

Działaj Razem

Poradnik
współpracy
międzysektorowej





Szanowni Państwo,

przekazujemy w Wasze ręce Poradnik „Działaj Razem”, który przygotowany w ramach realizacji zadania publicznego „Działania na rzecz współpracy międzysektorowej” finansowanego ze środków Miasta Krakowa, który zawiera praktyczne wskazówki, przykłady projektów łączących różne sektory, inspirując do współpracy opartej na modelu Win-Win.


Celem Poradnika jest wsparcie trzeciego sektora, urzędów i biznesu, oraz środowiska akademickiego, oraz poszerzanie działań, nawiązywanie współpracy międzysektorowej i budowanie zaangażowanej społeczności.

Współpraca międzysektorowa to fundament skutecznych działań społecznych

w nowoczesnym świecie. Dzięki połączeniu sił organizacji pozarządowych, biznesu i instytucji publicznych możemy wypracowywać optymalne rozwiązania o większym zasięgu, trwałości i skuteczności.

Taka współpraca opiera się na idei partnerstwa i wzajemnych korzyści, co wzmacnia możliwości rozwoju każdego sektora.

Poradnik, który oddajemy w Państwa ręce, jest nie tylko przewodnikiem po skutecznych strategiach, ale także inspiracją do tworzenia relacji opartych na zaufaniu, wspólnych wartościach i dążeniu do wspólnego dobra.



ROZDZIAŁ I

Jak rozpocząć i rozwijać współpracę międzysektorową.



Rozdział 1 .

Jak rozpocząć i rozwijać współpracę międzysektorową

Słownik pojęć, które ułatwiają komunikację międzysektorową, rozjaśniając wybrane obszary i aktywności.

NGO (z ang. Non-Government Organization) to skrót oznaczający organizację pozarządową, często używany również w środowisku korporacyjnym. NGO działa niezależnie od rządu i jest częścią tzw. trzeciego sektora, obejmującego organizacje non-profit. Ich misją jest działanie na rzecz społeczeństwa, środowiska czy kultury. NGO może współpracować z biznesem oraz uczelniami w ramach wspólnych projektów.

CSR (z ang. Corporate Social Responsibility), czyli społeczna odpowiedzialność biznesu, to strategia uwzględniająca dobro społeczne i ochronę środowiska. Włącza się w działania na rzecz zrównoważonego rozwoju. CSR pomaga firmom budować pozytywny wizerunek i zwiększać zaangażowanie społeczne. Przykłady to m.in. akcje ekologiczne i społeczne, które pozytywnie wpływają na otoczenie. Firmy z dobrze rozwiniętym CSR dbają nie tylko o własne interesy, ale także o potrzeby społeczności.

ESG to podejście które zakłada równoważne traktowanie obszaru ekonomicznego, społecznego i środowiskowego w praktyce biznesowej oraz zastosowanie nowego podejścia do sprawozdawczości z prowadzonej działalności przedsiębiorstwa, poszerzonego o dane niefinansowe (dane zrównoważonego rozwoju). Nazwa ESG odnosi się do trzech głównych obszarów: E (environment) – środowisko, S (social) – społeczna odpowiedzialność oraz G (governance), czyli ład korporacyjny.

HR (z ang. Human Resources) to dział zasobów ludzkich, odpowiedzialny za rekrutację, rozwój i zarządzanie personelem. Jego zadaniem jest tworzenie i realizacja polityki personalnej firmy, od rekrutacji po edukację pracowników. Dział HR dba o zaangażowanie pracowników i zapewnia wsparcie na każdym etapie zatrudnienia. Firmy traktują HR jako strategiczny element swojej

działalności. Obecność działu HR pomaga firmom w budowaniu konkurencyjności poprzez rozwój pracowników.

EB (z ang. Employer Branding) to budowanie wizerunku firmy jako pożądanego pracodawcy. Działania te są szczególnie istotne na wymagającym rynku pracy, na którym pozyskiwanie specjalistów jest wyzwaniem. EB wspiera tworzenie przyjaznego środowiska pracy i wzmacnia wizerunek firmy jako miejsca atrakcyjnego do pracy. Pracodawcy często wdrażają inicjatywy CSR i wolontariat pracowniczy, aby zwiększyć zaangażowanie pracowników. EB wpływa korzystnie na lojalność pracowników oraz ich zadowolenie z pracy.

Wolontariat pracowniczy to inicjatywa, w której firmy zachęcają pracowników do działań na rzecz społeczności. W ramach CSR/EB, firmy tworzą programy i budżety na wspieranie wolontariatu, umożliwiając pracownikom angażowanie się w projekty społeczne. Wolontariat buduje więzi i zaangażowanie, a także sprzyja rozwojowi osobistemu pracowników. Dla organizacji pozarządowych to możliwość korzystania z wiedzy i doświadczenia pracowników firm, a także szansa nawiązania bezcennych kontaktów i wsparcia beneficjentów.

Fundraising to proces pozyskiwania funduszy od osób prywatnych, instytucji i firm, przekazywanych jednorazowo lub cyklicznie. Środki te wspierają cele charytatywne, konkretne projekty lub stałą działalność organizacji. Do popularnych metod fundraisingu należą zbiórki, wydarzenia publiczne oraz kampanie internetowe. Kluczowym celem fundraisingu jest zdobycie stałych darczyńców, zapewniających stabilne finansowanie. W tym celu organizacje opracowują strategie oparte na budowaniu relacji i partnerstw.

Case study to metoda analizy konkretnego przypadku, stosowana w celu wyciągnięcia wniosków i oceny skuteczności działań. Analiza ta pozwala zidentyfikować mocne i słabe strony projektu oraz daje inspirację do tworzenia nowych rozwiązań. Case study rozwija kreatywność i uczy planowania wieloetapowego. Jest także narzędziem do nauki optymalnych strategii i najlepszych praktyk.

Portfolio to zbiór materiałów lub przykładów prac, które mają na celu zaprezentowanie osiągnięć, umiejętności, doświadczenia i stylu danej osoby, firmy lub organizacji

Mentoring to proces rozwojowy polegający na partnerskiej relacji między bardziej doświadczoną osobą (mentorem), a osobą uczącą się (mentee). Mentor dzieli się swoją wiedzą, doświadczeniem i umiejętnościami, wspierając mentee w osiąganiu jego celów osobistych, zawodowych lub edukacyjnych.

Lifelong Learning, czyli uczenie się przez całe życie, to koncepcja edukacyjna zakładająca ciągłe zdobywanie wiedzy, rozwijanie umiejętności i poszerzanie kompetencji przez całe życie, niezależnie od wieku, etapu kariery zawodowej czy sytuacji życiowej.

Narzędzia dla Twojej organizacji – co warto mieć w codziennym arsenale?

Aby organizacje były efektywne i profesjonalne, warto sięgnąć po darmowe narzędzia, które wspierają codzienną pracę. Poniżej znajdziesz kluczowe rozwiązania i obszary, które warto zaopiekować, aby zwiększyć szansę na wspólne działania:

Social media i inne platformy komunikacji

Media społecznościowe umożliwiają komunikację z beneficjentami, partnerami i darczyńcami. Szczególnie przydatne kanały:

- LinkedIn – dobre dla organizacji współpracujących z firmami.
- Facebook – komunikacja z odbiorcami i tworzenie grup tematycznych.
- YouTube – idealny do publikacji filmów edukacyjnych.
- TikTok – krótkie filmy o bieżącej działalności.
- Podcast – dzielenie się wiedzą i budowanie zaangażowanej społeczności.
- Instagram – do publikacji wizualnych materiałów, zdjęć, grafik.
- X – krótkie, bieżące informacje i opinie.

Narzędzia Google / Microsoft

Google oferuje darmowe narzędzia biurowe, kalendarz, miejsce na pliki oraz Google 4 Non-profit, które mogą zapewnić NGO promocję wartą do 10 000 USD miesięcznie. Google Analytics pomoże śledzić ruch na stronie, analizować odbiorców i zwiększać zasięg organizacji.

Alternatywą dla systemów narzędzi biurowych jest oferta Microsoft dla NGO, za pośrednictwem którego organizacje pozarządowe mogą pozyskać wsparcie dla aż 10-ciu użytkowników, zapewniające m.in. dostęp do Office365, narzędzi wymiany plików czy też zarządzania projektami.

Zarządzanie projektami

Nozbee i Trello to narzędzia do organizacji zadań i zarządzania projektami, dostępne dla podstawowego zakresu w wersji darmowej, które ułatwiają planowanie, delegowanie zadań i śledzenie postępów. Dzięki nim można zredukować czas na komunikację wewnętrzną i poprawić efektywność.

Alternatywą dla powyższych narzędzi jest Asana. To popularna aplikacja do zarządzania projektami, która ułatwia planowanie, organizację i monitorowanie zadań w zespołach. Pozwala na tworzenie list zadań, tablic Kanban, harmonogramów oraz raportów. Dzięki Asanie zespoły mogą lepiej współpracować, śledzić postępy i zwiększać efektywność.

Grafika i edycja treści

- Canva – intuicyjne narzędzie do tworzenia grafik i prezentacji, dostępne w wersji bezpłatnej z licznymi szablonami, dostępne bezpłatnie w wersji PRO dla organizacji pozarządowych
- OpenShot Video Editor – bezpłatny edytor wideo do prostych montaży, idealny do tworzenia relacji i materiałów promocyjnych.

Newsletter i CRM

- Freshmail – darmowy dla NGO, pozwala na wysyłkę newslettera do 2500 odbiorców i aż 10 000 wiadomości miesięcznie.
- Livespace CRM – narzędzie do zarządzania kontaktami, które ułatwia fundraising i budowanie relacji z darczyńcami oraz partnerami.

Przesyłanie dużych plików

WeTransfer – bezpłatnie umożliwia przesłanie plików do 2 GB, co może być przydatne przy dzieleniu się materiałami z zespołem.

W ramach pakietu Google oraz Microsoft dla NGO, organizacja otrzymuje bezpłatną przestrzeń do wymiany plików.

Organizacja spotkań online

ClickMeeting – płatne, ale oferujące szereg funkcji wspierających organizację profesjonalnych webinarów, szkoleń i konferencji online. Można skorzystać z darmowego 14-dniowego okresu próbnego.

W ramach pakietu Google oraz Microsoft dla NGO, organizacja otrzymuje bezpłatny dostęp do aplikacji Google Meet lub Teams, które umożliwiają tworzenie i prowadzenie spotkań online.

Standardy działania w NGO

Ustandaryzowane działania pomagają organizacjom pozarządowym działać efektywniej i bardziej transparentnie. Dzięki spójnym procesom łatwiej jest budować zaufanie, pozyskiwać fundusze i nawiązywać partnerstwa. Standaryzacja zwiększa profesjonalizm, ułatwia zarządzanie projektami i zapewnia lepsze dostosowanie do wymogów grantodawców oraz oczekiwań partnerów biznesowych.

Kilka kluczowych zasad:

- **Przejrzystość dokumentacji** – udostępniaj statut oraz raporty finansowe.
i merytoryczne, by odbiorcy i darczyńcy mogli zweryfikować działalność.
- **O nas i kontakt** – zwięźle przedstaw działalność, zespół i misję organizacji oraz łatwe formy kontaktu.
- **Aktualności** – regularnie informuj o działaniach organizacji, zarówno na stronie internetowej, jak i w social media.

- Podsumowanie projektów – dokumentuj efekty działań organizacji, w tym liczby i opinie uczestników, aby pokazać ich skuteczność.
- Oferta współpracy – przygotuj prezentację o organizacji i możliwościach współpracy, by ułatwić pierwsze kroki w budowaniu partnerstw.
- Sojusznicy i ewaluacja – współpracuj z firmami realizującymi podobne cele CSR i wprowadzaj innowacje do projektów, by dopasować je do oczekiwań partnerów.

Przy wyborze narzędzi przemyśl ich dopasowanie do potrzeb organizacji i możliwości wdrożenia.

Skuteczne nawiązywanie współpracy z biznesem, urzędami i uczelniami

Współpraca z biznesem i międzysektorowe działania otwierają przed NGO nowe możliwości rozwoju. Firmy wnoszą zasoby, wiedzę i doświadczenie, pomagając organizacjom zwiększyć zasięg i skuteczność. Partnerstwa budują stabilność finansową, wspierają innowacje i wzmacniają profesjonalizm NGO, a dzięki wymianie perspektyw, realizowane są projekty odpowiadające na realne potrzeby społeczne, co tworzy długotrwałą wartość dla wszystkich stron.

Przygotuj się i wykorzystaj potencjał rozwojowy, analizując poniższe punkty:

1. Wprowadzenie do współpracy

Współpraca organizacji pozarządowych (NGO) może obejmować partnerstwo z firmami, urzędami oraz uczelniami. W przypadku firm relacja ta często zaczyna się od darowizn, sponsoringu, barteru lub wolontariatu. Tradycyjne podejście, w którym NGO występuje jako proszący o wsparcie, bywa mało efektywne i buduje niepełny obraz trzeciego sektora. Kluczem do skutecznego partnerstwa jest pozycjonowanie NGO jako równorzędnego partnera oferującego wartości, które wspierają cele biznesowe, publiczne oraz akademickie.

2. Korzyści z partnerstwa

Dobrze zaplanowana współpraca daje możliwość wspierania rozwoju firm przez budowanie ich wizerunku, zwiększanie rozpoznawalności i wspieranie celów CSR. W przypadku urzędów i uczelni, NGO może pomóc w realizacji projektów społecznych, angażować mieszkańców oraz wspierać edukację i badania. Takie partnerstwo zwiększa szanse na uzyskanie finansowania, otwiera dostęp do zasobów oraz umożliwia wspólne inicjatywy o realnym wpływie społecznym.

3. Zrozumienie potrzeb partnerów

Bycie partnerem dla firm, urzędów i uczelni wymaga znajomości ich struktur, celów i priorytetów. W przypadku firm ważne jest, aby zidentyfikować organizacje o podobnych celach CSR, natomiast w relacji z urzędami NGO powinny uwzględniać lokalne strategie rozwoju oraz inicjatywy skierowane do społeczności. Uczelnie natomiast mogą być zainteresowane współpracą na polu badań społecznych, edukacji oraz programów stażowych i wolontariatu dla studentów. Przygotowując się do współpracy, NGO powinny zgłębić potrzeby i działania partnerów, aby świadomie proponować wspólne projekty.

4. Komunikacja i strategia

W kontaktach z partnerami należy pamiętać, że za logotypami kryją się ludzie – decydenci i pracownicy o indywidualnych celach i ograniczeniach. Warto personalizować komunikację, tak by trafiała do odpowiednich osób i działów (np. CSR lub marketingu w firmach, wydziałów odpowiedzialnych za sprawy społeczne w urzędach oraz kierunków badawczych na uczelniach). Dostosowanie języka i treści oferty do specyfiki danej organizacji zwiększa szansę na pozytywny odbiór.

5. Transparentność i zaufanie

Partnerzy biznesowi, urzędnicy oraz pracownicy uczelni często weryfikują działania NGO, aby ocenić ich wiarygodność. NGO powinna dbać o transparentność i utrzymanie wysokich standardów – to ułatwi budowanie zaufania i przyspieszy formalności związane z decyzją o współpracy. NGO powinny w komunikacji podkreślać swoją rzetelność, sukcesy oraz wartość, jaką oferują w ramach danej inicjatywy.

6. Formy propozycji współpracy

NGO może przygotować propozycje współpracy na dwa sposoby:

1. Gotowe opcje do wyboru – z góry określone projekty, takie jak konkursy czy wydarzenia, do których zapraszane są firmy, urzędy i uczelnie na konkretnych warunkach.
2. Koncepcje szyte na miarę – elastyczne oferty, dostosowane do indywidualnych potrzeb danego partnera, np. działania edukacyjne dla firm, projekty społeczne z urzędami lub programy praktyk i badań na uczelniach.

Pierwsza opcja jest szczególnie przydatna przy projektach, które zakładają udział wielu partnerów, natomiast druga sprawdza się w przypadku specjalistycznych, długoterminowych projektów.

7. Budowanie potencjału NGO

Aby efektywnie działać, organizacje powinny inwestować czas w poznanie celów firm, urzędów i uczelni, zadawać pytania i przygotowywać oferty odpowiadające ich potrzebom. W ten sposób organizacja tworzy rzeczywistą wartość dla partnerów, dzięki czemu wzrasta szansa na skuteczne, długoterminowe partnerstwo.

8. Wskazówki dla NGO

- Określ obszary CSR i społecznych działań, w których specjalizuje się NGO.
- Sporządź listę firm, urzędów i uczelni o zbliżonych celach.
- Poznaj struktury i priorytety potencjalnych partnerów.
- Opracuj oferty współpracy, które przyniosą im realne korzyści.
- Dostosuj propozycje do specyfiki działów, aby zwiększyć ich atrakcyjność.
- Twórz autorskie projekty i zapraszaj do nich partnerów.
- Działaj jako równorzędny partner, oferując nie tylko prośby o finansowanie.
- Uwzględnij potrzeby partnera i pokaż, jak możesz je wspierać.
- Traktuj finansowanie jako efekt udanej współpracy.

Podsumowując, skuteczna współpraca z biznesem, urzędami i uczelniami wymaga świadomego budowania relacji partnerskich opartych na wzajemnych korzyściach i wspólnych celach.

