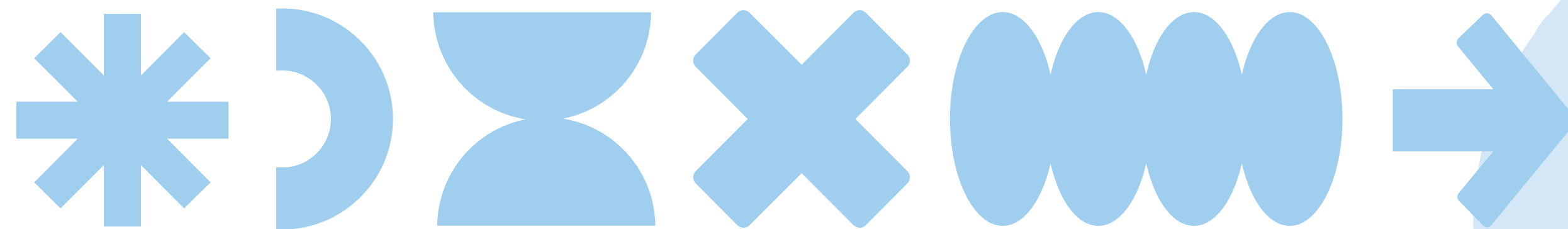


Jak przygotować strategię rozwoju organizacji?

Agnieszka Otapowicz

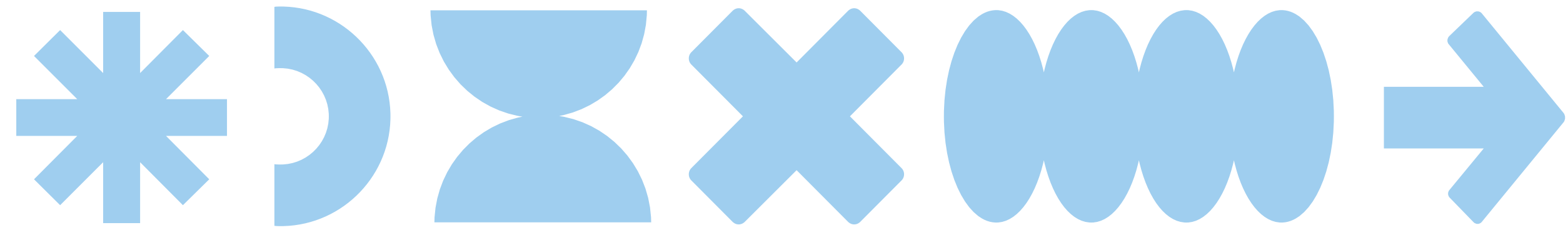




Temu, kto nie wie, do
jakiego portu zmierza,
nie sprzyja żaden
wiatr.

Seneka





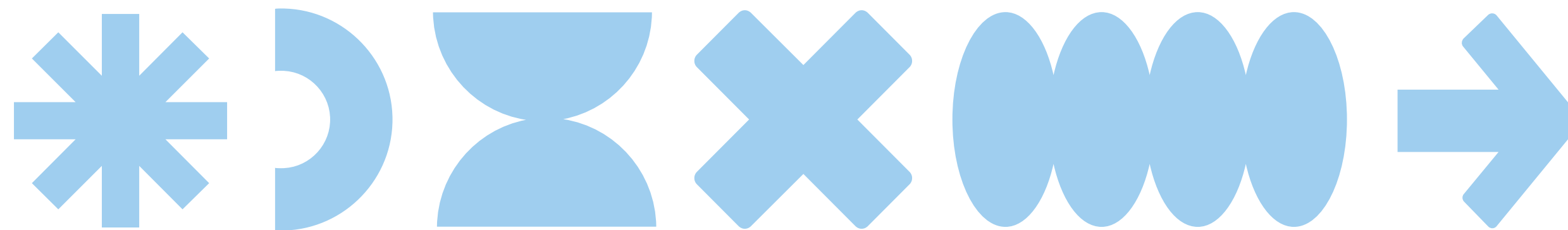
Czym jest strategia rozwoju?

Długoterminowy plan działania, który ma na celu osiągnięcie określonych celów poprzez efektywne wykorzystanie dostępnych zasobów i dostosowanie się do warunków otoczenia.

z greckiego strategos – sztuka dowodzenia

- porządkuje cele i działania organizacji
- ułatwia zarządzanie zasobami i komunikację wewnętrzną
- jest punktem odniesienia dla ewaluacji





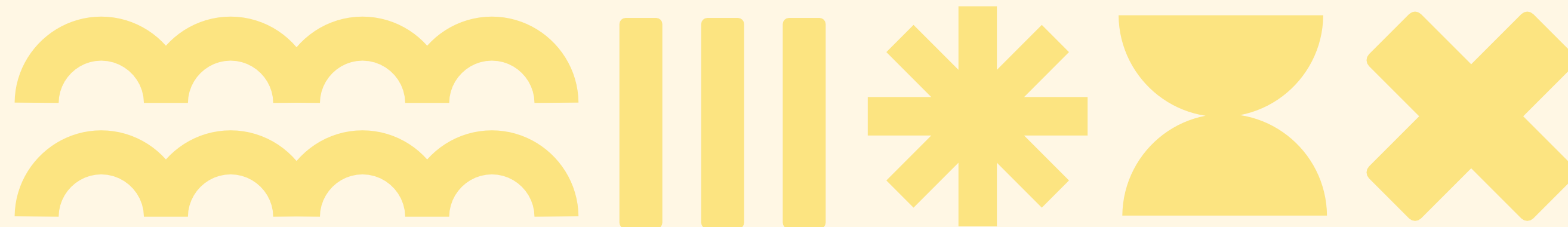
**Strategia/plan działania powinien uwzględniać
przedstawione poniżej punkty**

Diagnoza

Główne obszary
i rezultaty
działań

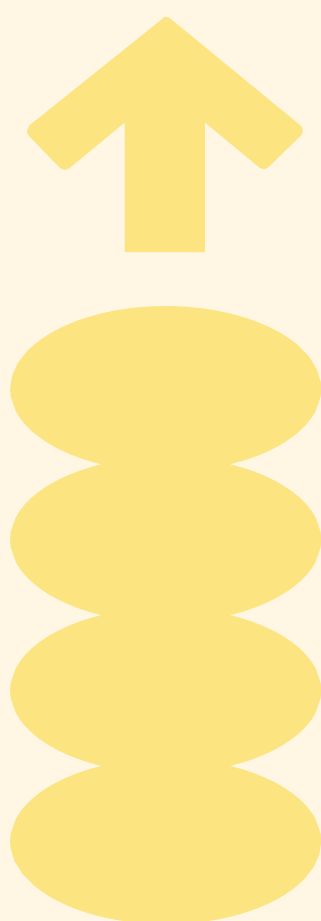
Metody
osiągnięcia
produktów
i rezultatów

Harmonogram
Ryzyka



Diagnoza

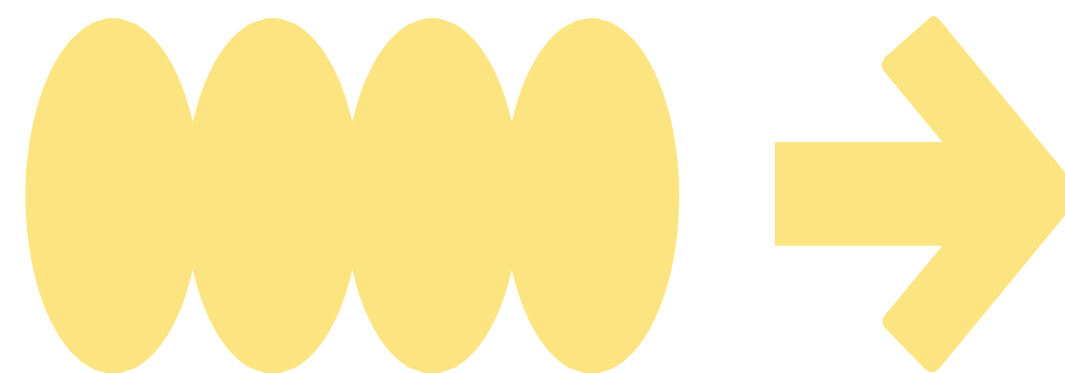
Od czego zacząć ?

