



Stowarzyszenie Klon/Jawor
ul. Szpitalna 5/5
00-031 Warszawa
tel. 022 828 91 28
fax 022 828 91 29
e-mail: klon@klon.org.pl
www.klon.org.pl

Raport roczny

Stowarzyszenia Klon/Jawor

2006

ngo.pl



www.ngo.pl



gazeta.ngo.pl



bazy.ngo.pl



wydawnictwa.ngo.pl



informatorium.ngo.pl



free.ngo.pl



badania.ngo.pl



Celem Stowarzyszenia Klon/Jawor jest rozwój tolerancyjnego, aktywnego, twórczego, samoorganizującego się społeczeństwa.

Działania polegają na wspieraniu organizacji pozarządowych i nieformalnych ruchów obywatelskich poprzez:

- zbieranie, tworzenie, dostarczanie informacji związanych z organizacjami pozarządowymi i innymi ruchami obywatelskimi,
- tworzenie i udostępnianie narzędzi technologicznych oraz innych sposobów przekazywania informacji,
- wzmacnianie współpracy w samym sektorze organizacji pozarządowych oraz z innymi sektorami: w tym administracji, biznesu i mediów,
- inicjowanie debat i tworzenie przestrzeni do analiz i rozważań nad sprawami ważnymi dla społeczeństwa obywatelskiego.

Nasze działania, realizujemy poprzez **3 Programy**:

Program Portal

Program Informacja Społeczna

Program Badania

Organizacje pozarządowe, które są silne i kompetentne, umożliwiają samodzielne rozwiązywanie problemów przez ludzi oraz odpowiadają naturalnej potrzebie samorealizacji i przez to wpływają na poprawę jakości życia całego społeczeństwa

Stowarzyszenie Klon/Jawor powstało w 2000 r. Wcześniej działaliśmy jako Bank Informacji o Organizacjach Pozarządowych Klon/Jawor, który powstał w roku 1990 przy Fundacji „Bez Względu na Niepogodę”.

PROGRAM PORTAL

Statystyki portalu

W ciągu roku zwiększyła się liczba osób korzystających z portalu www.ngo.pl. Najwięcej wizyt w 2006 roku odnotowano w listopadzie (579 926), a rekord został odnotowany 13 listopada 2006 roku – 28 325 wizyt. Statystyki portalu są zróżnicowane ze względu na dni tygodnia. W okresie poniedziałek-czwartek dzienna liczba wizyt przekracza 20 000, a w okresie piątek-niedziela waha się od 6 000 do 12 000 wizyt. Dane o tym, jak użytkownicy korzystali z portalu w 2006 roku zaprezentowane są poniżej:

Dane dla portalu www.ngo.pl za 2006 rok na podstawie statystyk Gemius.

miesiąc 2006	Wizyty	Średnia dzienna wizyt	Użytkownicy	Odsłony
Styczeń 2006	484 168	16 138,93	329 535	2 452 778
Luty	444 804	14 826,80	303 319	2 474 617
Marzec	540 405	18 013,50	361 827	2 861 095
Kwiecień	510 238	17 007,93	352 564	2 840 534
Maj	490 124	16 337,47	334 309	2 014 884
Czerwiec	428 853	14 295,10	287 106	1 751 260
Lipiec	354 731	11 824,37	231 843	1 517 662
Sierpień	389 880	12 996,00	253 374	1 739 648
Wrzesień	456 449	15 214,97	305 668	1 906 705
Październik	534 162	17 805,40	357 391	2 210 077
Listopad	579 928	19 330,93	392 169	2 314 319
Grudzień	460 723	15 357,43	316 905	1 806 140
Łącznie	5 674 465	15 762,40	3 826 010	25 889 719

W porównaniu do danych zbiorczych z 2005 roku, w 2006 roku:

- liczba wizyt (w całym roku) zwiększyła się o 58,4%
- średnia dzienna liczba wizyt zwiększyła się o 57,8%
- liczba użytkowników wzrosła o 56,7 %
- liczba odsłon była większa o ponad 65%

Użytkownicy portalu korzystają również z narzędzi portalu, jest on postrzegany jako platforma wymiany informacji. Świadczy o tym fakt, że użytkownicy dodają ok. 75% informacji, publikowanych w serwisie wiadomości oraz blisko 100% informacji publikowanych w serwisie ogłoszeń. Łącznie w 2006 roku użytkownicy zamieścili 6957 wiadomości (na 9297 wszystkich opublikowanych), co pokazuje, że są twórcami 75% zasobów serwisu wiadomosci.ngo.pl. W serwisie ogłoszenia.ngo.pl zostało opublikowanych 7385 ogłoszeń drobnych. Zaostrzono kryteria publikowania ogłoszeń, zamieszczania tylko tych związanych z działalnością organizacji pozarządowych oraz tych, które zostały prawidłowo dodane przez internautów. Łączna liczba opublikowanych informacji i ogłoszeń w 2006 roku wyniosła 16 664 – czyli tygodniowo średnio redakcja opracowuje i publikuje ponad 320 newsów, co przy odjęciu sobót i niedziel daje około 65 informacji dziennie.

Użytkownicy portalu dodali ponadto 5182 komentarzy do portalu, które odnosiły się do 1090 informacji.

Zwiększyła się również liczba zamówionych prenumerat wiadomości z portalu – w grudniu 2006 roku prenumerata docierała na ponad 17200 skrzynek e-mail. W okresie lipiec-grudzień liczba prenumerat wzrosła o ponad 2100. Dla porównania na koniec 2005 roku liczba wszystkich prenumerat wynosiła 10

537. W ciągu roku 2006 nastąpił przyrost o blisko 60%. Dodatkowo z portalu www.ngo.pl są wysyłane dwa rodzaje prenumerat specjalnych: zawierających informacje z portalu ekonomiaspoleczna.pl (1438 na 1.01.2007) oraz z serwisu ue.ngo.pl (1760).

liczba kont pocztowych w prenumeracie w serwisie: wiadomosci.ngo.pl	1.07.06	1.01.07
> najważniejsze wiadomości ngo.pl	2425	2943
> wszystkie wiadomości portalu ngo.pl	4897	5555
> dolnośląskie wiadomości portalu ngo.pl	661	758
> kujawsko-pomorskie wiadomości portalu ngo.pl	342	391
> łódzkie wiadomości portalu ngo.pl	453	496
> lubelskie wiadomości portalu ngo.pl	446	486
> lubuskie wiadomości portalu ngo.pl	299	290
> małopolskie wiadomości portalu ngo.pl	725	863
> mazowieckie wiadomości portalu ngo.pl	1516	1824
> opolskie wiadomości portalu ngo.pl	296	295
> podkarpackie wiadomości portalu ngo.pl	367	395
> podlaskie wiadomości portalu ngo.pl	299	311
> pomorskie wiadomości portalu ngo.pl	472	510
> śląskie wiadomości portalu ngo.pl	680	773
> świętokrzyskie wiadomości portalu ngo.pl	291	282
> warmińsko-mazurskie wiadomości portalu ngo.pl	382	418
> wielkopolskie wiadomości portalu ngo.pl	533	582
> zachodniopomorskie wiadomości portalu ngo.pl	375	391
	15459	17563

Pokazuje to, że użytkownicy utożsamiają się z portalem, korzystają z jego narzędzi, aby poinformować, dowiedzieć się, czy wypowiedzieć na jakiś temat.

Badania użytkowników portalu i usług ngo.pl

W celu jak najlepszego poznania rynku, na jakim działa portal organizacji pozarządowych oraz na jakim są oferowane usługi marki ngo.pl zostały przeprowadzone różnorodne badania, zbierano regularnie opinie użytkowników poszczególnych produktów.

W 2006 roku kontynuowano współpracę z firmą Gemius i przeprowadzono badania, które pozwoliły lepiej poznać użytkowników portalu www.ngo.pl.

W 2006 roku, w październiku został zbadany ponownie profil użytkowników portalu (badanie gemiusProfile). W badanym miesiącu portal www.ngo.pl odwiedziło ponad 380 tysięcy użytkowników. To o blisko 150 tysięcy więcej niż ponad 1,5 roku wcześniej. Można powiedzieć, że co miesiąc portal odwiedza o 10 000 użytkowników więcej. Wśród użytkowników jest więcej kobiet (o 7,7 punktów procentowych) niż mężczyzn i to one korzystają intensywniej z portalu – spędzają na nim więcej czasu. W dalszym ciągu użytkownicy www.ngo.pl są lepiej wykształceni niż przeciętni użytkownicy internetu, ale w porównaniu z innymi witrynami z portalu www.ngo.pl korzysta mniej (o 4 punkty procentowe) właścicieli małych i średnich przedsiębiorstw. W dalszym ciągu największy ruch jest odnotowywany w poniedziałki, ale trwa trochę dłużej niż na początku 2005 roku – od 9.00 do 14.00. Badanie pokazało, że użytkownicy w dalszym ciągu najczęściej korzystają z baz danych oraz pokazało rosnące znaczenie serwisu ogłoszenia.ngo.pl – to tutaj spędzają najwięcej czasu i dokonują największej ilości odsłon.