Tworzenie Ofert: Klucz do Skutecznej Współpracy Międzysektorowej

Współpraca między NGO, firmami, uczelniami i urzędami publicznymi daje ogromne możliwości wsparcia i realizacji projektów o szerokim zasięgu społecznym. Wybierając partnerów, organizacja musi dobrze zaplanować proces tworzenia oferty, aby przekonać interesantów, że współpraca przyniesie korzyści obu stronom. Rola każdego partnera różni się: firmy mogą oferować wolontariat pracowniczy, sponsoring, darowizny lub zakup usług, natomiast urzędy i uczelnie są często otwarte na udostępnianie przestrzeni, wspieranie działań informacyjnych czy włączenie w projekty badawcze i edukacyjne. Wszystko to wymaga przemyślanego, strategicznego podejścia do tworzenia ofert współpracy.

1. Tworzenie Oferty – wprowadzenie

Oferta jest nie tylko wizytówką, ale i szczegółowym planem współpracy, który pozwala potencjalnemu partnerowi zrozumieć, czym zajmuje się organizacja, jakie działania planuje i jakie korzyści może przynieść. Tworząc ofertę, warto mieć na uwadze odbiorcę – np. firmę lub uczelnię, która może wspomóc działania edukacyjne, oraz urząd, który może wspierać działania poprzez granty czy partnerstwo medialne.

2. Struktura Oferty – Wizytówka NGO

Ofertę najlepiej podzielić na dwie części. Pierwsza, będąca wizytówką organizacji, wprowadza partnerów w działalność:

- Kim jesteśmy – Krótkie przedstawienie misji i wizji organizacji.
- Komu pomagamy – Opis głównych beneficjentów, ukazujący, dlaczego pomoc tej grupie jest istotna.
- Jak pomagamy – Wymienienie najważniejszych projektów i działań organizacji.
- Efekty działań – Konkrety, np. liczba wspartych osób, zasięgi i osiągnięcia.

- Współpracuj z nami - Lista firm, urzędów i uczelni współpracujących z NGO, potwierdzająca zaufanie, którym organizacja cieszy się w różnych sektorach.
- Publikacje medialne - Dowody zasięgów i potwierdzenie wartości działań organizacji.
- Referencje i partnerzy - Rekomendacje i logotypy partnerów, które dodają wiarygodności.

Każdy element powinien jasno ukazywać misję i potencjał współpracy, co pozwoli biznesowi, uczelniom i urzędom lepiej zrozumieć organizację oraz jej rolę.

3. Wybór Projektów i Przykłady Współpracy

Kolejnym krokiem jest dobór projektów, które będą interesujące dla różnych partnerów. Dzięki odpowiednio dobranym ofertom można zaangażować firmę jako sponsora, uczelnię jako partnera badawczego, a urząd jako podmiot promujący działania lokalne.

Elementy oferty przykładowego projektu mogą obejmować:

- O projekcie - krótki opis jego specyfiki i założeń.
- Potencjał dla partnerów - korzyści, jakie przyniesie partnerowi.
- Kluczowe informacje i wskaźniki - hasłowo zaprezentowane dane, np. zasięg projektu czy czas trwania.
- Dotychczasowi partnerzy - lista firm, urzędów i uczelni, które już wsparły projekt.
- Możliwości współpracy - konkretne świadczenia, np. pakiety sponsorskie, zakres działań medialnych.
- Kontakt - dane kontaktowe, które ułatwią szybki dostęp do informacji i decyzję o współpracy.

4. Finalizacja i Dostarczanie Oferty

Tworzenie oferty dla każdego partnera to proces elastyczny, pozwalający dostosować dokument do specyfiki zainteresowanego podmiotu. Gdy oferta jest gotowa, jej przedstawienie powinno uwzględniać potrzeby adresata. Na przykład:

- Firmom należy przekazać ofertę ukazującą konkretne, mierzalne korzyści.
- Urzędom – propozycję oparte na misji społecznej, wpisującą się w lokalne priorytety.
- Uczelniom – projekt z potencjałem do współpracy naukowej i edukacyjnej.

5. Współpraca Międzysektorowa – Fundament Efektywności

Współdziałanie organizacji pozarządowych z firmami, urzędami i uczelniami umożliwia rozwijanie projektów na szeroką skalę i przyczynia się do ich długofalowego wpływu społecznego. Dzięki różnorodnym formom współpracy każda ze stron wnosi do projektu unikalne zasoby i kompetencje, a także buduje wspólny fundament dla realizacji wartościowych inicjatyw.

Co decyduje o nawiązaniu współpracy?

Firmy decydują się na współpracę z NGO, gdy oferta jest spójna z ich wartościami, strategią CSR lub ESG oraz przynosi wymierne korzyści lub wspiera aspekty społeczne. Kluczowe są profesjonalizm organizacji, jasno określone cele, przejrzystość działań oraz potencjał budowania wizerunku firmy jako odpowiedzialnego partnera. Ważne są także możliwości długofalowej współpracy i konkretne rezultaty dla obu stron, dlatego przygotowując się do rozmów z biznesem przeanalizuj:

1. Cel i wartość współpracy: Firmy wybierają do współpracy organizacje, które podzielają ich wartości i cele, takie jak bezpieczeństwo, zdrowie, różnorodność. Wskazówka dla organizacji: szukaj partnerów, którzy mają zbliżoną misję i pokaż, co Was łączy.
2. Wizja i kompetencje: Ważne, aby organizacja miała doświadczenie i potrafiła skutecznie realizować projekty. Wskazówka: przygotuj portfolio z osiągnięciami i bądź gotów na szybkie prezentacje.
3. Długofalowa współpraca: organizacje szukają partnerów na lata, a nie na pojedyncze projekty. Wskazówka: pokaż plany na przyszłość i historię dotychczasowej działalności.

4. Pozytywny wizerunek: firmy, urzędy i uczelnie dbają o reputację i sprawdzają wiarygodność partnerów. Wskazówka: dbaj o wizerunek, pokazuj osiągnięcia i bądź transparentny w działaniach.
5. Elastyczność: Współpraca wymaga otwartości na naukę i dostosowywanie działań. Wskazówka: bądź dyskretnym edukatorem i zaproponuj metody, które zapewnią komfort partnerowi.
6. Budżet i rozliczenia: Transparentność w kwestiach finansowych jest kluczowa, zwłaszcza w instytucjach, gdzie każda złotówka musi być wydana zgodnie ze standardami zamówień publicznych. Wskazówka: prezentuj ofertę, negocjuj umowę, dbaj o rozliczanie funduszy i planowanie budżetu z wyprzedzeniem.
7. Innowacje: Firmy cenią innowacyjne podejście i rozwój współpracy. Wskazówka: wprowadzaj usprawnienia i szukaj nowych rozwiązań po każdym roku współpracy.
8. Wędką, nie rybą: Długofalowe rozwiązania są bardziej cenione niż jednorazowe akcje. Wskazówka: projektuj działania, które przynoszą trwałe efekty.

Te wskazówki pomagają nawiązywać i utrzymywać udane współpracy między NGO, firmami, uczelniami i urzędami, zapewniając korzyści dla wszystkich stron.

Podsumowanie

Współpraca międzysektorowa, angażująca uczelnie, urzędy, firmy i organizacje pozarządowe, przynosi liczne korzyści zarówno dla uczestników, jak i dla szeroko pojętego rozwoju społecznego i gospodarczego. Różnorodność zasobów i kompetencji poszczególnych sektorów umożliwia wzajemne uzupełnianie się, co sprawia, że współpraca staje się bardziej efektywna. Uczelnie oferują badania i innowacje, firmy wnoszą zasoby finansowe i know-how, a NGO pomagają realizować projekty z zakresu wsparcia społecznego czy edukacyjnego. Wspólne działania prowadzą do wzrostu wartości dla wszystkich stron – firmy zyskują pozytywny wizerunek,

NGO otrzymują wsparcie finansowe i kompetencyjne, a uczelnie wdrażają praktyczne rozwiązania wynikające z badań. Dla urzędów współpraca międzysektorowa jest sposobem na realizację polityk publicznych wspierających rozwój społeczny i gospodarczy.

Kluczowym elementem współpracy jest dialog – otwarta i regularna komunikacja między partnerami. Dzięki aktywnemu słuchaniu i wymianie poglądów możliwe jest wyjaśnienie oczekiwań, celów oraz wyzwań, co pozwala uniknąć nieporozumień i wypracować skuteczne rozwiązania. Współpraca opiera się również na budowaniu zaufania i długoterminowych relacjach. Silne więzi pomiędzy partnerami ułatwiają podejmowanie wspólnych decyzji oraz rozwiązywanie problemów, a także sprzyjają stabilności współpracy.

Dodatkowo, współpraca międzysektorowa otwiera przestrzeń na wymianę doświadczeń i rozwój umiejętności. Networking, który jest jej naturalną częścią, daje możliwość poszerzenia sieci kontaktów, co może przyczynić się do realizacji nowych projektów i innowacji. Wspólne działania umożliwiają dostęp do nowych zasobów i partnerstw, które pomagają realizować ambitne cele.

W efekcie, współpraca międzysektorowa jest korzystna dla wszystkich zaangażowanych stron. Budowanie silnych relacji, wspólny dialog oraz wymiana doświadczeń tworzą fundamenty dla długofalowego sukcesu i rozwoju projektów, które mają realny wpływ na zmiany społeczne, edukacyjne i gospodarcze.

ROZDZIAŁ II

Dobre praktyki współpracy międzysektorowej.



Rozdział II.

Dobre praktyki współpracy międzysektorowej.

Współpraca międzysektorowa, czyli kooperacja pomiędzy sektorem publicznym, prywatnym i organizacjami pozarządowymi, staje się kluczowym elementem skutecznego rozwiązywania złożonych problemów społecznych, ekonomicznych i środowiskowych. Żadna pojedyncza organizacja nie jest w stanie samodzielnie sprostać wyzwaniom współczesnego świata, dlatego coraz większą wagę przykładana się do łączenia zasobów, kompetencji i perspektyw różnych sektorów.

W tym rozdziale przyjrzymy się, jak w praktyce wygląda efektywna współpraca międzysektorowa. Zaprezentujemy konkretne przykłady udanych partnerstw, które przyniosły wymierne korzyści wszystkim zaangażowanym stronom, a także lokalnym społecznościom. Dodatkowo, przedstawimy praktyczne wskazówki dotyczące budowania i rozwijania takich współprac – od nawiązywania pierwszych kontaktów, przez negocjowanie celów, aż po utrzymanie trwałych relacji opartych na zaufaniu.

Niezależnie od tego, czy dopiero rozpoczynasz swoją przygodę z współpracą międzysektorową, czy masz już pierwsze doświadczenia w tej dziedzinie, znajdziesz tu inspiracje i narzędzia, które pomogą Ci działać skuteczniej i bardziej świadomie aby osiągnąć efekt synergii.

Historie z praktyki: wywiady z liderami współpracy międzysektorowej.

Aby lepiej zrozumieć, jak wygląda współpraca międzysektorowa w praktyce, poprosiliśmy ekspertów i liderów z różnych sektorów o podzielenie się swoimi doświadczeniami. Ich historie pokazują, że skuteczne partnerstwa opierają się na odwadze do dialogu, elastyczności i wspólnym dążeniu do celu.

W kolejnych wywiadach dowiesz się:

- jakie wyzwania pojawiają się na drodze do budowania współpracy,
- jakie korzyści przynosi partnerstwo każdej ze stron,
- oraz jakie strategie i narzędzia okazały się najskuteczniejsze.

Zapraszamy do lektury inspirujących rozmów, które mogą stać się wskazówką i motywacją do tworzenia własnych inicjatyw.

Grażyna Banach-Kociotek, Prezes zarządu Stowarzyszenie Tęcza

Rozmawia: Grzegorz Ludwin

GL: W jakich obszarach współpraca międzysektorowa jest możliwa?

GBK: W moim odczuciu współpraca międzyresortowa jest możliwa prawdopodobnie w każdym obszarze jeśli znajdą pewne warunki. Oto one:

- na współpracy będzie zależało współpracującym podmiotom,
- oba podmioty będą widziały w tym cel i sens.

Myślę, że ważne jest też rozumienie własnych uwarunkowań w obu podmiotach – również tych uwarunkowań finansowych. Tak aby współpraca dla każdej strony wiązała się z korzyściami i przynosiła satysfakcjonujące efekty.

GL: W jakich obszarach podejmujecie współpracę z Firmami/Urzędami?

GBK: Stowarzyszenie Rodziców i Przyjaciół Osób z Zespołem Downa Tęcza w Krakowie podejmuje bardzo różne współprace zarówno z biznesem z różnych branż jak i z urzędami. W ramach współpracy z urzędami podejmujemy szereg działań od wielu już lat – organizacja ma 26 lat doświadczeń w tym zakresie. Współpracowaliśmy z urzędami na różnych szczeblach – od rad dzielnic po władze województwa. W ramach współpracy:

- mamy pomysły na działania i staramy się do nich przekonać urzędy,
- mamy propozycje rozwiązań różnych problemów dotyczących naszej branży i środowiska, podejmujemy dyskusję, zachęcamy i liczymy na działania poprawiające sytuację,
- odpowiadamy na propozycje działań w ramach akcji/projektów realizowanych przez urzędy,
- zapewniamy usługi, którymi urząd może być zainteresowany.

Współpraca w zakresie realizacji usług jest szczególnie istotna gdyż ma pozytywny wpływ na sytuację finansową organizacji – zapewnienie stabilnego finansowania jest największym wyzwaniem organizacji NGO.

Współpraca z firmami i biznesem to obszar CSR-u. Zachęcamy firmy do wspólnych działań których celem jest zwiększenie zainteresowania obszarem społecznym i zaangażowania w działania wspólne wśród pracowników firm. Zależy nam tutaj na wspólnie wypracowanych pomysłach działań, które jednocześnie – z perspektywy NGO – będą służyć efektywnemu rozwojowi organizacji. W tym miejscu istotne jest rozumienie uwarunkowań organizacyjnych partnerów tak, aby działania rzeczywiście przynosiły realną zmianę i korzyść.

GL: Co sprawia największe wyzwanie w nawiązywaniu relacji z Pani perspektywy?

GBK: Bardzo ważną rzeczą w organizacji jest stworzenie sobie hierarchii celów, preferowanych działań oraz stworzenie przestrzeni w organizacji na

konsekwentne jej wdrażanie. Praca w naszej organizacji pozarządowej jest specyficzną mieszanką realizacji ustalonego planu z „gaszeniem pożarów”. Dużym wyzwaniem jest to aby przestrzeń na realizację planu była wystarczająca. Sporą trudnością są też duże różnice w strukturze współpracujących podmiotów. W NGO struktura organizacyjna jest płaska, decyzyjność raczej szybka, ilość spraw z różnych dziedzin jest podejmowana w małym gronie osób, które muszą mieć wiedzę i umiejętności z różnych obszarów. Podejmując współpracę zarówno z urzędami jak i biznesem kwestie dotyczące podejmowania decyzji, finansowania, marketingu etc. wyglądają zupełnie inaczej. W efekcie trudno organizacji trafić do osób decyzyjnych, zainteresować możliwościami współpracy oraz zaplanować działania z wyprzedzeniem.

Inaczej sytuacja wygląda z punktu widzenia współpracy NGO z urzędem. W tym obszarze wielkie znaczenie ma wypracowanie sobie renomy/marki/pozycji, utrzymywanie kontaktu oraz umiejętność pokazania, że mamy dobre rozwiązania spraw społecznych.

GL: Czy osiągnięcie efektu synergii na linii NGO-NGO jest możliwe?

GBK: Jak najbardziej. Dobre rozwiązania dla środowiska na rzecz którego pracuje nasza organizacja wręcz wymagają takiej właśnie współpracy. Przynajmniej w jednym przypadku możemy powiedzieć, że efekty zarówno dla naszych organizacji jak i naszych beneficjentów są dużą wartością. Wartością, której nie uzyskalibyśmy działając samodzielnie.

Takim przykładem jest współpraca naszej organizacji ze Stowarzyszeniem KSPN Pogoń Kraków. Przez wiele lat dzieci i młodzież trenowały u nas piłkę nożną. Mieliśmy grupę dzieci – zarówno chłopców jak i dziewczynek, którzy bardzo systematycznie uczestniczyli w treningach piłki nożnej, mieliśmy trenerów, którzy z zaangażowaniem prowadzili te treningi. Można powiedzieć, że grupa ta stała się drużyną zaczynającą odnosić sukcesy. Uznaliśmy, że korzystne dla nich będzie trenowanie w ramach klubu sportowego. Udało nam się przekonać rodziców trenującej młodzieży, że jest to dobry pomysł. Wola współpracy w klubie sportowym była duża więc ich przekonywać nie trzeba było. Rozpoczęcie prowadzenia drużyny w ramach klubu, nasza z nimi współpraca wiązała się z różnorodnymi logistycznymi trudnościami czy

niepokojami po stronie rodziców ale aktualnie możemy się cieszyć z sukcesu wdrożonego pomysłu. Współpraca ta cieszy tym bardziej, że tym roku obie nasze organizacje zostały docenione w konkursie ogłoszonym przez portal LoveKrakow.pl. Stowarzyszenie zdobyło 1 miejsce w kategorii Zaangażowanie społeczne a KSPN Pogoń w kategorii Przyjaciół młodych krakowian, gdzie doceniono ich otwarcie się na treningi dla grup sportowców z niepełnosprawnościami.