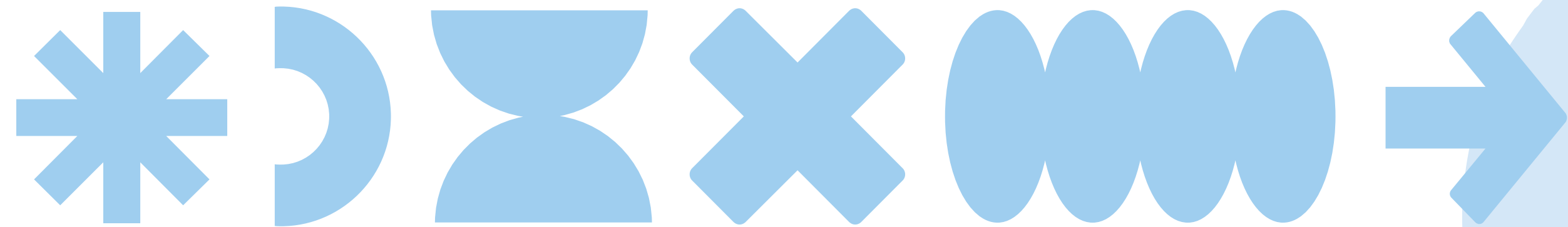


Znasz odpowiedź?

- **Jakiego świata chcesz być częścią?**
- **Dla kogo działasz?**
- **Jakie zmiany chcesz wywołać?**

*Karta oceny merytorycznej
– kryterium dostępu!*





Wizja – po co to robisz

„Wizja to opis upragnionej przyszłości, która nadaje kierunek rozwoju organizacji i mobilizuje do działania”
(J. Porras, J. Collins).

Fundacja Dajemy Dzieciom Siłę:

Świat, w którym każde dziecko ma bezpieczne dzieciństwo i jest traktowane z poszanowaniem jego godności i podmiotowości.

Fundacja Habitat for Humanity Poland:

Świat, w którym każdy człowiek ma godne miejsce do życia.



Misja – jak działasz

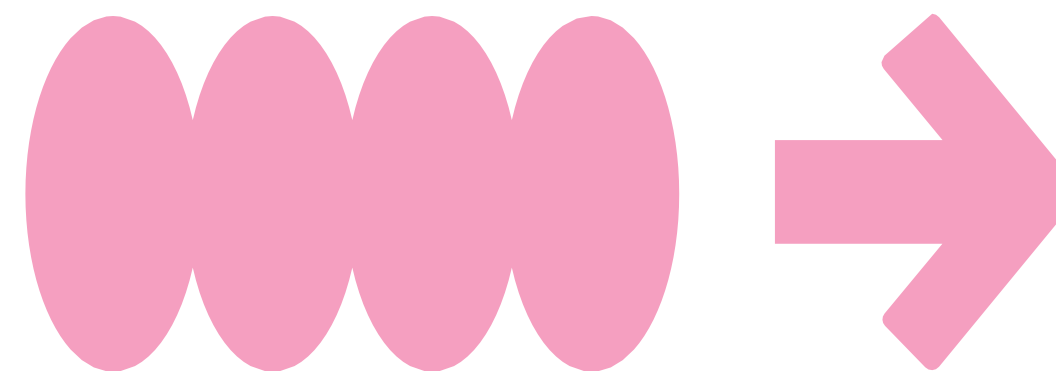
"Misja to cel istnienia organizacji, który wskazuje, jakie działania podejmuje i dla kogo" (Peter Drucker).

Fundacja Dajemy Dzieciom Siłę:

Chronimy dzieci przed krzywdzeniem i pomagamy tym, które doświadczyły przemocy, by znały swoje prawa, wierzyły w siebie i cieszyły się życiem.

Fundacja Habitat for Humanity Poland:

Budujemy siłę, stabilność i niezależność poprzez pomoc mieszkaniową.