W 2006 roku przeprowadzono badanie „Kondycja sektora organizacji pozarządowych w Polsce 2006” na reprezentatywnej próbie 1043 stowarzyszeń i fundacji. W ramach badania, zadano pytania

dotyczące znajomości portalu, sposobu korzystania z niego oraz korzystania z innych produktów i usług ngo.pl.

Zgodnie z wynikami tych badań 45% organizacji zna portal organizacji pozarządowych, a 75% z nich, z niego korzysta. Organizacje pozarządowe odwiedzają portal najczęściej raz (17%) lub kilka razy w miesiącu (23%). Ponad 63% z użytkowników portalu ocenia jako zawartość jako przydatną (lub bardzo przydatną) w pracy organizacji. Informacje w portalu są oceniane jako zrozumiałe (72,1%) i łatwe do znalezienia (65,3%). Z dostępnych, interaktywnych narzędzi użytkownicy zdecydowanie najczęściej dodają wiadomości lub ogłoszenia (blisko 20% użytkowników), a prenumeratę zamawia niecałe 10% użytkowników. Korzystając z wyników tych badań, rozpoczęliśmy działania promujące prenumeratę wiadomości, zachęcaliśmy organizacje do samodzielnego publikowania wiadomości. W dalszym okresie planujemy dokonać zmian w wyglądzie prenumeraty, aby dopasować ją do wszystkich zmian w portalu.

Spśród pozostałych produktów występujących pod marką ngo.pl najczęściej użytkownicy znają: bazy danych o organizacjach pozarządowych, dostępnych w portalu na www.bazy.ngo.pl (ponad 40%) oraz usługi internetowe free.ngo.pl. Około 50-60% z tych, którzy znają, korzysta z poszczególnych produktów/usług (w przypadku portalu jest to blisko 75%). W związku z dobrą znajomością i korzystaniem przez użytkowników z baz oraz z portalu, powinniśmy je wykorzystywać do promocji pozostałych naszych produktów i informowania o nich. Jakość produktów wśród korzystających generalnie oceniana jest dobrze (powyżej 60%). Badani najwyżej ocenili jakość baz i usług free.ngo.pl (około 75% korzystających ocenia dobrze)

Biorąc pod uwagę wyniki przeprowadzanych badań oraz informacje otrzymywane internautów od połowy 2006 roku trwały przygotowania do zmiany portalu zarówno od strony graficznej, jak i merytorycznej.

Zmiana szaty graficznej portalu

W 2006 roku rozpoczęły się prace nad zmianą grafiki portalu. Celem zmian było unowocześnienie portalu, ujednoczenie jego wyglądu, zapewnienie spójności poszczególnych elementów, a także zadbanie o lepsze wykorzystanie możliwości portalu przez użytkowników. Grafika została zaprojektowana przez studio Książki+Strony. Początkowo zmiany miały dotyczyć jedynie głównej strony portalu, jednak w trakcie prac i powstawania kolejnych projektów zaczęliśmy planować głębsze zmiany, dotyczące większej ilości serwisów portalu. Prace nad projektami i testy nowych rozwiązań zakończyły się w grudniu 2006 roku (nad podstawowymi aspektami). Dzięki temu użytkownicy portalu zaczęli nowy 2007 roku z nowym portalem. W nowym, odświeżonym portalu dodano graficzne elementy, obrazujące poszczególne serwisy i części portalu, zadbano o obecność również produktów marki ngo.pl na stronach portalu. Jednocześnie ze stroną główną portalu została zmieniona strona serwisu www.wiadomosci.ngo.pl. Stopniowo zmiany obejmą cały portal www.ngo.pl

Wydawanie miesięcznika gazeta.ngo.pl

Zgodnie z potrzebą dbania o harmonię wszystkich naszych produktów, a także w odpowiedzi na potrzeby użytkowników i odbiorców naszych produktów i usług przeprowadziliśmy odświeżenie wizerunku i linii graficznej miesięcznika gazeta.ngo.pl

Przesłanką zmian szaty graficznej miesięcznika były sugestie użytkowników (głównie uwagi dotyczące niepraktycznego formatu), potrzeba dopasowania linii miesięcznika do linii wszystkich naszych produktów, a także uwzględniania stale zmieniających się trendów na rynku czasopism. W ciągu 3 miesięcy (kwiecień-czerwiec 2006) trwały prace nad nową szatą graficzną, zostało przygotowanych kilka makiet nowej gazety (również we współpracy ze studiem Książki+Strony). Zmianie makiety towarzyszyły zmiany struktury tematycznej, wprowadzono nowe działy (m.in. Ludzie Sektora, cykl „Jak napisać projekt”, i inne). Pierwszy numer w nowej szacie ukazał się we wrześniu 2006 roku i spotkał się

z przychylnością prenumeratorów. Na uwagę zasługują przede wszystkim: kolorowa okładka, zdjęcia, atrakcyjny i przejrzysty układ tekstu, zróżnicowanie elementów graficznych. W 2006 roku ukazały się (8 numerów w starej szacie graficznej) 4 numery miesięcznika w nowej szacie (wrzesień-grudzień) oraz numer specjalny, poświęcony ekonomii społecznej, wydany na Targi Ekonomii Społecznej – wszystkie w nakładzie 2000 egz. W czerwcu 2006 ukazało się również „resume.gazeta.ngo.pl 2006” w nakładzie 5 tys. egzemplarzy i rozesłana do: prenumeratorów gazety.ngo.pl, była też dystrybuowana przy okazji imprez czy wydarzeń sektorowych (takich jak Pierwsze Ogólnopolskie Spotkania Ekonomii Społecznej czy VI Konwencja Ruchu przeciwko bezradności społecznej).

Miesięcznik gazeta.ngo.pl w nowej szacie jest nowoczesny, przejrzysty i przyjemny w lekturze, rozchodzi się w nakładzie 2000 egzemplarzy, dociera do organizacji pozarządowych, jednostek samorządu terytorialnego, instytucji publicznych oraz osób zainteresowanych działalnością III sektora.

Rozwój usług internetowych ngo.pl

Na platformie Cyklotron prowadzone są m.in. dwa duże portale: największy w Polsce portal dla niepełnosprawnych <http://niepelnosprawni.info> oraz portal organizacji pozarządowych w Mołdawii. <http://ong.md> W 2005 rozpoczęto współpracę z brytyjską organizacją Merseyside Network for Europe z Liverpoolu w celu uruchomienia portalu www.ngo.uk. Brytyjscy partnerzy przeszli w listopadzie 2005 roku tygodniowy cykl szkoleń z Cyklotronu. W 2006 uruchomione zostały kolejne trzy duże portale: www.ngo.uk dla brytyjskich organizacji pozarządowych; ekonomiaspoleczna.pl na temat ekonomii społecznej w Polsce oraz bezrobocie.org.pl.

Ponadto około trzydziestu organizacji prowadzi serwisy internetowe, które są połączone z portalem ngo.pl (mają domenę ngo.pl i stanowią branżowe lub regionalne części portalu).

Druga grupa użytkowników – mniejszych organizacji korzysta z usługi free.ngo.pl. Jest to usługa udostępniana stowarzyszeniom i fundacjom, które chcą zaistnieć w internecie. Usługa umożliwia zarówno założenie prostych stron w internecie od podstaw, lub przeniesienie posiadanych już stron w innych domenach na pozarządową domenę. Ze względu na różne potrzeby organizacji, na indywidualne oczekiwania i możliwości finansowe, zostały stworzone różnorodne pakiety usług free.ngo.pl. Dzięki temu, każda organizacja może sama wybrać to, czego potrzebuje. W pakiecie bezpłatnym (freeStart) organizacja otrzymuje skrzynkę email (o pojemności 30 MB), domenę free.ngo.pl, 50MB na stworzenie strony internetowej, panel administracyjny, odbiór poczty przez www.

