskiego trzeciego sektora, i wnosząc równe zaangażowanie w opracowanie niniejszego dokumentu, stworzyliśmy platformę współpracy i wymiany doświadczeń.

My już zrobiliśmy swój pierwszy krok – teraz czekamy na Was!

Z pozdrowieniami,  
Zespół standaryzacyjny P3-O2: Integracja

## Spis treści

1. Wielkopolska w liczbach.....	4
2. Czym jest integracja i jakie daje korzyści? .....	5
2.1. Korzyści dla organizacji pozarządowych.....	5
2.3. Korzyści dla społeczeństwa.....	7
3. Problemy, trudności i ryzyka w integracji trzeciego sektora .....	8
3.1. Problemy.....	8
3.2. Trudności.....	10
3.3. Ryzyka .....	11
4. Jakie rozwiązania sprzyjające integracji aktualnie funkcjonują? .....	12
5. Wskazówki dla organizacji pozarządowych.....	14
5.1. Formy integracji, czyli jak najskuteczniej mogą się integrować organizacje pozarządowe .....	14
5.2. Jak dotrzeć do e-wykluczonych?.....	18
5.3. Dalsze rekomendacje.....	18
6. Wskazówki dla pozostałych instytucji czyli jak wspierać procesy integracji organizacji pozarządowych .....	19
6.1. W jaki sposób administracja publiczna może wspierać integrację OP?.....	19
6.2. W jaki sposób instytucje biznesowe mogą wspierać integrację OP .....	22
7. Wspólne możliwości OP i AP.....	25
8. Przydatne linki i adresy .....	26
9. Podsumowanie .....	26
10. O projekcie i autorach .....	27

## 1. Wielkopolska w liczbach

W Polsce jest zarejestrowanych ponad 80 000 organizacji pozarządowych, z czego aktywnie działa około 60 000. W przeważającej części są to stowarzyszenia (72 000, a wśród nich 16 000 Ochotniczych Straży Pożarnych), natomiast fundacji w Polsce jest około 11 000. Większość podmiotów (ponad 60%) działa na rzecz społeczności lokalnych lub regionalnych. Organizacje o zasięgu ogólnopolskim lub międzynarodowym stanowią 37% polskich NGO.

Najwięcej organizacji zarejestrowanych jest w województwie Mazowieckim (14 000), z czego ponad połowa w samej Warszawie. Wielkopolska jest na trzecim miejscu w Polsce pod kątem ilości zarejestrowanych organizacji. W naszym regionie działa około 7 500 podmiotów.

W zakresie podziału na rodzaj działalności dominują organizacje, których działalność obejmuje sport i turystykę (38%). Na drugim miejscu są organizacje, których celem jest promocja kultury i sztuki (17%). Pozostała struktura przedstawia się następująco: edukacja 14%, ochrona zdrowia 6%, usługi socjalne 6%, rozwój lokalny 5%, pozostałe 14%

W celu ułatwienia zrozumienia zaprezentowanych statystyk wyjaśniamy użyte w nich skróty i pojęcia:

**AP** czyli administracja publiczna (I sektor rynku: jednostki administracji rządowej i samorządowej; urzędy takie jak: urzędy wojewódzkie, urzędy marszałkowskie, starostwa powiatowe, urzędy gminy itd.),

**SP** czyli sektor prywatny (II sektor rynku: przedstawiciele biznesu i przedsiębiorcy prywatni),

**OP** czyli organizacje pozarządowe (III sektor rynku: stowarzyszenia, fundacje, spółdzielnie socjalne, z angielskiego NGO – Non Government Organization),

**OPP** czyli organizacje pożytku publicznego, mają możliwość uzyskania dodatkowego finansowania z tzw. 1% podatku.

**CSR** (ang. Civil Social Responsibility) czyli społeczna odpowiedzialność biznesu - działania podejmowane przez przedsiębiorstwa pierwotnie mające na celu rekompensowanie ich negatywnego wpływu na otoczenie, które ewoluowały ku działaniom prospołecznym, mającym poprawiać wizerunek i zaufanie do danej firmy.

W Wielkopolsce funkcjonuje 11 703 OP oraz 555 OPP:

- 29 z nich to organizacje wspierające i centra wsparcia dla organizacji pozarządowych,
- przewyciężanie trudnych sytuacji życiowych: 3 216 OP (335 OPP),
- ochrona zdrowia: 969 OP (219 OPP),
- ochrona praw: 511 OP (89 OPP),
- przeciwdziałanie bezrobociu, rozwój gospodarczy: 744 OP (88 OPP),
- nauka, kultura, ekologia: 2 188 OP, w tym kultura, sztuka, ochrona dóbr kultury 1 191 organizacji (288 OPP),
- działalność międzynarodowa, wspólnoty lokalne, aktywność społeczna: 1 332 OP (169 OPP),
- tożsamość, tradycja narodowa: 450 OP (95 OPP),
- sport, turystyka, wypoczynek: 3 666 OP (222 OPP),
- bezpieczeństwo publiczne: 2 110 OP (59 OPP),
- inne: 442 OP (50 OPP).

## 2. Czym jest integracja i jakie daje korzyści?

Aby w ogóle rozmawiać o integracji organizacji pozarządowych, warto przede wszystkim zrozumieć, co kryje się pod tym pojęciem. Nasz zespół zdefiniował integrację trzeciego sektora jako wzajemne zapoznanie się organizacji działających w regionie, ich pracowników i wolontariuszy, wspólną realizację działań i projektów, dzielenie się wiedzą i doświadczeniem, informowanie o tym, *co w branży piszczy*, wspieranie w rozwiązywaniu problemów, partnerstwo i zdrową konkurencję.

Integracja służy scalaniu, rozwijaniu relacji. Tworzy płaszczyznę współpracy, likwiduje istniejące bariery i zahamowania. Dzięki temu wzrasta potencjał do realizacji szczególnie tych działań, które z powodów finansowych, kadrowych lub organizacyjnych byłyby trudne do przeprowadzenia w pojedynkę.

Trzeba jednak pamiętać, że integracja jest procesem ciągłym i długotrwałym, a jego powodzenie zależy od dobrej woli i równego zaangażowania wszystkich partnerów.

Po co się integrować? Na bezkonfliktowym współdziałaniu trzeciego sektora skorzystałyby nie tylko same organizacje pozarządowe, ale także administracja publiczna, przedsiębiorcy, a przede wszystkim społeczeństwo. Warto podkreślić, że współdziałanie cechuje się synergią – uzyskane efekty są większe, niż w przypadku indywidualnych działań poszczególnych organizacji. Zintegrowanie sektora pozarządowego jest niezbędne dla jego sprawnego działania i wzrostu zaufania publicznego.

### 2.1. Korzyści dla organizacji pozarządowych

#### **Będzie taniej!**

Z punktu widzenia organizacji pozarządowych największym problemem zwykle jest utrzymanie stabilności finansowej i ograniczony dostęp do zasobów personalnych czy rzeczowych. Rozwiązaniem może być podjęcie współpracy z innymi podmiotami, na przykład w formie co-workingu, wspólnych zakupów, wzajemnego użyczenia dóbr materialnych lub wymiany wolontariuszy i pracowników. Dzięki temu możliwe jest znaczne obniżenie kosztów codziennego funkcjonowania.

#### **Będzie skuteczniej!**

Ludzie o różnych doświadczeniach, umiejętnościach i wiedzy nawzajem się uzupełniają, wzajemnie informując o źródłach i możliwościach finansowania, aktualnych konkursach, zmianach przepisów prawnych itd. Razem łatwiej jest uzyskać pomoc od jednostek administracji publicznej - zawsze znajdzie się ktoś, kto wie, jak to zrobić. Współdziałając można osiągnąć więcej, dotrzeć do większych grup odbiorców, bardziej trafnie zaspokajać oczekiwania społeczne. Partnerstwo może być także źródłem wzajemnej motywacji i inspiracji. Wiele organizacji ma tak naprawdę wspólny cel, dlaczego więc nie realizować go wspólnie? Razem łatwiej odnieść sukces!

#### **Poprawa wizerunku**

Realizując wspólne działania łatwiej jest wygospodarować budżet na promocję, co przekłada się na wzrost prestiżu, lepszą rozpoznawalność i większą wiarygodność. Działając wspólnie organizacjom pozarządowym jest także prościej przeprowadzać duże akcje i zaistnieć w mediach. Z kolei wzrost świadomości społeczeństwa na temat działań konkretnych organizacji wpływa na zwiększenie zaufania do III sektora, a co za tym idzie – chętniejsze zaangażowanie się w ich działalność czy przekazywanie darowizn i 1% podatku.

## **Wzrost kompetencji**

Współpraca umożliwia wzajemne uczenie się. Każdy członek zespołu wnosi swoje idee, punkty widzenia i doświadczenia, co ułatwia odnajdywanie rozwiązań problemowych sytuacji. Często dzięki integracji spotykają się eksperci z różnych dziedzin, co wnosi nową jakość do pracy całej grupy. Współdziałanie to okazja do nauczenia się czegoś nowego, poszerzenia horyzontów i zdobycia wiedzy z pierwszej ręki, która inaczej byłaby niedostępna.

## **W grupie różnie**

Chyba nikogo nie trzeba przekonywać, że działanie w zespole przynosi więcej satysfakcji i inspiracji niż praca w pojedynkę. Nie tylko łatwiej pozyskać sponsora czy rozwiązać problemy podczas burzy mózgów, ale także uzyskać wsparcie emocjonalne, nawiązać nowe znajomości, poczuć się częścią większej całości. Według koncepcji Johna Adaira o efektywności i liderstwie, budowanie wzajemnego zaufania i zrozumienia pomiędzy pracownikami podnosi ich efektywność między innymi dzięki większej synergii pracy czy wymianie doświadczeń i dzieleniu się know-how. Czyż nie jest przyjemnie spotkać się także poza biurem i poznać swoich współpracowników od strony prywatnej?

## **Krok ku przyszłości**

Współdziałanie inspirowane do podejmowania innowacyjnych działań, pomaga znaleźć rozwiązania, które jeszcze przez nikogo wcześniej nie były stosowane. Ucząc się od siebie organizacje przekazują sobie sprawdzone dobre praktyki, co usprawnia ich pracę, a także wypracowują nowe sposoby działania, które dotąd nie były możliwe. Na skutek zderzenia różnych punktów widzenia występuje też efekt synergii – projekt A połączony z projektem B przekształca się w zupełnie nowy projekt C. Dwa plus dwa czasem równa się pięć! A mając większą pewność jutra można swobodniej myśleć o przyszłości.

## **Wiadomo co, gdzie i kiedy**

Zintegrowane organizacje mogłyby stworzyć wspólny kalendarz wydarzeń (np. konkursów, konferencji, imprez etc.) w formie ogólnodostępnej bazy. Pozwoliłoby to racjonalnie planować harmonogramy i działania, tak by uniknąć nakładania się terminów. Gdy ludzie się znają i lubią, skuteczniej działa też poczta pantoflowa, która może być mniej formalnym, lecz nie mniej skutecznym kanałem komunikacji. Nie do przecenienia jest wzajemna promocja wydarzeń wszystkimi dostępnymi kanałami – np. poprzez media społecznościowe, własne strony internetowe, newslettery itp.