Fundacja Dajemy Dzieciom Siłę

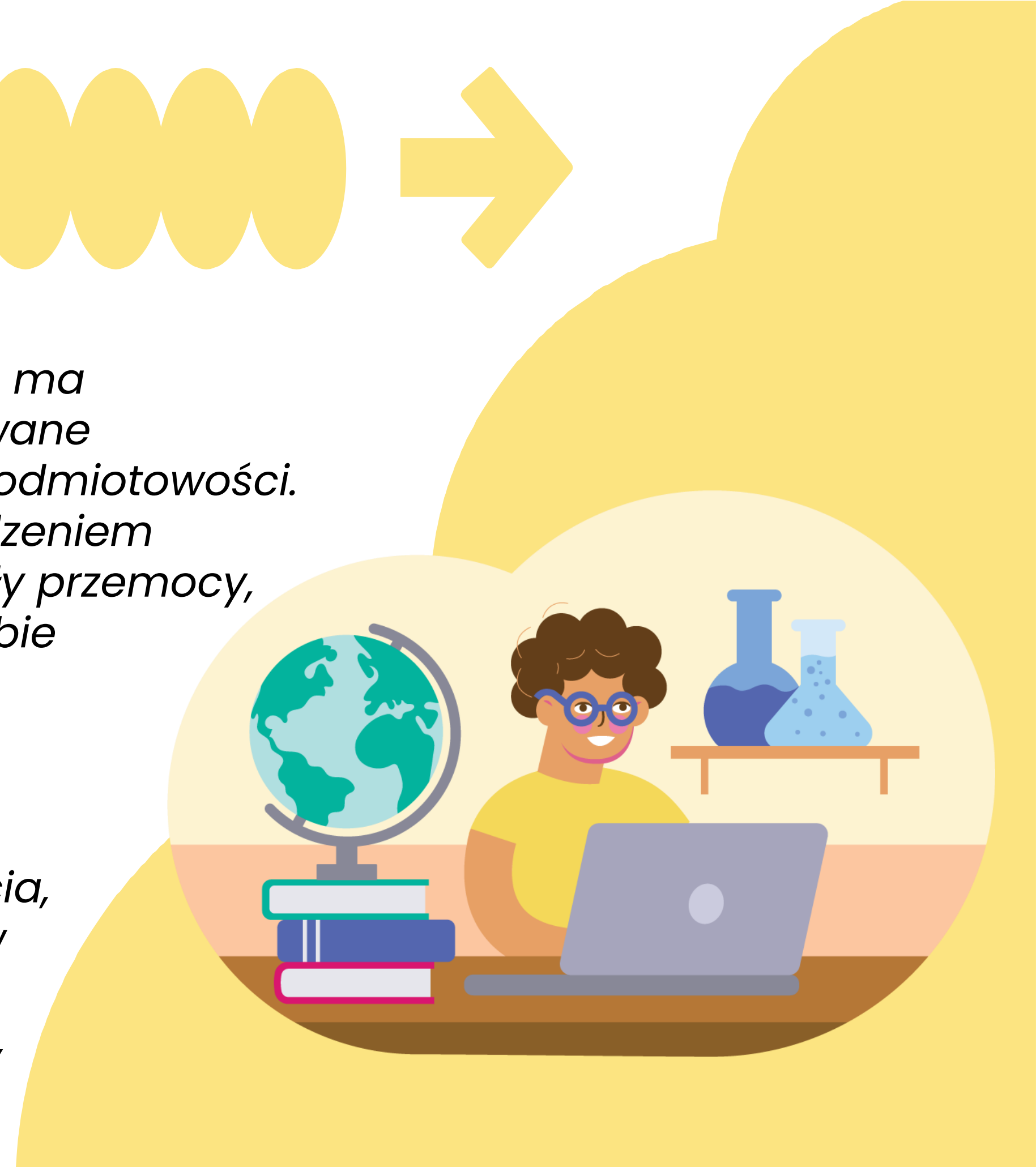
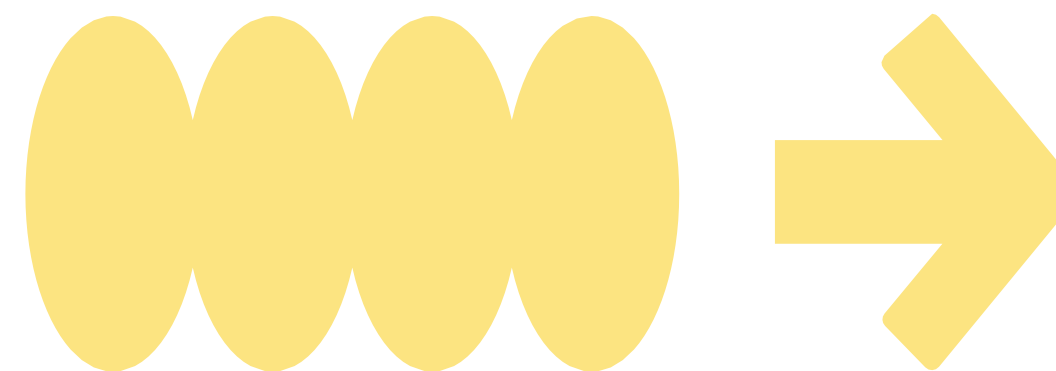
wizja: Świat, w którym każde dziecko ma bezpieczne dzieciństwo i jest traktowane z poszanowaniem jego godności i podmiotowości.

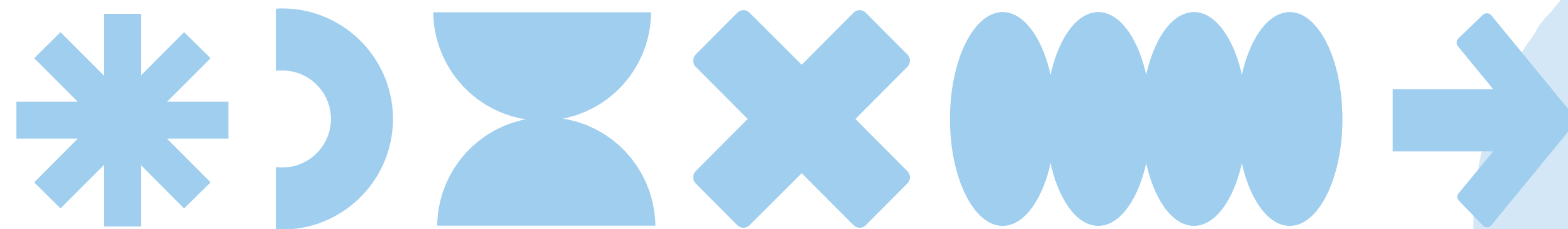
misja: Chronimy dzieci przed krzywdzeniem i pomagamy tym, które doświadczyły przemocy, by znały swoje prawa, wierzyły w siebie i cieszyły się życiem.

PAH – Polska Akcja Humanitarna

wizja: dążenie do stworzenia świata, w którym ludzie są gotowi działać, mają wiedzę i narzędzia do godnego życia,

misja: niesienie pomocy cierpiącym w wyniku konfliktów zbrojnych, kryzysu klimatycznego i katastrof, z poszanowaniem zasad humanitaryzmu, bezstronności, neutralności i niezależności.

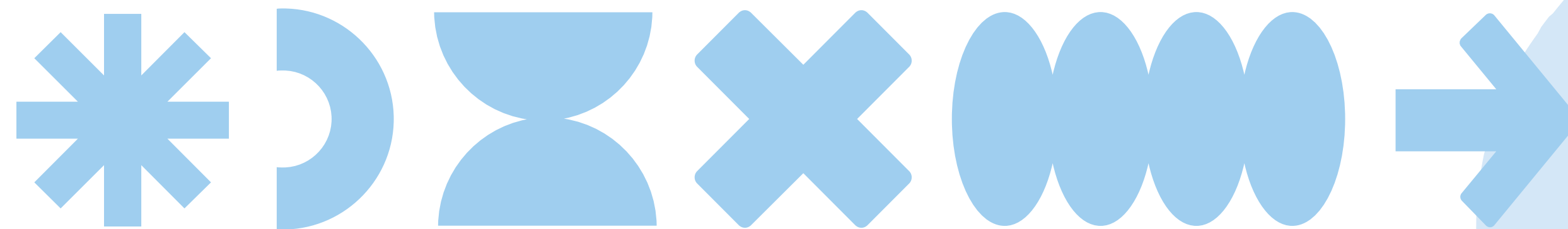




Diagnoza – aspekt 1

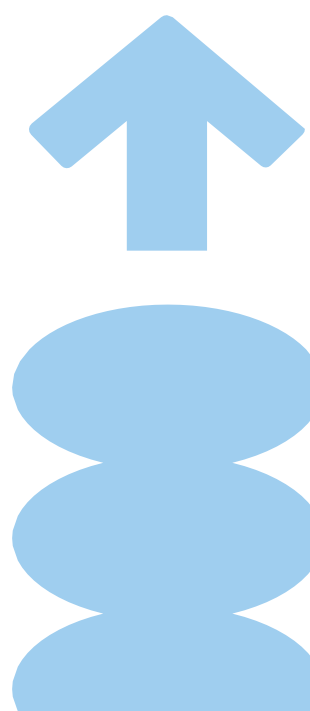
- Jakim problemem Wnioskodawca chce się zajmować, na jakie potrzeby/wyzwania chce odpowiadać?
- Dlaczego to jest ważne?
- Czy i jakie okoliczności przemawiają za tym, że warto prowadzić zaplanowane działania?
- Czy istnieją wiarygodne i adekwatne dane, które wskazują na potrzebę ich prowadzenia?