W 2006 roku przeprowadziliśmy dalszy rozwój usług internetowych dla organizacji free.ngo.pl. Uruchomiliśmy serwis www.free.ngo.pl poświęcony usługom dla stowarzyszeń i fundacji. Do oferty wprowadziliśmy 2 płatne pakiety usług (freeMedium i freeEkspert) oraz dodatkowe usługi freeEgo. Pakiety oferują większą ilość skrzynek e-mail (do 10 skrzynek) oraz większą przestrzeń na stronę internetową (do 100MB), a także możliwość skorzystania z własnej bazy danych MySQL. Usługi freeEgo umożliwiają indywidualne sterowanie swoim pakietem i dowolne jego powiększanie – można dokupić większą przestrzeń i powiększyć stronę bądź skrzynkę e-mail. W serwisie free.ngo.pl został opracowany również system zamówień on-line, dzięki któremu obsługa usług internetowych jest całkowicie elektroniczna. Konta są tanie (roczny koszt korzystania z freeMedium to 30,00 zł netto).

Po uruchomieniu serwisu przeprowadzono promocję usług free.ngo.pl. Zostały zamieszczone informacje w miesięczniku gazeta.ngo.pl (numer grudniowy 2006), baner na portalu (w okresie listopad-grudzień 2006) oraz wysłano informacje do użytkowników newslettera w portalu www.ngo.pl. Ponadto zaproszenie do oferty wysłano do części organizacji pozarządowych znajdujących się w bazie danych. W 2006 roku w serwisie free.ngo.pl odnotowano ponad 50 000 wizyt. Liczba użytkowników usług free.ngo.pl w 2006 roku wyniosła 1664.

Aby ułatwić użytkownikom usług free.ngo.pl korzystanie w pełni z możliwości internetu został stworzony w 2006 roku kreator stron internetowych. Kreator jest częścią panelu administracyjnego, z którego korzystają użytkownicy free.ngo.pl. Kreator jest prostym narzędziem, które umożliwia stworzenie strony internetowej, zbudowanie jej struktury (dodawanie podstron), zamieszczanie tekstów, dodawanie zdjęć. Dodatkową funkcjonalnością kreatora jest połączenie go z bazą danych o organizacjach. Dzięki temu, użytkownik usług free.ngo.pl może zaimportować na swoją stronę treści, które znajdują się w bazie danych przy jego organizacji.

Dobre praktyki po polsku, czyli praktycznie o FS

W 2006 roku realizowaliśmy – jako partner Sieci SPLOT – projekt promujący dobre praktyki, czyli projekty zrealizowane za pieniądze pochodzące z Funduszy Strukturalnych. W związku z tym powstała nowa sekcja w portalu ngo.pl o adresie <http://dobrepraktyki.fs.ngo.pl/>, a w bazach.ngo.pl specjalna baza gromadząca dobre projekty. W celu upowszechniania dobrych praktyk, ukazały się broszury z serii 3w*, opisujące najlepsze pomysły oraz przeprowadzono kilka wysyłek informacji prasowych, opisujących najciekawsze działania.

ekonomiaspoleczna.pl

Redakcja portalu www.ngo.pl prowadzi również (w ramach projektu „W poszukiwaniu polskiego modelu ekonomii społecznej”, realizowanego w ramach Inicjatywy Wspólnotowej EQUAL) portal poświęcony zagadnieniom ekonomii społecznej. Portal jest prowadzony na platformie Cyklotron, gromadzi wiadomości i publikacje tematyczne (artykuły, analizy, raporty), poświęcone rozwojowi ekonomii społecznej w Polsce oraz pokazuje ciekawe rozwiązania z innych krajów. W 2006 roku przeprowadziliśmy promocję portalu ekonomiaspoleczna.pl: podczas Targów Ekonomii Społecznej w Krakowie, na łamach portalu www.ngo.pl oraz w numerze specjalnym miesięcznika gazeta.ngo.pl.

Kampania społeczna „1% podatku na rzecz organizacji pożytku publicznego”

W 2006 roku (styczeń – maj) współorganizowaliśmy z Akademią Rozwoju Filantropii w Polsce kampanię społeczną „1% podatku na rzecz organizacji pożytku publicznego”. W ramach kampanii odpowiadaliśmy za dystrybucję materiałów promocyjnych wśród organizacji pożytku publicznego, promocję bazy OPP na stronach partnerskich, kontakty z mediami. Kampania przyczyniła się wydatnie do promocji bazy OPP, serwisu pozytek.ngo.pl oraz całego portalu ngo.pl.

Promocja marki ngo.pl

W roku 2006 realizowano przyjętą strategię promocji marki ngo.pl (różnorodnych produktów, realizowanych przez Stowarzyszenie). Poniżej znajduje się omówienie jej realizacji w ramach Programu Portal przez pryzmat postawionych celów strategicznych.

CEL 1: zwiększenie rozpoznawalności marki ngo.pl w sektorze i poza nim, umocnienie marki.ngo.pl

Chcieliśmy to osiągnąć poprzez: poprawę jakości postrzegania portalu jako kompleksowego i rzetelnego medium na różnych grup odbiorców, nawiązanie współpracy z mediami oraz administracją samorządową, a także przez opracowanie systemu autopromocji marki ngo.pl i stosowanie go w codziennych działaniach.

W ramach realizacji celu podjęto następujące działania (część, która została szczegółowo omówiona w innych fragmentach sprawozdania, tutaj jest tylko wzmiankowana).

- Zrealizowaliśmy badanie znajomości marki ngo.pl i portalu www.ngo.pl wśród organizacji pozarządowych (w ramach badania „Kondycja III sektora”).
- Opracowaliśmy serwis media.ngo.pl przeznaczony dla dziennikarzy i dziennikarek zainteresowanych działaniami organizacji pozarządowych. W serwisie znajdują się podstawowe informacje o III sektorze, najważniejsze dane z badań, informacje prasowe i formularz do interaktywnego kontaktu z redakcją portalu.
- W grudniu 2005 roku wykupiliśmy usługę „monitoring mediów” w firmie Press Service. Monitoring

obejmuje wszystkie tytuły drukowane i ukazujące się w internecie dotyczące haseł „Stowarzyszenie Klon/Jawor” oraz „ngo.pl”. Od grudnia 2005 do grudnia 2006 ukazały się 93 publikacje zawierające hasło „Stowarzyszenie Klon/Jawor” oraz 228 zawierających odesłania do „ngo.pl”. Szczegółowe dane zawiera poniższa tabela.

miesiąc	Stowarzyszenie Klon/Jawor	www.ngo.pl
Grudzień 2005	22	
Styczeń 2006	13	
Luty 2006	13	74
Marzec 2006	9	37
Kwiecień 2006	7	43
Maj 2006	3	8
Czerwiec 2006	3	8
Lipiec 2006	2	4
Sierpień 2006	1	14
Wrzesień 2006	13	15
Październik 2006	0	12
Listopad 2006	1	8
Grudzień 2006	6	5
	93	228

Dzięki informacjom z monitoringu wiemy, kto i co o nas pisze, jaka jest wiedza o organizacjach. Gromadzimy kontakty do dziennikarzy i dziennikarek, którzy zajmują się pisaniem o sprawach sektorowych, dzięki temu możemy informować o działaniach osoby najbardziej zainteresowane. Usługa monitoringu mediów będzie kontynuowana w 2007 roku.

- stworzyliśmy bazę kontaktów do dziennikarzy, zawierającą dane o dziennikarzach tytułów ogólnopolskich oraz lokalnych, a także przedstawicieli radia i telewizji. W grudniu 2006 roku dysponowaliśmy kontaktami do blisko 40 dziennikarzy ogólnopolskich oraz około 320 lokalnych. Ponadto został zakupiony „Press book – katalog mediów 2006”, który zawiera podstawowe informacje o wszystkich ukazujących się w Polsce tytułach, w podziale na różne kategorie.
- Do dziennikarzy i dziennikarek wysłaliśmy 16 informacji prasowych: 3 dotyczące kampanii 1% w 2006 roku, 5 dotyczących wyników badań o wolontariacie, filantropii i 1% oraz 8 promujących działania realizowane ze środków unijnych (w ramach projektu „Dobre Praktyki”).
- Wspólnie z portalem finansowym bankier.pl, w okresie marzec-czerwiec 2006 przeprowadziliśmy badanie oferty banków dla organizacji pozarządowych. Ankieta została rozesłana do rzeczników prasowych banków. W ankiecie pytaliśmy o to, czy jest oferta przeznaczona specjalnie dla organizacji pozarządowych, jakie są jej szczegóły i koszty. Na podstawie wyników ankiet, powstał szczegółowy raport, prezentujący ofertę 17 banków, opatrzony komentarzami analityków portalu finansowego bankier.pl. Raport był upowszechniany w mediach branżowych.
- We współpracy z portalem pracuj.pl powstała na www.pracuj.pl sekcja branżowa poświęcona organizacjom pozarządowym. Dzięki porozumieniu, organizacje pozarządowe mogą bezpłatnie publikować swoje ogłoszenia w największym płatnym portalu ogłoszeń o pracę. W sekcji znajdują się również artykuły tematyczne promujące organizacje pozarządowe jako atrakcyjnych pracodawców.
- W 2006 trwała współpraca z wydawnictwem „Wiedza i praktyka” – dzięki niej otrzymywaliśmy branżowe teksty poświęcone księgowości organizacji pozarządowych, które były publikowane w serwisach portalu www.ngo.pl
- We współpracy z Biurem Karier Uniwersytetu Adama Mickiewicza w Poznaniu powstał artykuł zachęcający studentów do pracy i wolontariatu w organizacjach pozarządowych. Artykuł ukazał się w specjalnym periodyku dla poznańskich studentów. Towarzyszyła mu reklama produktów ngo.pl
- Zostały opracowane oferty poszczególnych produktów marki ngo.pl, które zawierają podstawowe,