## **Wilk syty i owca cała**

Gdy różne organizacje realizują podobne działania w zbliżonym czasie, często muszą rywalizować o odbiorców, kanały promocji i zainteresowanie mediów. Może to być źródłem wzajemnej niechęci i konkurencji, które niekorzystnie wpływają na kontakty w ramach trzeciego sektora. Integracja pozwala zlikwidować rywalizację, przy jednoczesnych korzyściach dla OP i społeczności, na rzecz której działają. Zapobiegnie to sytuacji, w której beneficjent musi wybierać.

## **2.2. Korzyści z integracji trzeciego sektora dla podmiotów wspierających: administracji i przedsiębiorstw**

### **Łatwiejszy nadzór (nad działalnością OP)**

Kontrolujemy jedną dużą placówkę/fundację/stowarzyszenie/organizację a nie 20 małych, Ew. kontrolujemy i rozliczamy jeden projekt, a nie kilka małych – jest łatwiej, szybciej, mniej formalnie/biurokratycznie i taniej ze względu na mniejszą ilość zaangażowanych osób. Dotyczy zarówno kontroli merytorycznej, jak i finansowej (wydatkowania środków publicznych). Pewność, że przekazane środki finansowe zostaną dobrze wykorzystane na właściwie wybrany cel.



Za pomocą wypracowanych mechanizmów ma się pewność co do prawidłowości i słuszności wykorzystania przekazanych środków finansowych czy zasobów materialnych.

### **Bardziej zadowolone społeczeństwo**

Realizowane projekty odpowiadają społecznym potrzebom, dzięki czemu ludzie widzą, że „ich” pieniądze są dobrze zużytkowane i że będą mieli z tego realne korzyści. Misją AP jest poprawa jakości życia, wyrównywanie nierówności społecznych, niwelowanie deficytów – zintegrowane OP pomagają AP osiągnąć te cele. Realizowane projekty są bardziej adekwatne, a często finansowane też z innych źródeł, przez co dla AP są tańsze i można zaoszczędzone środki przeznaczyć na inne potrzeby. Możliwość podejmowania się większych przedsięwzięć, o większym zasięgu.

### **Wizerunek przyjaznego urzędu**

Po pierwsze, dla OP – łatwiej znaleźć informacje, pozyskać fundusze, uzyskać pomoc w realizacji zadań. Dla społeczeństwa – dobrze wydają publiczne pieniądze, dbają o potrzeby, działają skutecznie. Możliwość wypromowania się, zaprezentowania swojej marki. Możliwość przedstawienia zakresu swojej działalności i trafienie ze swoją ofertą do większej grupy społeczeństwa. Możliwość zamieszczenia swojego logo/znaku na materiałach promujących realizację zadania publicznego.

### **Wzmacnianie OP jako partnera w działaniach**

Możliwość delegowania zadań na OP, które mogą wykonać je lepiej – bardziej efektywniej (efekt outsourcingu), bo mają większą wiedzę (o konkretnej dziedzinie), możliwości (dotarcia do konkretnych odbiorców) i lepsze pomysły – większa znajomość rynku, potrzeb, doświadczenia z konkretnymi odbiorcami itd. Większa samodzielność/Usamodzielnianie OP.

## **2.3. Korzyści dla społeczeństwa**

Większa aktywność OP pozwoli na realizację znacznej liczby działań, z czego będzie mogło korzystać społeczeństwo. Podejmowanie trudniejszych wyzwań mających na celu zaspokojenie interesu społecznego.

### **Bardziej szczęśliwi mieszkańcy**

Podniesienie jakości prowadzonych działań, bardziej dopasowane do potrzeb społeczeństwa, pomoc (projekty) dociera do większej liczby osób, zachodzi większa realna zmiana, lepsze zaspokojenie potrzeb społecznych, realizowane przedsięwzięcia są bardziej atrakcyjne.

### **Wiem co, gdzie, kiedy?**

Informacja o wydarzeniach pojawia się z wyprzedzeniem, łatwo ją znaleźć.

### **Aktywne społeczeństwo**

Jeśli możliwe są realne zmiany, to ludzie chętniej się angażują w działania lokalne, oddolne, nieformalne; wprowadzają zmiany na własnym podwórku, następuje aktywizacja osób, które bez takiej motywacji nigdy by się tego działania nie podjęły, a dzięki temu wszystkim żyje się lepiej.

## **3. Problemy, trudności i ryzyka w integracji trzeciego sektora**

### **3.1. Problemy**

W codziennej działalności organizacji pozarządowych występuje wiele czynników, które utrudniają nawiązywanie wzajemnych relacji czy podejmowanie wspólnych działań. Identyfikacja problemów, z którymi boryka się sektor na tym polu, jest w dla zwalczania problemów i efektywnego wspierania integracji. Dlatego w tej części opisujemy wszystkie obserwowane przez nas przeszkody, hamujące ten proces.

#### **Najtrudniejszy pierwszy krok!**

Pierwszym i podstawowym problemem w dziedzinie integracji OP jest to, że ich przedstawiciele często w ogóle nie widzą potrzeby podejmowania prób nawiązania współpracy z innymi podmiotami i organizacjami. Czasem wynika to z postrzegania innych jako konkurentów niż potencjalnych sprzymierzeńców, często z braku świadomości, jakie korzyści może przynieść współpraca. Uświadomienie sobie istnienia i natury problemów oraz zagrożeń jest pierwszym krokiem do ich rozwiązania.

#### **Nie wiadomo po co?**

Wielu przedstawicieli trzeciego sektora nawet nie ma świadomości, że integracja jest korzystna i potrzebna. Nie docierają do nich informacje o możliwych benefitach ze współpracy i współdziałania. Obcy im jest taki sposób myślenia. Nie zdają sobie sprawy z korzyści, jakie może przynieść im integracja. Z tego, że procesy te stawiają OP w nowych realiach, stwarzają nowe możliwości rozwoju, finansowania oraz wymiany doświadczeń.

#### **Nie wiadomo jak zacząć**

Uświadomienie sobie, które z posiadanych zasobów organizacja pozarządowa może dzielić z innymi, jest pierwszym etapem w procesie integracji i szansą na uzyskanie ewentualnych korzyści. Postawienie sobie pytania jak zaprezentować się innym organizacjom, w jaki sposób przedstawić swoją ofertę, co zrobić, aby być postrzeganym jako wiarygodny partner, to pierwsze pytanie, które powinny postawić sobie organizacje pozarządowe chcące się integrować.

Istotną kwestią jest wybór dogodnego dla siebie kanału komunikacyjnego (poczta elektroniczna czy tradycyjna, telefon czy może od razu wizyta?). Wątpliwości może budzić również adekwatny poziom sformalizowania wzajemnych kontaktów. Problemem może być także brak kompetencji interpersonalnych i zawodowych do skutecznego nawiązywania i podtrzymywania relacji z partnerami, oraz znajomości przepisów prawnych, regulujących kwestie partnerstw. Wszystko to powoduje dużą niepewność w związku z wchodzeniem na drogę integracji III sektora.

#### **A gdy już się zrobi pierwszy krok, pojawiają się „schody”**

Organizacje pozarządowe, chcące się integrować i mające już pomysł, w jaki sposób chcą to robić, mogą napotkać na różne problemy. Poniżej prezentujemy kilka najistotniejszych.

#### **Nie ma zaufania**

Ważnym problemem utrudniającym nawiązanie porozumienia jest brak wzajemnego zaufania wśród OP. Można przypuszczać, że wynika on między innymi z wciąż niskiej popularności idei współpracy dla ogólnego dobra, oraz z ograniczonego dostępu do środków finansowych. Przyzwyczajeni do rywalizacji przedstawiciele organizacji mogą podchodzić z ostrożnością do prób nawiązania kooperacji ze strony innych osób i podmiotów, czy wątpić w rzetelność i umiejętności potencjalnych partnerów. Inną przeszkodą jest obawa przed niemożnością równego rozdzielenia obowiązków, np. sprawozdawczych.



Każdej sytuacji współpracy towarzyszy ryzyko nierównego zaangażowania, a w przypadku wspólnej odpowiedzialności wiele obowiązków trzeba dzielić, ufając że druga strona podejdzie do nich równie sumiennie. Organizacje napotykają również trudności z wyłonieniem lidera wspólnego projektu i przydzieleniem zadań reszcie zespołu. Brak silnego, uznanego przez wszystkich przywództwa, powoduje niepewność i rozmycie ról, co także nie sprzyja budowaniu zaufania.

Organizacjom może również brakować wiedzy na temat prawnych możliwości zabezpieczenia się przed szkodami wyrządzonymi przez partnera. Niekiedy najlepsze intencje nie ustrzegą przed popełnieniem błędu, a rozliczać się i ponosić konsekwencje trzeba będzie wspólnie.

### **Nie ma z kim**

Przy dużym zróżnicowaniu III sektora nie zawsze można odszukać partnera działającego w podobnej dziedzinie, którego zasoby i potrzeby byłyby komplementarne z naszymi. W dodatku takiego, którego cele i misja są zgodne z naszymi własnymi zamierzeniami. Niekiedy więc nawiązanie relacji wymaga wypracowania kompromisów i modyfikacji założeń dotyczących dotychczasowego sposobu działania. Może to oznaczać obranie innego kursu w sposobie realizacji działań, a także poszerzenie lub nawet zmianę grupy odbiorców. Stawia to przed organizacjami wymóg elastyczności, dostosowywania się do zmiennych warunków i tworzenia planów awaryjnych. Wszystko to wymaga określonych umiejętności – kreatywności, proaktywności, szybkiego i skutecznego działania pod presją czasu – i nie zawsze jest proste.

Może być też tak, że wydaje nam się, iż brakuje wokół nas odpowiednich kandydatów na partnerów, gdyż pozwalamy, aby naszym postrzeganiem rządziły stereotypy. Mogą one dotyczyć wieku, chorób lub niepełnosprawności albo ich braku, płci, różnic światopoglądowych i wyznaniowych. Należałoby się wyzbyć stereotypowych poglądów: „Oni nie są w stanie skutecznie działać”, „Nie mają doświadczenia”, „Nie zrozumieją takich problemów”, „Nie dogadamy się”.

### **Nie ma jak dotrzeć**

W szczególnie trudnej sytuacji są organizacje, działające w małych miejscowościach, które dzieli od ich potencjalnych wspólników duża odległość. Oczywiście, wiele spraw można rozwiązać przez telefon lub Internet, nic jednak nie zastąpi osobistego kontaktu. Dopiero podczas spotkania twarzą w twarz ludzie naprawdę przekonują się, czy chcą ze sobą współpracować. Przy dużych dystansach i ograniczonej mobilności, która może dotyczyć szerokiego grona osób (w tym niezamożnych, starszych, niepełnosprawnych fizycznie lub nie posiadających prawa jazdy), częstotliwość spotkań będzie niska, przez co kooperacja może być utrudniona.

