

III sektor oczami wielkopolskich organizacji

Opracowanie: Ewa Gałka, Justyna Schaefer-Kurkowiak

Zaprosić wiarę na pyry z gziem można tylko w Wielkopolsce. Województwo wielkopolskie ma wiele cech, którymi odróżnia się od innych regionów Polski. Czy w postrzeganiu organizacji pozarządowych także się różnimy? Z przyjemnością przedstawiamy efekty dyskusji wielkopolskiego Regionalnego Panelu Ekspertów na temat roli i znaczenia III sektora w rozwoju kraju.

Czym dla nas jest III sektor?

Próbując scharakteryzować III sektor wskazaliśmy przede wszystkim obiektywne czynniki określające jego specyfikę tj.:

- różnorodność
- niezależność
- specjalizację
- rozproszenie terytorialnie
- twórczy charakter
- poczucie dumy i misji społecznej.

Zwróciliśmy także uwagę na sposób działania III sektora tj.:

- otwartość na innych
- bliskość ludzi
- zaangażowanie
- odwaga
- aktywność.

Nie zapominając przy tym o jego słabościach tj.:

- nie planowaniu swoich działań
- szybkiemu wypalaniu się, szczególnie liderów
- niewystarczającej współpracy wewnątrz samego sektora
- roszczeniowości wobec pozostałych sektorów
- słabej pozycji względem administracji publicznej i biznesu
- uzależnieniu od środków administracji publicznej
- niejednoznacznym wizerunku.

Podsumowując tę część dyskusji można stwierdzić, że naszym (RPE) zdaniem III sektor jest zróżnicowany zarówno pod kątem ludzi, którzy w ramach niego działają, podejmowanych inicjatyw, jak i ich odbiorców. Organizacji jest dużo. Działając w różnych zakątkach Polski, starają się odpowiadać na potrzeby lokalnych mieszkańców. Niejednokrotnie gromadzą specjalistów w swoich dziedzinach, szukają niestandardowych sposobów działania. Nie boją się podejmować trudnych tematów. Chcą zmieniać rzeczywistość, działać blisko ludzi i odpowiadać na ich bieżące problemy. Od innych sektorów odróżnia je poczucie misji społecznej.

Organizacje nie planują zwykle swoich działań, nie różnicują źródeł finansowania często uzależniając się od środków samorządu. Ich inicjatywy mają charakter jednorazowych akcji, kierowanych przez pojedynczych liderów, którzy szybko się wypalają. To z kolei może przekładać się na relacje z administracją publiczną i biznesem. Sektory te często nie doceniają roli organizacji i tym samym zmuszają je do postawy roszczeniowej. Wizerunek III sektora wciąż nie jest jednoznaczny. Polacy z jednej strony docenia rolę fundacji i stowarzyszeń, niewielu z nich zauważa jednak ich codzienną pracę. Akcje medialne nagłaśniające złe praktyki w ramach III sektora, dodatkowo nie służą budowaniu zaufania i bliższych relacji organizacji ze społecznością.

Co w III sektorze należy zmienić? W jaki sposób należy to robić?

Jak pokazała nasza dyskusja, elementy, nad którymi powinniśmy pracować w znacznym stopniu pokrywają się z naszymi słabościami. Starając się je pogrupować wyłoniliśmy kilka najważniejszych obszarów tj.:

- Planowanie strategiczne działań.

Organizacje muszą zacząć strategicznie myśleć o swoich działaniach. Nauczyć się planować i funkcjonować bardziej przewidywalnie. Pozwoli to skuteczniej realizować ich przedsięwzięcia, odpowiadać na potrzeby odbiorców, ale także stać się równorzędnym partnerem dla sektora administracji publicznej i biznesu. Można to osiągnąć poprzez:

- edukację w tym zakresie
- współpracę z biznesem tj. czerpanie z dobrych praktyk, biznesowych doświadczeń, którymi przedsiębiorstwa mogłyby się dzielić m.in. w ramach wolontariatu pracowniczego.

- Zespół.

Siłą organizacji pozarządowych są ich zespoły. Konieczne jest jednak podjęcie działań, które zapobiegą wypaleniu liderów oraz odchodzeniu z sektora specjalistów tj.:

- uczenie się zasad dobrej komunikacji w zespole
- wzmacnianie i poszukiwanie nowych liderów
- dzielenie się zadaniami w zespole.

- Niezależność finansowa.