użytkowe informacje o każdym produkcie. Oferty były regularnie wysyłane do potencjalnych odbiorców. Oferty prenumeraty miesięcznika i wydawnictw zostały wysłane do urzędów gmin i powiatów, organizacji pozarządowych, OPS'ów, PCPR'ów. Oferty stale docierają do prenumeratorów gazeta.ngo.pl. Na płycie CD-ROM, wydanej w ramach programu ngo.sprawni w nakładzie 4000 egzemplarzy, zostały zamieszczone informacje prezentujące produkty i usługi ngo.pl jako atrakcyjne dla urzędów, centrów integracji społecznej itp.

- Stale współpracujemy z kwartalnikiem „Trzeci Sektor”, wydawanym przez Instytut Spraw Publicznych. W każdym numerze ukazuje się logo portalu, jest ono również zamieszczone na stronie kwartalnika.
- Uaktualniliśmy zasady patronackie, stale korzystaliśmy z narzędzia patronaty.ngo.pl, które służy do zarządzania patronatami i poszczególnymi działaniami. W ramach patronatów oferujemy zamieszczanie informacji w eksponowanym miejscu, bannery reklamowe, informacje do prenumeratorów oraz wiele innych. W 2006 roku portal www.ngo.pl objął patronatem 44 wydarzenia/inicjatywy, z czego 11 jest kontynuowanych w 2007 roku. W ramach współpracy patronackiej były dystrybuowane w całej Polsce informacje i materiały promocyjne portalu. Do najważniejszych patronatów w 2006 roku należały:
 1. Parada Schumana, organizowana przez Fundację im. Schumana. Wydarzenie promujące Unię Europejską i nasze członkostwo, adresowane do różnych grup odbiorców w tym do młodzieży.
 2. Dzień Uchodźcy, organizowany przez Polską Akcję Humanitarną, który ma na celu promowanie postaw tolerancji, otwartości i przychylności wobec uchodźców oraz pokazywanie różnorodnych kultur.
 3. 3 akcje Stowarzyszenia Przyjaciół Integracji: Kampania Parkingowa, Płytką wyobraźnia to kalectwo, Człowiek bez Barrier, które wspierają aktywną obecność osób niepełnosprawnych w codziennym życiu
 4. Akcja Akacja, polegająca na wyróżnianiu kobiet aktywnych lokalnie, realizowana przez Fundację Partners Polska
 5. Akcja Masz Głos, Masz Wybór – aktywizacja organizacji pozarządowych przed wyborami samorządowymi, animowana przez Stowarzyszenie Szkoła Liderów
 6. projekty Akademii Rozwoju Filantropii w Polsce – Dobroczyńca Roku oraz program Łączymy pokolenia
 7. Promocja studiów podyplomowych „Zarządzanie organizacjami pozarządowymi”, organizowanych przez Collegium Civitas
 8. Promocja VI Szkoły Trenerów, organizowanej przez Stowarzyszenie Trenerów Organizacji Pozarządowych
 9. Mazowieckie Forum Inicjatyw Pozarządowych (FIP), przygotowywane przez Federację Organizacji Służebnych Mazovia.
 10. programy realizowane przez Szkołę Liderów – program liderzy PAFW oraz Szkoła Liderów Organizacji Pozarządowych i Szkoła Liderów Społeczeństwa Obywatelskiego
 11. nowy serwis daryrzeczowe.pl, prowadzony przez Stowarzyszenie Bank Drugiej Ręki
 12. Festiwal Wolontariatu – coroczne obchody towarzyszące Dniu Wolontariusza, przygotowane przez Centrum Wolontariatu.
- Produkowaliśmy kolejne materiały promocyjne, w spójnej, jednolitej linii graficznej, przyjętej dla całej marki ngo.pl. Dzięki temu wzmacnialiśmy rozpoznawalność znaku graficznego „ngo.pl”. Powstały: papier firmowy, koperty, teczka, notatniki, ulotki informacyjno-promocyjne.
- Materiały promocyjne portalu i pozostałych produktów i usług ngo.pl były obecne na największych sektorowych wydarzeniach w 2006 roku: na konferencji (organizowanej przez Stowarzyszenie Klon/Jawor), promującej raport CIVICUS (czerwiec 2006), na Ogólnopolskich Spotkaniach Ekonomii Społecznej (wrzesień 2006), na obchodach 10-lecia sieci SPLOT (grudzień 2006). Reklama produktów marki ngo.pl ukazała się również w e-ulotce.

Podsumowując realizację powyższego celu, z pewnością udało się zwiększyć zasoby informacyjne

portalu, lepiej poznać użytkowników portalu oraz innych produktów i usług ngo.pl, zwiększyć znaczenie baz danych (szczególnie bazy OPP), jako wiarygodnych i kompleksowych źródeł informacji, opracować system współpracy z mediami i konsekwentnie go realizować, rozwinąć usługę patronatów medialnych oraz uczynić z niej atrakcyjne narzędzie promocji dla organizacji pozarządowych, wykorzystywać i rozwijać wizerunek marki ngo.pl (w tym graficzny), jako spójny i przyjazny. Najwięcej trudności napotkaliśmy w obszarze współpracy z administracją publiczną i pełnomocnikami – w związku z wyborami, osoby te stale się zmieniają na funkcjach, a powoływane nie zawsze są zaznajomione z tematyką organizacji pozarządowych. W wielu urzędach napotykaliśmy na zachowawcze postawy, które nie pozwalały podejmować działań z wykorzystaniem produktów i usług ngo.pl. Działania zmierzające do upowszechnienia korzystania przez przedstawicieli administracji z ngo.pl będą kontynuowane w kolejnych latach. Trudności spotykaliśmy też w zakresie współpracy z mediami – dziennikarze chętnie korzystają jednorazowo z naszych materiałów, zwracają się do nas z pytaniami i z prośbami o wypowiedź, jednak próby uregulowania współpracy napotykają na opór i trudności w sformalizowaniu. W dalszym ciągu będziemy podejmowali działania, zmierzające do nawiązania trwałej współpracy z wybranymi mediami.

CEL 2: zwiększenie liczby użytkowników portalu i osób korzystających z produktów marki ngo.pl

Chcieliśmy to osiągnąć poprzez: usprawnienia w funkcjonowaniu i wyglądzie produktów ngo.pl, które będą przyjazne dla użytkowników, promocję miesięcznika gazeta.ngo.pl wśród nowych i dotychczasowych grup odbiorców, informowanie o istnieniu i działaniu portalu

W ramach realizacji celu podjęto następujące działania (część, która została szczegółowo omówiona w innych fragmentach sprawozdania, tutaj jest tylko wzmiankowana).