Dodatkową przeszkodą będzie z pewnością brak dostępu do Internetu lub nieumiejętność posługiwania się nim, czyli e-wykluczenie. Zjawisko wykluczenia cyfrowego dotyczy w szczególności osób ubogich, po 60 roku życia lub niepełnosprawnych umysłowo. Jeśli osoby takie powołają do życia stowarzyszenie, są często zmuszone radzić sobie same, działając na niewielką skalę, nie realizując w pełni swojego potencjału. Ich szanse na integrację są niewielkie, gdyż najszybszym sposobem odszukiwania partnerów i komunikowania się z nimi jest niewątpliwie Internet.

### **Nie ma kiedy**

Wielu przedstawicieli organizacji pozarządowych oprócz zaangażowania się w ich działalność, prowadzi aktywne życie zawodowe, które nie zawsze jest powiązane z działalnością w OP. Brak odpowiedniej ilości wolnego czasu może utrudniać kontakt z potencjalnymi partnerami.

## 3.2. Trudności

### Trudne charaktery

Istotnym utrudnieniem jest tak zwany „czynnik ludzki”, a dokładnie negatywne nastawienie członków poszczególnych organizacji, wpływające na aktywność w nawiązywaniu relacji z innymi osobami i podmiotami. Nastawienie to może przejawiać się w nieufności czy niechęci do włączania innych osób w zarządzanie swoją domeną, czyli postawą, którą można określić jako „syndrom prezesa”. Nierozwiązane nieporozumienia i konflikty z przeszłości również mogą stanowić barierę w kooperacji. Niestety, interesy osobiste niekiedy przeważają nad dobrem ogółu.

### Trudna sytuacja finansowa

Ważną kwestią jest niepewna sytuacja finansowa OP i wynikające z niej deficyty personalne, sprzętowe czy lokalowe. Organizacje pozarządowe w większości nie gromadzą środków finansowych, które mogłyby wykorzystywać dla wzmacniania potencjału instytucjonalnego w „latach chudych”. Wyjątkiem od tej zasady są przedsiębiorstwa społeczne, które niestety stanowią niewielki ułamek ogólnej liczby 11 703 OP działających w naszym regionie.

Organizacje działające na zasadzie non-profit mają ograniczone możliwości, aby kierować posiadane środki na działania, które można określić jako „integrację III sektora”, jeżeli nie widnieją one w ich statucie. A przecież taki cel rzadko pojawia się w głowach osób, zakładających stowarzyszenie czy fundację, o ile ich misja nie polega właśnie na koordynacji OP i tworzeniu im warunków do współpracy. W związku z tym ciężar integracji spoczywa na barkach nielicznych ochotników, którzy podejmą się nawiązywania kontaktów, organizowania spotkań, wymiany pracowników i środków trwałych czy współdzielenia lokali. Niestabilna sytuacja finansowa stwarza duże ryzyko utraty osób kluczowych dla procesu integracji. W związku z tym, że *de facto* współpracują ze sobą ludzie, a nie instytucje, takie sytuacje są destruktywne dla procesu integracji OP.

### Trudna sztuka kierowania zespołem

Bywa też tak, że organizacje są mało skutecznie zarządzane. Niekiedy zakładają je osoby, które nie posiadają odpowiedniej wiedzy, umiejętności czy osobowości do zarządzania zasobami ludzkimi. W takich sytuacjach łatwo może dochodzić do nieporozumień i konfliktów, a skuteczność zespołu będzie niewystarczająca. Dodatkowym obciążeniem może być trudność z identyfikacją lidera, gdy nie zostanie on jednoznacznie wskazany, lub brak klarownego podziału ról i obowiązków. Osobiste ambicje i rozbieżne oczekiwania osób zarządzających organizacjami próbującymi wypracować wspólny sposób funkcjonowania, mogą prowadzić do rozpadu takich inicjatyw.

### Trudne do przebrnięcia procedury

Wyzwaniem na drodze do zintegrowania III sektora bywa ustawodawstwo. Wymaga ono od OP dyscypliny względem obowiązujących regulacji i kryteriów, które niekiedy nie są dla nich do końca jasne.

W kontaktach z urzędami organizacje wskazują m. in. na zbyt krótki czas między ogłaszaniem konkursów a upływem terminów przysyłania zgłoszeń, niejasne procedury i wymogi dotyczące składania i realizacji ofert partnerskich (często niespójne w obrębie tych samych urzędów), niezrozumiałe regulaminy oraz skomplikowane wzory umów.

Biurokracja, aczkolwiek niezbędna, pochłania czas i energię, które mogłyby zostać poświęcone na nawiązywanie relacji z innymi organizacjami. Dodatkowo, trudności natury technicznej, problemy legislacyjne oraz ograniczone możliwości pozyskiwania środków finansowych na realizację działań statutowych mogą prowadzić do konfliktów nie tylko na linii OP – AP, lecz również między organizacjami, które postrzegają się nawzajem są jako rywale w zdobywaniu dostępu do ograniczonej puli zasobów finansowych.

### 3.3. Ryzyka

Poza oczywistymi pozytywnymi konsekwencjami zintegrowania OP, sytuacja taka niesie ze sobą także pewne ryzyka.

#### **Duży rosną, a mali maleją**

Głównym zagrożeniem, którego wystąpienia można się spodziewać w efekcie integracji III sektora, jest pozostawanie mniejszych lub mało znanych partnerów w cieniu dużych, obecnych w mediach i rozpoznawanych społecznie. Niewielkie i nowe organizacje często nie radzą sobie z podstawowymi procedurami konkursowymi i są wypierane przez organizacje większe, silniejsze i bardziej doświadczone, choć niekoniecznie gwarantujące lepsze wykonanie określonych zadań. Duże instytucje mogą nawiązywać współpracę z wieloma mniejszymi, i np. korzystać z ich zasobów kadrowych, kierując się tylko własnymi celami, nie wzmacniając innych podmiotów. Mniejsi partnerzy, z powodu słabszej siły przebicia, mogą podporządkować się dominacji większych, być może rezygnując przy tym ze swoich założeń i celów.

#### **Monopol rodzi stagnację**

Partnerstwo kilku „dużych graczy” w danej dziedzinie mogłoby wytworzyć sytuację monopolu, w której niewielkie, nowo powstałe lub działające w pojedynkę organizacje nie miałyby szansy się przebić ze swoją ofertą do świadomości społecznej. W takiej sytuacji pojawiałoby się zagrożenie, że wywołany monopolizacją rynku zanik konkurencji spowoduje zmniejszenie motywacji do rozwoju i wprowadzania innowacyjnych rozwiązań u tych organizacji, którym integracja pomoże odnieść sukces, i że ich aktywność będzie się ograniczać do odtwarzania starych, sprawdzonych wzorców. Grozić to może zautomatyzowaniem działań i skostnieniem rynku usług, świadczonych przez OP na rzecz społeczeństwa, uniemożliwiając rozwój oparty o elastyczne reagowanie na zmieniające się potrzeby beneficjentów.

## 4. Jakie rozwiązania sprzyjające integracji aktualnie funkcjonują?

Pomimo wszystkich trudności i przeciwności, wielkopolskie OP nawiązują satysfakcjonujące relacje i współpracę. Z naszych doświadczeń i wiedzy wynika, że urzeczywistnia się ona między innymi poprzez wymienione poniżej działania. Należy jednak zaznaczyć, że są to raczej pojedyncze inicjatywy niż ugruntowane i powszechne dobre praktyki. Co więc się udaje już teraz?

### **Przykład: wynajem lub nieodpłatne udostępnianie sal, wspólne siedziby**

Stowarzyszenie Wolontariat Wielkopolski (WW) od momentu powstania korzystało nieodpłatnie z biura i sal szkoleniowych w siedzibie zaprzyjaźnionego Wielkopolskiego Stowarzyszenia Alzheimerowskiego (WSA). WSA zezwoliło WW na zarejestrowanie tam siedziby, funkcjonowanie biura pośrednictwa dla wolontariuszy i potrzebujących oraz prowadzenie różnorodnych zajęć (np. kursów pierwszej pomocy, szkoleń pedagogicznych i dietetycznych, warsztatów psychologicznych). Gdyby nie uprzejmość i gościnność WSA, WW właściwie nie mógłby funkcjonować, gdyż stowarzyszenia nie stać na wynajmowanie lokalu po cenach rynkowych.

### **Przykład: wspólne korzystanie z przestrzeni udostępnianych przez administrację publiczną**

Urząd Marszałkowski Województwa Wielkopolskiego nieodpłatnie udostępnia sale konferencyjne organizacjom pozarządowym na spotkania, konferencje, panele dyskusyjne. Żeby wynająć salę w UMWW wystarczy zwrócić się z prośbą o wsparcie w tym zakresie do wybranego departamentu w urzędzie.

### **Przykład: obecność na wydarzeniach organizowanych przez AP**

UMWW organizuje między innymi targi Aktywni 50+, Dzień Organizacji Pozarządowych (NGO), dni otwarte w Urzędzie Marszałkowskim Województwa Wielkopolskiego, o których informacja dostępna jest na stronie internetowej urzędu lub na stronie [www.wielkopolskiewici.pl](http://www.wielkopolskiewici.pl). Wydarzenia te stwarzają okazję do zaprezentowania się mieszkańcom regionu oraz przedstawicielom innych OP.

### **Przykład: wzajemne udostępnianie sprzętów, urządzeń, środków transportu**

Tego typu wymiana zachodzi każdego dnia między stowarzyszeniem Wolontariat Wielkopolski a Wielkopolskim Stowarzyszeniem Alzheimerowskim. Dotyczy ona między innymi urządzeń biurowych, koców i poduszek (używanych w godzinach porannych przez podopiecznych WSA podczas odpoczynku lub rehabilitacji ruchowej, a w niektóre popołudnia i w weekendy przez osoby uczestniczące w treningach antystresowych – seniorów, wolontariuszy i innych chętnych), telewizora, rzutników i innych sprzętów. Dzięki temu obie organizacje obniżają koszty swojego funkcjonowania.

### **Przykład: wymiana wolontariuszy i pracowników**

W Wielkopolsce działa kilka centrów wolontariatu. Jednym z nich jest Wolontariat Wielkopolski, którego wolontariusze udzielali się między innymi na rzecz Polskiej Akademii Nauk, Centrum Inicjatyw Senioralnych, Punktu Informacji Europejskiej Europe Direct, Stowarzyszenia Rodzin Pogotowia Rodzinnego, Towarzystwa Osób Niesłyszących TON, Polskiego Stowarzyszenia na Rzecz Osób z Upośledzeniem Umysłowym Koło w Poznaniu, Fundacji Mały Piesek Zuzi, Hospicjum Pallium, Domu Dziecka nr 3 w Strzeszynie, Fundacji Mediations Biennale, Stowarzyszeniu Readaptacji Społecznej „Enklawa” i oczywiście Wielkopolskiego Stowarzyszenia Alzheimerowskiego.

### **Przykład: wymiana usług i wzajemna promocja**

Formą zapłaty za wynajem sali nie musi być gotówka, często zdarza się, że organizacja wynajmująca pomieszczenie oferuje w zamian np. usługi sprzątania, prowadzenia darmowych szkoleń, pomoc w promocji itp. Z powodzeniem działa także poczta pantoflowa – organizacje pozarządowe promują wzajemnie swoje wydarzenia, akcje i szkolenia rozsyłając informacje o nich drogą mailową do swoich wolontariuszy i sympatyków oraz zamieszczając je na swoim profilu i fanpage'u na Facebooku. Urząd Marszałkowski również wspiera promocję OP poprzez bezpłatne rozpowszechnianie informacji na swojej stronie internetowej.