Najczęściej wskazywanym przez organizacje problemem są niewystarczające środki finansowe. W znacznej mierze wiąże się to z uzależnieniem od jednego źródła pozyskiwania środków. Konieczne jest więc dywersyfikowanie źródeł finansowania, ale także promowanie rozwiązań, które pozwolą organizacjom realizować zadania za realne stawki i skutecznie pozyskiwać dotacje. Można to osiągnąć poprzez:

- wprowadzenie łatwiejszych zasad pozyskiwania i rozliczania dotacji
- promowanie rozwiązań na rzecz dostosowania wysokości grantów do realiów
- edukacja w zakresie fundraisingu
- promowanie i edukowanie w zakresie działalności gospodarczej.

- Transparentność.

Organizacje pozarządowe powinny działać jawnie i napiętnować te fundacje i stowarzyszenia, które podejmują złe praktyki i tym samym kształtują negatywny wizerunek III sektora. Można to osiągnąć poprzez:

- powoływanie i wzmacnianie organizacji strażniczych
- edukację w tym zakresie
- przyjęcie odpowiednich regulacji formalno - prawnych.

- Wizerunek.

Dobry wizerunek organizacji pozarządowych pozwoli wzmocnić III sektor. Umożliwi skuteczniej docierać do odbiorców, pozyskiwać partnerów do współpracy i środki finansowe, a tym samym efektywniej realizować działania. Poprawa wizerunku organizacji wymaga podjęcia działań na skalę ogólnopolską takich jak:

- systemowe dbanie o wizerunek III sektora
- prowadzenie kampanii promującej fundacje i stowarzyszenia
- promocja dobrych praktyk.

- Współpraca.

Organizacje pozarządowe są w stanie osiągnąć o wiele więcej jeśli nauczą się ze sobą współpracować. Budowanie koalicji III sektora pozwoli także stać się silniejszym partnerem dla administracji publicznej i biznesu. Można to osiągnąć poprzez:

- uczenie się zasad dobrej komunikacji
 - realizację wspólnych projektów/działań wewnątrz i między-sektorowych jako krok do szerszej współpracy
 - wypracowanie zasad współpracy
 - promowanie dobrych praktyk (w tym z zagranicy)
 - korzystanie z dobrych praktyk biznesu
 - uczenie społeczności współpracy, edukacja współpracy już od najmłodszych lat.
- Tradycje organizacji.

Ogniwem spajającym III sektor może być budowanie wspólnej tradycji. Można to osiągnąć poprzez:

- stworzenie katalogu świąt III sektora
 - wprowadzenie stałej nagrody dla liderów
 - podejmowanie wspólnych działań
 - integracja organizacji np. poprzez OFIP.
- Lobbying.

Wiele rozwiązań sprzyjających organizacjom pozarządowym może zostać wprowadzonych dzięki:

- wzmacnianiu i powoływaniu organizacji lobbujących
- zwiększenie wiedzy organizacji o potrzebie lobbyngu.

Jak wyniknęło z naszej dyskusji zmiany w ramach III sektora w znacznym stopniu dotyczą poszczególnych organizacji. Uporządkowanie działań w naszych fundacjach i stowarzyszeniach (m.in. zadbanie o zespół, edukacja w zakresie planowania strategicznego, budowanie niezależności finansowej) pozwoli lepiej funkcjonować naszym organizacjom. Nie można przy tym zapominać o inicjatywach wzmacniających cały sektor (m.in. w zakresie transparentności, budowania współpracy, kreowania pozytywnego wizerunku, pielęgnowania tradycji, czy tworzenia grup nacisku). Prowadzenie działań dwutorowo jest w stanie spowodować realne zmiany w III sektorze.

W oparciu o jakie wartości powinien działać?



Mimo, że wartości były ostatnią częścią naszej dyskusji, to właśnie one nadają kierunek zmian w jakim powinien zmierzać III sektor. Najważniejsze wartości - drogowskazy dla nas to:

- Etyka
- Szacunek dla tradycji
- Niezależność
- Pewność siebie
- Uczciwość
- Zaufanie
- Tolerancja
- Szacunek
- Samoświadomość
- Zaradność
- Jakość
- Otwartość
- Odwaga
- Empatia
- Zaangażowanie
- Profesjonalizm
- Wytwałość
- Oddolność
- Pomocniczość
- Z ludźmi i dla ludzi
- Partnerstwo

Dyskusja na temat roli III sektora w rozwoju kraju uświadomiła nam, jak wielki potencjał drzemie w III sektorze. Z drugiej zaś uzmysłowiła jak dużo pracy jeszcze przed nami. A jak dyskusja wypadła w Waszych województwach? No i oczywiście zapraszamy do Wielkopolski na pyry z gzikiem!