- Przeprowadzono badania użytkowników portalu www.ngo.pl oraz prenumeratorów miesięcznika gazeta.ngo.pl (więcej informacji powyżej), które pozwoliły na poznanie profilu użytkowników oraz dopasowaniu oferty do ich potrzeb
- Zmieniliśmy szatę graficzną portalu www.ngo.pl i makietę miesięcznika gazeta.ngo.pl
- Pracowaliśmy nad rozwojem treści w portalu www.ngo.pl. Został przeprowadzony przegląd serwisów, w celu uaktualnienia ich treści oraz dopasowania do potrzeb użytkowników.
- W ramach patronatów ngo.pl oraz innych wydarzeń, informowaliśmy o portalu, logo i banery portalu pojawiały się na stronach wielu organizacji pozarządowych, które z nami współpracują
- Na stronach portalu www.gazeta.pl miała miejsce emisja 500 000 odston banera portalu www.ngo.pl (w okresie kwiecień-maj 2006).
- Przeprowadziliśmy działania promujące prenumeratę miesięcznika gazeta.ngo.pl. W okresie styczeń-luty 2006 została wydrukowana i rozesłana oferta prenumeraty na 2006 rok do byłych prenumeratorów oraz do urzędów gmin. Ponadto byli prenumeratorzy otrzymali od nas prezent – kalendarz na 2006 rok. W maju i czerwcu przeprowadziliśmy działania promujące prenumeratę półroczną. Od listopada 2006 promowaliśmy prenumeratę na 2007 rok – wyemitowaliśmy banner promocyjny na stronach portalu www.ngo.pl, zamieściliśmy informacje w numerach 11/2006 i 12/2006 przypominające czytelnikom o zamówieniu prenumeraty, wysłaliśmy ofertę do ośrodków sieci SPLOT, zamieściliśmy wiadomość na stronie głównej portalu, a w serwisie www.gazeta.ngo.pl pojawił się nowy cennik wraz z ofertą. W newsletterze portalu przypominaliśmy o zamówieniu kolejnej prenumeraty. Usprawnieniem dla czytelników było również uruchomienie na stronie miesięcznika elektronicznego formularza zamówienia prenumeraty.

Udało się zwiększyć zarówno ilość użytkowników portalu, jak i osób korzystających z narzędzi portalu (prenumeraty, dodających wiadomości). Coraz więcej osób i organizacji zamawia prenumeratę miesięcznika gazeta.ngo.pl [2000 prenumerat w 2006 roku], co pokazuje, że są to media, które znajdują uznanie użytkowników. Dużym zadaniem były zmiany w portalu i miesięczniku – zarówno graficzne jak i merytoryczne.

CEL 3: rozwój i sprzedaż usług oraz produktów marki ngo.pl

Powyższy cel chcieliśmy osiągnąć poprzez: upowszechnianie płatnych i bezpłatnych usług internetowych dla organizacji pozarządowych, uaktualnienie oferty sprzedaży produktów marki ngo.pl, opracowanie systemu sprzedaży produktów i usług oraz rozwój sprzedaży powierzchni reklamowej.

W ramach realizacji celu podjęto następujące działania (część, która została szczegółowo omówiona w innych fragmentach sprawozdania, tutaj jest tylko wzmiankowana).

- Ustalono zakres cen i zasad sprzedaży poszczególnych produktów. Produktami, które są objęte sprzedażą są: miesięcznik gazeta.ngo.pl, wydawnictwa.ngo.pl, płatne usługi free.ngo.pl. Podjęliśmy decyzję o niedopuszczeniu do sprzedaży kontaktów z baz danych – pomimo dużego zainteresowania zakupieniem kontaktów. Nie umożliwiamy dokonywania takich transakcji, mając na uwadze dobro organizacji. Ponadto płatne są usługi reklamowe w portalu (banery, teksty sponsorowane) oraz w miesięczniku (powierzchnia reklamowa, inserty). Warto podkreślić, że ceny wydawnictw zostały utrzymane na symbolicznym poziomie 1,00-1,50 za sztukę, przy czym część z nich jest rozdawana za darmo. Dokonaliśmy również w październiku 2006 roku kalkulacji kosztów miesięcznika gazeta.ngo.pl, która doprowadziła do wprowadzenia podwyżki ceny o 2 zł (rocznie). Zasady sprzedawania są na bieżąco monitorowane.
- Zostały opracowane oferty płatnych produktów i usług ngo.pl, zawierające informacje o zasadach działania, korzyściach, oraz cenie. Oferty były na bieżąco rozsyłane do odbiorców. Oferty zamawiania wydawnictw (wraz z opracowanym i uaktualnionym formularzem zamówienia) są rozsyłane do organizacji pozarządowych i instytucji wspierających ich działalność, a także do stałych klientów i odbiorców. We wrześniu 2006 zostały wysłane oferty reklamowe do banków, które posiadają ofertę bądź są przygotowane do obsługi organizacji pozarządowych.
- W 2006 uruchomiliśmy nowy serwis free.ngo.pl, który zawiera pełną ofertę bezpłatnych i płatnych usług internetowych free.ngo.pl, wraz z całym systemem zamówienia usług przez internet. Promowaliśmy usługi free.ngo.pl wśród organizacji pozarządowych: emitowaliśmy baner w portalu, wysłaliśmy informacje w newsletterze, zamieściliśmy reklamę w miesięczniku gazeta.ngo.pl, na stronie głównej portalu promowaliśmy usługi, a także wysłaliśmy do części organizacji z baz danych informacje o nowych usługach.
- Powstał serwis sprzedaz.ngo.pl, który zawiera informacje o płatnych produktach, ich cenach oraz sposobie zamówienia.

Działania prowadzone w ramach Programu Portal (portal www.ngo.pl, miesięcznik gazeta.ngo.pl, usługi free.ngo.pl, przedsięwzięcia promocyjne), przekładają się na zwiększanie możliwości funkcjonowania organizacji pozarządowych, dostarczają praktycznych porad, rozwiązań, informują o codziennym życiu III sektora w sposób rzeczowy, kompleksowy, ciekawy i bezstronny. Wszystkie działania Programu Portal będą kontynuowane w roku 2007.

Sponsorzy Programu Portal:

Polsko-Amerykańska Fundacja Wolności
Charles Stewart Mott Foundation
Fundacja im. Stefana Batorego

PROGRAM INFORMACJA SPOŁECZNA

Program Informacja Społeczna, składa się z szeregu działań, podejmowanych na rzecz jak najlepszego docierania ze specjalistyczną wiedzą i informacją.

A) Informatorium dla organizacji pozarządowych

Informatorium dla organizacji pozarządowych udziela porad z zakresu zakładania i prowadzenia organizacji, a także informacji o uprawnieniach. Porady są udzielane za pomocą e-maili, telefonów oraz podczas spotkań osobistych.

Informatorium regularnie udzielało porad – w 2006 zanotowano ponad 5 500 klientów (w tym ok. 1 500 organizacji, ponad 2 000 osób indywidualnych, i ponad 700 nowopowstałych organizacji). W tym ok. 2500 telefonów, ponad 600 wizyt i ponad 1 000 maili. Najczęściej udzielano informacji/porad na temat prawa (ponad 2 000), adresy organizacji (1 500), wydanie materiałów 1 587.

Na bazie dotychczasowych doświadczeń zespół informatorium opracował unikalny program szkolenia „Podstawy prawne w zakładaniu organizacji pozarządowych”. W okresie listopad-grudzień zostały zorganizowane 3 szkolenia, podczas których przedstawiciele i przedstawicielki młodych organizacji pozarządowych (lub osoby planujące ich założenie) zdobywali wiedzę i umiejętności w pisaniu statutu, wypełnianiu formularzy rejestracyjnych itp. Szkolenie wzmocniło renomę informatorium.ngo.pl jako miejsca, gdzie organizacje pozarządowe mogą uzyskać kompetentną poradę, zdobyć wiedzę i bezpłatnie skorzystać ze spotkań z ekspertami.

W związku z trwającymi zmianami w portalu www.ngo.pl postanowiono stworzyć w nim część poradniczą przeznaczoną dla organizacji pozarządowych. W poradnik.ngo.pl znajdują się porady, akty prawne, interpretacje przepisów oraz wszystkie zasoby portalu, które mają pomagać w zakładaniu i prowadzeniu organizacji. Zespół informatorium w dużej mierze tworzy część poradnika.

Oglądalność serwisów, promujących wydawnictwa i porady, które zostają włączone do poradnika w 2006 roku wyniosła: www.pomocspoleczna.ngo.pl ponad 250 000 wizyt, a w serwisie www.prawo.ngo.pl blisko 230 000 wizyt

B) Seria Warto Wiedzieć Więcej 3w*

W 2006 roku zostały zaktualizowane i wydrukowane, w nakładzie 3000 każdy tytuł, następujące broszury serii 3w*:

1. „Jak założyć fundację?”, wyd. V, stan prawny 1.02.2006
2. „Krajowy Rejestr Sądowy a fundacje i stowarzyszenia”, wyd. IV, stan prawny 2.03.2006
3. „Ustawa o działalności pożytku publicznego i o wolontariacie”, wyd. V, stan prawny 1.10.2006
4. „Zgromadzenia publiczne – jak zorganizować manifestację?”, wyd. III, stan prawny 1.10.2006
5. nowość: „Podstawowe fakty o organizacjach pozarządowych – raport z badania 2006”, wyd. I, 2006
6. nowość: „Prawo autorskie, czyli o korzystaniu z czyjejś twórczości w druku i w Internecie”, wyd. I, stan prawny 1.12.2006
7. nowość: „Dobre praktyki po polsku, czyli praktycznie o FS. Projekty dla pracowników socjalnych, osób niepełnosprawnych i kobiet w ramach działań 1.4, 1.5 i 1.6 SPO RZL”, wyd. I, 2006
8. nowość: „Dobre praktyki po polsku, czyli praktycznie o FS. Projekty dla młodzieży w ramach Działania 1.5 SPO RZL”, wyd. I, 2006
9. nowość: „Dobre praktyki po polsku, czyli praktycznie o FS. Projekty w ramach inicjatywy wspólnotowej INTERREG III A i pilotażowego programu LEADER +”, wyd. I, 2006

Rok 2006 nie wymusił na redakcji broszur z serii 3w* zbyt wielu zmian w treści i dlatego pozostałe tytuły

z tej serii, dotychczas wydane, były w ciągłej dystrybucji, ponieważ nie zaszły w nich zmiany prawne.