### **Wspólna realizacja projektów przez kilka podmiotów**

Od kilku lat Społeczna Fundacja Ludzie dla Ludzi organizuje akcję „Policzmy się”, której realizacja byłaby niemożliwa bez współpracy i wsparcia ze strony innych podmiotów: Allegro, Ekstraklasy, Ośrodka OPEN, który zapewnia wsparcie merytoryczne i wielu innych osób i podmiotów. Przy kampanii pomagają również znane osoby, dzięki którym akcja zyskuje na rozgłosie.

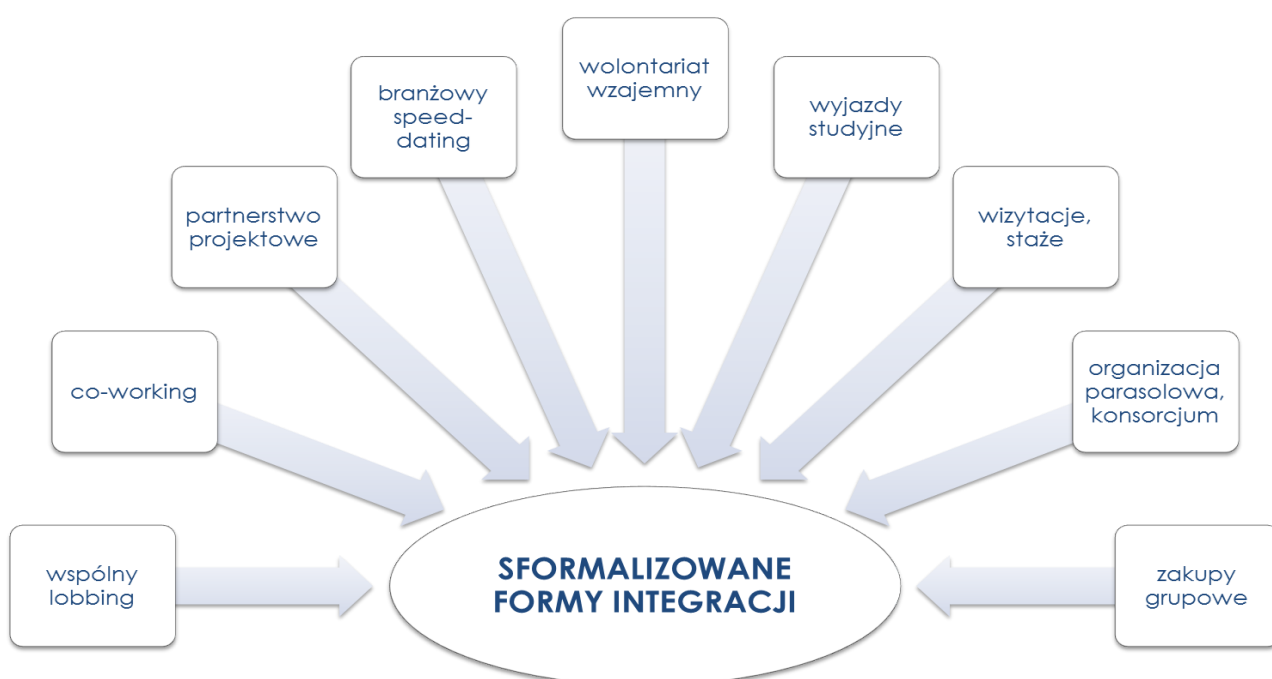
### **Wspólna organizacja pikników, festynów**

Administracja publiczna udziela pomocy finansowej na realizację festynów lub pikników przez organizacje pozarządowe. Imprezy te mogą być organizowane przy współdziałaniu kilku różnych OP. Przykładowo, Stowarzyszenie Nasze Kaliskie organizuje cyklicznie festyn, w którego przygotowanie zaangażowane jest m.in. Koło Gospodyń Wiejskich.

## 5. Wskazówki dla organizacji pozarządowych

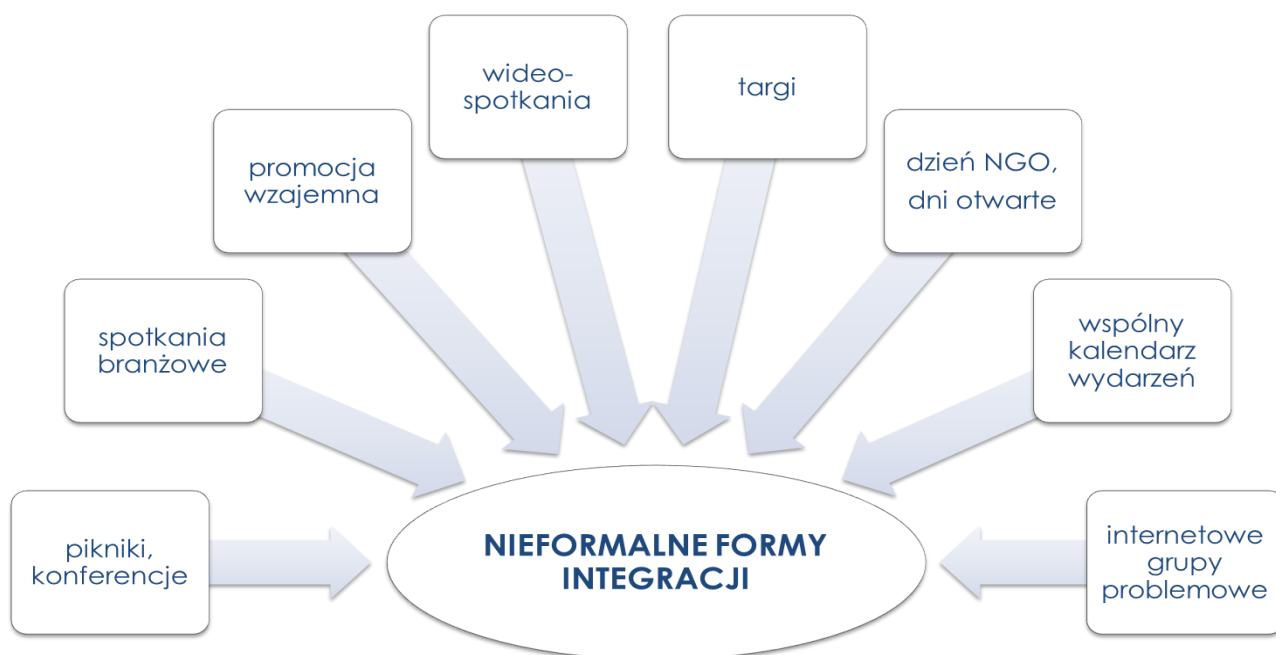
### 5.1. Formy integracji, czyli jak najskuteczniej mogą się integrować organizacje pozarządowe

Możemy wyróżnić wiele form integracji w ramach III sektora. Jedne mają charakter incydentalny, inne natomiast opierają się na dłuższej współpracy. Kooperacja w dłuższej perspektywie wymaga niewątpliwie zaangażowania większej ilości czasu, zasobów, niekoniecznie tylko materialnych i finansowych, ale również ludzkich oraz wiedzy. Jednak w zamian za podjęty trud i zaangażowanie możemy zyskać godnego zaufania partnera do naszych działań, dzięki któremu możemy zwiększyć nasz potencjał oraz stworzyć platformę wymiany doświadczeń i optymalne warunki do rozwoju naszej organizacji. W końcu nic nie uczy tak bardzo jak doświadczenie innych organizacji. Na poniższym diagramie przedstawiamy przykłady sformalizowanych form integracji.



Katalog możliwości integracji dla naszych organizacji jest bardzo szeroki i ciągle otwarty. W zależności od celu oraz podmiotu, z którym dana organizacja pozarządowa podejmie współpracę, każda z nich może wybrać najbardziej przyjazną dla niego formę o bardziej lub mniej sformalizowanym charakterze. Na poniższym diagramie przedstawiamy przykłady niesformalizowanych form integracji.





Niezależnie od tego, w którą formę integracji zaangażuje się nasza organizacja, musimy pamiętać o jednej podstawowej zasadzie: prowadzone przez nas działania powinny służyć lepszemu osiągnięciu wytyczonych przez organizację celów, co bezpośrednio przełoży się na lepsze zaspokojenie potrzeb i oczekiwań społecznych. Wspólnie prowadzone działania mają szansę być bardziej zauważalne nie tylko w środowisku OP, ale przede wszystkim wśród potencjalnych beneficjentów.

Jeśli nie jesteście przekonani do długotrwałej współpracy lub czujecie, że możecie nie podołać oczekiwaniom stawianym przez partnera, to warto pamiętać o tym, że jednorazowy charakter podejmowanych działań również może stanowić dobrą podstawę do trwałej współpracy. W dalszej części podręcznika opisujemy bardziej szczegółowo te formy integracji, które uważamy za najciekawsze.

### **Coworking czyli dzielenie biura i narzędzi**

Coworking (też co-working, z ang. pracować razem) to możliwość indywidualnej lub wspólnej pracy w wynajętym pomieszczeniu, wykorzystywana głównie przez tak zwanych freelancerów. Możliwość coworkingu pozwala im na większy komfort pracy niż w domu. Centra coworkingowe znajdują się już prawie we wszystkich większych miastach, jednak nic nie stoi na przeszkodzie, by powstawały również w mniejszych miejscowościach.

Coworking to praca ludzi, którzy dzięki temu, że posiadają różną wiedzę i narzędzia, mogą wymieniać między sobą opinie, dyskutować, tworzyć wspólne projekty i po prostu poznawać się. Taka forma współpracy jest nie tylko bardziej wydajna, ale również przyjemniejsza. Wydaje się, że coworking to idealne rozwiązanie dla funkcjonowania małych OP.

Dobrym przykładem z lokalnego rynku jest Centrum NGO, mieszczące się w Poznaniu przy ulicy Mickiewicza. Działalność Centrum w pełni oddaje cele oraz korzyści wynikające ze współdzielenia przestrzeni przez organizacje pozarządowe.

Należy się jednak zastanowić, czy wprowadzenie rozróżnienia „na nas” (organizacje porządowe) i „na nich” (inne grupy) jest krokiem w dobrym kierunku?

Korzyści wynikające z coworkingu: obniżenie kosztów wynajmu przestrzeni, możliwość wynajęcia większej powierzchni i wydzielenie powierzchni wspólnej np. do celów szkoleniowych, rozłożenie kosztów zakupu droższego lub rzadziej używanego sprzętu na kilka organizacji, budowanie relacji pomiędzy organizacjami (w tym budowanie partnerstw), współpraca przy projektach, dzielenie się know-how i wymiana

doświadczeń, dzielenie się zasobami kadrowymi.

Dodatkowym plusem może być możliwość rejestracji siedziby OP w centrum co-workingowym (warto odwiedzić na przykład stronę [www.wspol-pracownia.pl](http://www.wspol-pracownia.pl); organizacja ta umożliwia m.in. rejestrację firmy w swojej siedzibie).