Zdecydowanie działając samodzielnie nie udałooby nam się odnieść takiego sukcesu.

GL: Czy może Pani podać przykład współpracy międzysektorowej, który najlepiej wspomina?

GBK: Prowadzimy szereg różnych działań dotyczących współpracy międzyresortowej, które cieszą, z których jesteśmy dumni, które być może nie zawsze były łatwe ale biorąc pod uwagę efekt powodują, że mamy dobre wspomnienia. I to zarówno po stronie współpracy z urzędami jak i biznesem. Nasza organizacja jest inicjatorem uruchomienia w Krakowie Klubów Rodziców dzieci ze specjalnymi potrzebami rozwojowymi. Przekonaliśmy do powołania takiego miejsca władze miasta, zdobyliśmy lokal, pozyskaliśmy partnerów, którzy pomogli w jego wyposażeniu – byli to również partnerzy biznesowi. Działamy już od kilku lat a miasto otwiera kolejne kluby, w innych lokalizacjach, dla dzieci z innymi niepełnosprawnościami.

GL: Poproszę o 3 wskazówki/rekomendacje.

GBK:

1. Zadbaj o rozpoznawalność twojej organizacji. Twoja organizacja to Twoja marka, która może być ważnym czynnikiem ułatwiającym współpracę. Bo jeśli organizacja, z którą chcesz współpracę nawiązać będzie Cię znała od strony dobrych i ciekawych pomysłów będzie im łatwiej podjąć decyzję i zaangażować się. Dla biznesu Twoja organizacja to również potencjał promocyjny więc dbaj o autopromocję.

2. Utrzymuj kontakt. Relacje z partnerami, ich podtrzymywanie są istotnym elementem współpracy.
3. Dbaj o „wspólnotę celów”. Podejmowanie współpracy może konfrontować – zwłaszcza na początku – z odmiennością celów, idei, wartości naszych organizacji. Poznanie siebie nawzajem, tego co dla nas ważne, co chcemy osiągnąć pozwoli podejmować wspólne działania uwzględniając obszary różnorodności czy odmienności.

Karolina Wideł, Specjalista ds. Administracyjnych, CFE Polska Sp. z o.o.

Rozmawia: Grzegorz Ludwin

GL: Co wpływa na skuteczne budowanie współpracy międzysektorowej?

KW: Patrząc przez pryzmat wartości większości organizacji, na skuteczność współpracy – nie tylko międzysektorowej, ale współpracy jako takiej – wpływa budowanie trwałych, długoterminowych relacji. Jest to istotne ze względu na dynamicznie zmieniające się otoczenie, fluktuacje rynków i zmiany w obszarze ekonomicznym organizacji. Aby mówić o skuteczności, nie możemy ograniczać się do jednorazowej czy krótkotrwałej współpracy. Dla każdej ze stron ważne jest budowanie zaufania, wiarygodność działań oraz wynikające z tego korzyści. Budowanie współpracy należy traktować jak proces, który należy oceniać z perspektywy czasu, uwzględniając wiele czynników, które na nią wpływały. Utrzymywanie dobrych, trwałych i mocnych więzi jest największym wyzwaniem zarówno dla biznesu, jak i dla NGO. Biznes nie zawsze dostrzega korzyści wynikające ze współpracy międzysektorowej, a w dużej mierze to od NGO zależy, czy firmy otworzą się na ten proces i zaczną budować więzi. Następnie konieczna jest praca obu stron, aby tę relację podtrzymać.

GL: Czy Pani zdaniem NGO są przygotowane do współpracy z firmami?

KW: I tak, i nie. Organizacje dostrzegły już potrzebę zmiany podejścia do biznesu. Oferta szkoleń dla NGO w tym zakresie stale się powiększa, dostępne są także doradztwo i wsparcie, ale to biznes powinien wyciągnąć

przystawiając rękę i określić, czego tak naprawdę oczekuje od takiej współpracy. To firmy nadają kierunek tym potrzebom, gdyż dotyczą ich różne normy, obostrzenia czy obowiązki ustawowe. Pojawiają się nowe wytyczne, takie jak dyrektywa CSRD, która nakłada na biznes konkretne działania.

NGO dysponują często narzędziami, pomysłami i rozwiązaniami, które dla firm nie są centralnym obszarem działalności. Wymagałoby to od nich zatrudniania nowych osób, tworzenia dodatkowych działów czy korzystania z kosztownych konsultacji. Natomiast NGO, które od lat pracują w tych obszarach, mają już gotowe rozwiązania.

Biznes zwraca uwagę na realne korzyści, a te przeszły dużą ewolucję na przestrzeni ostatnich lat. Jeszcze 20–30 lat temu najmocniej liczyły się stabilność finansowa, szybkie zwiększenie produkcji i budowanie kanałów dystrybucji. Dziś przedsiębiorstwa przykładają ogromną wagę do zielonej transformacji i zrównoważonego rozwoju, kładąc nacisk na innowacyjność i odpowiedzialność społeczną (CSR). Firmy poruszają się po zglobalizowanym i zdigitalizowanym środowisku, którym główną siłą napędową jest cyfryzacja i transformacja technologiczna. Kluczową staje się także kultura organizacyjna i dbałość o pracowników, a także przyciąganie i zatrzymanie talentów oraz tworzenie środowiska pracy sprzyjającego różnorodności i inkluzywności. To jest ogromne pole do działania dla NGO, w którym mogą odegrać istotną rolę.

GL: Co sprawia największe wyzwanie na etapie prowadzenia rozmów NGO-Firma?

KW: NGO, przystępując do rozmów z firmami, przedstawiają swoje wartości, beneficjentów i promują idee. Niestety, dla firm nie jest to argument przekonujący do współpracy. Wiele organizacji prosi biznes o wsparcie, przedstawiając jedynie to, co firma musi dać od siebie, nie wskazując przy tym realnych korzyści, które są przecież liczne.

Obecnie firmy w Polsce są zobowiązane do raportowania niefinansowego. Nowe standardy Europejskiej Rady ds. Standardów Raportowania Zrównoważonego Rozwoju (European Sustainability Reporting Standards, ESRS) precyzują, jak firmy mają raportować kwestie ESG i jakie działania powinny podejmować. Zrównoważony rozwój powinien być częścią strategii operacyjnej oraz codziennych działań firmy. W tym pomocne mogą być programy szkoleniowe i edukacyjne dla pracowników, które umożliwiają im

rozumienie znaczenia ESG dla działalności firmy. Tu pojawiają się rozwiązania, które NGO rozwijają od lat.

Organizacje non-profit powinny przyjąć rolę partnera, a nie podmiotu zależnego od biznesu. NGO muszą zrozumieć, że dysponują gotowymi rozwiązaniami i nauczyć się je „sprzedawać”, co jest istotnym wyzwaniem na drodze do skutecznych rozmów z firmami.

GL: W jaki sposób należy wspierać NGO/Urzędy/Biznes, aby budować partnerstwa?

KW: Wsparcie pomiędzy NGO, Urzędami a biznesem powinno być synergiczne. Każda z tych instytucji posiada specjalistyczną wiedzę, doświadczenie we współpracy i zrozumienie tego, co działa dobrze dla każdego z nich. Wiedza ekspercka czy know-how to jedne z najcenniejszych zasobów w dzisiejszych czasach. Miejsca, w których taka współpraca mogłaby zaistnieć, stałyby się bezcennym źródłem wiedzy.

Biznes, urzędy i NGO powinny wspólnie opracowywać rozwiązania odpowiadające na współczesne wyzwania branżowe. Otwarcie się na tego rodzaju partnerstwa może przełamać bariery i stworzyć ośrodki wiedzy, innowacji i nowoczesnych rozwiązań. Kluczowe byłoby również zaangażowanie środowisk akademickich, także na poziomie międzynarodowym. Dzięki temu te partnerstwa mogą wznieść się na zupełnie nowy poziom.

GL: Prosiłbym o przykład współpracy międzysektorowej, którą najlepiej Pani wspomina.

KW: Jedną z wartościowych współprac jest możliwość brania udziału w konferencjach czy targach branżowych, jak Konferencja CSR i ESG®- od ludzi dla ludzi, czy Targi CSR. To są miejsca, w których spotykają się przedstawiciele wszystkich sektorów i mogą nawiązać ze sobą kontakt. Największą trudnością we współpracy między sektorami jest znalezienie osoby, która tę współpracę nawiąże, odpowiadając na konkretne potrzeby. Wynika to nie z braku chęci, lecz z braku wiedzy, gdzie szukać odpowiednich osób. Wydarzenia, jakie organizują centra obywatelskie lub różne organizacje łączą takie osoby, dając możliwość dzielenia się wiedzą, poznawania się i nawiązywania relacji, co otwiera nowe horyzonty.

GL: Poproszę o 3 wskazówki/rekomendacje.

KW:

1. Budowanie trwałych relacji to podstawa współpracy.

Najważniejszy wniosek jest taki, że skuteczna współpraca międzysektorowa wymaga budowania długotrwałych relacji, które można ocenić z perspektywy czasu. NGO i biznes powinny skupić się na wiarygodności działań oraz wzajemnych korzyściach, co przyczyni się do utrzymania i rozwoju więzi. Długoterminowe partnerstwo zwiększa elastyczność w dostosowywaniu się do dynamicznych zmian na rynku, niezależnie od tego, których sektorów ono dotyczy.

2. Rozwijanie umiejętności „sprzedawania” gotowych rozwiązań przez NGO. NGO powinny doskonalić umiejętność „sprzedawania” swoich gotowych rozwiązań, które wspierają działania biznesu, szczególnie w zakresie ESG i zrównoważonego rozwoju. Organizacje non-profit powinny wskazywać firmom konkretne korzyści płynące z partnerstwa, wykraczając poza promowanie swoich idei i oferując realne, mierzalne wsparcie w realizacji strategii.

3. Tworzenie przestrzeni do spotkań międzysektorowych.

Na koniec należy podkreślić, że warto inwestować w miejsca spotkań międzysektorowych takie jak konferencje, targi czy centra wolontariatu, które umożliwiają wymianę wiedzy i doświadczeń między NGO, biznesem i sektorem publicznym. Partnerstwa powinny także angażować środowiska akademickie, co może podnieść jakość współpracy i przynieść innowacyjne rozwiązania.

Małgorzata Zarzeczna, TC Project Manager, Nokia Kraków

Rozmawia: Grzegorz Ludwin

GL: Czy Pani zdaniem współpraca międzysektorowa jest możliwa?

MZ: Nie tylko jest możliwa, ale przede wszystkim bardzo potrzebna, a czasem i niezbędna do skutecznego rozwiązywania globalnych wyzwań w zakresie społecznym czy ekologicznym.

Współpraca powinna opierać się na wymianie wiedzy i doświadczenia, a także rozwiązywania wspólnych problemów. Warto jednak zaznaczyć, że skuteczność tej współpracy musi opierać się na spełnieniu kilku warunków, m.in. na zdiagnozowania wspólnej wizji i celów, do których razem będą dążyć i realizować je; na zaufaniu i komunikacji czy rozdzieleniu ról i odpowiedzialności.

GL: W jakich obszarach podejmujecie współpracę z NGO i administracją publiczną?

MZ: Nokia stara się wnosić do współpracy międzysektorowej przede wszystkim wiedzę i innowację. Dzięki rozwijaniu najnowszych technologii jesteśmy pewnym partnerem, a nasi pracownicy chętnie dzielą się swoją wiedzą i doświadczeniem.

Jako Nokia podejmujemy również współpracę z kontekście wolontariatu oraz szeroko pojętych działań CSR (święteczne paczki dla dzieci lub seniorów, wyprawka szkolna, sprzątanie świata, wsparcie ośrodków pomocy czy hospicjów w ich codziennych wyzwaniach, udział w akcji Szlachetna Paczka).

GL: Co sprawia największe wyzwanie w nawiązywaniu relacji z Pani perspektywy?

MZ: Po pierwsze myślę, że brak wzajemnego zrozumienia i zaufania. Każda ze stron ma często inne cele i motywacje, a spotkanie się pośrodku wymaga pewnej elastyczności i wzajemnego zrozumienia. Działania NGO skupiają się na poprawie jakości życia, rozwiązywaniu problemach społecznych czy promocji równości. Może to stanowić wyzwanie dla wspólnego działania z firmami, które nierzadko kierują się zyskiem lub motywacjami biznesowymi.

Współpraca wymaga spotkania się po środku i znalezieni punktów styku i jasnego zrozumienia celów obu stron. Ważne, aby każda ze stron czerpała korzyści z tej relacji, zgodne z założeniami własnej wizji i misji. Kluczowa jest tu pełna transparentność.

Drugim wyzwaniem są również ograniczone zasoby trzeciego sektora, zarówno finansowe, jak i osobowe.

GL: Czy mogę prosić o przykład współpracy, którą najlepiej Pani wspomina?

MZ: Najlepiej wspominam współpracę przy organizacji najróżniejszych wolontariatów, ponieważ zaangażowanie oraz motywacja pracowników firmy są ogromne; inicjatywa wychodzi od środka, nie jest narzucana przez biznes. Pracownicy angażują wszystkie swoje zasoby, aby realnie pomóc. Nierzadko też wracają z kolejnym wolontariatem, ponieważ znają już to miejsce, NGO natomiast ma już zaufanie do firmy i łatwiej jest jej komunikować swoje potrzeby.

Innym przykładem jest wsparcie w kryzysach oraz pomoc humanitarna: wybuch pandemii Covid i dostarczanie części do maseczek dla służby zdrowia; wybuch wojny w Ukrainie czy wsparcie powodzian z Dolnego Śląska i Opolszczyzny.

GL: Poproszę o 3 wskazówki/rekomendacje.

MZ: Nie bać się nawiązywać dialog. Zanim jednak rozpoczniemy współpracę, kluczowe jest, aby zarówno firma, jak i NGO jasno określiły swoje cele, oczekiwania oraz wartości, które będą przewodzić projektowi. Ważne jest, aby znaleźć wspólną płaszczyznę. Celem nie jest tylko realizacja projektu, ale także zrozumienie, jakie wartości są kluczowe dla obu stron.

Idealnie byłoby nawiązać długofalową współpracę. Obie strony powinny dążyć do tego, aby realizować projekty, które realnie wpłyną na zmiany społeczne czy środowiskowe, a nie realizować jednorazowe akcje wizerunkowe. Łatwiej wtedy o relacje oparte na zaufaniu.

Rozmowa, rozmowa i jeszcze raz rozmowa. Wskazanie z obu stron, jakie są cele, motywacja, oczekiwania, budżety, harmonogram czy podział obowiązków. Ustalenie tych rzeczy od początku sprawy, że będzie pełna transparentność i zrozumienie. Uniknie się w ten sposób rozczarowań, a zwiększy efektywność działań.

Maria Kucińska, Dział Rozwoju Usług i Ekonomii Społecznej, Regionalny Ośrodek Polityki Społecznej w Krakowie.

Rozmawia: Grzegorz Ludwin

GL: W jakich obszarach współpraca międzysektorowa jest możliwa?

MK: Regionalny Ośrodek Polityki Społecznej w Krakowie (ROPS) jako jednostka organizacyjna samorządu województwa małopolskiego zajmuje się m.in. koordynowaniem rozwoju ekonomii społecznej (ES) w Małopolsce. Używając pojęcia ekonomia społeczna mamy na myśli połączenie działalności społecznej z działalnością gospodarczą. Tworzą ją bowiem tzw. podmioty ekonomii społecznej, wśród których znajdziemy popularne w społeczeństwie organizacje pozarządowe (ang. NGO – Non-governmental organizations) takie jak np. fundacje czy stowarzyszenia, jednostki reintegracyjne zajmujące się głównie wspieraniem osób z niepełnosprawnościami, a także mniej znane organizacje określane mianem przedsiębiorstw społecznych, które zatrudniają osoby zagrożone wykluczeniem społecznym (np. długotrwale bezrobotne czy po kryzysach psychicznych). Na potrzeby tego wywiadu używane będzie określenie podmiot ekonomii społecznej (PES) oraz przedsiębiorstwo społeczne (PS).

ROPS w Krakowie ma m.in. za zadanie doprowadzać do współpracy ww. organizacji z różnorodnymi instytucjami, głównie na poziomie regionalnym i lokalnym, zarówno samorządowymi, jak i biznesowymi czy naukowymi. W tym celu, od wielu już lat, podejmuje szereg działań mających na celu sieciowanie sektora ekonomii społecznej z otoczeniem. Wszystko po to, aby małopolskie podmioty ekonomii społecznej stały się bardziej widoczne i rozpoznawalne w społeczeństwie, a także mogły się rozwijać i nawiązywać kontakty biznesowe.

Ważnym obszarem współpracy międzysektorowej jest ta na linii PES – biznes i to właśnie na niej w tym miejscu chcielibyśmy się szczególnie skupić. Jest ona bardzo istotna, ponieważ wpływa na rozwój PES.