Zmiany w prawie były też na bieżąco nanoszone na stronach serwisu www.prawo.ngo.pl, gdzie są także publikowane teksty z serii 3w* w formacie PDF do samodzielnego wydruku.

Bezpłatne broszury z serii 3w* były dystrybuowane na zamówienia organizacji infrastrukturalnych oraz innych organizacji i instytucji oraz w Informatorium w ramach wysyłek listownych lub osobistych wizyt po broszury

W roku 2006 realizowano przyjętą strategię promocji marki ngo.pl (różnorodnych produktów, realizowanych przez Stowarzyszenie). Poniżej znajduje się omówienie jej realizacji w ramach Programu Informacja Społeczna przez pryzmat postawionych celów strategicznych (dot. informatorium i wydawnictw).

CEL 5: utrzymanie mocnej pozycji informatorium i wydawnictw, jako eksperta w dziedzinie wiedzy o organizacjach pozarządowych i prawie

Powyższy cel chcieliśmy osiągnąć poprzez: regularne wydawanie i aktualizowanie broszur z serii 3w* oraz PSP, upowszechnianie wydawnictw i zwiększanie liczby ich odbiorców, aktualne prowadzenie serwisów poradniczych w portalu, udzielanie porad w informatorium i profesjonalizację działań.

W ramach realizacji celu podjęto następujące działania:

- W październiku 2006 roku zaktualizowano formularz zamawiania wydawnictw, opublikowano go w serwisie wydawnictwa.ngo.pl, przeprowadzono kilka wysyłek ofert z formularzami (do OPS'ów, PCPR'ów, urzędów gmin).
- W stałej ofercie wydawniczej znajduje się około 10 tytułów broszur z serii PSP oraz ok. 15 tytułów broszur z serii 3w. Większość z nich dotarła do dotychczasowych, strategicznych odbiorców. W 2006 wydano nowe tytuły: Raport z badania „Kondycja Sektora 2006” i z badania Wolontariatu i Filantropii, 3 tytuły upowszechniające Dobre Praktyki wykorzystania funduszy strukturalnych w Polsce,

Wydawnictwa ukazują się regularnie, zawierają aktualne i sprawdzone treści, są uznaną przez organizacje pomocą w działaniu. Sukcesem było opracowanie działań o charakterze szkoleniowym, które mają na celu dalsze upowszechnianie wiedzy o organizacjach, z wykorzystaniem dotychczasowych doświadczeń i są doskonałym uzupełnieniem oferty wydawniczej i świadczonego osobiście i przez internet poradnictwa. Wyzwaniem na dalszą działalność jest stworzenie poradnika internetowego, który zgromadzi całą wiedzę w przystępny sposób w 1 miejscu, a także dalsze rozwijanie wydawanych publikacji.

C) Bazy danych

Bazy danych w portalu organizacji pozarządowych www.ngo.pl zawierają informacje o blisko 100 000 organizacji i wybranych instytucji. Jest to jedyne w Polsce ogólnodostępne, bezpłatne, stale aktualizowane, a jednocześnie tak kompleksowe i łatwe w użyciu źródło informacji. Bazy danych odwiedza codziennie kilka tysięcy użytkowników – korzystają z nich inne organizacje, administracja państwowa, grantodawcy i media.

Aby ułatwić użytkownikom korzystanie z tak dużego zbioru danych, baza podzielona jest na ponad 50 baz tematycznych, a te pogrupowane są w bloki tematyczne. Dodatkowo wprowadzony jest podział na część aktualną bazy oraz archiwum, do którego zaliczane są organizacje nie działające, ze złymi adresami oraz takie, o których dane w bazie nie były aktualizowane od 2000 roku.

Wszystkie bazy tematyczne dostępne są na stronie www.bazy.ngo.pl.

W 2006 roku liczba organizacji i instytucji w bazie wzrosła o ponad 22 000. Tak duży wzrost liczby rekordów spowodowany był dodaniem do bazy dwóch dużych grup podmiotów z rejestru REGON:

- ok. 9 000 organizacji, których nie było jeszcze w bazie;
- ok. 12 000 podmiotów sektora spółdzielczego.

Jak co roku podejmowane były regularne działania służące utrzymaniu aktualności bazy. Wysłano 500 ankiet pocztowych i ponad 4 000 maili z prośbą o aktualizacje danych w bazie. Podjęto stałą współpracę z dwoma osobami, które telefonicznie aktualizują informacje o wybranych organizacjach, przeszukują internet i wprowadzają uzyskane dane do bazy. Osobom tym zlecała jest głównie aktualizacja starych danych, które nie były aktualizowane w bazie od kilku lat, często z grupy rekordów, które z tego powodu znajdują się w archiwum. W 2006 roku podjęto próbę zaktualizowania ok. 8 000 takich rekordów. Pulę 5 000 nieaktualnych rekordów przekazano także profesjonalnej firmie telemarketingowej do telefonicznej aktualizacji i uzyskania wiarygodnej informacji, że organizacja już nie działa. W efekcie wszystkich podjętych w 2006 roku działań zaktualizowane dane o ponad 17 000 organizacji i instytucji. Liczba organizacji w archiwum spadła o blisko 1 000, dodatkowo dla kolejnych 1 000 organizacji z nieaktualnymi danymi udało się uzyskać informację, że definitywnie zakończyły działalność.

Szczegółowe zestawienie liczby rekordów w bazie i status ich aktualności przedstawia poniższa tabela:

rok aktualizacji (status)	liczba rekordów grudzień 2004	liczba rekordów lipiec 2005	liczba rekordów grudzień 2005	liczba rekordów lipiec 2006 (* - w tym polskie ngo)	Liczba rekordów grudzień 2006 (* - w tym polskie ngo)
2006	-	-	-	9608 (6144*)	17371 (9349*)
2005	-	8271	14056	9569 (8108*)	8594 (7599*)
2004	11990	10354	10278	11419 (6174*)	8213 (5857*)
2003	10700	23155	22724	34164 (19922*)	32523 (18311*)
2002	5863	4299	4125	4706 (1844*)	4542 (1726*)
2001	4319	3027	2675	3757 (2698*)	3633 (2589*)
2000	1057	644	562	3474 (3278*)	3627 (3434*)
aktualne razem:	33929	49750	55277	76699 (48168*)	78503 (48865*)
rekordy zaliczane do archiwum:	32000	22893	22349	22093 (20552*)	21147 (20344*)
wszystkie rekordy w bazie razem:	65929	72643	77626	98792 (68720*)	99650 (69209*)

W 2006 roku prace związane z aktualizacją bazy koncentrowały się głównie na następujących bazach tematycznych:

Baza organizacji pożytku publicznego (OPP)

Baza zawiera informacje o ponad 5000 organizacji i jest na bieżąco uzupełniana o nowe organizacje, które uzyskują status OPP. Prowadzona jest od początku obowiązywania ustawy wprowadzającej możliwość przekazywania 1% podatku organizacjom. Każdego roku funkcjonalność tej bazy jest rozszerzana, tak aby spełniała wymagania zarówno organizacji, jak i jej odbiorców. I tak w latach wcześniejszych dodano np. możliwość umieszczenia w bazie informacji o wykorzystaniu środków zebranych w ramach 1% oraz upubliczniania rocznego sprawozdania z działalności. W roku 2006 baza zyskała trzy nowe funkcjonalności:

- rozszerzono jej zakres o oddziały lokalne OPP, które - korzystając z osobowości prawnej organizacji macierzystej - mogą również zbierać 1% podatku; w bazie zarejestrowane są 204 oddziały lokalne OPP, co łącznie z organizacjami macierzystymi daje 5214 rekordów;

- zmodyfikowano wygląd tablicy zbierającej dane o wykorzystaniu środków uzyskanych z 1%, tak, aby w bazie można było umieścić opisowe, „atrakcyjniejsze” dla podatników informacje;
- wprowadzono 16 wojewódzkich baz OPP, niezależnych od głównej bazy ogólnopolskiej; każda z nich ma własny adres http i własną stronę startową.