### **Grupowe zakupy**

Pierwowzorem grupowych zakupów jest amerykański serwis Groupon, umożliwiający nabycie usług lub produktów po obniżonej cenie. Istotą grupowych zakupów jest fakt, iż serwis występuje w roli negocjatora cen i ofert, a odbiorcami są osoby przypadkowe, nieznające się nawzajem. Cechą łączącą te osoby jest wyłącznie fakt korzystania z serwisu. Ideę tę można z powodzeniem wykorzystać w przypadku organizacji pozarządowych. Należy pamiętać, że stworzenie serwisu dla OP wymaga wyłonienia lidera projektu, który będzie odpowiedzialny za negocjacje cen i pozyskiwanie partnerów.

Podstawowym celem i oczywistą korzyścią jest obniżenie kosztów funkcjonowania organizacji pozarządowych, a więc oszczędność w wydawaniu publicznych środków. Dzięki uruchomieniu dedykowanego serwisu organizacje będą miały okazję tańszego zakupu produktów, np. papieru, tuszu, urządzeń, gadżetów reklamowych, ale także usług np. drukarni, agencji reklamowych etc. Dodatkową korzyścią może być efekt integracji osiągnięty dzięki działaniom lidera. Mając wgląd do zakupów dokonywanych przez OP, może inicjować ich integrację, przekazywać kontakty.

Inną formą organizacji grupowych zakupów może być wyłonienie naturalnego lidera i zbieranie przez niego zamówień inną drogą – na przykład telefoniczną lub mailową.

### **Partnerstwo projektowe czyli wspólne projekty**

Partnerstwo projektowe to porozumienie dwóch lub więcej organizacji pozarządowych, które łączą swoje siły aby osiągnąć cel, którego nie byłyby w stanie osiągnąć w pojedynkę. Stworzenie partnerstwa umożliwia uzupełnienie kompetencji poszczególnych organizacji, np. przez wniesienie do projektu posiadanych doświadczeń i wiedzy czy zasobów ludzkich lub organizacyjnych, bez czego realizacja określonych działań nie byłaby możliwa. Dzięki współpracy projektowej organizacje mogą osiągać swoje indywidualne cele, jednocześnie skuteczniej odpowiadając na potrzeby społeczne. Należy podkreślić, że wspólna praca nie zawsze jest łatwa, dlatego już na etapie planowania realizacji projektu ważne jest wyodrębnienie grupy osób posiadających odpowiednie kompetencje do koordynowania i zarządzania projektem. Właściwy podział pracy i obowiązków w chwili nawiązania współpracy ułatwia osiągnięcie zamierzonego celu.

Partnerstwo nie tylko pozwala na wymianę doświadczeń i zasobów, lecz także zwiększa szansę na pozyskanie środków finansowych na realizację projektów. Podejmując wspólne działania organizacje pozarządowe występują jako grupa, w związku z czym stają się bardziej wiarygodne dla podmiotów, przy wsparciu których realizują swoje zadania, np. dla jednostek samorządu terytorialnego czy biznesu.

Realizując wspólne projekty partnerzy dzielą się korzyściami i odpowiedzialnością. Rola partnerów nie musi jednak być równorzędna. Można wyróżnić projekty wspólne, w których obaj partnerzy mają podobny wkład i rozliczają się z realizacji działań, oraz projekty partnerskie, w których jeden z partnerów ma wiodącą rolę i większą odpowiedzialność.

Partnerstwo jest szansą szczególnie dla młodszych i mniejszych organizacji pozarządowych, które dzięki niemu mogą wziąć udział w przedsięwzięciach, których same nie byłyby w stanie podjąć. Mogą zaczerpnąć z wiedzy i doświadczenia większych organizacji, mają możliwość wypromowania się i zaistnienia w świadomości społeczeństwa.

## **Wolontariat wzajemny**

Główną „siłą napędową” organizacji pozarządowych jest praca wolontariuszy. Bez nich III sektor nie mógłby funkcjonować. Często jednak OP, szczególnie młodsze lub mniejsze, nie potrafią pozyskiwać ochotników do wspierania swoich działań. Może to wynikać między innymi z braku kanałów docierania do świadomości publicznej. Dlatego warto, aby OP w potrzebie zgłaszały się do innych organizacji po wsparcie w tej dziedzinie. Dobrym źródłem darmowych zasobów ludzkich mogą być centra wolontariatu oraz organizacje, które zajmują się koordynowaniem ochotników. Posiadają one bazy wolontariuszy

i mogą wysyłać ich do realizowania działań na rzecz innych organizacji, instytucji a nawet osób prywatnych. Dużym ułatwieniem jest to, że centra lub organizacje zrzeszające wolontariuszy zajmują się weryfikacją ich kompetencji, przeszkoleniem i załatwieniem formalności (podpisywaniem porozumień, ustalaniem grafików, instruktażem BHP, wydawaniem zaświadczeń).

Innym źródłem pozyskiwania wolontariuszy mogą być duże i znane organizacje działające w tej samej dziedzinie, co nasza. Warto zgłaszać się do nich w potrzebie, bo często zgłasza się do nich więcej chętnych, niż mogą zaangażować.

## **Dom mediowy dla organizacji pozarządowych**

Domy mediowe wzięły swój początek z agencji reklamowych, które pierwotnie same planowały i kupowały kampanie reklamowe. Wzrastający rynek reklamowy wymógł jednak tworzenie w ramach agencji reklamowych działów mediowych, a dalszy dynamiczny rozwój rynku reklamowego spowodował wyodrębnienie się działów mediowych jako osobnych spółek. Krok ten, oprócz wzrostu specjalizacji tychże organizacji, spowodował także możliwość świadczenia usług przez domy mediowe nie tylko klientom rodzimych agencji reklamowych, ale również innym klientom na rynku.

Główne zadania domu mediowego to: planowanie i zakup mediów, negocjacje cen z dostawcami przestrzeni i czasu reklamowego, dostarczanie reklamodawcom badań medialnych.

Obecnie w Polsce zdecydowana większość obrotu na rynku reklamowym odbywa się za pośrednictwem domów mediowych. Celem współpracy biznesu z domami mediowymi jest możliwość zakupu przestrzeni reklamowej (w różnego rodzaju mediach i nośnikach) w korzystniejszej cenie. Każda osoba pracująca dla dużej firmy lub korporacji i odpowiadająca za budowanie wizerunku marki jest rozliczana z efektów działań promocyjnych oraz efektywności wykorzystania budżetu. Jeśli zatem potraktujemy organizacje pozarządowe z perspektywy biznesu i przyjmiemy, że projekty realizowane przez nie (ze środków publicznych) powinny być rozliczane także z realnych efektów, to wykorzystanie środków przeznaczonych na promocję może mieć tutaj kluczowe znaczenie.

Dlaczego zatem warto przyjąć założenie, że stworzenie domu mediowego dla OP jest zasadne, skoro organizacje mogą się zwrócić o pomoc do istniejących już domów? Jaki miałby być cel takiego działania oraz jak to może wpłynąć na integrację organizacji pozarządowych między sobą?

Dedykowany organizacjom pozarządowym dom mediowy zapewnia: lepsze zrozumienie branży, lepsze wykorzystanie środków finansowych, organizację szkoleń dla NGO z zakresu marketingu, skutkujące nowymi kontaktami i integracją sektora, możliwość łączenia budżetów w celu uzyskania efektu synergii (co również ma wpływ na integrację), atrakcyjniejsze ceny zapewniają np. więcej emisji reklamy, co przekłada się na zwiększenie zasięgu projektów.

W ramach swojej oferty dom taki może prowadzić negocjacje cen w mediach (radio, prasie, telewizji), oferować wsparcie przy obsłudze kampanii czy obsłudze projektu Google Grants, a także prowadzić szkolenia z zakresu tworzenia strategii marketingowych dla przedstawicieli organizacji pozarządowych.

## 5.2. Jak dotrzeć do e-wykluczonych?

Nierówny dostęp do technologii informatycznych doprowadził do wyodrębnienia grup społecznych, które mogą korzystać z nowoczesnych form komunikacji (poczta e-mail, komunikatory, portale społecznościowe, fora, strony internetowe, portale branżowe) i takich, które pozostają bez tej możliwości. W drugim przypadku mamy do czynienia z osobami, które podlegają wykluczeniu cyfrowemu. Zjawisko e-wykluczenia nie sprowadza się jednak wyłącznie do braku fizycznego dostępu do komputera czy niskiej jakości połączenia z siecią. Innym istotnym czynnikiem jest brak umiejętności i strach przed posługiwaniem się Internetem lub komputerem. Z e-wykluczeniem borykają się zwykle osoby ubogie, starsze, gorzej wykształcone lub zamieszkujące tereny wiejskie. E-wykluczeniu podlegają również całe organizacje poprzez co odcięte są od wielu działań i możliwości integracji z sektorem.

Przeciwdziałając wykluczeniu cyfrowemu należy przede wszystkim wziąć pod uwagę takie kwestie jak brak kompetencji i umiejętności czy niechęć do zmian. Istotne jest podejmowanie działań, które pomogą dotrzeć do tych osób innymi kanałami, a w dalszej kolejności także ukierunkowanych na zmianę ich sytuacji i nastawienia.

Biorąc pod uwagę istniejące bariery, dla wspierania integracji III sektora ważne są tradycyjne środki przekazu, jak telewizja, radio, prasa, ulotki czy spotkania bezpośrednie, obok korzystania z rozwiązań IT.

### **Formy wsparcia integracji w przypadku e-wykluczonych**

Zarówno organy AP, jak i OP powinny pamiętać, że przy organizowaniu wydarzeń i konkursów grantowych nie wystarczy rozesłać informacji pocztą elektroniczną czy umieścić jej na stronie internetowej. W przypadku OP wykluczonych cyfrowo równie istotne jest informowanie pocztą tradycyjną i telefonicznie o planowanych wydarzeniach (targach, konferencjach, drzwiach otwartych, spotkaniach branżowych itd.).

W przypadku zaleceń, rekomendacji, instrukcji, informacji o zmianach w ustawodawstwie przydatne mogą być wydawnictwa takie jak broszury, ulotki, biuletyny itp., przy czym minusem tego rozwiązania są koszty związane z ich wydrukiem i kolportażem. Problem ten można rozwiązać np. poprzez powołanie specjalnego funduszu przez AP.

Ciekawym rozwiązaniem byłoby także stworzenie audycji radiowej bądź telewizyjnej dedykowanej OP. Mogłaby ona poruszać kwestie wskazane powyżej, stwarzać OP możliwość zaprezentowania się i stanowić forum dyskusyjne. W ramach audycji mogłyby również być prowadzone wywiady z ekspertami, np. prawnikami, urzędnikami, specjalistami PR lub marketingu.

Pomocne w integracji z e-wykluczonymi byłoby również włączenie AP jako pośrednika we wzajemnych kontaktach OP. AP może prowadzić bazę wszystkich organizacji i udostępniać dane teleadresowe podmiotom poszukującym partnerów lub organizować wydarzenia, podczas których OP mogą się spotkać i poznać.