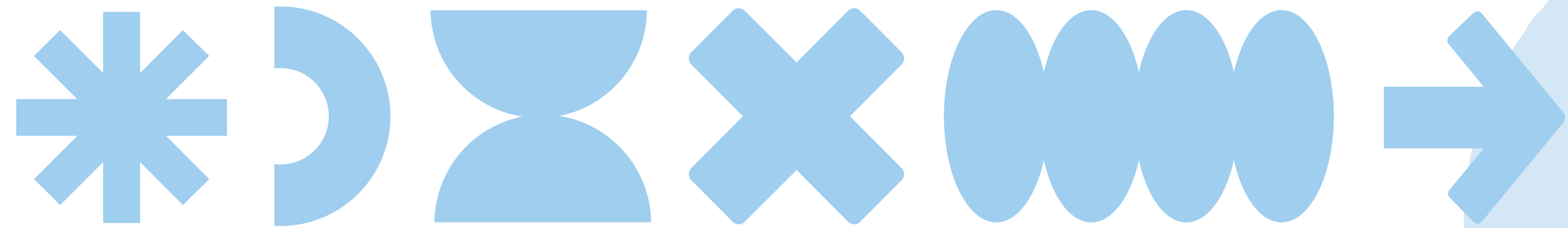




Diagnoza – aspekt 2

Czy i jak Wnioskodawca planując działania uwzględnił opinie i potrzeby osób, grup nieformalnych, organizacji i instytucji z nim związanych?

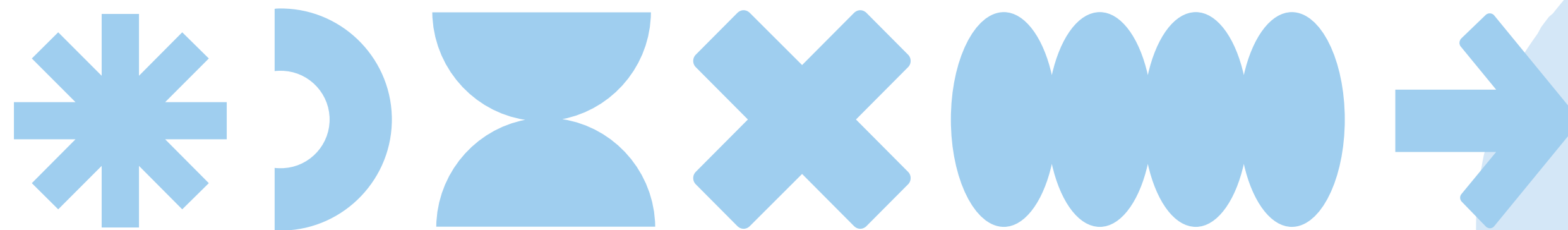




Diagnoza – aspekt 3

- Jaka jest kondycja Wnioskodawcy, jakie są jego mocne i słabe strony?
- Czy i jak przeprowadzono analizę sytuacji Wnioskodawcy i jego możliwości?
- Czy obecna sytuacja Wnioskodawcy umożliwia efektywną realizację działań i osiągnięcie konkretnych rezultatów?
- Czy potrzebne jest wzmocnienie potencjału organizacji dla efektywnej realizacji działań i osiągnięcia zakładanych rezultatów?





Diagnoza – jak to zrobić

Zbierz dane i fakty:

- statystyki (np. GUS, lokalne badania, raporty NGOs, publikacje naukowe),
- obserwacje z działań własnych,
- rozmowy z odbiorcami działań (np. ankiety, wywiady, warsztaty).

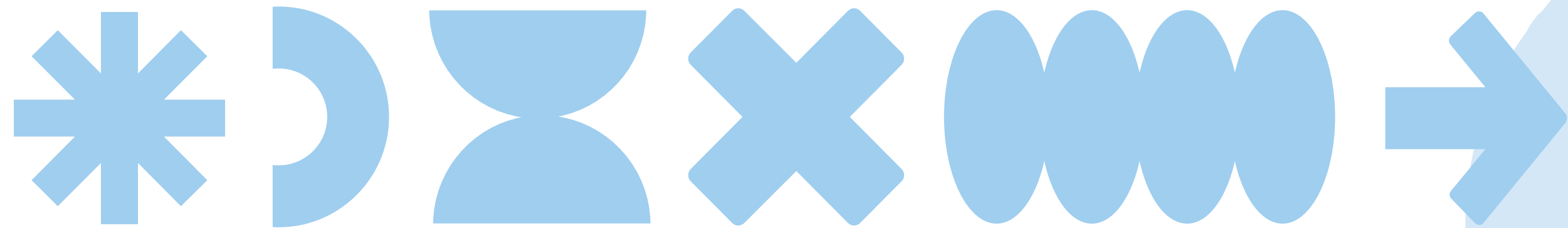
Opisz konsekwencje braku działań – co się stanie, jeśli problem nie zostanie rozwiązany?

Na co zwrócić uwagę:

Dane nie muszą być twarde, ale muszą być **wiarygodne i sensowne**. Jeśli ich nie ma – warto to szczerze napisać i wyjaśnić dlaczego (np. niszowy temat, nowa potrzeba społeczna itp.).

KOMPLEMENTARNOŚĆ – rozejrzyj się, zbadaj otoczenie





Diagnoza – Analiza własnej organizacji – siła i możliwości

Wewnętrzna analiza **SWOT**:

- **Mocne strony** – np. zaangażowany zespół, doświadczenie, dobre relacje w społeczności.
- **Słabe strony** – np. brak stabilnego finansowania, potrzeba szkoleń.
- **Szanse** – np. nowe źródła dotacji, potrzeby społeczne.
- **Zagrożenia** – np. wypalenie zespołu, zmiany w prawie.

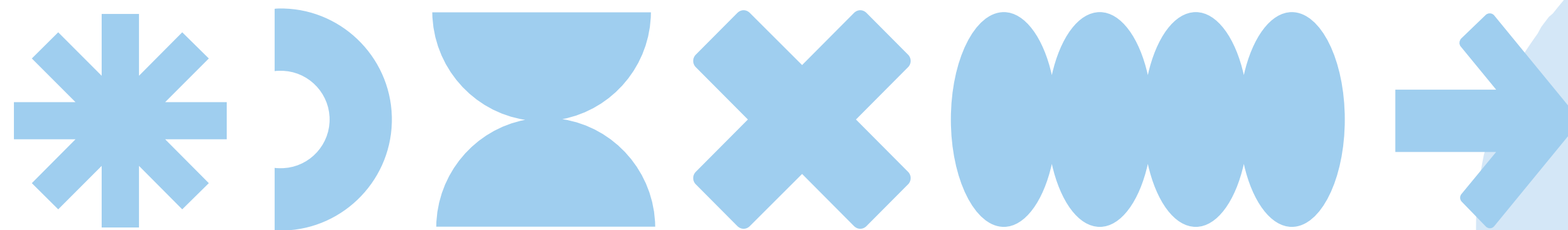
Spisać zasoby:

- ludzie (kadra, wolontariusze),
- sprzęt, lokal, know-how,
- sieci współpracy.

Na co zwrócić uwagę:

Pokaż, że organizacja **wie, co może zrobić, a do czego potrzebuje wsparcia.**

Jeśli potrzeba wzmocnienia (np. szkolenia, nowe narzędzia, wolontariusze), napisz o tym – to nie jest słabość, tylko świadomość organizacyjna.