Prawdą jest, że sektor ES nie jest powszechnie znany w środowisku tzw. tradycyjnych przedsiębiorstw. Kontakty pomiędzy PES a biznesem są raczej sporadyczne i najczęściej ograniczają się do działań sponsorskich lub wolontariackich (przykłady – korporacja angażuje swoich pracowników w ramach wolontariatu pracowniczego do pomalowania siedziby fundacji zajmującej się dziećmi chorymi na raka albo Prezes dużej firmy przeznaczając określone środki finansowe na wyposażenie biura stowarzyszenia w nowe meble). Takie działania są oczywiście również potrzebne, ale stwarzają przekonanie jakoby PES były nastawione jedynie na pobieranie środków finansowych od bogatych, tradycyjnych firm. Zamysłem ROPS jest zmiana tego typu myślenia w społeczeństwie i pokazanie, że większość organizacji chce po prostu nawiązywać realne kontakty biznesowe, zdobywać zlecenia, wykonywać określone usługi i za to pobierać należne wynagrodzenie. Jeśli PES będą miały z kim współpracować i dla kogo świadczyć swoje usługi będą mogły dalej zatrudniać osoby potrzebujące, a wypracowany zysk przeznaczać na cele społeczne.

ROPS stara się stwarzać okazję do pogłębienia współpracy PES z biznesem. Należy podkreślić, że przełom w kontaktach organizacji społecznych z biznesem nastąpił w trakcie pandemii koronawirusa. Rozpoczęto bowiem realizację 2 ważnych inicjatyw. Pierwsza z nich była zainicjowana przez dużą szwajcarską korporację – firmę UBS Business Solutions, która nawet w swojej strategii ma zapisaną współpracę z podmiotami ekonomii społecznej. Program „wESpół wspieramy ekonomię społeczną” doczekał się już 5 edycji i będzie kontynuowany w 2025 r. Jego głównym celem jest przekazanie środków finansowych dla PES na realizację działań w lokalnych społecznościach. Warsztaty, wycieczki edukacyjne, pikniki ekologiczne czy dostarczanie posiłków dla seniorów niewątpliwie pozwoliło na wspieranie mieszkańców naszego regionu i proponowanie im ciekawych aktywności, ale przede wszystkim pomogło w rozwoju i utrzymaniu stabilizacji finansowej naszych podmiotów. Jeśli dodamy do tego zwiększenie rozpoznawalności organizacji to okaże się, że program był „strzałem w 10”.

Druga inicjatywa, czyli autorski program mentoringowy ROPS pn. „mentorES-biznesowe wsparcie przedsiębiorstw społecznych”, którego czwarta już edycja dobiega końca, ma na celu przekazanie wiedzy biznesowej pracownikom przedsiębiorstw społecznych i zakładów aktywności zawodowej przez przedstawicieli najprężniej działających w Małopolsce firm. Oczywistym jest, że przedsiębiorstwa społeczne posiadają wysoko rozwinięte kompetencje społeczne, ale jak wygląda sprawa z umiejętnościami typowo biznesowymi? Prowadzenie firmy, zarządzanie finansami, sprzedaż czy analiza ryzyka. Promocja własnej działalności, marketing, PR. Te i wiele innych obszarów należy pogłębić, aby wzmocnić kompetencje managerskie pracowników i kadry zarządzającej i jeszcze lepiej prowadzić swoje małe biznesy. Tutaj z pomocą przychodzą Mentorzy – pracownicy korporacji tj. PwC czy UBS, prezesi dużych firm tj. np. ASTOR, a także małych i średnich działalności – np. Fundacja Pro NGO, More Bananas czy Synergy Consulting Group, ale również właściciele jednoosobowych działalności gospodarczych czy krakowskiego Stowarzyszenia PROMENTOR, które skupia Mentorów z Małopolski. Nasi Mentorzy z dużym zaangażowaniem i zapałem przekazują wiedzę swoim Mentee (Mentorowanym). Ich relacje nierzadko nie ograniczają się do wymaganych 3 jednogodzinnych spotkań, ale są kontynuowane także po zakończeniu danej edycji programu. Jakie korzyści niesie projekt? Oprócz przekazywania wiedzy daje możliwość nawiązania długofalowych kontaktów biznesowych, realizacji wspólnych działań społecznych. Biznes, często po raz pierwszy, dowiadyuje się o istnieniu tego typu podmiotów, co ma walor edukacyjny. Do tej pory, w trakcie 4 edycji programu zostało nawiązanych 60 relacji mentoringowych.

GL: Prosiłbym Panią o przykład współpracy międzysektorowej, którą najlepiej wspomina.

MK: Ww. inicjatywy niewątpliwie zmieniły nastawienie biznesu do biznesu społecznego i zachęciły ROPS do dalszej realizacji działań sieciujących na polu biznesowym. Jesteśmy, wspólnie z podmiotami ES, jako swoiści rzecznicy ES zapraszani na tzw. śniadania biznesowe organizowane przez związki pracodawców i przedsiębiorców, spotkania biznesowe realizowane przez różne mniej lub bardziej formalne grupy. PES zaczynają być coraz

bardziej traktowane jako rzetelni i potencjalni partnerzy biznesowi. Naszym celem jest zmiana postrzegania takich firm. Chcemy walczyć ze stereotypem – firma społeczna to miejsce gdzie wytwarza się produkty niskiej jakości, a oferowane usługi są na słabym poziomie. To nieprawda. Udział w takich spotkaniach zainspirował nas do zainicjowania własnych cyklicznych spotkań pn. „O ekonomii społecznej przy malej czarnej”, które również cieszą się dużą popularnością zarówno wśród PES jak i w środowisku biznesu, który często na takie spotkania jest zapraszany i zachęcany do kontaktów z podmiotami społecznymi. „Mała czarna” odbywa się co miesiąc w siedzibach różnych PES, a także w krakowskich kawiarniach. Uczestnicy na neutralnym, „nieurzędowym” gruncie mogą przedstawić swoją działalność, pogłębić temat z konkretnej dziedziny biznesowej, i co najważniejsze, nawiązać kontakty biznesowe.

GL: Co sprawia największe wyzwanie dla podejmowania współpracy?

MK: Podejmowanie i podtrzymywanie współpracy biznes2socialbusiness (biznes-biznes społeczny) jest zawsze dużym wyzwaniem. Kluczowy jest tutaj czynnik ludzki. Kojarzenie obu stron wymaga dużego wysiłku organizatora procesu sieciowania. Dlatego ROPS nie ustaje w działaniach i korzysta z wielu okazji, które mogą połączyć oba światy. Przydatny jest m.in. udział we wspomnianych spotkaniach biznesowych, w konferencjach branżowych, targach CSR (Corporate Social Responsibility – Społeczna Odpowiedzialność Biznesu). Spotkanie i relacja to słowa klucze. Musi być również wola współpracy po jednej i po drugiej stronie oraz chęć jej podtrzymania i pielęgnowania.

GL: W jaki sposób należy wspierać NGO/Urzędy/Biznes, aby budować partnerstwa?

MK: ROPS buduje partnerstwa głównie dzięki współpracy i wsparciu lokalnych i regionalnych interesariuszy – różnorodnych organizacji. Kluczem do sukcesu każdej sieci jest poczucie uczestników, że poświęcenie czasu na uczestnictwo w niej przynosi wymierne efekty. Obserwujemy, że członkowie takich gremiów coraz częściej szukają konkretnych korzyści wynikających z bycia częścią wspólnoty przedsiębiorców. Ideą nie jest spotykanie się dla

samego faktu spotkania. Pragniemy, aby biznes spojrział na organizacje społeczne po partnersku. My, poprzez swoje działania, będziemy nadal starali się im w tym pomagać proponując kontynuację realizowanych programów oraz nowe aktywności.

GL: Poproszę o 3 wskazówki/rekomendacje.

MK: Należy wzmacniać współpracę pomiędzy biznesem a biznesem społecznym poprzez doprowadzanie do wzajemnych kontaktów.

Warto pojawiać się na spotkaniach sieciujących organizowanych przez sieci przedsiębiorców, a także ROPS.

Mentoring to okazja do zawiązania trwałych kontaktów biznesowych, a przy tym do podniesienia kompetencji w określonym obszarze.

Monika Róg, Prezes Stowarzyszenia Latarnia

Rozmawia: Grzegorz Ludwin

GL: Czy Pani zdaniem współpraca międzysektorowa jest możliwa?

MR: Oczywiście, współpraca międzysektorowa jest możliwa, jednak, aby miała sens, musi zostać spełnionych kilka warunków. Przede wszystkim obie strony powinny być do niej przygotowane i chętne do współpracy, a także posiadać wspólną wizję lub przynajmniej patrzeć w tym samym kierunku, choćby w ogólnym zarysie. Kluczowe jest przygotowanie do takiej współpracy, co mogę potwierdzić na przykładzie mojego stowarzyszenia.

Początkowo dużo czasu zajęło nam zrozumienie, jak funkcjonują urzędy i inne organizacje, bo zazwyczaj osoby zakładające stowarzyszenia czy fundacje kierują się chęcią realizacji misji, poprawienia świata, a niekoniecznie wiedzą, jak działa sektor pozarządowy. Tak było również w naszym przypadku. Gdy założyliśmy stowarzyszenie, okazało się, że właściwie niewiele wiemy o funkcjonowaniu takich organizacji – nie wiedzieliśmy, co robić, jakie mamy możliwości, ani jakich narzędzi możemy użyć. Często odkrywaliśmy te rzeczy na własną rękę, podejmując działania metodą prób i błędów.

Przełom nastąpił, gdy natrafiliśmy na informacje o fundacji, która oferuje darmowe wsparcie edukacyjne na temat funkcjonowania organizacji pozarządowych. Dzięki skorzystaniu z tej pomocy okazało się, że wiele rzeczy mogliśmy zrobić prościej i skuteczniej od samego początku, a późniejsze wprowadzanie zmian i poprawki kosztowały nas sporo czasu i wysiłku. Nadal mamy wiele do poprawienia, dlatego uważam, że edukacja w zakresie współpracy międzysektorowej jest bardzo potrzebna.

GL: W jakich obszarach podejmujecie współpracę z administracją publiczną?

MR: Ponieważ jesteśmy organizacją skupiającą się na wspieraniu rodzin i osób w potrzebie, przede wszystkim współpracujemy z Urzędem Miasta Krakowa oraz Urzędem Marszałkowskim Województwa Małopolskiego, realizując granty i zadania powierzone. Udało nam się również pozyskać bardzo wartościowy grant z Ministerstwa Zdrowia i Ministerstwa Edukacji Narodowej na wspólny projekt dotyczący wolontariatu, co było świetnym przykładem udanej współpracy. Obecnie koncentrujemy się głównie na możliwościach, jakie Miasto Kraków i Urząd Marszałkowski Województwa Małopolskiego oferują organizacjom takim jak nasza.

GL: Który obszar poleca Pani w szczególności i dlaczego?

MR: Jeśli chodzi o współpracę z urzędami, mamy wieloletnie doświadczenie w realizacji grantów i zadań powierzonych. Muszę przyznać, że szczególnie polecam projekty skoncentrowane na bezpośredniej pomocy osobom w potrzebie, ponieważ są one przyjazne do realizacji. Zarówno przedstawicielom Urzędu Marszałkowskiego Województwa Małopolskiego jak i Urzędu Miasta Krakowa, jak i nam zależy na wsparciu konkretnej grupy – osób w kryzysie bezdomności, seniorów, czy rodzin z małymi dziećmi. W takich przypadkach dążymy do tego samego celu, co znacznie ułatwia współpracę. W przypadku grantów o szerszym zakresie, na przykład w obszarach kultury czy szeroko rozumianej edukacji, nasze spojrzenia często się różnią.

Dlatego polecam innym organizacjom, aby szukały projektów jak najbardziej zgodnych z ich misją i planami. Na początku również realizowaliśmy granty, które nie do końca wpisywały się w nasze cele, ponieważ brakowało nam pomysłu, jak zdobywać środki. Wtedy jeszcze nie mieliśmy świadomości, że można współpracować z biznesem. Teraz, kiedy mamy większą wiedzę na ten temat, staramy się to wprowadzać w życie.

GL: Czy Pani zdaniem możliwe jest budowanie relacji na linii NGO – administracja publiczna?

MR: Po kilku latach mogę powiedzieć, że budowanie relacji, a nawet bardzo dobrej więzi, jest możliwe – pod warunkiem, że jesteśmy otwarci. Zauważam, że podejście urzędów do organizacji pozarządowych stało się dużo bardziej przyjazne. Pisząc granty i starając się o dotacje, naprawdę chcemy zrobić coś dobrego. Od dłuższego czasu mamy osoby, z którymi realizujemy długoterminowe projekty, z którymi zaprzyjaźniamy się. Możemy zadzwonić do nich z każdym problemem. Jeśli nie wiemy, co zrobić, zamiast działać na oślep, pytamy, jak oni widzą rozwiązanie danej sytuacji, co mogliby nam poradzić, a także czy nasz pomysł da się wspólnie zrealizować. Ostatnio udaje nam się również nawiązywać współpracę nie tylko z dużymi urzędami, ale także z gminami.

GL: Jak się przygotować do współpracy i co odgrywa kluczową rolę?

MR: Po pierwsze, uważam, że trzeba przełamać w sobie lęk. Osoba rozpoczynająca współpracę z ramienia NGO nie powinna podchodzić do tego od razu z nastawieniem, że będzie źle, że będzie trudno, czy że pojawią się jakieś kłopoty, ponieważ takie podejście buduje barierę między urzędem a nami.

Ważne jest, aby odpowiednio przygotować się do współpracy. Nie chodzi o to, by przyjmować każdy projekt, który się pojawi, niezależnie od tego, czy pasuje do naszej misji, bo to nie ma sensu. Trzeba dokładnie poznać konkretne wydziały w urzędzie, zapoznać się z osobami, które zajmują się danym tematem. Warto wcześniej zadzwonić, porozmawiać lub osobiście podejść, by poznać ludzi z urzędu odpowiedzialnych za dany obszar. Po nawiązaniu pierwszego kontaktu współpraca staje się znacznie łatwiejsza.

Nawet jeśli czujemy pewien niepokój, warto pamiętać, że osoby po drugiej stronie mają podobne obawy. Też zastanawiają się, kto jest po drugiej stronie i jak razem możemy zrobić coś dobrego.

GL: Czy może Pani opisać przykłady współpracy, które najlepiej wspomina?

MR: Najlepiej wspominam współpracę z jednym ministerstwem, która dotyczyła ochrony zdrowia psychicznego. Zrealizowaliśmy wtedy duży projekt o wolontariacie w 50 szkołach, i naprawdę była to wielka przyjemność, ponieważ mieliśmy dużą swobodę w realizacji. Sam proces realizacji, sprawozdania i rozliczenia był niezwykle prosty.

Bardzo dobrze dokumentowaliśmy wszystkie nasze działania – nagrywaliśmy filmy i robiliśmy relacje. Później panie z ministerstw powiedziały, że dzięki tym filmom same dużo się nauczyły w tym obszarze. Zauważyły, że wydane pieniądze nie poszły na drukowanie ulotek, które trafiłyby do kosza, lecz na warsztaty i twórcze spotkania dla dzieci i młodzieży, które miały realny wpływ na ich zaangażowanie w wolontariat.

GL: Poproszę na zakończenie o trzy rekomendacje.

MR: Myślę, że bardzo ważne jest, aby każda organizacja, zwłaszcza ta na początku swojej drogi, znalazła sobie kogoś, kto będzie pełnił rolę opiekuna lub patrona – kogoś, kto z zewnątrz spojrzy na to, co robicie, i zasugeruje, co można zrobić lepiej, co zmienić, a co może pomóc w rozwoju. Taką osobą powinien być ktoś, kto zna się na zarządzaniu organizacją pozarządową i rozumie, jak funkcjonuje taki byt, jakie ma możliwości organizacyjne. Wiele osób w stowarzyszeniach nie zna się na wszystkim, a pomoc od kogoś, kto udzieli wskazówek zarówno finansowych, jak i technicznych, byłaby naprawdę cenna.

Mieliśmy szczęście, że trafiliśmy do fundacji, która nas wsparła i bez żadnej przesady mogę powiedzieć, że bardzo wiele się zmieniło dzięki tej współpracy. Spojrzeliśmy na naszą działalność z zewnątrz, co jest zupełnie innym podejściem niż gdy jesteś zamknięty w swoim gronie i mówisz tylko

o swoich pomysłach, misjach i celach. Wydaje nam się, że każdy od razu rozumie, o co chodzi, co mamy na myśli. Okazuje się jednak, że ktoś, kto nas nie zna i słyszy o nas po raz pierwszy, musi dowiedzieć się więcej i potrzebuje prostego, klarownego wyjaśnienia.

Warto korzystać z okazji, gdy organizowane są spotkania dla stowarzyszeń i fundacji, czy to przez miasto, czy przez inne podmioty, jak centra obywatelskie czy fundacje działające w podobnym zakresie. Rozmowy z innymi ludźmi są niezwykle cenne – każda taka rozmowa może dostarczyć czegoś, co pomoże nam się rozwijać i skuteczniej realizować naszą misję.

Piotr Kalarus, Kierownik Akademickiego Inkubatora Przedsiębiorczości **UJ**

Rozmawia: Grzegorz Ludwin

GL: Co skłania do budowania partnerstw i współpracy na linii Urząd/Uczelnia/Biznes?

PK: Budowanie partnerstw i współpracy między urzędami, uczelniami a biznesem wynika z wielu korzyści i potrzeb, które te instytucje wspólnie mogą zaspokajać. Jakie zatem konkrety przekonują je do uwierzenia, że w grupie faktycznie jest siła?