Warto, aby zarządzający organizacjami borykającymi się z wykluczeniem cyfrowym pomyśleli także o zaproszeniu do współpracy osób z odpowiednią wiedzą, które mogą podnieść kompetencje zespołu lub wyreczyć go w tej kwestii. Można to zrobić pozyskując wolontariusza – specjalistę, zatrudniając nowego pracownika lub organizując kursy komputerowe.

## 5.3. Dalsze rekomendacje

Powyżej wskazaliśmy wiele różnych sposobów umożliwiających i ułatwiających integrację możliwych do wykorzystania przez organizacje pozarządowe. Przed podjęciem konkretnych działań warto przeprowadzić analizę swojego środowiska i sprawdzić, które z podanych metod mają szansę realizacji.

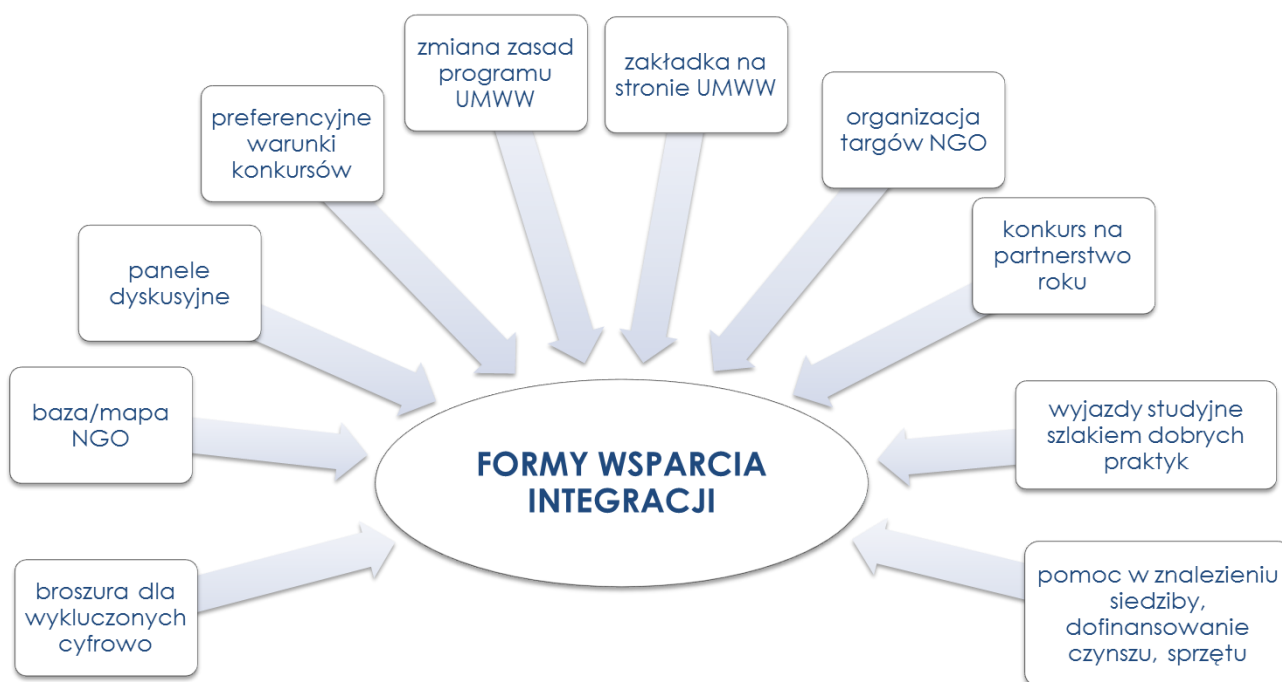


Naszym zdaniem na uwagę zasługują zwłaszcza te działania, które sprzyjają nawiązaniu trwałej współpracy. Warto zatem realizować wspólne przedsięwzięcia (projekty, pikniki) oraz korzystać z okazji do spotkania (targi, co-working). Nie zapominajmy o tym, że Internet nie jest jedyną formą komunikacji, choć z pewnością najprostszą i wymagającą najmniejszego wysiłku. Podczas poszukiwania partnera czy promocji wydarzenia warto więc wykorzystać inne media – radio, lokalną telewizję czy choćby gazetę parafialną.

## 6. Wskazówki dla pozostałych instytucji czyli jak wspierać procesy integracji organizacji pozarządowych

### 6.1. W jaki sposób administracja publiczna może wspierać integrację OP?

Nie ulega wątpliwości, że administracja publiczna chcąc skuteczniej realizować powierzone jej zadania, powinna dążyć do wspierania procesów integracji III sektora. Zwróćmy uwagę na fakt, że zintegrowany III sektor to silne organizacje pozarządowe, a tym samym wiarygodni partnerzy do współpracy. Taka pozytywna relacja między AP i OP bezpośrednio przekłada się na budowanie pozytywnego wizerunku w oczach opinii publicznej. Należy pamiętać, że administracja publiczna posiada szereg kompetencji, narzędzi i możliwości, które dają szansę na zainicjowanie wielu działań na rzecz integracji. Na poniższym diagramie zaprezentowaliśmy kilka przykładowych form wsparcia integracji przez administrację publiczną.



## **Organizacja targów OP**

Może być szansą na zaprezentowanie różnorodnych organizacji od największych do najmniejszych, a jednocześnie jest szansą na tworzenie partnerstw, zawieranie nowych kontaktów, rozwój integracji sektora, etc. Rola administracji w zakresie targów OP może polegać na inicjowaniu terminów, użyczeniu przestrzeni i sprzętów, kontakcie z organizacjami (UMWW posiada własną bazę OP), promocji wydarzenia wśród OP oraz w mediach lokalnych, uwiarygodnieniu wydarzenia jakim mają być targi OP.

Oprócz aspektu integracji, targi powinny mieć na celu dotarcie do mieszkańców regionu, którzy będąc gośćmi targów, mają okazję zapoznać się z działaniami organizacji, które zlokalizowane są po sąsiedzku. Organizacjom daje to natomiast szansę na zaprezentowanie się przed mieszkańcami, którzy często nie są świadomi ich istnienia i celów. Sugerujemy, aby proponowany sposób integracji nazwać camp'em zamiast targów, gdyż targi kojarzą się z rozbudowaną inicjatywą i wydarzeniem.

## **Konkurs na partnerstwo roku**

Administracja publiczna będąca inicjatorem konkursu na partnerstwo roku stara się zmotywować OP do tworzenia trwałych partnerstw jednocześnie je nagradzając.

Inicjowane konkursy nie muszą mieć jedynie charakteru ogólno-wojewódzkiego, mogą też mieć charakter lokalny. Tego typu podział konkursowy pozwala na zgłoszenie do konkursu zarówno dużych projektów, jak również tych mniejszych służących dobru lokalnej społeczności (gmina, dzielnica, ulica).

Niewątpliwą zaletą konkursu, jest moment wręczenia nagród i wyróżnień, podczas specjalnej uroczystości, na której spotkają się organizacje budujące te partnerstwa, co z kolei może przyczyniać się do zacieśniania istniejących już kontaktów i inicjowania nowych.

## **Projekty wieloletnie**

Mogą być inicjowane zarówno ze strony administracji, jak również administracja może być podmiotem, który włącza się w projekty wieloletnie inicjowane przez organizacje działające w partnerstwie.

Projekty wieloletnie pozwalają na stworzenie stabilnych warunków realizacji projektów, co sprzyja budowaniu partnerstw, a w konsekwencji integracji sektora przy aktywnym udziale administracji. Problematiczne może być ustalenie budżetu wieloletniego. Taki projekt wieloletni powinien być wpisany w dany program.

## **Przestrzeń reklamowa**

W każdym mieście funkcjonują spółki i podmioty powiązane kapitałowo z administracją publiczną (urzędy posiadają mniejsze lub większe udziały w owych spółkach). Spółki takie jak poznański ZKZL posiadają w swojej ofercie ściany i przestrzenie przeznaczone na cele reklamowe. Ponadto dużą ilością takich powierzchni dysponują także spółdzielnie mieszkaniowe.

Administracja publiczna w tym przypadku mogłaby być przede wszystkim gwarantem i pośrednikiem pomiędzy organizacjami a wyżej wymienionymi spółkami i podmiotami.

Zaangażowanie administracji w udostępnianie bądź partycypację w części kosztów związanych z reklamą i lokalami, służy zarówno integracji III sektora, jak również mobilizuje organizacje do skuteczniejszego sposobu pozyskiwania brakujących środków.

Celem udostępniania przestrzeni reklamowej na preferencyjnych warunkach jest zagospodarowanie wolnych przestrzeni na promocję projektów realizowanych w partnerstwach (tylko i wyłącznie) lub reklamę społeczną, kampanię promującą przeznaczanie 1% podatku na wybraną organizację etc.

Korzyścią z takich działań jest wprowadzenie atrakcyjnych stawek za najem powierzchni reklamowej dla OP, a także zacieśnienie współpracy pomiędzy administracją a organizacjami pozarządowymi, przekładające się w konsekwencji na integrację sektora.



## **Przestrzeń lokalowa**

Wymienione w poprzednim punkcie spółki i podmioty oprócz przestrzeni reklamowych posiadają także wolne zasoby lokalowe. W jaki sposób administracja może się zaangażować w integrację sektora w tym zakresie? Jeśli przyjrzymy się modelowi, który od lat funkcjonuje z powodzeniem w Wielkiej Brytanii, to poznamy ideę sklepów charytatywnych tzw. charity shops. Są to sklepy, w których dana organizacja pozarządowa sprzedaje rzeczy, jakie przynieśli inni ludzie. Zysk wygenerowany z takiej działalności pozwala na realizację celów statutowych przez daną organizację. Lokale, w których znajdują się takie sklepy należą do miasta, który udostępnia je (na ogół) całkowicie za darmo. Warto także podkreślić, że w takich sklepach pracują zwykle osoby będące już na emeryturze - dla nich jest to możliwość uczestniczenia w życiu społeczności, dająca poczucie „bycia potrzebnym”.

Celem tego rozwiązania jest zapewnienie przez administrację dostępu do wybranych lokali, na wzór modelu brytyjskiego. Jednak, w odróżnieniu od tego przykładu, aby lokal został udostępniony, musi się zgłosić w partnerstwie kilka organizacji, które określą rodzaj prowadzonej działalności.

Może to być na przykład centrum coworkingowe. Z jednej strony centrum służy integracji sektora, z drugiej współpraca z biznesem pozwala na zebranie środków na realizację celów statutowych tych organizacji oraz przyczynia się do integracji międzysektorowej.

Dobrym przykładem jest także działalność powiązana. Konkretny lokal wynajmować mogą różne organizacje. Pierwsza z nich prowadzi działalność gastronomiczną, druga prowadzi działalność związaną ze sprzedażą książek, trzecia prowadzi działalność w zakresie warsztatów kreatywnych dla różnych grup. W konsekwencji trzy organizacje współpracują dla osiągnięcia sukcesu i powodzenia danego miejsca. Troska o własny „element” w konsekwencji przekłada się na wspólny sukces.