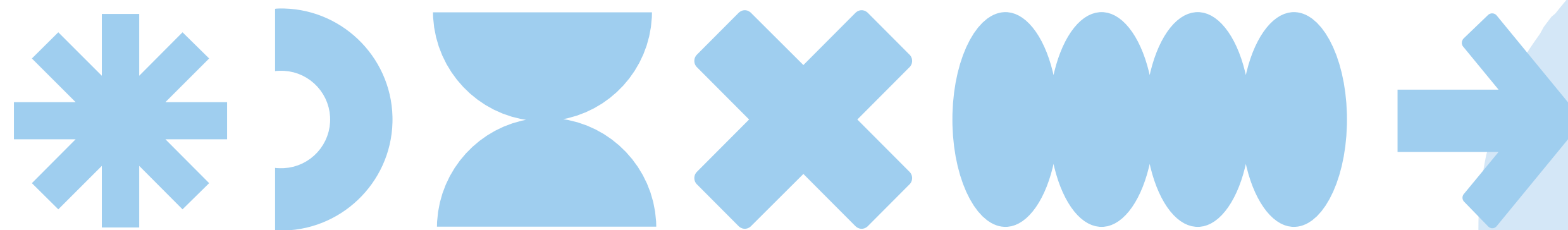
W kontekście oceny merytorycznej

Silne, logiczne uzasadnienie potrzeby działań

Nie wystarczy powiedzieć, że coś „jest potrzebne” – trzeba pokazać:

- kontekst społeczny/polityczny/ekonomiczny/demograficzny,
- powiązanie z trendami (np. starzenie się społeczeństwa, cyfryzacja, wykluczenia),
- wpływ problemu na społeczność, z którą pracują.

Nie piszcie, że coś *jest ważne* – pokażcie *dlaczego*
jest ważne *dla tych ludzi i w tym miejscu*



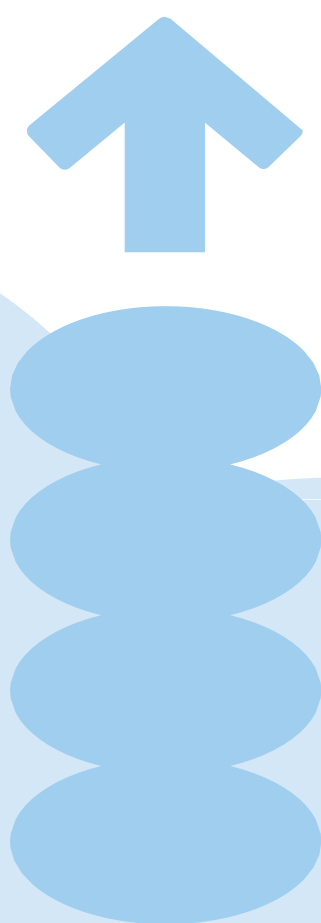
W kontekście oceny merytorycznej

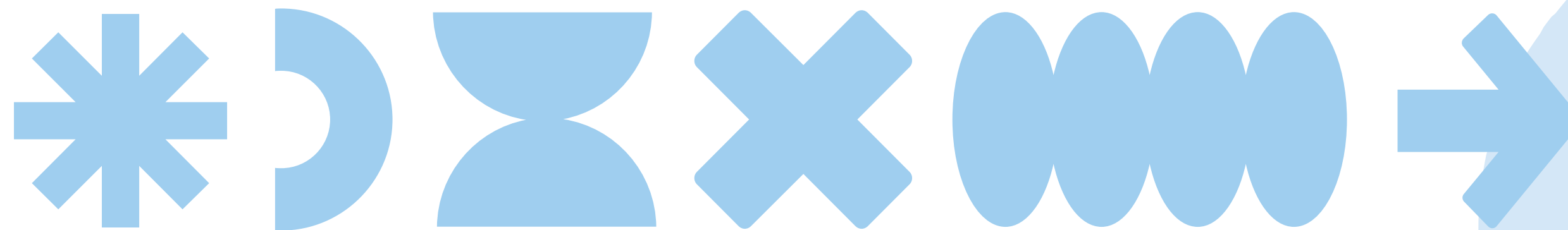
Opinie otoczenia i ludzi – zebrane i wykorzystane

warto:

- opisać **jak zbieraliście opinie** – np. ankiety, rozmowy, spotkania,
- wskazać **co konkretnie wynikło z tych rozmów** – i jak wpłynęło to na projekt,
- **uwzględnić otoczenie instytucjonalne** – np. inne organizacje, urząd gminy, szkoły, OPS, parafie, domy kultury.

Nie wystarczy powiedzieć, że znacie potrzeby –
pokażcie, że się ich *dowiedzieliście*, a nie *zgadliście*





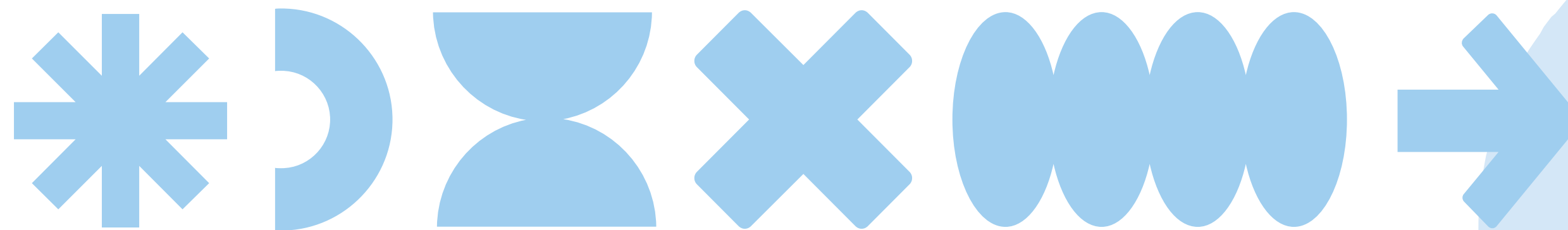
W kontekście oceny merytorycznej

Organizacje często boją się pisać o swoich słabościach. A tu warto!

Tylko:

- **szczerze, ale strategicznie** – np. "nie mamy narzędzi cyfrowych, ale chcemy to zmienić, bo rozwijamy działania online".
- pokazać, że **słabość nie blokuje realizacji działań, ale może ograniczyć ich skalę/efektywność**, dlatego trzeba ją wzmocnić.
- wskazać, **co konkretnie chcecie wzmocnić** – i **jak to wpłynie na waszą długofalową skuteczność**.

Wzmocnienie instytucjonalne to nie luksus
– to warunek działania z sensem i trwałością



W kontekście oceny merytorycznej

Jeśli nie wzmocnienie całej organizacji – to czemu właśnie ten obszar?

Jeśli np. chcecie sfinansować w ramach programu tylko jeden obszar np. komunikację z otoczeniem albo wolontariat – **trzeba to dobrze uzasadnić:**

