

KARTA ZASAD DOBREJ WSPÓŁPRACY BIZNESU I ORGANIZACJI POZARZĄDOWYCH

PREambuła

Jako organizatorzy, partnerzy, laureaci i przyjaciele Konkursu o tytuł „Dobroczynca Roku” z okazji jego jubileuszu zebraliśmy podstawowe wartości i zasady współpracy biznesu i organizacji pozarządowych. Opierając się na dobrych praktykach z 25 lat, czyli na ponad 170 nagrodzonych projektach, oraz doświadczeniu ekspertów i członków Kapituły Konkursu, opracowaliśmy Kartę zasad dobrej współpracy biznesu i organizacji pozarządowych.

W ciągu ostatniego ćwierćwiecza sposoby i cele współpracy zmieniały się, jednak kluczowe wartości będące fundamentem współpracy pozostają niezmiennie. Są nimi: odpowiedzialność, zaufanie, partnerstwo, dobro wspólne.

ODPOWIEDZIALNOŚĆ to kluczowa wartość w codziennej współpracy firm i organizacji pozarządowych. Oznacza ona dbałość o środowisko naturalne, relacje ze społecznością lokalną, a także relacje z partnerami społecznymi, oparte na poszanowaniu ich potrzeb. Firmy i organizacje mają świadomość oddziaływania na otoczenie oraz wpływu na jakość wzajemnej współpracy i realizację zobowiązań.

ZAUFIANIE pozwala partnerom na podejmowanie wspólnych działań w przekonaniu, że intencje drugiej strony są dobre, oparte na uczciwości, odpowiedzialności i dbałości o dobro wspólne. Od początku relację partnerską firmy i organizacje budują na wzajemnym zaufaniu, którego pozyskaniu sprzyjają wcześniejsze doświadczenia współpracy, przejrzystość działań, regularna komunikacja i jawność motywacji.

PARTNERSTWO to podstawa takiej współpracy, w której ramach firmy i organizacje wzajemnie akceptują jasno określone zasady, obowiązujące na równi obie strony. Istotne jest wzajemne poszanowanie kompetencji pozwalające na realizację wspólnego celu oraz wspólne poszukiwanie rozwiązań. Partnerstwo ma istotne znaczenie w dzieleniu się sukcesem: informowaniu otoczenia o osiągniętych rezultatach w społecznym zaangażowaniu i dbałości o dobro wspólne.

DOBRO WSPÓLNE jest wartością, z której mogą korzystać wszyscy członkowie danej społeczności. Dlatego też dalsze istnienie dóbr wspólnych wymaga od liderów społeczności, do których należą przedstawiciele firm i organizacji pozarządowych, poczucia odpowiedzialności i współdziałania. Szczególnie teraz troska o dobra takie jak środowisko naturalne, zasoby czystej wody i powietrza może być podstawą do współpracy firm z organizacjami pozarządowymi. Współpraca nie wyklucza osiągania korzyści przez partnerów, ale nadrzędną wartością dla nich powinno być dobro wspólne.

Zgodnie z przesłaniem Celów Zrównoważonego Rozwoju ONZ, a w szczególności celu 17. Partnerstwa na rzecz Celów, uważamy, że kluczem do ich osiągnięcia jest wymóg partnerskiej współpracy między administracją publiczną, sektorem prywatnym i społeczeństwem obywatelskim. „Inkluzywne, międzysektorowe partnerstwa powinny być budowane w oparciu o zasady i wartości, wspólną wizję i wspólne cele, które stawiają człowieka i naszą planetę w centrum działań. Potrzebujemy takich partnerstw na szczeblu globalnym, regionalnym, krajowym i lokalnym”¹. Naszą odpowiedzią na to wyzwanie jest Karta zasad dobrej współpracy.

Celem Karty jest przedstawienie takich zasad, które są podstawą dobrej współpracy firm i organizacji. Oczekujemy, że stosowanie Karty zasad dobrej współpracy przyczyni się do skuteczniejszego działania, efektywniejszej realizacji wspólnych celów, trafniejszego wydatkowania środków, a w konsekwencji – do pozytywnych zmian społecznych inicjowanych przez środowisko firm zaangażowanych społecznie i organizacji pozarządowych.

