PODSUMOWANIE

PoMOCna KAWA #49

WSPÓŁPRACA SEKTORA NGO Z BIZNESEM

39 **PRZEDSTAWICIELI ORGANIZACJI WZIĘŁO UDZIAŁ W SPOTKANIU:** Fundacja Right to Protection, Stowarzyszenie "Mudita", Fundacja "Internationaler Bund Polska", Fundacja "Centrum Badań Migracyjnych", Fundacja "Czas Kobiet", Polskie Forum Migracyjne, Centrum Integracji Cudzoziemców, Fundacja Stella Virium, JRS Poland, Fundacja dla Migrantów "Dobry Start" i inni

Temat współpracy sektora NGO z biznesem co jakiś czas powraca na nasze spotkania z cyklu „PoMOCna Kawa". Tak było i tym razem — **24 października gościliśmy przedstawiciela Fundacji Kordon, a także przedsiębiorcę Łukasza Hoszko, który opowiedział nam, jak włączać biznes do działań społecznych przeprowadzanych przez organizację pozarządową.**

Obserwacje

Łukasz Hoszko na początek omówił kwestie związane z obecnym finansowaniem pomocy humanitarnej. Zauważył, że dostępne kwoty są zdecydowanie niższe niż w roku ubiegłym, zmieniły się także obszary finansowania, co jest naturalnym procesem. Inną kwestię stanowią trudności w pozyskiwaniu wpłat od indywidualnych darczyńców, którzy mogą być „zmęczeni" wojną w Ukrainie. Dodatkową trudnością jest inflacja. Prelegent przedstawił także metody finansowania działań wolontariackich. Wolontariusze działający zazwyczaj przy krótkoterminowych projektach, mających na celu spełnienie konkretnej potrzeby w danym miejscu (np. pomoc żywnościowa, ubrania), nie mogą zwracać się do dużych organizacji międzynarodowych, nie posiadając własnej fundacji czy stowarzyszenia. Prelegent doszedł do wniosku, że finansowanie pomocy powinno opierać się na zasadach rynkowych i biznesowych.

Kontakt z firmą — o czym pamiętać?

Pozyskanie finansowania od biznesu jest uzależnione od polityki przedsiębiorstwa co do wspierania akcji charytatywnych. Na starcie łatwiej współpracować z tymi jednostkami, które są pozytywnie nastawione na takie działania. Można bardzo łatwo sprawdzić, czy tak jest – w Internecie! Czytając o działaniach prospołecznych firmy, należy szukać informacji o wyznawanych----

---wizjach i misji, aby, nawiązując kontakt, posługiwać się takim samym językiem. Prelegent zwrócił uwagę także na inną ciekawą taktykę wyszukiwania prospołecznych przedsiębiorstw. Uczestnicząc w konferencjach charytatywnych, warto dowiedzieć się, jakie firmy ją współorganizowały. Wskaże nam to przedsiębiorstwa działające prospołecznie. Wydarzenia i konferencje branżowe to również świetne miejsce, aby starać się o partnerów finansowych.

Łukasz Hoszko podkreślił, że w **kontakcie z firmą ważne jest dokładne przedstawienie problemu, który jako organizacja pozarządowa chcemy rozwiązać.** Istotne jest wskazanie korzyści płynących z proponowanego rozwiązania. Musimy się oczywiście mierzyć z możliwością, że osoby decyzyjne w przedsiębiorstwie mogą nie dostrzegać owego problemu albo uważać, że rozwiązanie przez nas proponowane jest nieprawidłowe. Dlatego warto kontaktować się z wieloma firmami. **Brak szybkiej odpowiedzi nie powinien zniechęcać – przedsiębiorstwa pracują, mają swoje deadline'y i mogą w konkretnym momencie nie mieć przestrzeni na współpracę,** nawet jeśli w innym okresie chętnie by ją podjęły. W zależności od wielkości firmy ostateczna decyzja o przekazaniu finansów na projekty humanitarne naszej organizacji będzie podejmowana na różnych szczeblach.

Zapytanie ofertowe może składać się z krótko opisanej propozycji wraz ze zdjęciami i propozycją spotkanie w celu omówienia szczegółów. W przypadku małych i średnich firm – warto zwracać się bezpośrednio do właścicieli albo członków zarządu. Naszym celem powinno być osobiste spotkanie. Warto w pośredni i nienachalny wskazać, że pomoc w naszym projekcie może okazać się dla firmy dobrym pomysłem na pokazanie się z pozytywnej strony (np. dołączając dotychczasowe publikacje w mediach naszej organizacji).

Nie tylko gotówka

Prelegent zaznaczył, że poszukując wsparcia biznesu, warto szukać nie tylko gotówki na nasze projekty. Projekt dla swojej realizacji może wymagać także innych zasobów, np. odpowiednich mebli, sprzętów elektronicznych, ekspertyz. Przedsiębiorstwu o wiele łatwiej przekazać produkt, który wytwarza, niż darowiznę pieniężną. A my możemy, na przykładowych meblach otrzymanych od firmy, zaoszczędzić własne fundusze.

Coś w zamian

Jeżeli jesteście organizacją, która specjalizuje się w określonej dziedzinie wiedzy, warto to wykorzystać. Łukasz Hoszko podał przykład ze swojego życia – składając zapytanie ofertowe, wspomina o możliwości przeprowadzenia dla firmy szkolenia z pierwszej pomocy. Pozyskany dochód zostaje przekazany-----

-na rzecz działań Fundacji. Jest to sytuacja, w której obydwie strony coś zyskują, a pozytywne wrażenie po dobrze przeprowadzonym szkoleniu może przekonać przedsiębiorcę do dalszego zaangażowania.

Małe projekty na początek

Podczas spotkania prelegent zdradził także cenną poradę — **warto zaczynać zapytania ofertowe od małych kwot na mniejsze projekty naszej organizacji**. Wykonajmy je jak najlepiej, pokazując przedsiębiorcy, jakie korzyści może uzyskać z dalszego finansowania naszych działań. Może się okazać, że właściciel firmy odkryje potencjał i pozytywy dla siebie płynące ze współpracy.

Rozmawiajmy o problemach

Łukasz Hoszko zwrócił uwagę, że konieczne jest posiadanie wiedzy na temat problemu, który chcemy rozwiązać z pomocą finansową firmy, do której się zwracamy. Podał przykład obecnej sytuacji ze zbożem z Ukrainy. Hipotetyczny właściciel przedsiębiorstwa mógł być za wspieraniem uchodźców z Ukrainy, ale na skutek sytuacji na rynku zboża mógł zdanie zmienić. Jako organizacje musimy być gotowi na to, że finansowanie może zakończyć się z takich nagłych przyczyn. Warto jednak próbować uratować sytuację, przedstawiając argumenty za dalszymi działaniami na rzecz rozwiązania problemu. Prelegent poradził, by interesować się tym, jak wojna w Ukrainie wpływa na polskie przedsiębiorstwa, by odpowiednio wcześnie wyłapać niepokojące sygnały i być gotowym do dyskusji na trudne tematy.

*Jeśli potrzebujesz **kontaktu do konkretnej organizacji**, napisz do nas na adres: julia.bochenek@culturelab.pl.*