

## Kryzys we współpracy biznesu i organizacji?

Wielcy darczyńcy, przedstawiciele biznesu wielkomięjskiego, korporacyjnego oraz mały biznes MŚP, lokalny, prowincjonalny to dwa zupełnie inne światy, możliwości i oczekiwania związane z filantropią. Moje doświadczenia dotyczą tej drugiej grupy.

Kryzys we współpracy biznesu i organizacji? Tak, niewątpliwie jest. Jednak ma kilka „odstón”. Po pierwsze to między innymi kryzys ekonomiczny z oczywistych względów pogłębił kryzys we współpracy tych naturalnych społecznych partnerów.

Z jednej strony klasycznie (choć nie do końca profesjonalnie) pojmowana współpraca z biznesem to uzyskanie od biznesu pieniędzy na działania statutowe organizacji. To już od dwudziestu lat organizacje otrzymują wsparcie od lokalnych przedsiębiorców, którzy w większości chcą, by ich ‘kapitalizm’ miał ludzką twarz. W miarę możliwości przedsiębiorcy chętnie wspierali charytatywne inicjatywy, jedni dla dobrego wizerunku, inni z porywu serca, jednak wszyscy przywykli i w pewnym stopniu zaakceptowali tę formę współpracy z NGO.

Oczywiście nie wszyscy biznesmeni uważają organizacje pozarządowe za partnerów, których działania (nawet szlachetne) należy dofinansowywać.

Po drugie to organizacje nie zawsze wiedzą, jak należy prowadzić i wzmacniać filantropijną współpracę, czym zniechęcają aktualnych i potencjalnych darczyńców.

Z mojej 15 letniej obserwacji sektora wynika, że dużo tu winy naszej, czyli pozarządowców. W moim odczuciu pozyskiwanie środków to ciągle najtrudniejsza, niemile widziana działka w organizacji. Dla wielu z nas jest nieco krępujące prosić o pieniądze, nawet na cele szczytne. Jedni się krępują (i to nie jest najgorsze), drudzy zaś uważają, że dzielenie się kapitalistycznym zyskiem to naturalny i święty obowiązek biznesu!(i to jest niebezpieczne dla NGO). Oczywiście i jedni i drudzy proszą, zwłaszcza wtedy, gdy mają nóż na gardle, gdy jest nagła potrzeba i na ogół jakieś darowizny otrzymują. Lecz gdzie tu mowa o współpracy? Ktoś kiedyś powiedział, że takie formy współdziałania z przedsiębiorcami to nie fundraising, lecz ‘zebraising’! Jeśli darczyńcy niczego w zamian nie proponujemy, nie nawiązujemy z nim współpracy, odpowiadającej także na jego potrzeby, to nie mamy dużych szans na długotrwałe darowizny.

Z własnego podwórka wiem, że nie zawsze darczyńca jest właściwie obsłużony, nie wszystkie organizacje mają długofalowe plany współpracy z biznesem lokalnym, nie ma przejrzystości w działaniach. Na jednym ze szkoleń dla NGO księgowa organizacji szczerze oświadczyła, że drobnych darowizn nie przyjmuje „na kasę”, bo przecież to byłby ‘obciach’. Inna koleżanka nie podziękowała darczyńcom za fanty, bo to dla nich(darczyńców) drobiazg, a może nawet pozbyli się rzeczy zbędnych. Może i tak było, ale naszym obowiązkiem jest wyrażenie wdzięczności za każdy dar, a nie ocena motywacji darczyńcy. Takie sytuacje nie sprzyjają budowaniu współpracy z biznesem.

Obecnie wielu przedsiębiorców, zwłaszcza mikro i małych (a takich jest przewaga w naszym regionie), w tym trudnym okresie po prostu walczy o przetrwanie, wobec czego trudno oczekiwać od nich zaangażowania w filantropię oraz gorącego przyjęcia fundraisera.

Dlatego ten czas spowolnienia współpracy z biznesem warto wykorzystać na opracowanie długofalowej strategii współpracy, dającej w przyszłości korzyści i satysfakcję obu społecznym partnerom.

Maria Żylińska

Fundacja Rozwoju Społecznego „Nad Symsarną”  
Warmińsko-Mazurski Fundusz Lokalny z siedzibą  
w Lidzbarku warmińskim