Karta zasad dobrej współpracy jest skierowana do organizacji pozarządowych, firm, fundacji korporacyjnych; zarówno tych, które już współpracują, jak i tych, które dopiero się do takiej współpracy przymerzają. Może stanowić również inspirację czy wskazówkę dla innych podmiotów, które podejmują się współpracy międzysektorowej.

W przypadku firm i organizacji, które już podjęły współpracę, mogą istnieć takie modele, które już spełniają poniższe zasady, oraz takie, które dzięki wprowadzeniu nowych rozwiązań będą mogły spełnić je w przyszłości.

Chcielibyśmy, aby wspólne działania były dla ich uczestników źródłem dumy i radości.

Podstawowe warunki dobrej współpracy to:

- przestrzeganie kluczowych wartości,
- wzajemny szacunek,
- słuchanie siebie nawzajem,
- wspólne rozwiązywanie problemów,
- uczciwość,
- rzetelność,
- zrównoważony rozwój,
- pomocniczość,
- przejrzystość.

¹ <https://www.un.org.pl/cel17>

KARTA ZASAD DOBREJ WSPÓŁPRACY BIZNESU I ORGANIZACJI POZARZĄDOWYCH

REKOMENDOWANE ZASADY DOBREJ WSPÓŁPRACY: _____

I. IDENTYFIKACJA WYZWAŃ

1. Firmy i organizacje są świadome wpływu, jaki wywierają na otoczenie, i biorą za to odpowiedzialność.
2. Firmy i organizacje ujawniają wzajemnie swoje motywacje do podjęcia współpracy oraz do działania na rzecz danej sprawy czy grupy odbiorców. To pomaga im w określeniu oczekiwanych rezultatów.
3. Obie strony akceptują wzajemnie różnice w funkcjonowaniu, strukturze organizacyjnej czy sposobie podejmowania decyzji każdego z podmiotów.

II. DEFINIOWANIE CELÓW I FORM PARTNERSTWA

1. Firmy i organizacje mają wspólną wizję tego, co chcą osiągnąć. Wyznaczają konkretne i możliwe do osiągnięcia cele, które są jasne i wspólne dla obu stron.
2. Podejmując wspólne działania, firmy i organizacje ustalają jasne zasady, na których będą współpracować. Najlepiej, gdy zasady te są spisane w formie umowy.
3. Partnerzy wzajemnie szanują swoje możliwości dotyczące np. zasobów finansowych, ludzkich czy ograniczeń prawnych i formalnych.
4. Firmy i organizacje, planując wspólny projekt, weryfikują dostępność i wystarczalność zasobów takich jak: środki finansowe, materiały, koszty zarządzania, personel i czas do zrealizowania założonych działań.
5. We wspólne działania są zaangażowane osoby na różnych poziomach zarządzania, zarówno po stronie firm, jak i organizacji.

III. TWORZENIE WARTOŚCI WSPÓLNEJ

1. Wspólne działania służą przede wszystkim korzyściom społecznym.
2. Działania te powinny być oparte na diagnozie potrzeb (w szczególności potrzeb odbiorców) i możliwości ich zaspokojenia.
3. Na każdym etapie współpracy partnerzy korzystają wzajemnie z wiedzy, doświadczenia i kompetencji każdego z nich.
4. W trakcie współpracy firmy i organizacje komunikują się regularnie, w sposób jasny i otwarty, szanując nawzajem swoje opinie i różnice w funkcjonowaniu.
5. Firmy przestrzegają zasad uczciwej konkurencji i nie nadużywają finansowej współpracy z organizacjami dla biznesowych korzyści.
6. Podczas realizacji partnerskiego projektu utrzymana jest niezależność obu stron.
7. Firmy i organizacje podchodzą do współpracy elastycznie i wykazują gotowość na zmiany – zarówno te zachodzące w planowanych działaniach, jak i wewnątrz własnych instytucji pod wpływem projektu.