Dlaczego warto zaangażować administrację publiczną w tego typu działania? Przyniosą one wiele korzyści, m.in.: obniżenie kosztów związanych z wynajmem przestrzeni, współpraca oraz budowanie partnerstw pomiędzy organizacjami, wymiana zasobami kadrowymi, zainicjowanie współpracy międzysektorowej, budowanie stabilizacji finansowej OP, budowanie trwałości OP, zwiększenie zaangażowania społeczności lokalnej w rozwój organizacji pozarządowych.

## **Zakładki na stronach internetowych**

Administracja posiada narzędzia do stworzenia i prowadzenia podstrony (zakładki na własnej stronie), która może stanowić źródło cennych informacji pomocnych w integracji, takich jak: przykłady dobrych praktyk w zakresie integracji, które mogą stanowić inspirację do podjęcia nowych działań, baza organizacji pozarządowych działających w Wielkopolsce, która może być pomocna w znalezieniu partnera do współpracy, interaktywna mapa wielkopolskich organizacji pozarządowych.

Przykładami działań tego typu jest np. Urząd Marszałkowski Województwa Wielkopolskiego. Departament Rolnictwa i Rozwoju Wsi (UMWW) od 2014 roku prowadzi stronę internetową ([www.wow.umww.pl](http://www.wow.umww.pl)), na której prezentowane są wyróżniające się projekty. Na stronie internetowej [www.wielkopolskiewici.pl](http://www.wielkopolskiewici.pl) (administrowanej przez UMWW) znajduje się baza wielkopolskich organizacji pozarządowych oraz ogłoszenia o realizowanych i planowanych wydarzeniach inicjowanych zarówno przez OP, jak i przez Samorząd Województwa Wielkopolskiego.

## **Rada Działalności Pożytku Publicznego**

RDPP to ciało konsultacyjno-opiniujące powoływane na wniosek minimum 50 organizacji pozarządowych przez Marszałka Województwa. Celem działalności Rady jest z jednej strony opiniowanie dokumentów dotyczących organizacji pozarządowych, a z drugiej inicjowanie pomysłów, takich jak: badanie funkcjonowania III sektora, opiniowanie programu współpracy samorządu województwa z organizacjami pozarządowymi.

Rada może stanowić istotne ogniwo w procesie integracji III sektora.

Przykład: powołanie przedstawicieli III sektora do Rady – rodzi konieczność współdziałania organizacji pozarządowych.

### **Panele dyskusyjne**

Administracja publiczna posiada zasoby (sala, sprzęt, kadra) do zorganizowania spotkań w formie paneli dyskusyjnych, konferencji, szkoleń, które mogą istotnie wpłynąć na procesy integracji III sektora. Warto pamiętać, że AP może być partnerem lub samodzielnie inicjować tego rodzaju spotkania i proponować tematy dyskusji. Podczas spotkań podejmowane mogą być problemy integracji w III sektorze, istnieje możliwość poszerzenia swojej wiedzy oraz poznania potencjalnych partnerów. Podejmowane podczas spotkań tematy dyskusji, powinny być wspólne dla uczestniczących w nich organizacji pozarządowych.

### **Preferencyjne warunki konkursów**

Administracja publiczna ma możliwość inicjowania otwartych konkursów ofert ze wskazaniem na realizację partnerskich projektów, dodatkowo premiując współdziałanie. Realizacja takich wspólnych projektów pozwala na lepsze wykorzystanie posiadanych zasobów oraz nawiązanie nowych kontaktów, które mogą być pomocne w przyszłości.

### **Zmiana zasad programu współpracy**

Administracja publiczna ma możliwość promowania działań na rzecz integracji III sektora w dokumentach strategicznych, opracowywanych w celu unormowania jego współpracy z organizacjami pozarządowymi. Rekomendacje i wskazówki zawarte w wyżej wymienionych dokumentach powinny wpływać na działania AP, które wpierają proces integracji III sektora.

## **6.2. W jaki sposób instytucje biznesowe mogą wspierać integrację OP**

Przedsiębiorcy mogą mieć istotny wpływ na to, co się dzieje w sektorze organizacji pozarządowych. Po pierwsze, działy CSR, działające zwykle w korporacjach, mają za zadanie ocieplać wizerunek społeczny firmy, umożliwiając spełnianie potrzeb społecznych - tym samym wchodzi w zakres działań OP, dlatego warto, by podejmowały z nimi współpracę. Po drugie, przedsiębiorstwa niezależnie od wielkości mogą wspierać organizacje pozarządowe poprzez wspólną realizację projektów, wymianę zasobów czy wsparcie finansowe. Po trzecie, mogą przyczyniać się do integracji trzeciego sektora podejmując działania, które prezentujemy poniżej.

### **Stymulowanie powstawania inkubatorów OP lub parków OP**

(na wzór parków technologicznych)

Cytując Henry'ego Forda „Zebranie się razem to dopiero początek, trzymanie się razem to postęp, praca razem to sukces”- firmy mogą mieć wpływ na integrację III sektora poprzez rozpoczynanie inicjatyw, mających na celu powstawanie inkubatorów lub parków OP. Należy pamiętać, że biznes może odnieść z tego realną korzyść finansową i PR-ową. Może także korzystać z usług lub działań, których organizacje się podejmują. Utrzymanie w jednym miejscu kilku organizacji może być fundamentem pod przyszłe procesy integracji między tymi podmiotami.

Przykład: City Park Hotel posiada wolne przestrzenie, które od dłuższego czasu nie znajdują najemcy. Firma oddaje powierzchnie wybranym przez siebie organizacjom. Są to organizacje związane z działalnością artystyczno - kulturalną. Na mocy porozumienia, w jednym miejscu zebranych zostaje kilka podmiotów, które dotychczas działały w rozproszeniu. Połączenie sił, skutkuje zwiększeniem efektywności np. w pozyskiwaniu grantów oraz finansowania projektów artystyczno - kulturalnych, które odbywają się na terenie CityParku. Firma odnosi korzyść z integracji poprzez

przyciągnięcie uwagi nowych osób wydarzeniami, przyciągnięcie uwagi mediów, nawiązanie współpracy z nowymi partnerami biznesowymi, którzy są sponsorami organizowanych wydarzeń artystyczno – kulturalnych.

### **Tworzenie programów grantowych, których realizacja wymaga partnerstwa kilku organizacji**

Firmy w ramach własnych strategii CSR lub polityki i strategii marketingowej mogą powoływać fundusze grantowe, które przyznawane będą organizacjom pracującym w partnerstwie. Celem takiego działania jest maksymalizacja efektywności wykorzystania środków, które zostały zarezerwowane na bieżący rok działalności w ramach współpracy z organizacjami pozarządowymi.

Przykład: Kompania Piwowarska powołuje fundusz grantowy, którego celem jest wyłonienie najlepszych projektów związanych z ekologią (ten priorytet wpisuje się w strategię CSR Kompanii Piwowarskiej). Warunkiem przystąpienia do konkursu jest stworzenie partnerstwa projektowego przez 2 lub więcej organizacji.

Przykład: Google stworzyło program dla organizacji pozarządowych umożliwiający prowadzenie bezpłatnych reklam. W ramach programu Google Grants organizacja otrzymuje 10 000\$ miesięcznie, które może przeznaczyć na promocję w Internecie. Warunek jest jeden – trzeba posiadać status Organizacji Pożytku Publicznego. Wystarczy zarejestrować się poprzez formularz na stronie <https://services.google.com/fb/forms/grantsapplicationpl/>.

„Obecność reklamy organizacji w wyszukiwarkach Google to skuteczny sposób na dotarcie do szerokiego grona odbiorców. Warto używać jej nie tylko raz w roku, przy okazji wzmożonej aktywności organizacji walczących o 1%. Dzięki Google Grants realizowane projekty nabiorą rozmachu, a organizacja dotrzeć może do potencjalnych partnerów, np. biznesowych”.

### **Wsparcie finansowe projektów grupowych**

Podobnie jak w powyższym przykładzie, firmy mogą wspierać projekty grupowe w sposób finansowy. Różnica tego punktu polega na tym, że w przypadku poprzedniego inicjatorem jest firma. W tym przypadku, to organizacje działające wspólnie zwracają się do firmy o wsparcie projektu partnerskiego.

Przykład: 3 organizacje z Wielkopolski, działające na rzecz ekologii, zapoznają się ze strategią CSR danej firmy. Znając ją, przygotowują projekt i zapraszają firmę do współpracy finansowej.

### **Wsparcie merytoryczne i kadrowe**

Firmy mogą mieć realny wpływ na wsparcie integracji III sektora nie tylko poprzez pomoc finansową. Często dużo efektywniejsze jest przekazanie wiedzy merytorycznej, udostępnienie kontaktów lub zasobów kadrowych. Inicjatywa takiego wsparcia może wyjść bezpośrednio od firmy.

Przykład: Firma XYZ, która jest ogólnopolskim biurem rachunkowym, może udzielić bezpłatnego wsparcia kadrowego i merytorycznego w ramach rozliczeń projektów partnerskich.

### **Tworzenie sieci powiązań**

Firmy często spotykają się z prośbami organizacji o wsparcie (głównie finansowe) projektów realizowanych przez daną organizację. Dzięki temu w firmie powstaje siatka (baza) kontaktów do różnorodnych organizacji. W ten sposób firma może stać się inicjatorem procesu integracji podpowiadając/polecając organizacji X rozpoczęcie współpracy w ramach danego projektu z organizacją Y. Należy pamiętać, że budowanie sieci powiązań to nie tylko współpraca firma – organizacje. Taka współpraca (mająca na celu szerszą integrację), może się odbywać na płaszczyźnie firma – firma partnerska – organizacja X – organizacja Y – administracja publiczna, etc. Powstała w ten sposób swoista inicjatywa klastrowa, ma realny wpływ na budowanie integracji pomiędzy

organizacjami. Polityka wspierania klastrów, ze względu na swój horyzontalny charakter, stanowi istotny element składowy kilku dziedzin polityki gospodarczej, przede wszystkim innowacyjnej, regionalnej i przemysłowej. Klastry odgrywają szczególną rolę w tworzeniu powiązań między podmiotami gospodarczymi, organizacjami (przyp. własny), a także przedsiębiorstwami i jednostkami naukowymi, które to powiązania są kluczowym elementem nowoczesnych modeli procesów innowacyjnych. Struktury klastrowe, stanowiące skuteczny mechanizm koncentrowania zasobów i środków oraz jeden z najlepiej zdiagnozowanych sposobów stymulowania współpracy horyzontalnej w gospodarce, mają możliwość wpływu na generowanie i przyspieszenie procesów rozwojowych oraz mogą odgrywać rolę biegunów wzrostu w skali całego regionu, a nawet kraju. Ważne znaczenie ma także powiązanie polityki klastrowej z rozwojem specjalnych stref ekonomicznych w celu utrwalania długookresowych korzyści wynikających ze stworzenia atrakcyjnych warunków do prowadzenia działalności gospodarczej w strefach, zwłaszcza w takich lokalizacjach, w których wykształciła się wyraźna specjalizacja branżowa (za: *Klastry. Polityka rozwoju gospodarczego oparta na klastrach*, ministerstwo Gospodarki, Warszawa 2010).