W 2006 roku w bazie OPP zaktualizowano dane 3 200 organizacji.

Baza organizacji działających na rzecz osób bezrobotnych i świadczących usługi rynku pracy

Baza powstała w 2005 roku, a w 2006 kontynuowane były prace związane z jej tworzeniem i aktualizowaniem. Prowadzona jest we współpracy z Fundacją Inicjatyw Społeczno-Ekonomicznych, w ramach programu „Bezrobocie – co robić?”. Główną zaletą tej bazy jest możliwość szczegółowego wyszukiwania organizacji według 29 typów beneficjentów i 48 rodzajów prowadzonych na ich rzecz działań oraz – dodatkowo – według 19 rodzajów prowadzonych przez organizacje placówek.

Dotychczas udało się zebrać dane o 1520 takich organizacji, a w 2006 roku zaktualizowano dane o 1300 z nich.

Baza Gminnych Centrów Informacji

W celu uzupełnienia oferty bazy organizacji pozarządowych działających na rzecz osób bezrobotnych i świadczących usługi rynku pracy, w serwisie baz danych stworzono bazę gminnych centrów informacji, czyli placówek ukierunkowanych na aktywizację społeczności lokalnej oraz ożywienie lokalnego rynku pracy poprzez zapewnianie łatwego dostępu do informacji.

Obecnie w bazie znaleźć można informacje o 836 takich placówkach; w 2006 roku zaktualizowano dane o 828 z nich.

Bazy organizacji prowadzących działalność proeuropejską

We współpracy z Polską Fundacją im. Roberta Schumana stworzone zostały dwie bazy organizacji (polskich i zagranicznych) prowadzących działalność proeuropejską. Powstały one z połączenia danych zebranych przez Fundację w ramach programu „Almanach Pozarządowych Organizacji Proeuropejskich” i danych zebranych w bazie ngo.pl. (raport Fundacji Schumana na końcu sprawozdania). Obydwie bazy uruchomione zostały zarówno w polsko-, jak i angielskojęzycznej wersji. Wersja polskojęzyczna pokazuje pełny zakres danych o organizacjach, natomiast wersja angielskojęzyczna umożliwia uzyskanie podstawowych danych (dane teledadresowe i pola działalności statutowej).

Baza polskich organizacji prowadzących działalność proeuropejską zawiera informacje o 587 organizacjach. Dane wszystkich z nich zostały zaktualizowane w 2006 roku.

Baza zagranicznych organizacji prowadzących działalność proeuropejską zawiera informacje o 130 wybranych organizacjach spoza Polski.

Bazy instytucji i podmiotów związanych z ekonomią społeczną

W ramach programu „W poszukiwaniu polskiego modelu ekonomii społecznej” uruchomionych zostało 7 baz tematycznych podmiotów zaliczanych do ekonomii społecznej. Są to:

- baza organizacji pozarządowych (69209 rekordów)
- baza spółdzielni (12684 rekordów)
- baza spółdzielni socjalnych (55 rekordów)
- baza centrów integracji społecznej (35 rekordów)
- baza warsztatów terapii zajęciowej (410 rekordów)
- baza zakładów aktywności zawodowej (37 rekordów)

- baza towarzystw ubezpieczeń wzajemnych (9 rekordów).

Bazy dostępne są ze strony głównej baz www.bazy.ngo.pl oraz w portalu ekonomiaspoleczna.pl

Bazy przedstawiające współpracę organów administracji centralnej i samorządowej z organizacjami pozarządowymi.

W 2006 roku uruchomiono dwie bazy upubliczniające dane zbierane w ramach cyklicznych badań prowadzonych przez Stowarzyszenie Klon/Jawor: „Lupa - monitoring współpracy administracji publicznej z organizacjami pozarządowymi” i „Barometr - monitoring współpracy administracji lokalnej z organizacjami pozarządowymi”. Bazy w zamierzeniach prezentować mają informacje o finansowej i pozafinansowej współpracy jednostek administracji centralnej i samorządowej z trzecim sektorem oraz zbierać dokumenty (w postaci plików pdf) regulujące ramy tej współpracy: roczne programy współpracy z organizacjami pozarządowymi, strategie rozwiązywania problemów społecznych, lokalne programy promocji zatrudnienia i lokalnego rynku pracy oraz programy działań na rzecz osób niepełnosprawnych. Bazy są wciąż w fazie uzupełniania plików z ww. dokumentami, pełną funkcjonalność osiągną w 2007 roku.

W roku 2006 realizowano przyjętą strategię promocji marki ngo.pl (różnorodnych produktów, realizowanych przez Stowarzyszenie). Poniżej znajduje się omówienie jej realizacji w ramach Programu Informacja Społeczna przez pryzmat postawionych celów strategicznych (dot. baz danych).

CEL 6: wzmocnienie pozycji baz danych, jako jedynej źródła informacji

Powyższy cel chcieliśmy osiągnąć poprzez: aktualizację istniejących baz danych oraz wzmocnienie pozycji bazy OPP jako jedynej bazy przygotowanej do upowszechniania wśród podatników wiedzy o organizacjach pożytku publicznego.

W ramach realizacji celu podjęto następujące działania:

- stale aktualizowaliśmy dane w bazie danych, za pomocą monitów telefonicznych i elektronicznych
- w listopadzie 2006 roku emitowaliśmy banner w portalu www.ngo.pl zachęcający do aktualizowania danych w bazie oraz ich przeglądania
- w numerze listopadowym gazeta.ngo.pl opublikowaliśmy reklamę baz danych wraz z wyszczególnieniem bazy OPP.
- W okresie grudzień 2005-kwiecień 2006 prowadziliśmy promocję bazy OPP w ramach kampanii „1% podatku”. Baza była szeroko udostępniana. Do najważniejszych elementów promocji należały: wspólny serwis w portalu gazeta.pl, baza na płycie PITY 2005, wydanej przez Gazetę Wyborczą, wyszukiwarka bazy na portalu www.gazetaprawna.pl, szereg linków do bazy na stronach prasy lokalnej oraz współpracujących urzędów (więcej informacji w raporcie z kampanii). Bazę danych OPP w okresie rozliczeń podatkowych za 2005 rok (czyli od stycznia do kwietnia 2006) odnotowano ponad 300 000 wizyt.
- W marcu 2006 wprowadziliśmy do bazy OPP dodatkowy system oznaczania rekordów. Organizacje, które zaktualizują dane i podadzą numer konta bankowego do wpłat 1% są oznaczane dodatkowo znacznikiem „1%”, który ma uwiarygodniać organizacje działające, przejrzyste i otwarte dla innych.
- we wrześniu 2006 opracowaliśmy plan promocji bazy OPP na kolejny okres rozliczeń podatkowych, przypadający w okresie styczeń-kwiecień 2007. W ramach tego w listopadzie 2006 roku przygotowaliśmy 16 baz regionalnych OPP, które pojawiły się w serwisach regionalnych portalu www.ngo.pl. Bazy zawierają wykaz OPP z danego województwa. Bazy regionalne w dalszym czasie będą udostępniane wszystkim zainteresowanym instytucjom, które będą chciały promować odpis. W grudniu przygotowaliśmy ofertę współpracy w związku z bazą danych i odliczeniami, którą wysłaliśmy do ok. 40 tytułów gazet lokalnych oraz 6 portali tematycznych, zajmujących się sprawami podatkowymi i finansowymi. W wyniku ustaleń, bazy znajdują się na portalach: bankier.pl, podatki.pl, gazetapodatnika.pl, pit.pl, paf.pl, gazeta.pl. Zostały również wysłane plakaty promujące bazę 1% do Urzędów Skarbowych oraz pełnomocników ds. organizacji pozarządowych. Stale współpracujemy z

mediami, lokalnymi instytucjami, dla których przygotowujemy aktualne wyciągi z baz danych z danego powiatu czy województwa. W grudniu 2006 przeprowadziliśmy mailing do OPP, z prośbą o aktualizację danych w bazie oraz rozesłaliśmy ankiety papierowe do OPP, które nie posiadają e-maili. W listopadzie wysłaliśmy razem z okazjonalnymi wysyłkami do OPS'ów, urzędów gmin, zaproszenie do współpracy i wykorzystywania bazy danych i informowania podatników o jej możliwościach. W grudniu nawiązaliśmy również współpracę z Ministerstwem Pracy i Polityki Społecznej, z Departamentem Pożytku Publicznego, w zakresie wspólnej promocji rozliczeń podatkowych i przekazywania 1% w 2007 roku (za 2006 rok). Dla organizacji pożytku publicznego udostępniamy logo 1% oraz logo OPP, w celach promocyjnych. Ponadto organizacje mogą otrzymać od nas naklejki OPP oraz naklejki 1%, jeśli uaktualnią dane. Serwis pozytek.ngo.pl, który promuje odpis 1%, zawiera informacje zarówno dla organizacji, jak i o organizacjach pożytku publicznego, a także zawiera bazę OPP wraz z jej regionalnymi częściami został odświeżony i przygotowany w nowej wersji graficznej.