IV. OCENA SKUTECZNOŚCI – REZULTATY I WPŁYW

1. Partnerzy wspólnie przeprowadzają ocenę skuteczności prowadzonej współpracy, a także wyznaczają kierunki możliwych zmian.
2. Partnerzy włączają przedstawicieli bezpośrednich beneficjentów w proces oceny, tak aby dążyć do określenia mierzalnego wpływu społecznego, środowiskowego i ekonomicznego danej inicjatywy.
3. Partnerzy mierzą korzyści społeczne, które są efektem wspólnych działań.
4. Zarówno firmy, jak i organizacje w sposób przejrzysty informują o korzyściach społecznych, a także innych uzyskiwanych ze współpracy.

KARTA ZASAD DOBREJ WSPÓŁPRACY BIZNESU I ORGANIZACJI POZARZĄDOWYCH

KORZYŚCI

Współpraca między organizacjami pozarządowymi a firmami niesie z sobą wiele potencjalnych korzyści. Chcielibyśmy zwrócić uwagę na najważniejsze:

KORZYŚCI DLA FIRMY WYNIKAJĄCE ZE WSPÓŁPRACY Z ORGANIZACJĄ:	KORZYŚCI DLA ORGANIZACJI WYNIKAJĄCE ZE WSPÓŁPRACY Z FIRMĄ:
<ol style="list-style-type: none">1. wzrost satysfakcji pracowników z pracy w firmie, która wspiera działania społeczne,2. odkrywanie naturalnych liderów,3. budowanie pozytywnych relacji z interesariuszami,4. pozytywny i zgodny z oczekiwaniami współczesności wizerunek firmy zaangażowanej społecznie – realne działania,5. zwiększanie potencjału do budowania lokalnych partnerstw z różnymi organizacjami,6. wzmacnianie wpływu społecznego,7. budowanie zaufania wśród klientów i partnerów,8. zwiększenie zainteresowania firmą wśród potencjalnych inwestorów,9. możliwość pozyskania nowych pracowników,10. wzrost innowacyjności w miejscu pracy wśród pracowników,11. łatwiejszy dostęp do społeczności lokalnych i innych interesariuszy,12. dostęp do profesjonalnej wiedzy dotyczącej potrzeb społecznych, szczególnie lokalnych, oraz sposobów ich rozwiązywania,13. możliwość czerpania z doświadczenia organizacji w realizacji projektów społecznych i zarządzaniu nimi,14. wykorzystanie doświadczeń organizacji pozarządowej do angażowania pracowników firmy w projekty społeczne – wolontariat pracowniczy,15. komunikowanie wartości wewnątrz firmy.	<ol style="list-style-type: none">1. szerzenie misji organizacji, rozbudowa sieci wsparcia i popularyzacja misji organizacji,2. wsparcie w nagłaśnianiu danego problemu społecznego,3. inspiracja do poszukiwania możliwości rozwoju i osiągnięcia sukcesów,4. generowanie społecznie innowacyjnych rozwiązań,5. wpływ na poprawę jakości podejmowanych działań przez firmę w zakresie społecznym i środowiskowym,6. profesjonalizacja i doskonalenie własnych działań,7. budowanie pozytywnego wizerunku organizacji wśród przedsiębiorców,8. zwiększenie zaufania społecznego do organizacji,9. zdobywanie nowych kompetencji i umiejętności,10. zdobycie środków finansowych na realizację celów organizacji,11. wsparcie w realizacji misji organizacji – zwiększenie efektywności działania,12. dostęp do zasobów materialnych i ludzkich firmy,13. dostęp do wiedzy i kompetencji pracowników,14. dywersyfikacja źródeł finansowania działalności organizacji,15. budowa pozycji organizacji na rynku partnerstw.
OBUSTRONNE KORZYŚCI DLA ORGANIZACJI I FIRM WYNIKAJĄCE ZE WZAJEMNEJ WSPÓŁPRACY	
<ol style="list-style-type: none">1. zwiększenie powodzenia przedsięwzięć obu stron dzięki wykorzystaniu efektu synergii,2. wartość dodana dla społeczeństwa/społeczności lokalnej/środowiska,3. wzajemna inspiracja i innowacyjne rozwiązania,4. przełamywanie negatywnych stereotypów.	