Transfer wiedzy i innowacji:

Uniwersytety prowadzą badania naukowe i dysponują wiedzą, którą biznes może wykorzystać do rozwoju nowych technologii i produktów. Dzięki współpracy z uczelniami firmy otrzymują dostęp do nowoczesnych rozwiązań, które mogą przyspieszyć ich rozwój – uczelnie z kolei czerpią korzyści z praktycznego zastosowania swoich badań oraz dostępu do informacji o potrzebach rynku.

Rozwój kapitału ludzkiego:

Studenci uczelni to potencjalni przyszłymi pracownicy firm – dzięki partnerstwu przedsiębiorstwa mogą brać udział w kształtowaniu programów nauczania, oferować staże i praktyki, a także przyciągać do

siebie utalentowanych absolwentów. Z drugiej strony, uniwersytety korzystają z szansy na dostosowanie oferty edukacyjnej do wymagań rynku pracy, co zwiększa atrakcyjność ich absolwentów.

Finansowanie i wspólne projekty badawcze:

Współpraca z biznesem i instytucjami publicznymi pozwala uczelniom pozyskiwać dodatkowe środki finansowe na badania. Firmy mogą współfinansować projekty badawcze, a urzędy mogą wspierać takie inicjatywy poprzez fundusze regionalne czy unijne, które promują innowacyjność i rozwój gospodarczy.

Rozwój gospodarczy i społeczny regionu:

Współpraca na linii urząd-uczelnia-biznes sprzyja budowaniu silnych regionalnych ekosystemów innowacyjnych - rozwój owych środowisk pozytywnie wpływa na wzrost gospodarczy i zatrudnienie w danym regionie. Urzędy wspierają inicjatywy, które przyczyniają się do rozwoju lokalnego rynku pracy i wspierają przedsiębiorczość. Współpraca z uniwersytetami oraz przedsiębiorstwami pomaga skuteczniej realizować strategię rozwoju społeczno-gospodarczego.

Zwiększenie konkurencyjności firm:

Firmy, które współpracują z uczelniami, mogą szybciej wdrażać innowacje i lepiej reagować na zmiany rynkowe. Zyskują dzięki temu przewagę konkurencyjną, co ma wpływ na ich rozwój i pozycję na rynku.

Ułatwienia legislacyjne i wsparcie administracyjne:

Urzędy mogą ułatwiać działalność innowacyjną firm poprzez dostosowywanie regulacji i oferowanie wsparcia administracyjnego. Bliska współpraca z uczelniami i przedsiębiorcami pozwala urzędowi lepiej rozumieć potrzeby obu stron i dostosować polityki oraz procedury, aby wspierać rozwój inicjatyw innowacyjnych.

GL: Kiedy są możliwe do osiągnięcia najlepsze rezultaty we współpracy partnerskiej?

PK: Skoro warto podejmować się współpracy partnerskiej, to jak najlepiej zmaksymalizować szanse na najlepsze jej rezultaty? Ważne jest spełnienie kilku podstawowych warunków.

Strony powinny mieć wspólne, zrozumiałe i precyzyjnie określone cele. Tylko wtedy każda instytucja może efektywnie działać w kierunku wspólnego sukcesu, unikając nieporozumień i rozbieżności. Współpraca wymaga otwartego dialogu i wzajemnego zaufania. Kiedy partnerzy czują się swobodnie, dzieląc się swoimi potrzebami, ograniczeniami i wizjami, łatwiej jest podejmować wspólne decyzje i rozwiązywać ewentualne problemy.

Partnerstwo powinno przynosić wymierne korzyści każdej ze stron. Biznes oczekuje na przykład dostępu do wiedzy naukowej lub innowacyjnych rozwiązań, uczelnie zyskują finansowanie oraz możliwości badań aplikacyjnych, a urzędy widzą korzyści dla rozwoju regionalnego. Jasno określone korzyści motywują strony do zaangażowania i skutecznego działania. Zarówno uczelnie, jak i firmy potrzebują odpowiednich zasobów – finansowych, kadrowych oraz czasowych – aby skutecznie realizować projekty partnerskie. Dodatkowo urzędy mogą wspierać współpracę, udostępniając granty, fundusze oraz ułatwienia administracyjne.

GL: Które formy sieciowania i łączenia się interesariuszy, wnoszą realną wartość dla współpracy?

PK: Formy sieciowania i łączenia interesariuszy, które wnoszą realną wartość dla współpracy między urzędami, uczelniami i biznesem, to te, które wspierają efektywną wymianę wiedzy, zasobów oraz budowanie trwałych relacji.

Platformy współpracy i klastry innowacyjne:

Tworzenie klastrów, które skupiają firmy, uczelnie i instytucje publiczne wokół konkretnej branży (np. technologii, energetyki, zdrowia), pozwala na wymianę wiedzy, dostęp do zasobów i szybszy rozwój innowacji. Klastry mogą przyciągać inwestycje i angażować partnerów w projekty, które mają znaczenie gospodarcze i społeczne dla regionu.

Programy inkubacyjne i akceleratory:

Programy inkubacyjne i akceleratory wspierają rozwój startupów, szczególnie tych opartych na technologiach i wiedzy naukowej. Takie inicjatywy przyciągają innowacyjne firmy do współpracy z uczelniami i instytucjami publicznymi, umożliwiając transfer wiedzy i wspólne projekty. Dodatkowo, mentoring ze strony bardziej doświadczonych partnerów pozwala młodym firmom na szybszy rozwój.

Konsorcja projektowe i programy badawczo-rozwojowe (R&D):

Wspólne konsorcja projektowe złożone z przedstawicieli biznesu, uczelni oraz instytucji publicznych to efektywny sposób na realizację dużych projektów badawczo-rozwojowych. W takich projektach interesariusze mogą korzystać z finansowania zewnętrznego (np. z funduszy unijnych) i wspólnie pracować nad innowacyjnymi rozwiązaniami, które mają potencjał wdrożenia w gospodarce.

Partnerstwa publiczno-prywatne (PPP):

Projekty oparte na partnerstwach publiczno-prywatnych pozwalają na łączenie zasobów i kompetencji sektora publicznego oraz prywatnego. Tego typu współpraca jest szczególnie wartościowa w dużych projektach infrastrukturalnych, edukacyjnych czy zdrowotnych, w których wymagana jest współpraca różnych interesariuszy i duże nakłady finansowe.

Wirtualne platformy i sieci współpracy:

Platformy online umożliwiają łatwe dzielenie się informacjami, organizowanie spotkań oraz wspólne zarządzanie projektami, niezależnie od lokalizacji partnerów. Dzięki takim platformom interesariusze mogą na bieżąco wymieniać się danymi i wynikami badań, co jest szczególnie przydatne w dużych projektach badawczo-rozwojowych.

Programy wymiany kadry i staży zawodowych:

Wymiany kadry, praktyki i staże dla studentów i pracowników uczelni w firmach oraz instytucjach publicznych pozwalają na rozwój kompetencji oraz praktyczne wdrażanie wyników badań. Programy wymiany kadry umożliwiają pracownikom uczelni i firm zdobywanie nowych doświadczeń

i perspektyw, co wzmacnia współpracę i zrozumienie potrzeb wszystkich stron.

Centra transferu technologii i biura współpracy z przemysłem:

Tego typu jednostki na uczelniach i w urzędach pełnią rolę pośredników, pomagając w nawiązywaniu współpracy z sektorem prywatnym. Centra transferu technologii zajmują się komercjalizacją wyników badań i nawiązywaniem kontaktów z przedsiębiorcami, co wspiera współpracę i tworzenie wartościowych projektów.

GL: Czy mogę prosić o porady dla chętnych do budowania współpracy

PK: Zdefiniuj wspólne cele i rezultaty:

- Wskazówka: Przed rozpoczęciem współpracy zdefiniujcie wspólne cele i oczekiwane rezultaty, które będą korzyścią dla każdej ze stron. Jasne określenie, na czym zależy każdemu partnerowi, pozwala uniknąć rozbieżności i nieporozumień.
- Rekomendacja: Zorganizujcie warsztaty na początku współpracy, aby omówić cele i ustalić, jakie wartości dodane każda ze stron może wnieść. Można to również zapisać w formie „mapy korzyści” dla każdego partnera.

Zadbaj o dobrą komunikację i bieżący przepływ informacji:

- Wskazówka: Regularna i przejrzysta komunikacja między partnerami to podstawa efektywnej współpracy. Twórzcie kanały komunikacji, które umożliwią szybki przepływ informacji i rozwiązanie potencjalnych problemów.
- Rekomendacja: Powołajcie dedykowanego koordynatora projektu lub zespołu ds. komunikacji, który będzie odpowiedzialny za bieżące informowanie partnerów o postępach oraz wyzwaniach. Dobrze jest też zorganizować comiesięczne spotkania lub wideokonferencje, które pomogą utrzymać stały kontakt.

Promuj elastyczność i otwartość na zmiany:

- Wskazówka: Projekty międzysektorowe często wymagają dostosowania do zmieniających się warunków, szczególnie jeśli są oparte na innowacjach lub badaniach. Elastyczne podejście pozwala na łatwiejsze wprowadzanie zmian i adaptację do nowo powstałych wyzwań.
- Rekomendacja: Stwórzcie wspólnie ramy pracy, które przewidują możliwość modyfikacji projektu. Dobre podejście to tzw. zarządzanie projektowe „agile” – podział projektu na mniejsze etapy, z możliwością wprowadzenia poprawek na bieżąco.

Marta Grabek-Niekraszewicz,
działaczka społeczna, specjalistka ds. polityki społecznej, CEO Expert
Studio, Stowarzyszenie „Opiekunowie Bieszczadzkiej Historii”.

Rozmawia: Katarzyna Mroczek

KM: Stowarzyszenie działa niespełna rok, a już osiągnęliście imponujący poziom współpracy z różnymi sektorami. Jak to się zaczęło i jakie są Wasze priorytety?

MGN: Wszystko zaczęło się od wspólnej wizji. Naszą misją jest ochrona i przywracanie pamięci o historycznych miejscach w Bieszczadach, co okazało się bliskie wielu środowiskom – od administracji publicznej, przez sektor nauki, aż po biznes i inne organizacje pozarządowe. Od początku postawiliśmy na budowanie relacji opartych na zrozumieniu i współpracy. Zamiast skupiać się na różnicach, szukaliśmy wspólnych celów, które możemy realizować razem. Dzięki temu każdy z partnerów widzi sens swoich działań w tym, co wspólnie osiągamy, wszyscy „gramy do jednej bramki”.

Nasze stowarzyszenie skupia się na odkrywaniu, dokumentowaniu i ochronie dziedzictwa kulturowego i historycznego Bieszczadów, w szczególności miejsc związanych z I wojną światową, zapomnianych cmentarzy wojennych i cerkwisk, śladów nieistniejących wsi i życia, które zniknęły na skutek wojen czy wysiedleń. To nie tylko praca badawcza, ale przede wszystkim misja przywracania pamięci o ludziach tu żyjących i wypędzonych jak i poległych

podczas działań wojennych, o wydarzeniach, które ukształtowały historię tego regionu.

Projekt Zubeńsko to inicjatywa realizowana na terenie dawnej wsi Zubeńsko. Dzięki naszym badaniom i współpracy międzysektorowej miejsce to zyskało nowe życie. Przeprowadziliśmy inwentaryzację, zabezpieczenie terenu i wstępne odtworzenie układu cmentarza wojennego na podstawie projektu Arthura Grünbergera. Odsłonięto także fundamenty cerkwi i dzwonnicy, przywracając dawny układ przestrzenny.

Co więcej, działania porządkowe realizowaliśmy wspólnie z osadzonymi z Zakładu Karnego w Nowym Łupkowie, harcerzami, przedstawicielami organizacji pozarządowych, wolontariuszami, a nawet przypadkowymi turystami, którzy spontanicznie włączali się w pomoc. Dzięki tej różnorodnej współpracy udało się przywrócić to miejsce do życia.

KM: Jakie są szczególne wyzwania współpracy międzysektorowej w lokalnym środowisku?

MGN: Największym wyzwaniem w małych społecznościach jest często ograniczona liczba zasobów i specjalistów. Ale właśnie tutaj tkwi siła współpracy. Każdy sektor – administracja publiczna, biznes, nauka czy organizacje społeczne – wnosi coś unikalnego. Kluczowe jest, by te elementy umiejętnie połączyć i stworzyć spójną strategię działania.

Priorytetem stowarzyszenia jest również edukacja i integracja lokalnej społeczności. Organizujemy dni otwarte i działania edukacyjne, które mają na celu przybliżenie mieszkańcom dziedzictwa ich regionu. Naszym celem jest, by ludzie, którzy tu mieszkają, czuli dumę z historii swojej ziemi i współuczestniczyli w jej odkrywaniu. Nie bez znaczenia są pełne wzruszenia momenty gdy odwiedzają to miejsce potomkowie dawnych mieszkańców wsi, którzy stając na cerkiewnym wzgórzu w progu odkrytego fundamentu cerkwi wreszcie mogą poczuć faktyczną łączność z przeszłością i swoje korzenie.

Nie działamy jednak sami – współpraca międzysektorowa to klucz do sukcesu. Od administracji publicznej, przez sektor naukowy, po biznes – każdy partner wnosi coś wyjątkowego do naszych działań. To właśnie dzięki

tej współpracy możliwe są działania, takie jak te w Zubeńsku oraz realizacja ambitnych projektów, które w pojedynkę byłyby poza naszym zasięgiem.

KM: Jak wygląda współpraca międzysektorowa przy takich projektach?

MGN: W małej społeczności lokalnej współpraca między różnymi sektorami jest nie tylko pomocna, ale wręcz kluczowa. Działania takie jak te w Zubeńsku czy innych miejscach wymagają wsparcia logistycznego, merytorycznego i finansowego, które żadna organizacja nie jest w stanie zapewnić w pojedynkę. Właśnie dlatego budujemy relacje z różnorodnymi partnerami. Warto zaznaczyć, że nasza organizacja wszystkie działania terenowe realizowała bez wsparcia finansowego ze środków publicznych. Jediną dotacją z jakiej korzystaliśmy i było to rzecz jasna wsparcie nieocenione, były środki interwencyjne z zasobów Narodowego Instytutu Wolności – Centrum Rozwoju Społeczeństwa Obywatelskiego, przeznaczone na zakup sprzętu do dokumentacji filmowej i fotograficznej.

Kluczowym partnerem naszych działań jest Gmina Komańcza, która wspiera nasze działania nie tylko logistycznie – podczas prac terenowych zabezpiecza niezbędne narzędzia, dostarcza wodę dla wolontariuszy i organizuje zaplecze socjalne, wspiera działania informacyjne oraz dostarcza różne niezbędne materiały jak przykładowo ogromna ilość kamienia niezbędnego do odbudowy cmentarza, ale przede wszystkim prowadzi intensywne działania na rzecz przywracania pamięci oraz popularyzowania historii, kultury i tradycji regionu. Jest to dla nas strategiczny partner, dzięki któremu przede wszystkim możliwe było spełnienie wymagań formalnych do prowadzenia działań na konkretnych obszarach. Śmiało można powiedzieć, że jest to doskonały przykład aktywnego i odpowiedzialnego samorządu, dla którego współpraca międzysektorowa jest sprawą oczywistą, myślę, że wiele większych samorządów z powodzeniem może korzystać z dobrych praktyk wypracowanych właśnie w Komańczy.

Współpracujemy również z Zakładem Karnym w Nowym Łupkowie, angażując osadzonych, którzy pomagają w pracach porządkowych, wykaszaniu terenów cmentarzy i cerkwisk. Ich wkład jest nieoceniony, a przy okazji osadzeni zyskują możliwość poznania historii miejsc, nad którymi

pracują, co wprowadza element edukacyjny zaś wykonywana praca ma oddziaływanie resocjalizacyjne i wspiera ich w readaptacji.

Nie można też zapominać o współpracy z sektorem nauki – Wydział Archeologii Uniwersytetu Jagiellońskiego wspiera nas zarówno poprzez praktyki studentów archeologii, jak i merytoryczne wsparcie naukowców. To dzięki nim nasze badania są prowadzone na profesjonalnym poziomie, a ich wyniki mogą posłużyć kolejnym pokoleniom badaczy. Dzięki zaangażowaniu naukowców możliwe było również uzyskanie wiedzy z zakresu antropologii, historii czy też metod konserwacji zabytków.

Niezwykle istotna i konieczna jest również współpraca z Wojewódzkim Konserwatorem Ochrony zabytków, który udziela niezbędnych pozwoleń oraz nadzoruje prowadzone prace.

KM: Jaką rolę odgrywa sektor biznesu w Waszych działaniach?

MGN: Biznes odgrywa u nas szczególnie ważną rolę. Wspiera nasze działania zarówno w formie rzeczowej, kompetencyjnej jak i oferując swoje rozmaite zasoby niematerialne. Podczas prac terenowych w upalne dni otrzymywaliśmy darowizny rzeczowe, takie jak woda czy żywność, które były kluczowe dla naszego zespołu, ale przede wszystkim praktykantów (studentów archeologii) oraz rzeszy wolontariuszy. Co więcej, jedna z firm zajmujących się produkcją środków do konserwacji zabytków udzieliła nam merytorycznego wsparcia, pomagając wybrać odpowiednie preparaty do zabezpieczania kamienia co pozwoli na skuteczną konserwację odnalezionych pomników.

To pokazuje, że firmy, nawet w tak odległych od archeologii dziedzinach, mogą wносить realny wkład w ochronę dziedzictwa kulturowego. Taka współpraca daje także możliwość budowania pozytywnego wizerunku przedsiębiorstw jako zaangażowanych w sprawy lokalnej społeczności.