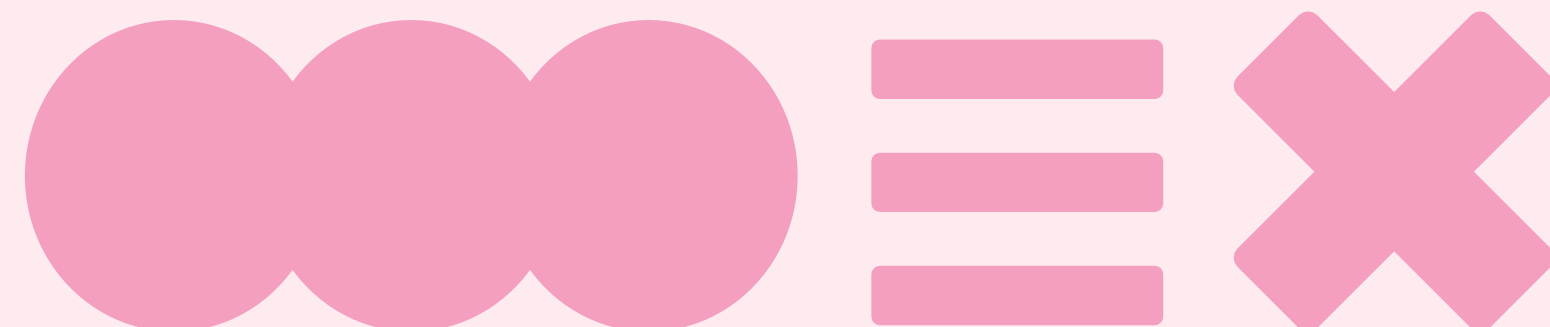
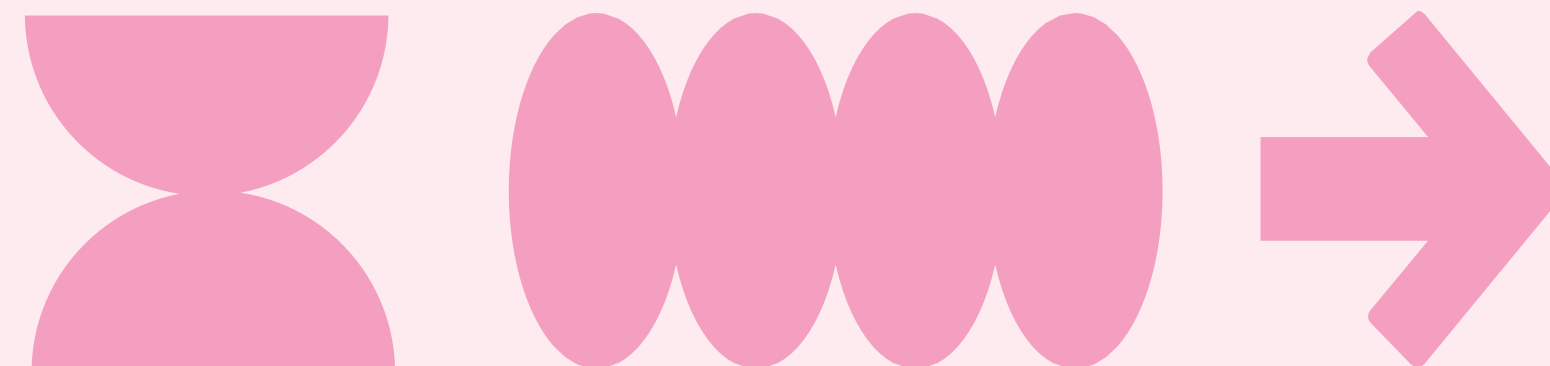
- dlaczego ten obszar jest kluczowy teraz,
- jak jego rozwój wpłynie na całą organizację,
- jak to się wpisuje w całą strategię czy sytuację organizacji.

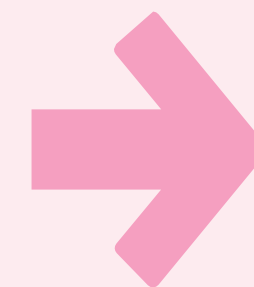
Nie trzeba robić wszystkiego – trzeba mądrze pokazać, co jest teraz najważniejsze – to warunek działania z sensem i trwałością.

Główne obszary i rezultaty działań

to serce całego planu
– tu pokazujesz **co dokładnie
zrobicie, po co to robicie,
i co się dzięki temu zmieni.**

*Prosimy o wymienienie głównych
obszarów planowanych działań
oraz ich zakładanych produktów
i rezultatów.*





Główne obszary

Zacznij od uporządkowania działań w logiczne **obszary tematyczne**.

To mogą być np.:

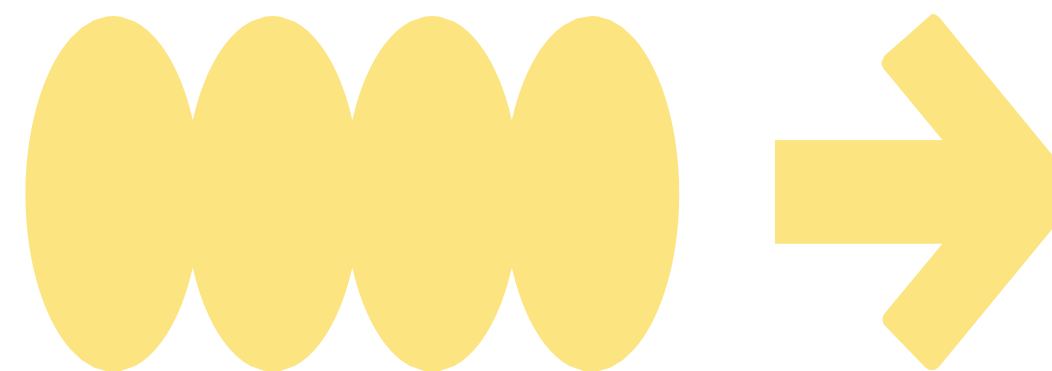
- **Wzmocnienie zespołu** (np. szkolenia, superwizje, rekrutacja),
- **Komunikacja i widoczność** (np. nowa strona, kampania społeczna, storytelling),
- **Współpraca i partnerstwa** (np. budowanie sieci, wspólne działania z innymi NGOs),
- **Usprawnienia organizacyjne** (np. wdrożenie CRM, polityki wewnętrzne, cyfryzacja),
- **Praca z grupą docelową** (np. warsztaty, działania integracyjne, wydarzenia).

Nazwij obszary tak, żeby jasno wynikało z nich, po co one są.

Produkty i rezultaty

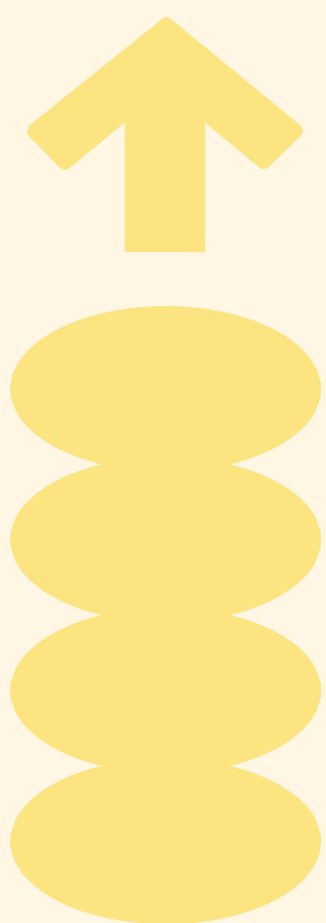
Rezultaty powinny być sformułowane w mierzalny sposób (np. jakie zmiany nastąpią, jakie rozwiązania zostaną wprowadzone, jakie korzyści i komu przyniosą w obszarze działania Wnioskodawcy, jakie zmiany zajdą wewnątrz organizacji).

Prosimy opisać metody mierzenia zakładanych produktów i rezultatów.