### **Podsumowanie oraz dalsze rekomendacje**

Aby zaistniały którekolwiek z wyżej wymienionych przykładów wpływu przedsiębiorstw na wsparcie integracji, konieczne jest edukowanie przedsiębiorstw na temat korzyści wynikających ze współpracy z organizacjami pozarządowymi oraz stworzenie mechanizmów stymulujących zaangażowanie przedsiębiorstw we współpracę z OP. Na tle innych krajów, Polska wypada pod tym względem bardzo słabo. Patrząc na dane dotyczące finansowania III sektora, współpraca z biznesem jest prawie nie zauważalna (7% środków pozyskanych przez polskie OP pochodzi od przedsiębiorstw i instytucji). Natomiast duże jest uzależnienie finansowe organizacji pozarządowych od rządu właśnie - 49 budżetu III sektora to środki przekazane przez samorząd (19%), rząd (18%) i Unię Europejską (12%)

(za: [http://civicpedia.OP.pl/files/civicpedia.pl/public/FaktyOP\\_broszura\\_full.pdf](http://civicpedia.OP.pl/files/civicpedia.pl/public/FaktyOP_broszura_full.pdf))

Jak widać na powyższych przykładach, istnieje wiele możliwości wpływania na integrację sektora OP przez biznes. Zachęcenie jednak do takich działań, zwłaszcza w Polsce, może okazać się zadaniem niełatwym. Warto jednak przyjrzeć się instytucjom działającym w najbliższym otoczeniu i ocenić możliwości nawiązania współpracy oraz najefektywniejsze jej formy. Organizacje pozarządowe powinny samodzielnie inicjować kontakt z biznesem i wskazywać możliwe płaszczyzny współpracy, które w konsekwencji przyczynią się do integracji samego III sektora.

Należy pamiętać, że CSR, czyli społeczna odpowiedzialność biznesu, jest w Polsce dziedziną stosunkowo nową, warto więc przyczynić się do jej rozwoju w pożądanym kierunku.

Szczególnie warto zwrócić uwagę na model współpracy oparty o finansowanie projektów partnerskich. Inicjatywa należy do OP – zarówno proponowany projekt, jak i ocena rynku i wybór odpowiedniej instytucji do współpracy powinien być dokładnie zaplanowany i przemyślany. Firmy mogą ze swej strony udostępniać informacje kontaktowe, posiadają bowiem bazy wspieranych przez siebie stowarzyszeń i fundacji. Dzięki udostępnieniu tych informacji, firma udzielająca wsparcia może liczyć na lepsze, bardziej skuteczne przeprowadzenie zakładanych działań. Poprzez skomunikowanie wspieranych instytucji działających w tym samym zakresie kompetencji (wspierany bowiem jest konkretny projekt, konkretne zadanie, a nie instytucja), firma wydatkuje stosunkowo mniej środków przy znacznie wyższej skuteczności realizacji zadania.

Warto także pamiętać o tym, że współpracując z biznesem należy „rozmawiać” z nim językiem korzyści, a ofertę dopasować do zakresu działania firmy. Składanie projektów np. proekologicznych do firmy, która nie działa w tym obszarze i nie posiada potencjalnych klientów może okazać się z góry skazane na porażkę.



## 7. Wspólne możliwości OP i AP

Dla procesów integracji trzeciego sektora bardzo ważna jest jego współpraca z administracją samorządową. W ramach tej współpracy UMWW wspiera realizację zadań publicznych poprzez ogłaszanie otwartych konkursów ofert. Oprócz tej działalności podstawowej zarówno Urząd, jak i podległe mu jednostki administracyjne, prowadzą wiele innych działań mających na celu wspieranie zarówno realizację działań publicznych, jak i różnych form integracji.

Wśród już funkcjonujących form współpracy i wsparcia trzeciego sektora przez administrację należy wymienić:

- powołanie Wielkopolskiej Rady Działalności Pożytku Publicznego (RDPP),
- stworzenie bazy wielkopolskich organizacji pozarządowych oraz portalu wielkopolskiewici.pl,
- organizacja targów dla organizacji pozarządowych,
- ogłaszanie preferencyjnych konkursów na realizację wspólnych projektów,
- wyjazdy studyjne szlakiem dobrych praktyk, podczas których przedstawiciele OP i AP wspólnie wizytują wzorowo działające instytucje w kraju i za granicą.

Urzędy mogą również współuczestniczyć w integracji sektora i promować ją poprzez:

- pomoc w znalezieniu siedziby wspólnej dla kilku organizacji (biura coworkingowego) i dofinansowanie czynszu lub zakupu sprzętu, z których OP by wspólnie korzystały,
- promowanie dobrych praktyk na swoich stronach internetowych,
- drukowanie i dystrybucję broszur informacyjnych dla organizacji wykluczonych cyfrowo,
- stworzenie interaktywnej mapy działających w regionie OP,
- organizację paneli dyskusyjnych, podczas których przedstawiciele OP mogliby wymienić się poglądami, pomysłami i problemami między sobą i z reprezentantami administracji publicznej,
- finansowanie działań promujących współdziałanie między OP,
- stworzenie kanału informacyjnego przeznaczonego dla OP, ułatwiającego komunikację, pozyskanie partnera, wymianę poglądów (np. forum, profil na portalu społecznościowym),
- ogłoszenie plebiscytu na partnerstwo roku, w którym organizacje głosowałyby na najbardziej przyjazną, aktywną i otwartą spośród nich; zwycięzca otrzymywałby np. jednorazową nagrodę pieniężną lub rzeczową.

Korzystna byłaby również zmiana zasad przyznawania dotacji na realizację projektów przez OP, tak aby zachęcać organizacje do realizowania ich we współpracy, np. premiowanie dodatkowymi punktami lub ogłaszanie projektów wieloletnich, które pozwalałyby OP planować działania z wyprzedzeniem i stworzyć poczucie bezpieczeństwa, dzięki czemu łatwiej byłoby im angażować się w projekty wymagające większego wysiłku.

Kluczowe dla wymienionych powyżej działań jest to, że we wszystkich ważną rolę odgrywa aktywność członków organizacji pozarządowych. Są oni odpowiedzialni za współtworzenie treści na portalach, włączają się w organizację imprez, biorą udział w dystrybucji materiałów informacyjnych, przekazują sobie wzajemnie najnowsze wiadomości na temat wydarzeń organizowanych przez urzędy lub konkursów grantowych itp.

Dla powodzenia procesu integracji niezbędne jest zaangażowanie zarówno przedstawicieli administracji i trzeciego sektora.

## 8. Przydatne linki i adresy

<http://wspieramkulture.pl/>  
<http://www.nfosigw.gov.pl/>  
<http://jedenprocent.pl/>  
<http://www.cal.org.pl/>  
<http://www.cofund.org.pl/pl/>  
<http://www.forumdarczyncow.pl/>  
<http://www.poznan.pl/mim/ngo/>  
<http://www.ngo.pl/>  
<http://www.pisop.org.pl/>  
<http://www.wrk.org.pl/>  
<http://wielkopolskiewici.pl/>  
<http://www.ofop.eu/>  
<http://www.wces.pl/>  
<http://www.wtk.poznan.pl/>

## 9. Podsumowanie

Celem opracowania Opłaca się integrować w Wielkopolsce! było zebranie informacji i zaprezentowanie narzędzi, za pomocą których możliwe jest zainicjowanie procesów integracji. Zebrany materiał jest sumą wiedzy przedstawicieli III sektora i administracji publicznej, którzy na co dzień działają na rzecz rozwoju dobra społecznego.

Tworząc opracowanie skupiliśmy się na 3 grupach odbiorców, których wpływ na proces integracji III sektora z Naszego punktu widzenia jest najważniejszy. Wyróżniliśmy:

- administrację publiczną,
- organizacje działające w ramach III sektora,
- podmioty sfery biznesowej.

Jako przedstawiciele różnych branż posiadamy różną wiedzę i spojrzenie na problemy. Dzięki temu kwestię integracji mogliśmy rozpatrywać z szerszej perspektywy. Mimo różnic, a może dzięki nim, potrafiliśmy się wzajemnie uzupełniać. Jednak zanim do tego doszło musieliśmy się wzajemnie poznać i zgrać. Początkowo różnice między nami były wyraźne, jednak z czasem otworzyliśmy się na siebie i obraliśmy wspólny punkt widzenia.

Na własnym przykładzie pokazujemy, że można przezwyciężyć trudności zarówno komunikacyjne, jak i te wynikające z innego bagażu doświadczeń, przyzwyczajzeń czy stylów pracy. Porozumienie jest możliwe, gdy ludzie pomimo różnic chcą osiągnąć wspólny cel.

Wielokrotnie podkreślaliśmy zasadność procesów integracyjnych, ukazując liczne korzyści z nich wypływające. Sami również przez wszystkie miesiące współpracy wiele zyskaliśmy. Nie tylko zdobyliśmy ogólną wiedzę, którą zebraliśmy w tym poradniku, ale także doświadczenie w pracy grup międzysektorowych i poszerzyliśmy indywidualne horyzonty.

Mamy nadzieję, że zebrane tutaj informacje pomogą Wam skuteczniej angażować się w proces integracji III sektora. Wiemy, że możliwości wspierania integracji III sektora jest wiele. Sporą ich część udało nam się zebrać i opracować. Liczymy, że nasze wskazówki zmotywują Was do szukania własnych rozwiązań. Zachęcamy do korzystania z zebranej tutaj wiedzy i twórczego jej wykorzystania w ramach własnych działań.



## 10. O projekcie i autorach

Dokument Oplaca się integrować w Wielkopolsce! powstał w ramach projektu pn. Wielkopolska działa razem - wdrożenie standardów współpracy Samorządu Województwa Wielkopolskiego i NGO realizowanego przez Fundację Forum Rozwoju Nowoczesnych Technologii w partnerstwie z Samorządem Województwa Wielkopolskiego. Celem projektu było wdrożenie modelu współpracy administracji publicznej i organizacji pozarządowych w regionie. Praca odbywała się w ramach grup standaryzacyjnych odpowiadających poszczególnym płaszczyznom i obszarom ww. modelu. Do 8 grup projektowych zaproszono przedstawicieli administracji publicznej i III sektora.

Spotkania grupy P3O2 (Integracja) odbywały się regularnie przez okres 8 miesięcy. Efektem pracy grupy jest opracowanie, w którym zachęcamy przedstawicieli administracji publicznej, sektora biznesu i organizacji pozarządowych do podejmowania działań na rzecz integracji.

### **Autorami przewodnika są:**

- Beata Choroszko, Departament Zdrowia, Urząd Marszałkowski Województwa Wielkopolskiego
- Magdalena Gołębiowska, Społeczna Fundacja Ludzie dla Ludzi
- Katarzyna Lisiak, Wolontariat Wielkopolski
- Mikołaj Maciejewski, Art Stations Foundation by Grażyna Kulczyk
- Bartłomiej Szamałek, Fundacja Klaster Poznań
- Monika Szofer, Regionalny Ośrodek Pomocy Społecznej w Poznaniu
- Anna Weis, Departament Rolnictwa i Rozwoju Wsi, Urząd Marszałkowski Województwa Wielkopolskiego

### **Wsparcie merytoryczne:**

- Daniel Lichota
- Paweł Michałowski
- Łukasz Oleksiak
- Monika Lisiecka.