Choć od lat w praktyce zawodowej łączę różne sektory na rzecz działań społecznych, szczególny wymiar ma dla mnie właśnie przykład działań naszego stowarzyszenia, który pokazuje, że nawet młoda organizacja jest w stanie sprawnie rozwijać współpracę międzysektorową

KM: Jakie rezultaty przynosi taka współpraca?

MGN: Rezultaty są wielowymiarowe. Po pierwsze, nasze działania są skuteczniejsze i bardziej profesjonalne. Po drugie, takie projekty jak Zubeńsko czy prace w innych miejscach pamięci stają się platformą do budowania więzi w społeczności lokalnej oraz budowania świadomości o historii i dziedzictwie regionu. To nie tylko działania archeologiczne, ale również edukacyjne i integracyjne. Na przykład mieszkańcy dowiadują się o historii miejsc, w których żyją, co budzi w nich dumę i chęć współpracy. Po trzecie, dzięki wspólnym celom i wzajemnemu zaangażowaniu udaje się przywracać zapomniane miejsca lokalnej świadomości. To nie tylko sukces naszego stowarzyszenia, ale wszystkich partnerów, którzy z nami współpracują.

KM: Jakie rady dałaby Pani organizacjom, które dopiero zaczynają współpracę międzysektorową, zarówno przez pryzmat doświadczeń pracy w NGO jak i przedstawicielka biznesu?

MGN: Przede wszystkim – bądźcie otwarci na dialog. Współpraca zaczyna się od rozmowy i zrozumienia, że każdy partner ma coś wartościowego do zaoferowania. Budujcie relacje oparte na wspólnych celach i jasno komunikujcie, co możecie dać w zamian. W małych społecznościach kluczowa jest także autentyczność. Ludzie chcą widzieć, że wasze działania są szczerze i służą wspólnemu dobru.

Współpraca międzysektorowa to siła, która może zmieniać rzeczywistość. W małych społecznościach jej znaczenie jest szczególne – pomaga przezwyciężyć ograniczenia i otwiera nowe możliwości. Jesteśmy dumni, że możemy działać w takim środowisku, gdzie każdy, kto angażuje się w nasze projekty, staje się częścią historii, którą wspólnie tworzymy. Dla nas to nie tylko praca – to misja, która łączy przeszłość z przyszłością, budując mosty między ludźmi, sektorami i pokoleniami.

Przede wszystkim: budujcie relacje oparte na zaufaniu i wspólnych celach. Nie chodzi o jednorazową pomoc, ale o długoterminową współpracę, która przynosi korzyści wszystkim stronom. Ważne jest, aby jasno komunikować swoje potrzeby, ale też dostrzegać, co partnerzy mogą zyskać dzięki zaangażowaniu oraz wnieść na drodze ku wspólnym celom.

Nie bójcie się też pytać i prosić o pomoc. W małych społecznościach, takich jak nasza, ludzie i instytucje chętnie angażują się w projekty, które mają

znaczenie dla lokalnej tożsamości i historii. Każdy partner wnosi coś unikalnego – czy to narzędzia, wiedzę, czy wsparcie logistyczne.

KM: Co jest dla was największą wartością w tej współpracy?

MGN: Największą wartością jest poczucie, że nie działamy sami. Wspólnie tworzymy coś większego – nie tylko dla nas, ale dla przyszłych pokoleń, które będą mogły korzystać z zachowanego dziedzictwa. Współpraca międzysektorowa to dowód na to, że gdy łączymy siły, możemy osiągnąć rzeczy pozornie niemożliwe.

Pamiętajcie, że sukces jednego projektu może otworzyć drzwi do kolejnych inicjatyw. Współpraca to proces, który buduje się z czasem, ale jeśli jest dobrze prowadzona, daje efekty, które przekraczają pierwotne oczekiwania. To właśnie jest efekt synergii, który w małej bieszczadzkiej społeczności jest doskonale widoczny.

**Dorota Malik-Ferfecka, trenerka mentalna, grupa biznesowa Razem
Tworzymy Biznes**

Rozmawia: Katarzyna Mroczek

KM: Na początek, proszę opowiedzieć o swojej działalności – czym się Pani zajmuje na co dzień?

DMF: Dzień dobry! Biznesowo działam już kilkanaście lat, obecnie jako trener mentalny. Wspieram ludzi w polepszaniu jakości życia, budowaniu odporności psychicznej i wzmacnianiu pewności siebie. Od wielu lat współpracuję z innymi przedsiębiorcami, współprowadzę też grupę biznesową Razem Tworzymy Biznes w Krakowie. Dlatego dobrze rozumiem wyzwania i problemy, z jakimi mierzą się właściciele zwłaszcza małych firm. Działając na styku biznesu i rozwoju osobistego, zdobyłam wiedzę i doświadczenie, która pomaga mi wspierać ich w sprawach zarówno zawodowych, jak i prywatnych. Angażuję się także we współpracę z organizacjami pozarządowymi.

KM: Dlaczego, Pani zdaniem, warto współpracować międzysektorowo?

DMF: Współpraca międzysektorowa to niezwykle cenne doświadczenie, które pozwala nie tylko rozwijać własne umiejętności, ale przede wszystkim wzbogaca obie strony. Wierzę, że zarówno przedsiębiorcy, jak i organizacje pozarządowe mają sobie wiele do zaoferowania. NGO-sy mogą wnieść do firm świeże spojrzenie na potrzeby społeczne i empatię w działaniu, co przekłada się na bardziej zrównoważony rozwój. Z drugiej strony, biznes oferuje organizacjom pozarządowym konkretne zasoby, takie jak wsparcie logistyczne, finansowe i umiejętności z zakresu zarządzania. Taka wymiana sprzyja większej skuteczności i pomaga wywierać pozytywny wpływ na otoczenie.

KM: Jak można rozpocząć tego typu współpracę? Co radziłaby Pani przedsiębiorcom oraz NGO, którzy są zainteresowani wspólnymi działaniami?

DMF: Moim zdaniem najważniejszy jest otwarty dialog i szczerze zainteresowanie wzajemnymi potrzebami. Dla firm najlepszym krokiem jest zastanowienie się, jakie zasoby mogą zaoferować – niekoniecznie muszą to być środki finansowe. Bardzo cenne są kompetencje, czas czy know-how. Organizacje pozarządowe natomiast mogą jasno sprecyzować, jakie cele chcą osiągnąć dzięki współpracy i w jakim zakresie mogą z tego skorzystać. Warto zacząć od wspólnych spotkań i wydarzeń, które pomagają zrozumieć kulturę działania drugiej strony. Przykładowo, współpraca z Centrum Obywatelskim – ul. Reymonta w Krakowie, gdzie miałam okazję prowadzić seminarium, była dla mnie świetną okazją do zrozumienia potrzeb lokalnej społeczności i nawiązania kontaktów.

KM: Czy może Pani przytoczyć jakieś dobre praktyki ze swojego doświadczenia? Jakie wspólne działania przyniosły najwięcej korzyści?

DMF: Oczywiście! Przykładem może być wspomniane wcześniej Centrum Obywatelskie – ul. Reymonta 20. Miałam przyjemność prowadzić tam prelekcję dla organizacji pozarządowych, gdzie dzieliłam się swoim doświadczeniem jako przedsiębiorca i trener mentalny. Na tym spotkaniu widziałam ogromną wymianę energii i pomysłów – przedstawiciele NGO inspirowali się nowymi pomysłami, a ja mogłam wnieść trochę biznesowej perspektywy. Tego typu wspólne działania nie tylko rozwijają organizacje, ale także inspirują ludzi, którzy w nich działają.

KM: Na zakończenie, co chciałaby Pani przekazać tym, którzy jeszcze nie spróbowali współpracy międzysektorowej?

DMF: Współpracując międzysektorowo, wszyscy możemy wiele zyskać – nie tylko na poziomie instytucjonalnym, ale także jako ludzie. Przekraczanie granic sektora to szansa na lepsze zrozumienie potrzeb innych, wzbogacenie naszej działalności oraz nawiązywanie wartościowych kontaktów. Dlatego gorąco zachęcam każdego przedsiębiorcę i przedstawiciela NGO do otwarcia się na takie doświadczenia. Razem możemy naprawdę działać więcej!

Łukasz Zajac, Fundacja On Life i Przedsiębiorstwo Społeczne On Life

Rozmawia: Katarzyna Mroczek

KM: Jest Pan zarówno przedsiębiorcą, jak i założycielem organizacji pozarządowej. Dlaczego, Pana zdaniem, warto współpracować z trzecim sektorem?

ŁZ: W mojej ocenie współpraca z trzecim sektorem jest korzystna, bo często zapominamy, że organizacje pozarządowe to również klienci – korzystają z usług firm, tak samo jak inne sektory. NGO-sy mogą więc stać się klientem docelowym dla przedsiębiorców, ponieważ potrzebują różnych usług i nierzadko dysponują budżetami na ich realizację. Współpraca międzysektorowa to nie tylko wolontariat czy wsparcie charytatywne – to także szansa na rozwój usług skierowanych do konkretnej grupy odbiorców, a NGO-sy mogą być świetnym partnerem biznesowym.

KM: Wiele osób kojarzy współpracę z NGO z wolontariatem, a Pan wspomina o możliwościach biznesowych. Czy może Pan to rozwinąć?

ŁZ: Tak, zdecydowanie warto spojrzeć na współpracę z NGO-sami nie tylko od strony wolontariatu, ale także przez pryzmat możliwości ekonomicznych. Organizacje pozarządowe prowadzą różne działania, które wymagają wsparcia firm – mogą to być usługi doradcze, szkoleniowe czy marketingowe. Często w organizacjach tych pracuje wiele osób lub wolontariuszy, którzy sami mogą stać się potencjalnymi klientami

indywidualnymi. Warto więc widzieć tę współpracę jako szansę na długotrwałe relacje biznesowe, które mogą wspierać rozwój obu stron.

KM: A jak można najlepiej rozpocząć współpracę z organizacjami pozarządowymi? Jakie są Pana zdaniem dobre praktyki w tym zakresie?

ŁZ: Kluczowe jest zrozumienie potrzeb drugiej strony i znalezienie obszarów, gdzie nasze usługi mogą wesprzeć ich misję. Z mojej perspektywy, jeśli przedsiębiorca podejdzie do współpracy profesjonalnie i z nastawieniem na obustronne korzyści, to taka organizacja może stać się stałym klientem, który regularnie będzie korzystał z naszych usług. Dobrą praktyką jest także otwarta komunikacja i elastyczność w dostosowywaniu oferty – na przykład oferowanie zniżek czy dostosowanych pakietów usług dla NGO-sów. Na koniec, nie zapominajmy, że budowanie tej relacji opiera się na wzajemnym zaufaniu, a ono z kolei przyczynia się do długofalowej i korzystnej współpracy.

Leszek Romanowski,

właściciel piekarni rzemieślniczej „Pszepiekarnia”

Rozmawia: Katarzyna Mroczek

KM: Wspominał Pan, że piekarnia to dla więcej niż biznes. Czy może Pan powiedzieć, co dokładnie ma na myśli?

LR: Dla mnie piekarnia to prawdziwa misja, która łączy się z życiem lokalnych społeczności – moich „małych ojczyzn”. Praca rzemieślnicza, której jestem całkowicie oddany, to jedno, ale równie ważna jest współpraca z lokalnymi instytucjami, organizacjami pozarządowymi i samorządami. Wspólnie realizujemy projekty, które pozwalają nam lepiej rozumieć potrzeby mieszkańców i aktywnie uczestniczyć w ich życiu. Taka wymiana doświadczeń między sektorem biznesowym a organizacjami czy instytucjami daje nam „wiatr w żagle”.

KM: Dlaczego Pana zdaniem współpraca międzysektorowa jest tak ważna?

LR: Przede wszystkim pomaga budować silniejsze więzi i zrozumienie w lokalnych społecznościach. Z jednej strony, jako piekarz, mogę dostarczać produkt – tradycyjny chleb – ale jednocześnie uczestniczę w wydarzeniach organizowanych przez przedszkola, szkoły czy instytucje kultury, takich jak dożynki czy święto chleba. W ten sposób poznaję mieszkańców, ich oczekiwania i historie. Dzięki współpracy z różnymi grupami społecznymi uczymy się od siebie nawzajem, co przekłada się na lepszą jakość naszych działań.

KM: Od czego najlepiej zacząć budowanie takich relacji z lokalnymi społecznościami?

LR: Na początku warto być otwartym na zaproszenia i potrzeby, które zgłaszają instytucje czy organizacje. My zaczęliśmy od współpracy z przedszkolami – zapraszaliśmy dzieci do naszej piekarni, gdzie mogliśmy pokazać im tajniki wypieku tradycyjnego chleba. Ich entuzjazm był dla nas ogromną inspiracją do rozwijania tego typu działań. Potem otworzyliśmy się na seniorów, którzy podczas takich wizyt dzielą się swoimi wspomnieniami o dawnych sposobach pieczenia chleba. To są bardzo cenne i wzruszające spotkania.

KM: Czy mógłby Pan podać przykład dobrej praktyki w ostatnim czasie?

LR: Ostatnio wspieraliśmy lokalne dożynki. Dostarczyliśmy świeży chleb, który stał się nie tylko elementem tradycji, ale również okazją do rozmów z mieszkańcami i gośćmi. Organizatorzy oferowali nam różne formy reklamy czy wynagrodzenia, ale najwięcej radości daje nam możliwość spotkań i budowania relacji. To jest coś, co uważam za największą wartość – relacje z ludźmi.

KM: Czy współpraca z lokalnymi instytucjami wpływa na rozwój Pana piekarni?

LR: Zdecydowanie tak. Dzięki współpracy z organizacjami i instytucjami poznajemy realne potrzeby mieszkańców i możemy się do nich lepiej dostosować. To nie tylko umacnia naszą pozycję w społeczności, ale także pozwala nam rozwijać naszą ofertę w sposób, który odpowiada lokalnym

tradycjom i oczekiwaniom. Jestem przekonany, że biznes oparty na relacjach i współpracy ma większą szansę na długotrwały sukces.

**dr Iwona Cybuła, Zakład Coachingu i Innowacyjności Instytut
Przedsiębiorczości i Zarządzania Wydział Turystyki i Rekreacji Akademia
Wychowania Fizycznego w Krakowie**

Rozmawia: Katarzyna Mroczek

KM: Pani Doktor, reprezentuje Pani sektor nauki i edukacji. Z jakiego powodu współpraca z sektorem przedsiębiorców jest tak istotna dla uczelni wyższych?

IC: Działając w sektorze nauki i edukacji, szczególnie zależy nam na współpracy z przedsiębiorcami i ogólnie sektorem biznesowym. Prowadząc edukację na różnych kierunkach na naszej uczelni, chcemy wyposażać studentów w takie kompetencje, które są faktycznie poszukiwane na rynku pracy. Dzięki ścisłej współpracy z firmami i instytucjami możemy lepiej dostosować program nauczania do realnych potrzeb branży, a to sprawia, że nasi absolwenci stają się bardziej konkurencyjni i lepiej przygotowani do zawodowych wyzwań.

KM: Jakie konkretne działania podejmuje Akademia, by realizować tę współpracę?

IC: Współpraca między sektorem nauki a przedsiębiorstwami jest dla nas nie tylko celem, ale i codzienną praktyką. Od czterech lat prowadzimy nowy kierunek studiów – zarządzanie rekreacją i rozrywką – i na bieżąco konfrontujemy nasze cele edukacyjne z potrzebami branży. Przykładem takiej współpracy jest nasze partnerstwo z Samorządowym Centrum Kultury i Promocji Gminy Zabierzów. W ramach tej kooperacji nasi studenci współorganizowali wydarzenie Senioralia, co pozwoliło im praktycznie zastosować wiedzę zdobytą na zajęciach, a dla placówki było okazją do wzbogacenia oferty o nowe atrakcje.

KM: Jakie korzyści przynosi taka międzysektorowa współpraca? Może Pani podać jeden przykład?

IC: Wierzę, że międzysektorowa współpraca jest bardzo potrzebna z kilku powodów. Przede wszystkim buduje przestrzeń do wymiany poglądów i doświadczeń, co jest kluczowe z punktu widzenia rozwoju edukacji akademickiej. Dzięki takim inicjatywom możemy kształcić kadrę spełniającą realne wymagania rynku pracy i dostosować efekty uczenia się do potrzeb społeczeństwa. Platformy współpracy, które umożliwiają wymianę wiedzy i wzajemne wsparcie, są ogromną wartością i pomagają tworzyć zrównoważone środowisko edukacyjne i zawodowe. Takim dobrym przykładem jest współpraca z Centrum Obywatelskim – ul. Reymonta w Krakowie.

KM: Co poradziłaby Pani innym instytucjom akademickim, które chciałyby zacieśnić współpracę z sektorem biznesowym?

IC: Przede wszystkim warto postawić na dialog i aktywne poszukiwanie możliwości partnerstwa. Współpraca powinna być nastawiona na długoterminowe korzyści i opierać się na rzeczywistych potrzebach obu stron. Sukces tej współpracy widoczny jest na przykładzie naszego kierunku – zarządzania rekreacją i rozrywką – który dzięki relacjom z instytucjami kultury i firmami prywatnymi pozwala studentom rozwijać swoje umiejętności praktyczne. Gdy uczelnie i sektor biznesowy współpracują, tworzą lepsze warunki dla rozwoju zawodowego młodych ludzi i przyczyniają się do pozytywnych zmian w całym społeczeństwie.