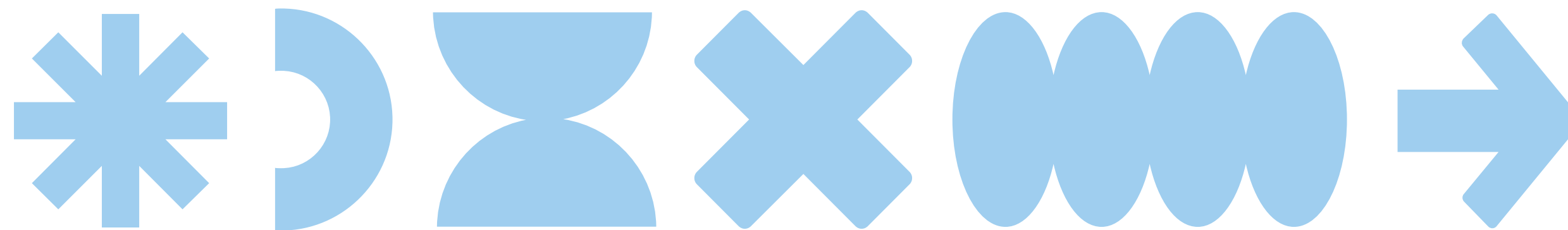




Rezultaty obowiązkowe



- co najmniej jeden rezultat dotyczący wzmocnienia instytucjonalnego organizacji
- co najmniej jeden rezultat wynikający z działań związanych z misją organizacji
- ewent. – rezultat wynikający z działań dotyczących dostępności



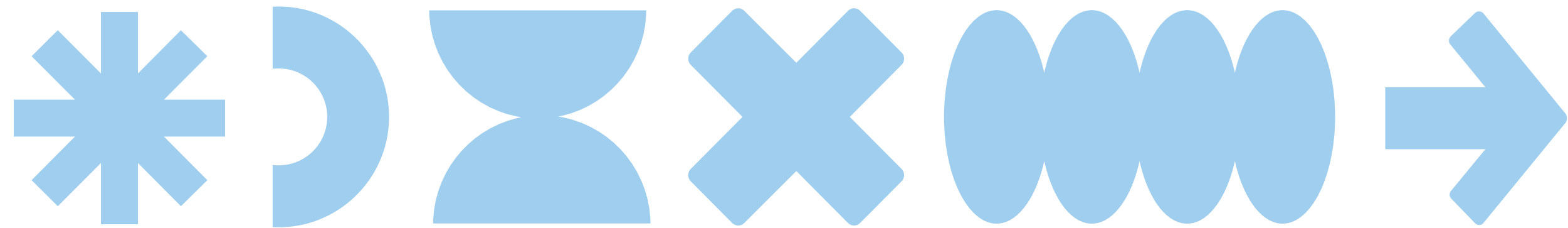
Kolejność opisu

Diagnoza

Główne obszary
i rezultaty
działań

Metody
osiągnięcia
produktów
i rezultatów

Harmonogram
Ryzyka

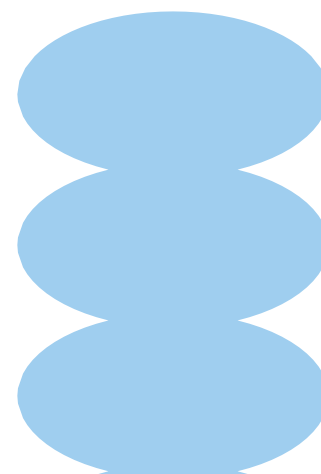
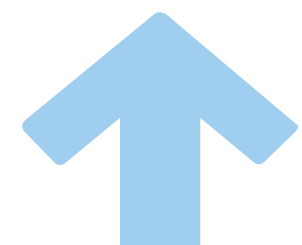


Metody

Metody osiągnięcia produktów i rezultatów.

Prosimy przedstawić planowane działania w głównych obszarach (np. projekty/programy), metody i skalę ich realizacji, partnerów (np. organizacje, instytucje) oraz odbiorców tych działań.

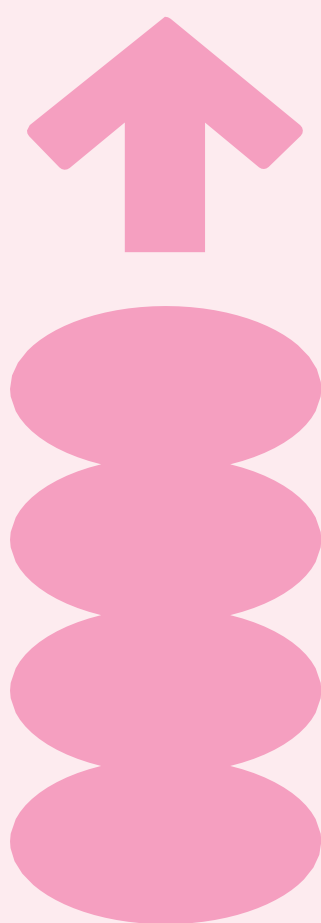
Prosimy też uzasadnić, czy i jak te działania służą osiągnięciu zakładanych produktów i rezultatów.



Dofinansowane przez
Unię Europejską



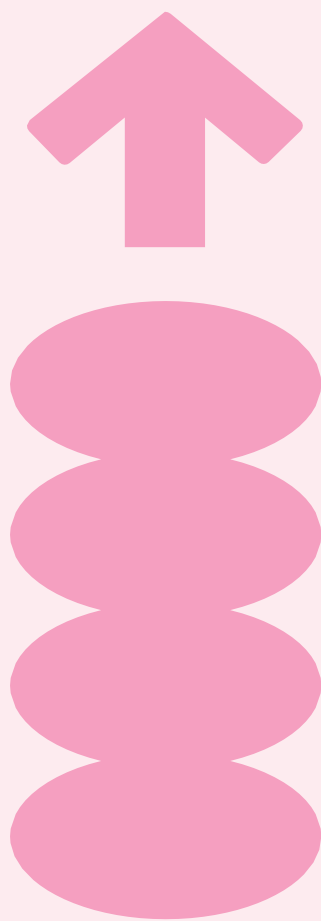
Z karty oceny:



- Czy i na ile zaplanowane działania mają szansę mieć znaczący wpływ na temat, którym Wnioskodawca się zajmuje?
- Czy i na ile zaplanowane działania mają szansę zapewnić stabilność/wzmocnienie instytucjonalne Wnioskodawcy (lub działań programowych w wybranym obszarze aktywności organizacji)?
- Czy i na ile strategia/plan działań jest spójna, logiczna?
- Czy i na ile dobór metod i skala działań uwzględniają obecną sytuację i potencjał Wnioskodawcy?