Anna Styszko, Prezes Fundacji LIS – Laboratorium Inspiracji Społecznych LIS

Rozmawia: Katarzyna Mroczek

KM: Dlaczego, Pani zdaniem, warto podejmować współpracę międzysektorową?

AS: Współpraca międzysektorowa to kluczowy element rozwoju – zarówno dla organizacji pozarządowych, jak i społeczności, w których działamy. Każdy sektor – NGO, publiczny i biznesowy – wnosi do takiej współpracy coś unikalnego. Organizacje pozarządowe dostarczają pasji, wiedzy o lokalnych potrzebach oraz elastyczności w działaniu, które świetnie uzupełniają zasoby

instytucji publicznych i możliwości inwestycyjne sektora biznesowego. Razem możemy tworzyć rozwiązania, które przynoszą realne i trwałe zmiany.

KM: Jakie korzyści płyną z takiej współpracy?

AS: Taka współpraca otwiera możliwość realizacji innowacyjnych projektów, które docierają do większej liczby osób i odpowiadają na wyzwania, z którymi pojedyncze sektory nie byłyby w stanie sobie poradzić. Na przykład nasza fundacja współpracuje z samorządami i przedsiębiorcami, co pozwala nam działać w przestrzeniach, gdzie zasoby różnych stron odpowiadają na potrzeby mieszkańców. Dzięki temu możemy tworzyć projekty, które są bardziej kompleksowe i skuteczne.

KM: Jak rozpocząć współpracę międzysektorową?

AS: Kluczowe jest budowanie relacji i wzajemnego zrozumienia. Najlepiej zacząć od małych projektów, które umożliwią poznanie potencjału i możliwości drugiej strony. Ważna jest otwartość na różnorodne pomysły i perspektywy, bo to one prowadzą do nowych rozwiązań. NGO-sy powinny jasno określić swoje potrzeby i zasoby, które mogą zaoferować. Z kolei firmy i instytucje publiczne mogą zaprosić organizacje pozarządowe do współpracy poprzez dedykowane programy lub wspólne wydarzenia.

KM: Czy mogłaby Pani podać przykład dobrej praktyki takiej współpracy?

AS: Oczywiście! Jednym z przykładów jest projekt realizowany przez Fundację LIS we współpracy z samorządami i lokalnymi przedsiębiorstwami. W ramach tej współpracy tworzymy przestrzenie publiczne, które odpowiadają na potrzeby mieszkańców, łącząc zasoby organizacji pozarządowych z możliwościami finansowymi i infrastrukturalnymi innych sektorów. To konkretne działania, takie jak organizacja warsztatów dla lokalnej społeczności czy rewitalizacja terenów zielonych, które realnie poprawiają jakość życia ludzi.

KM: Jakie dodatkowe wartości wnosi taka współpraca?

AS: Współpracując międzysektorowo, uczymy się od siebie nawzajem. NGO wnoszą doświadczenie pracy „blisko ludzi” i umiejętność budowania relacji. Z kolei firmy i instytucje publiczne oferują wiedzę z zakresu zarządzania, długofalowego planowania i standardów, które usprawniają nasze działania. Taka wymiana wzbogaca wszystkie strony i pozwala tworzyć wartość dodaną dla społeczeństwa.

KM: Na koniec, co powiedziała by Pani, aby zachęcić innych do współpracy międzysektorowej?

AS: Zachęcam do budowania mostów między sektorami, bo razem możemy osiągnąć więcej, niż działając w pojedynkę. Każda współpraca to krok w stronę bardziej zrównoważonego i lepszego świata dla nas wszystkich.

Katarzyna Witek, prezes Stowarzyszenia Edukacja Poprzez Sztukę, choreografka i nauczycielka tańca w Centrum Młodzieży im. dr. H. Jordana w Krakowie

Rozmawia: Katarzyna Mroczek

KM: Pani Katarzyno, dlaczego warto podejmować współpracę międzysektorową?

KW: Myślę, że współpraca międzysektorowa jest kluczowa, szczególnie w obszarze edukacji i kultury. Działam tu od ponad 20 lat i widzę jak obie te sfery mocno się przenikają i inspirują. Właśnie dlatego założyłam Stowarzyszenie Edukacja Poprzez Sztukę, które łączy działania artystyczne z edukacją. Nasze projekty – warsztaty z polskiej i bałkańskiej kultury ludowej dla dzieci i dorosłych – wymagają wsparcia różnych organizacji, instytucji kulturalnych, a także uczelni, szkół oraz administracji publicznej. Współpraca pozwala nam nie tylko realizować więcej projektów, ale też poszerzać naszą wiedzę i zasoby, zwłaszcza że jako młoda organizacja mamy ograniczone środki i ciągle się uczymy. Każdy kontakt z doświadczonymi organizacjami jest dla nas bezcennym wsparciem.

KM: Od czego najlepiej rozpocząć taką współpracę? Co pomaga w budowaniu sieci kontaktów?

KW: Budowanie kontaktów warto zacząć od aktywnego uczestnictwa w wydarzeniach dla organizacji pozarządowych, takich jak pikniki NGO, szkolenia czy webinary. Są to świetne okazje, aby poznać innych i nawiązać pierwsze relacje. Centrum Obywatelskie - ul Reymonta 20 jest dla nas także bardzo ważnym wsparciem, ponieważ oferuje pomoc prawną i finansową. Z takiej pomocy korzystamy regularnie i dzięki temu rozwijamy nasze działania. Istotna jest też otwartość – nie zamykamy się wyłącznie na organizacje, które działają w podobnej tematyce, lecz podchodzimy szeroko do współpracy. Nigdy nie wiadomo, gdzie pojawi się okazja do wspólnego projektu, nawet jeśli początkowo wydaje się, że nasze obszary działań są zupełnie inne.

KM: Czy mogłaby Pani podać przykład dobrej praktyki z ostatnich miesięcy?

KW: Jednym z najlepszych przykładów są warsztaty, które prowadzimy z myślą o lokalnej społeczności. Realizujemy je często we współpracy z innymi organizacjami i instytucjami, które pomagają nam dotrzeć do nowych odbiorców. To, co uważam za kluczowe w naszej pracy, to otwartość na potrzeby ludzi oraz na nowatorskie pomysły. Nie ograniczamy się tylko do tych, którzy zajmują się kulturą – współpracujemy również z lokalnymi władzami czy instytucjami o innym profilu działalności. Dzięki temu nasze warsztaty przyciągają ludzi z różnych środowisk, co buduje silniejszą więź w społeczności.

KM: Jakie korzyści przynosi tak szerokie podejście do współpracy?

KW: Szerokie podejście pozwala nam lepiej odpowiadać na realne potrzeby społeczności i angażować ludzi, którzy na co dzień może nie mieliby okazji zetknąć się z naszą działalnością. Dzięki współpracy z różnorodnymi partnerami uczymy się wzajemnie i stajemy się bardziej elastyczni w naszej działalności. W efekcie nasze projekty są ciekawsze, bardziej kompleksowe i otwarte na nowych uczestników.

Arkadiusz Tomasiak, członek zarządu Fundacji Brata Alberta

Rozmawia: Katarzyna Mroczek

KM: Fundacja Brata Alberta to jedna z większych organizacji pozarządowych w Polsce. Czy współpracujecie z innymi sektorami, na przykład z biznesem? Jeśli tak, to co jest najważniejsze w takiej współpracy?

AT: Jeżeli chodzi o współpracę z biznesem, jest ona wieloaspektowa. Z moich obserwacji wynika, że zaczynamy czerpać z biznesu, a dokładniej z narzędzi i metod, które są dla nas przydatne – jak praca nad projektami, wykorzystywanie narzędzi, czy zarządzanie czasem. Jednocześnie mam wrażenie, że biznes zaczyna przejmować najlepsze cechy organizacji pozarządowych, szczególnie w ramach działań CSR-owych, czyli tych społecznie odpowiedzialnych. W takich projektach liczy się człowiek, a celem jest aktywizacja i wsparcie konkretnej osoby.

Powstała więc taka sytuacja, w której my przejmujemy pewne cechy biznesowe, a biznes zaczyna funkcjonować na wzór NGO. To budowanie wzajemnego zaufania i wymiana wiedzy oraz kompetencji – myślę, że to idzie w bardzo dobrym kierunku. Skończyły się czasy, gdy organizacja pozarządowa wystawiała rękę z prośbą o pomoc. Teraz jesteśmy partnerem, mamy również coś do zaoferowania. Wartością takiej współpracy jest to, że obie strony wnoszą coś cennego, co daje realne efekty.

KM: Jak Fundacja Brata Alberta rozpoczęła współpracę z partnerami biznesowymi?

AT: Współpraca zaczyna się od budowania relacji – i to jest kluczowe słowo. Musimy upewnić się, że nasze ideały są zgodne z wartościami danego darczyńcy, czy partnera biznesowego. Szukamy firm, które nie tylko rozumieją naszą misję, ale również się z nią utożsamiają. Myślę, że dla takich firm liczy się „czynniki ludzki” – nasze działania to żywe historie, konkretne osoby i ich potrzeby. Dzięki temu relacje są głębsze, bardziej osobiste. Przedsiębiorcy i pracownicy angażują się nie tylko finansowo, ale także osobiście – poznają naszych podopiecznych, uczestniczą w działaniach, budują więzi, które mają trwały charakter.

Wystarczy kilka wspólnych akcji, by stworzyć silną więź, opartą na wspólnym celu. Właśnie ta bliska relacja, budowana krok po kroku, jest dla nas najważniejsza i daje obu stronom poczucie sensu w tej współpracy.

KM: Czy w Fundacji jest osoba lub zespół, który zajmuje się poszukiwaniem takich partnerów? Jak wyszukujecie organizacje i firmy, z którymi współpracujecie?

AT: Działa to dwójako. Najmocniejszym punktem Fundacji przez lata był ksiądz Isakowicz-Zaleski, który dzięki swojej charyzmie przyciągał do nas wielu ludzi. Po jego śmierci musimy sami zapracować na to zaufanie i pokazać, że wartości, które nam przekazał, są nadal żywe, że kontynuujemy jego misję i jesteśmy godni zaufania. Często sami zgłaszamy się do firm i przedstawiamy nasze działania – mówimy: „Robimy tu wspaniałe rzeczy, mamy fantastycznych podopiecznych, których świat chcemy zmieniać na lepsze. Chcielibyśmy robić to, co lubimy, na najwyższym poziomie, a do tego potrzebujemy wsparcia”.

Z drugiej strony często to firmy same się do nas zwracają, ponieważ słyszały o naszych działaniach lub były świadkami naszych inicjatyw. Wówczas mówią: „Chcemy być z wami, wspierać was i pomagać, bo to, co robicie, jest wartościowe i chcemy mieć w tym swój udział”. Tak więc nasze kontakty z biznesem to efekt zarówno aktywnego poszukiwania, jak i oddziaływania Fundacji w społeczności.

Urszula Cieluch, Wiceprezes Fundacji SELA:

Rozmawia: Katarzyna Mroczek

KM: Dlaczego współpraca międzysektorowa jest tak istotna dla Fundacji SELA?

UC: Współpraca międzysektorowa pozwala tworzyć projekty o większym i bardziej długotrwałym wpływie społecznym. Dla organizacji pozarządowych, takich jak nasza fundacja, jest to szansa na poszerzenie zasięgu naszych działań i podniesienie ich jakości. Kiedy organizacja społeczna, sektor publiczny i biznes łączą siły, możemy osiągnąć prawdziwą synergję. Każda ze stron wnosi coś unikalnego: zasoby, umiejętności czy wiedzę. Współpracując, wzajemnie się uzupełniamy, a rezultaty są bardziej kompleksowe i widoczne. Co ważne, taka współpraca pozwala na lepsze

zrozumienie siebie nawzajem i daje przestrzeń na tworzenie projektów, które odpowiadają na realne potrzeby społeczności lokalnych.

KM: Jakie są kluczowe kroki, aby rozpocząć współpracę międzysektorową?

UC: Pierwszym krokiem jest zawsze budowanie relacji opartych na wzajemnym szacunku i zrozumieniu misji oraz celów partnerów. Warto zacząć od otwartej komunikacji: spotkań, podczas których każda ze stron przedstawi swoje potrzeby, zasoby i wizje. Następnie kluczowe jest wypracowanie wspólnych celów i określenie jasnych ról oraz obowiązków w projekcie. Ważne jest też przejrzyste raportowanie efektów współpracy i długofalowe utrzymywanie kontaktu – to wzmacnia relacje i buduje zaufanie. Relacja partnerska nie kończy się na realizacji jednego projektu, ale może być początkiem wielu przyszłych inicjatyw.

KM: Czy mogłaby Pani podać przykład dobrej praktyki współpracy międzysektorowej, z której jesteście szczególnie dumni?

UC: Jednym z naszych sukcesów jest współpraca z lokalną firmą budowlaną, która w ramach wolontariatu pracowniczego wsparła nas przy budowie Centrum Warsztatowego Fundacji. Dzięki zaangażowaniu tej firmy udało się stworzyć nowoczesną szklarnię i salę warsztatową, które odpowiadają na potrzeby edukacyjne naszej społeczności. Firma nie tylko dostarczyła zasoby, ale również wsparła nas wiedzą projektową i specjalistycznym wykonawstwem.

Efekty tej współpracy przyniosły korzyści dla wszystkich: my zyskaliśmy miejsce, w którym możemy prowadzić zajęcia z ekologii i rozwoju, a pracownicy firmy mieli możliwość uczestnictwa w wartościowym przedsięwzięciu społecznym. To piękny przykład, jak działania wspierające lokalną społeczność mogą przynieść korzyści wszystkim zaangażowanym stronom.

KM: Na koniec, co powiedziałaaby Pani, aby zachęcić inne organizacje do współpracy międzysektorowej?

UC: Współpraca międzysektorowa to szansa na wspólne budowanie przyszłości, która służy nam wszystkim. Łącząc siły, zasoby i pomysły,

możemy kreować możliwości, których żadna ze stron nie osiągnęłaby w pojedynkę. Razem możemy stworzyć coś wyjątkowego – warto spróbować!

**Karolina Fudali, Animator współpracy partnerskiej, Doradca zawodowy,
Wojewódzki Urząd Pracy**

**Edyta Klimowska-Bobula, Kierownik zespołu Koordynacji Uczenia się
Dorosłych, Wojewódzki Urząd Pracy**

Rozmawia: Katarzyna Mroczek

KM: Dlaczego warto współpracować międzysektorowo?

KF: Współpraca to jedyny chyba skuteczny sposób na realizację zadań, które są kompleksowe, przekrojowe, które nie są przypisane jednemu sektorowi czy instytucji, które dotyczą zróżnicowanych odbiorców. Uczenie się przez całe życie, które jest domeną Małopolskiego Partnerstwa na rzecz Kształcenia Ustawicznego (MPKU) należy właśnie do takich zadań.

EKB: Współpraca międzysektorowa pozwala na równoczesne widzenie tego samego zagadnienia z różnych perspektyw. W sytuacji, kiedy mamy do czynienia z problemem, równolegle możemy dostrzec różne aspekty i wiele wymiarów podobnie identyfikowanego problemu, co daje szansę na kompleksowe podejście do jego rozwiązania.

Każdy sektor ma swoją specyfikę i zasoby wiedzowe. Dzięki współpracy pomiędzy sektorami, możemy korzystać z tych zasobów, ucząc się wzajemnie od siebie rozumieć „język specjalistyczny”, a stąd już tylko jeden krok do bardzo ważnej i złożonej kompetencji, jaką jest interdyscyplinarność, rozumiana przede wszystkim jako zdolność do rozumienia różnych „kodów”, którymi się posługujemy. Kolejną ważną kompetencją, która ma szansę na rozwój w interdyscyplinarnym środowisku, jest kreatywne myślenie. Podstawą do jego uruchomienia jest sytuacja społeczna, w której uczestniczy wielu różnych interesariuszy.

Jeszcze innymi są kompetencje przywódcze oraz wywierania wpływu i sprawczość. Dzięki wspólnym działaniom udaje się nam lobbować i skutecznie wdrażać rozwiązania, na których najbardziej nam zależy.

KF: Ponadto współpraca międzysektorowa to konkretni ludzie – szanujący się i dobrze znający nawzajem eksperci, którzy wspólnie występują w istotnych dla Małopolski sprawach. Myślę, że w tym właśnie tkwi siła współpracy: stanowisko jednej instytucji, argument jednego człowieka nigdy nie będzie znaczyć tyle, ile wypracowany, przedyskutowany wspólny głos Partnerstwa.

KM: Jak rozpocząć współpracę i budować sieć kontaktów?

KF: W Małopolsce wszystko zaczęło się kilkanaście lat temu, w 2008 roku. Wówczas kształcenie ustawiczne było kojarzone głównie z „suchymi” zapisami ustaw, w powszechnej świadomości życie dzieliło się na etap nauki, pracy zawodowej i emerytury, a współdziałanie pomiędzy instytucjami reprezentującymi te sektory było incydentalne. Inicjatorami rzeczywistej współpracy pod Patronatem Marszałka Województwa Małopolskiego były kluczowe regionalne instytucje: Kuratorium Oświaty w Krakowie, Departament Edukacji Urzędu Marszałkowskiego Województwa Małopolskiego oraz Wojewódzki Urząd Pracy w Krakowie. Do regionalnych instytucji dołączyło kilkadziesiąt innych instytucji rynku pracy, instytucji związanych z oświatą oraz instytucji publicznych i prywatnych odpowiedzialnych za rozwój osób dorosłych. Z perspektywy czasu doskonale widać, jak perspektywiczne i przełomowe było w tamtych latach myślenie liderów Partnerstwa. Uczenie się przez całe życie to dziś jedno ze sztandarowych haseł w Europie, mówimy wręcz o nowej kulturze uczenia się, gdzie kluczowa jest gotowość do stałego rozwoju, postawa otwartości na wyzwania, chęć ciągłego poszukiwania wiedzy i adekwatnych umiejętności. Dziś wiemy, że nie istnieje jedna instytucja odpowiedzialnej za uczenie się, że nie funkcjonują narzucone rozwiązania w tym obszarze. Uczenie się przez całe życie wymaga współpracy i partnerstwa instytucji różnych branż i sektorów oraz wspólnego poszukiwania odpowiedzi na wyzwania. Instytucje, które w 2008 roku podpisały deklarację o współpracy zrobiły to z przekonaniem, że wspólnie mogą skuteczniej realizować istotne dla

Małopolski i jej mieszkańców zadania. MPKU w 2024 roku to ponad 100 instytucji dzielących wspólne wartości i będących ambasadorami takiego właśnie myślenia o rozwoju. Prace Partnerstwa koordynuje biuro mieszczące się w strukturach Wojewódzkiego Urzędu Pracy w Krakowie.

EKB: Podstawą rozpoczęcia współpracy jest:

1. Postawa otwarta na inne, czasami zupełnie odległe od naszej dziedziny/branży instytucje, które widzą potrzebę podjęcia działań, pozwalających na lepsze, bardziej skuteczne, zoptymalizowane realizowanie nie tylko celów swojej instytucji, ale również celów, które wspólnie sobie wyznaczają.
2. Dobrowolność uczestnictwa.
3. Szacunek dla odmiennych poglądów/stanowisk.
4. Poczucie sensu.
5. Wspólny „zestaw wartości”, w którym kluczową wartością jest zaufanie, uzgodniony i przyjęty przez wszystkie instytucje współpracujące.

KM: Czy mogę prosić o przykład dobrej praktyki z doświadczenia Pani instytucji:

KF: Cała historia MPKU to doskonały przykład takiej dobrej praktyki, która trwa od wielu lat, ma konkretne owoce i którą chętnie chwali się region. Na tę dobrą praktykę składają się regularne spotkania (w formie poranków partnerskich, podczas których roboczo dyskutujemy, pracujemy nad pomysłami i rozwiązaniami koncentrującymi się wokół zagadnień merytorycznych i obszarów wskazanych w planie działania, jako kluczowe w danym roku dla uczenia się różnych grup Małopolan) i duże wydarzenia, takie jak coroczna Konferencja „Małopolska otwarta na wiedzę”, „Małopolski dzień uczenia się”, dla których motywy przewodnie są wypracowywanie również w formule partnerskiej

Dobłą praktykę stanowią też: dobra komunikacja dwustronna, rozpoznawalny akronim MPKU, wspólny znak graficzny.

Dowodami na skuteczność działania są unikatowe i innowacyjne rozwiązania, zwłaszcza w obszarze Lifelong Learning, które zainicjowane zostały przez członków partnerstwa, zrealizowane jako projekty innowacyjne przez Wojewódzki Urząd Pracy ale z mocnym, partycypacyjnym udziałem członków MPKU i zostały włączone do ogólnopolskich nurtów polityk.

Przykłady:

- podmiotowy system finansowania uczenia się,
- Małopolskie Standardy Usług Edukacyjno-Szkoleniowych,

- pilotaż Zintegrowanego Systemy Kwalifikacji, w tym pierwszy opis i walidacja kwalifikacji rynkowych.

O tym, że MPKU jest dobrą praktyką świadczy fakt przywoływania go w artykułach naukowych czy Rekomendacjach Organizacji Współpracy Gospodarczej i Rozwoju (Organisation for Economic Cooperation and Development – OECD) do Zintegrowanej Strategii Umiejętności.

Katarzyna Lis, specjalista ds. informacji i promocji w projekcie „Małopolski pociąg do kariery sezon I” – Zespół Podnoszenia Kwalifikacji Dorosłych (PKD), Specjalista ds. współpracy lokalnej – Zespół Koordynacji Uczenia się Dorosłych (ZKU), Wojewódzki Urząd Pracy w Krakowie

Rozmawia: Katarzyna Mroczek

KM: Dlaczego warto współpracować międzysektorowo (np. WUP – NGO – Biznes)

KL: Współpraca międzysektorowa umożliwia dotarcie do większej grupy odbiorców w tym szczególnie lokalnych liderów, przedstawicieli organizacji pozarządowych oraz instytucji. Zdecydowanie pomaga budować wizerunek reprezentowanej instytucji, obalać stereotypy oraz tworzyć warunki do długotrwałej współpracy.

KM: Jak rozpocząć współpracę i budować sieć kontaktów?

KL: Budowanie sieci kontaktów to proces, który wymaga wielkiej cierpliwości, konsekwencji a przede wszystkim to trochę „broń obosieczna”, bo przecież wspieramy się i pomagamy sobie nawzajem.

Od blisko 20 lat moja aktywność zawodowa w dużej mierze opiera się na współpracy z przedstawicielami różnych instytucji i organizacji pozarządowych. Posiadając wieloletnie doświadczenie pracy w instytucji kultury wiedziałam, że warto rozmawiać z liderami społecznymi: sołtysami, przedstawicielami organizacji pozarządowych, instytucjami kultury i oczywiście z przedstawicielami samorządów ale również pracodawcami. Wiedziałam także, że ważna jest empatia, elastyczność, umiejętność

sluchania i niejednokrotnie dyskrecja. Dlatego realizując zadania związane z promocją projektów dedykowanych pracującym Małopolanom oraz budując fundamenty współpracy lokalnej w dużej mierze opierałam się na własnych doświadczeniach, niemniej jednak miałam ułatwioną pracę, ponieważ reprezentowałam rozpoznawaną instytucję wojewódzka.

KM: Czy może Pani przytoczyć przykład dobrej praktyki wynikającej z doświadczenia Pani instytucji?

KL: O współpracy z liderami i instytucjami mogłabym pisać długo i dużo. Setki inspirujących spotkań, ciekawych miejsc, wspaniałych ludzi, których miałam przyjemność poznać. Nieskromnie powiem, że współpraca z liderami trochę stała się moim stylem życia. Kiedyś gdzieś przeczytałam, że „aby zapalić trzeba samemu płonąć” i coś w tym jest, ponieważ tak zupełnie prywatnie od wielu lat pracuję społecznie w organizacji pozarządowej a współpraca z Kołami Gospodyń Wiejskich w ramach mojej pracy zawodowej zmotywowała mnie do działania lokalnie i wspólnie z koleżankami i kolegami założyliśmy swoje KGW, dzięki czemu łatwiej było mi zrozumieć fenomen tych organizacji ale także łatwiej było szukać inspiracji i tematów wartych poruszenia podczas spotkań, jakie organizujemy w WUP. Warto rozmawiać! Wszyscy czegoś się od siebie nawzajem nauczyliśmy bo równie ważnym (o ile nie ważniejszym) elementem spotkań była integracja, rozmowy w kuluarach, wymiana doświadczeń.

Jednak odpowiadając na pytanie: Pracując w WUP w Krakowie miałam przyjemność inicjować współpracę z wieloma organizacjami pozarządowymi i instytucjami w tym szczególnie licznymi Kołami Gospodyń Wiejskich (KGW) i OSP (Ochotniczymi Strażami Pożarnymi). Przykładem dobrych a wręcz bardzo praktyk współpracy z organizacjami pozarządowymi jest nasza współpraca z Małopolskim Stowarzyszeniem Sołtysów. Współpraca ta została zainicjowana jeszcze w 2016 roku. Małopolskie Stowarzyszenie Sołtysów znacząco wspiera nas w komunikacji z lokalnymi liderami społecznymi w tym szczególnie małopolskimi sołtysami.

Angelika Książek, Zarząd Zieleni Miejskiej w Krakowie

Rozmawia: Katarzyna Mroczek

KM: Pani Angeliko, dlaczego warto współpracować międzysektorowo?

AK: Współpraca międzysektorowa, pomiędzy urzędem a organizacjami pozarządowymi, biznesem czy uniwersytetami, jest dla nas niezwykle istotna i kluczowa. Kiedy pracujemy tylko w swoim obszarze, często możemy nie dostrzegać problemów i potrzeb, które wynikają z perspektywy innych grup. Dzięki tej współpracy możemy być bliżej mieszkańców i lepiej odpowiadać na ich oczekiwania. Przykładowo, organizacje pozarządowe są bardzo blisko ludzi – ich pracownicy i wolontariusze spotykają się na co dzień z mieszkańcami, rozmawiają z nimi, słyszą ich głosy i potrzeby. Często działają jako łącznik między urzędem a mieszkańcami, stając się niejako „głosem” społeczności. To dla nas niezwykle cenne, bo ich wkład pozwala nam podejmować decyzje bardziej trafne i oparte na rzeczywistych potrzebach.

Z kolei współpraca z uniwersytetami daje nam dostęp do świeżych pomysłów i wiedzy. Studenci i pracownicy naukowcy często pomagają nam spojrzeć na projekty z innej perspektywy, analizując nasze plany i proponując rozwiązania, które być może sami byśmy nie wzięli pod uwagę. Jest to szczególnie cenne, gdyż możemy uzyskać feedback na temat tego, czy nasze pomysły mają szansę czy powodzenia i spełnią oczekiwania mieszkańców.

Jeśli chodzi o współpracę z biznesem, to w ramach Zarządu Zieleni Miejskiej mamy program pakietów sponsorskich, w którym firmy wspierają rozwój zieleni miejskiej w Krakowie. W ramach swoich działań CSR-owych przekazują środki na różne projekty związane z krakowską zielenią, a my razem z nimi przekształcamy przestrzeń naszego miasta. Warto podkreślić, że często pracownicy tych firm to mieszkańcy Krakowa, więc takie współprace angażują ich nie tylko zawodowo, ale też emocjonalnie – mogą wspólnie z nami sadzić drzewa czy poznawać, jak funkcjonuje miasto. Ta multidyscyplinarność w działaniach jest dla nas kluczowa.

KM: Jak rozpocząć taką współpracę?

AK: Pierwszym krokiem jest zawsze znalezienie odpowiedniej organizacji lub instytucji, która może być partnerem w danym projekcie, i nawiązanie kontaktu. Z naszego doświadczenia wynika jednak, że często to organizacje

same wychodzą z inicjatywą i nawiązują kontakt z nami. Zdarza się, że już zanim zaczniemy aktywnie poszukiwać partnera, dostajemy propozycje współpracy – organizacje pozarządowe wysyłają nam maile, dzielą się pomysłami i inspiracjami. W takich sytuacjach bardzo ważne jest, aby pozostać otwartym na różne pomysły i propozycje, a także nawiązywać dialog, bo to dzięki rozmowie tworzy się fundament owocnej współpracy.

KM: Czy mogłaby pani podać przykład dobrej praktyki z ostatnich miesięcy?

AK: Trudno wybrać tylko jeden przykład, bo mamy naprawdę wiele ciekawych współprac, ale mogę opowiedzieć o projekcie, który realizujemy wspólnie z Fundacją IB Polska. Założyliśmy dwa ogrody społeczne – jeden w dzielnicy Wesola, drugi w Nowej Hucie. Ogród na Wesolej powstał na terenie, który wcześniej był przestrzenią szpitalną, co mogło budzić u mieszkańców pewne negatywne skojarzenia. Dzięki współpracy z Fundacją IB Polska, która angażuje lokalnych mieszkańców, ta przestrzeń stała się bardziej przyjazna i dostępna dla społeczności. Teraz organizowane są tam pikniki, ludzie zaczynają spędzać tam czas, co sprzyja międzypokoleniowej integracji. Drugi ogród powstaje na osiedlu Szkolnym w Nowej Hucie, gdzie również liczymy na zaangażowanie lokalnej społeczności. Tego typu inicjatywy są dowodem na to, że współpraca z organizacjami pozarządowymi pozwala nam zmieniać przestrzeń miasta w bardziej zrównoważony i przyjazny dla mieszkańców sposób.

Podsumowanie

Współpraca międzysektorowa to nie tylko sposób na osiągnięcie wspólnych celów, ale również inwestycja w przyszłość, opartą na dialogu, zaufaniu i wzajemnym zrozumieniu. Choć budowanie takich relacji wymaga wysiłku, otwartości i gotowości do nauki, korzyści płynące z partnerstwa mogą przewyższyć wszelkie trudności.

Poradnik, który właśnie przeczytałeś, miał na celu nie tylko dostarczenie praktycznych narzędzi i inspiracji, ale także zachęcenie Cię do podejmowania działań w swoim środowisku. Współpraca międzysektorowa

to proces – dynamiczny, czasem pełen wyzwań, ale przede wszystkim dający ogromne możliwości.


Pamiętaj, że każde partnerstwo zaczyna się od pierwszego kroku: rozmowy, nawiązania kontaktu, wyrażenia chęci współpracy. Z czasem, dzięki zaangażowaniu i wypracowanym rozwiązaniom, takie relacje mogą prowadzić do zmian, które jeszcze dziś wydają się niemożliwe.

Niech ten poradnik stanie się dla Ciebie przewodnikiem w tworzeniu nowych partnerstw, rozwijaniu istniejących relacji i budowaniu świata, w którym współpraca międzysektorowa staje się oczywistością. Razem możemy więcej – działajmy!

Spis treści

Rozdział 1. Jak rozpocząć i rozwijać współpracę międzysektorową	1
Słownik pojęć, które ułatwiają komunikację międzysektorową, rozjaśniając wybrane obszary i aktywności.....	1
Narzędzia dla Twojej organizacji – co warto mieć w codziennym arsenale?	3
Standardy działania w NGO.....	5
Skuteczne nawiązywanie współpracy z biznesem, urzędami i uczelniami.....	6
Tworzenie Ofert: Klucz do Skutecznej Współpracy Międzysektorowej	9
Co decyduje o nawiązaniu współpracy?	11
Podsumowanie	12
Rozdział II. Dobre praktyki współpracy międzysektorowej.....	14
Historie z praktyki: wywiady z liderami współpracy międzysektorowej.....	15
Grażyna Banach-Kociotek, Prezes zarządu Stowarzyszenie Tęcza	15
Karolina Wideł, Specjalista ds. Administracyjnych, CFE Polska Sp. z o.o.	19
Małgorzata Zarzeczna, TC Project Manager, Nokia Kraków	23
Maria Kucińska, Dział Rozwoju Usług i Ekonomii Społecznej, Regionalny Ośrodek Polityki Społecznej w Krakowie.	25
Monika Róg, Prezes Stowarzyszenia Latarnia	29
Piotr Kalarus, Kierownik Akademickiego Inkubatora Przedsiębiorczości UJ	33
Marta Grabek-Niekraszewicz, działaczka społeczna, specjalistka ds. polityki społecznej, CEO Expert Studio, Stowarzyszenie „Opiekunowie Bieszczadzkiej Historii”	38
Dorota Malik-Ferfecka, trenerka mentalna, grupa biznesowa Razem Tworzymy Biznes	43
Łukasz Zając, Fundacja On Life i Przedsiębiorstwo Społeczne On Life	45
Leszek Romanowski,	46
właściciel piekarni rzemieślniczej “Pszepiekarnia”	46
dr Iwona Cybula, Zakład Coachingu i Innowacyjności Instytut Przedsiębiorczości i Zarządzania Wydział Turystyki i Rekreacji Akademia Wychowania Fizycznego w Krakowie	48
Anna Styszko, Prezes Fundacji LIS - Laboratorium Inspiracji Społecznych LIS	49
Katarzyna Witek, prezes Stowarzyszenia Edukacja Poprzez Sztukę, choreografka i nauczycielka tańca w Centrum Młodzieży im. dr. H. Jordana w Krakowie	51
Arkadiusz Tomasiak, członek zarządu Fundacji Brata Alberta	52
Urszula Cieluch, Wiceprezes Fundacji SELA:	54
Karolina Fudali, Animator współpracy partnerskiej, Doradca zawodowy, Wojewódzki Urząd Pracy	56

Edyta Klimowska-Bobula, Kierownik zespołu Koordynacji Uczenia się Dorosłych, Wojewódzki Urząd Pracy	56
Katarzyna Lis, specjalista ds. informacji i promocji w projekcie „Małopolski pociąg do kariery sezon I” - Zespół Podnoszenia Kwalifikacji Dorosłych (PKD), Specjalista ds. współpracy lokalnej - Zespół Koordynacji Uczenia się Dorosłych (ZKU), Wojewódzki Urząd Pracy w Krakowie	59
Angelika Książek, Zarząd Zieleni Miejskiej w Krakowie	60
Podsumowanie	62



**Poradnik wydano w ramach realizacji zadania publicznego
"Działania na rzecz współpracy międzysektorowej".
Zadanie publiczne finansowane ze środków Miasta Krakowa.**

**Krakowskie Forum Organizacji Społecznych KraFOS
Kraków, 2024**