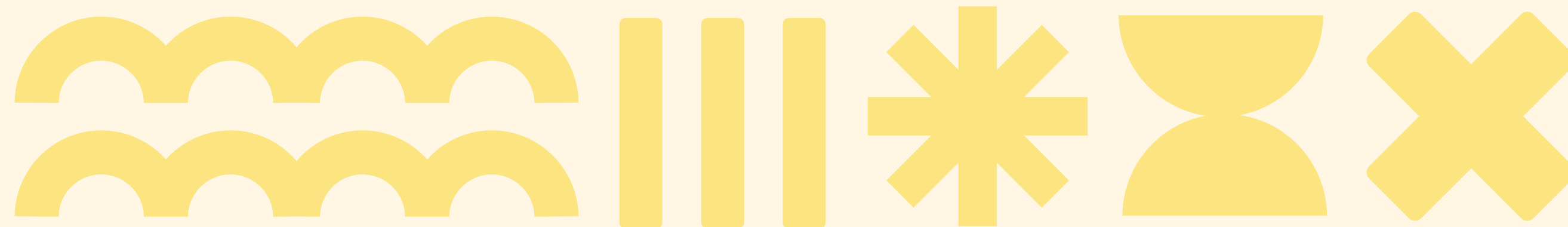
WAŻNE – RYZYKA



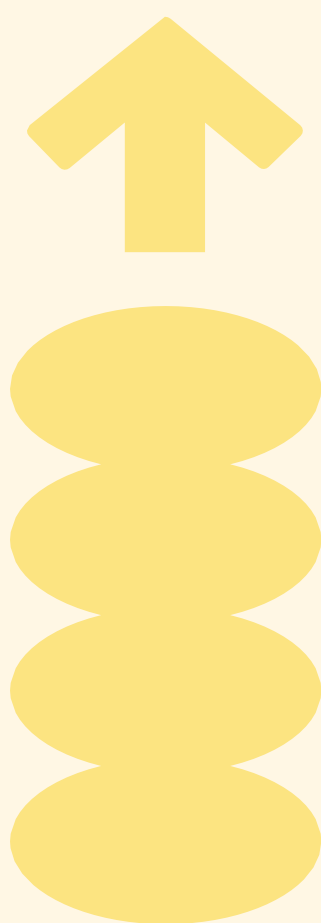
Ryzyko to nie coś, czego się boimy – to coś, co możemy przewidzieć i na co możemy się przygotować. To właśnie *strategiczne podejście*."

Nie trzeba znać przyszłości – wystarczy być gotowym ją dostosować do możliwości

Czy i na ile strategia lub plan działań zawiera dobrze zidentyfikowane ryzyka oraz wiarygodny pomysł na proces przeformułowania pierwotnie zaplanowanych działań, gdyby okoliczności tego wymagały?



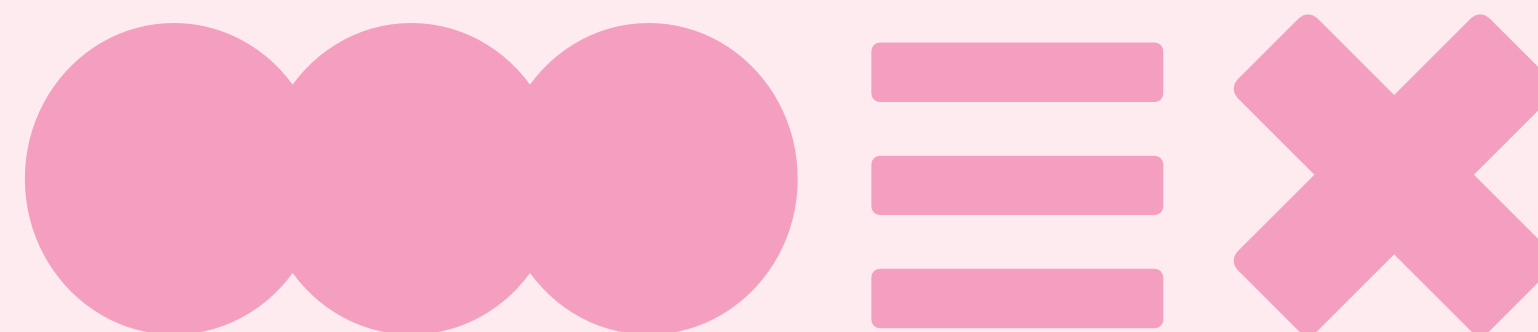
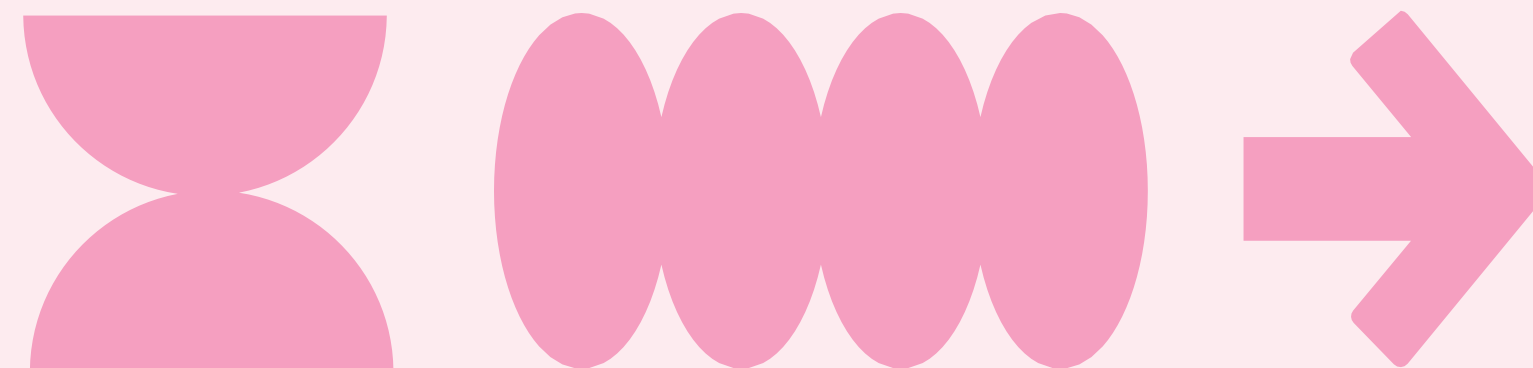
Najczęstsze błędy



- Zbyt ogólna lub powierzchowna diagnoza
- Niespójność między potrzebami a działaniami
- Brak wskaźników lub zbyt ambitne cele
- Pomijanie ryzyk i planu reagowania
- Przygotowanie „projektu” – nie startegii

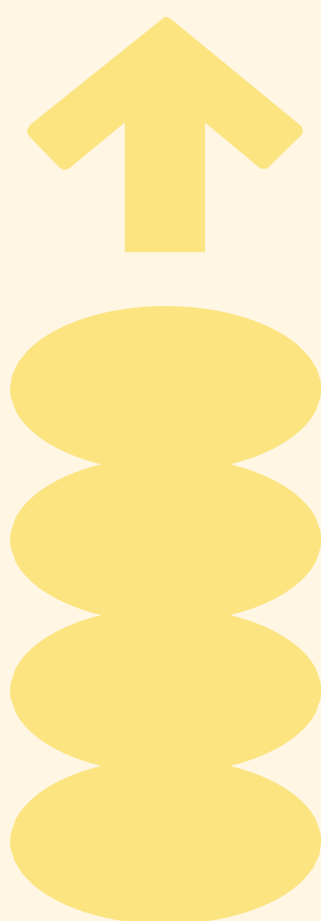
Pamiętaj:

- zmapuj zasoby i wyzwania
- angażuj zespół, zarząd, partnerów
- zaplanuj ewaluację i aktualizację strategii/planu





Narzędziownik



- Analiza SWOT
- Teoria zmiany
- Cele SMART
- Macierz interesariuszy



Pytania i odpowiedzi



Wypełnij ankietę!

https://ec.europa.eu/eusurvey/runner/CERV_2021-2027



Zmiana języka

 EUSurvey

Etap ▾

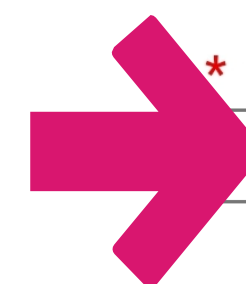


„Sprawiedliwość, Prawa i
Wartości”_C 2021-2027

**Numer referencyjny
projektu:**

2 Informacje o projekcie

101184789



* 2.1 Numer referencyjny projektu



Dofinansowane przez
Unię Europejską

Dziękujemy!



programrownychpraw.batory.org.pl