Najbardziej imponującym sukcesem jest wzrost oglądalności bazy danych – ponad 300% z 58 291 wizyt miesięcznie na początku 2005 roku do ponad 186 tysięcy we wrześniu (a ponad 200 tysięcy w kwietniu kiedy była kulminacja poszukiwania informacji o organizacjach opp).

Bazy danych są jednym z bardziej rozpoznawalnych produktów marki ngo.pl, mają bardzo dużą ilość wizyt (w 2006 roku odnotowano ich 2 330 574). Bazy są stale aktualizowane, sprawdzane i usprawniane. W chwili obecnej gromadzą informacje o blisko 100000 organizacji i instytucji. Największym problemem w kolejnych latach będzie zmiana systemu przekazywania 1% podatku (odpowiedzialność zostanie przerzucona na urzędy skarbowe) i trudno powiedzieć, czy w nowym systemie uda się również znaleźć odpowiednie miejsce dla naszej bazy i czy administracja i służby skarbowe wykorzystają dotychczasowy dorobek.

D) Seria Poznaj Swoje Prawa PSP

W 2006 roku przeprowadzono szereg prac redaktorskich i wydawniczych w ramach serii Poznaj Swoje Prawa.

Opracowane (zaktualizowane) zostały następujące tytuły broszur z serii „Poznaj Swoje Prawa”:

1. „Niepełnosprawni – aktywne formy pomocy na rynku pracy”
2. „Niepełnosprawni – rehabilitacja zawodowa i społeczna”
3. „Niepełnosprawni – podstawowe uprawnienia i ulgi”
4. „Niepełnosprawni – orzecznictwo rentowe i pozarentowe”
5. „Niepełnosprawni – podatki 2006”
6. „Kto i kiedy może otrzymać zasiłek z pomocy społecznej”
7. „Kto może otrzymać dodatek mieszkaniowy”
8. „Bezrobotni – pomoc, rejestracja, uprawnienia”
9. „Usługi opiekuńcze i specjalistyczne usługi opiekuńcze”
10. „Świadczenia rodzinne”
11. „Wykluczeni społecznie z rynku pracy – podstawowe uprawnienia”
12. „Bezdomni - gdzie szukać pomocy w Warszawie 2006/2007” (publikacja dostępna tylko w internecie)

Łączny nakład broszur „Poznaj Swoje Prawa” w całym 2006 r. wyniósł ponad 80 tys. egzemplarzy.

Druk plakatów

Opracowane (zaktualizowane) zostały następujące tytuły plakatów z serii „Poznaj Swoje Prawa”:

1. „Niepełnosprawni – rehabilitacja zawodowa, pomoc na rynku pracy”

2. „Bezrobotni – pomoc, rejestracja, uprawnienia”
3. „Kto i kiedy może otrzymać zasiłek z pomocy społecznej”

Łączny nakład plakatów „Poznaj Swoje Prawa” w całym 2006 r. wyniósł 16000 egz.

Monitoring prawa

Przygotowanie tekstów (opracowanie, aktualizacja, redakcja i publikacja) wymagało stałego monitoringu zmian w prawie pomocy społecznej (dotyczyło to m.in. takich ustaw jak ustawa o pomocy społecznej, dodatku mieszkaniowym, promocji zatrudnienia, rehabilitacji i zatrudnianiu osób niepełnosprawnych), a także aktualizacji danych adresowych. Monitoring polegał na regularnym przeglądaniu prasy prawniczej (Gazeta Prawna) i codziennej, serwisów internetowych (np. serwisów wybranych ministerstw, serwisu sejmowego), udziale w konferencjach zapowiadających czy opisujących zmiany w prawie.

Dystrybucja wydrukowanych broszur w odpowiedzi na zamówienia

Broszury z serii „Poznaj Swoje Prawa” trafiły do osób szukających wsparcia oraz do placówek pomocowych w całej Polsce. Broszury przekazywaliśmy w odpowiedzi na zamówienia. Do osób indywidualnych broszury (zwykle komplet 6-10 broszur) trafiały głównie za pośrednictwem Informatorium Centrum Szpitalna; przesyłaliśmy je pocztą lub przekazywaliśmy podczas bezpośrednich wizyt osób zainteresowanych. Większe ilości broszur (po 200-1000 egz.) przekazywaliśmy do zamawiających je placówek pomocowych: instytucji i organizacji działających na polu pomocy społecznej. Z największych odbiorców należy wymienić: Federację Organizacji Służebnych „Mazowia”, Stowarzyszenie Pomocy Bezdomnym, Ośrodek Pomocy Społecznej Dzielnicy Praga Południe m. st. Warszawy, Mazowiecki Urząd Wojewódzki – Wydział Polityki Społecznej, Wydział Spraw Społecznych i Zdrowia dla Dzielnicy Wola m. st. Warszawy, Towarzystwo Pomocy Głuchoniewidomym, Biuro Porad Obywatelskich prowadzone przez Stowarzyszenie Centrum Informacji Społecznej „CIS”. Zorganizowaliśmy trzy duże wysyłki broszur:

- do wszystkich ośrodków pomocy społecznej w Polsce, powiatowych centrów pomocy rodzinie, urzędów pracy, regionalnych ośrodków polityki społecznej, wydziałów polityki społecznej przy urzędach wojewódzkich,
- do wszystkich urzędów gminnych i powiatowych,
- ponownie do wszystkich do wszystkich ośrodków pomocy społecznej w Polsce, powiatowych centrów pomocy rodzinie, urzędów pracy itp.

Łącznie wysłaliśmy broszury (i inne materiały m.in. plakaty) na 14 000 adresów wymienionych placówek w całej Polsce.

Prowadzenie serwisu internetowego pomocspoleczna.ngo.pl

Serwis internetowy pomocspoleczna.ngo.pl administrowany i aktualizowany na bieżąco przez okres realizacji projektu jest częścią portalu www.ngo.pl. W serwisie opublikowane zostały 4 tytuły opracowań, zaktualizowane w ramach projektu. Zaktualizowane opracowania zostały też dodatkowo udostępnione w formie plików pdf, do pobrania i samodzielnego wydrukowania. W części serwisu zbierające aktualne wiadomości opublikowano 1744 nowych artykułów z zakresu pomocy społecznej. Na bieżąco aktualizowane były wskaźniki ważne dla systemów wsparcia socjalnego funkcjonujących w Polsce (wysokości zasiłków, dodatków, kryteriów dochodowych, renty itp.).

Prowadzenie bloku informacyjnego w Telegazecie

Blok w telegazecie (Program II TVP – blok tematyczny „Poznaj Swoje Prawa” – od str. 175 do str. 184, ok. 30- 35 „tele-ekranów” tekstu). W bloku publikowane były teksty powstające w ramach serii „Poznaj Swoje Prawa”. Aktualizacje dokonywane były raz/ dwa razy w miesiącu. Łącznie dokonano 9 dużych aktualizacji bloku w telegazecie (czyli wymieniono ok. 110 „tele-ekranów” tekstu).

CD-rom NGO:SPRAWNI

CD-rom zawierał wszystkie opracowania przygotowane w ramach projektu (6 tytułów) w formie łatwych

do przeglądania tekstów, wybrane wiadomości (łącznie ok. 40 wiadomości publikowanych w internetowym serwisie wiadomości portalu www.ngo.pl) w tym tematyczne artykuły na temat zatrudniania niepełnosprawnych w organizacjach pozarządowych. Na CD znalazły się również wyniki sond, a także inne publikacje w formacie pdf (wkładka NGO:SPRAWNI do gazety.ngo.pl, zestaw plakatów informacyjnych, plakat „Niepełnosprawni – rehabilitacja zawodowa (...)”, ulotka informacyjna o projekcie, teksty broszur z serii „Poznaj Swoje Prawa”). CD zawiera też opis innych elementów oferty informacyjnej Stowarzyszenia Klon/Jawor (np. serii „Warto Wiedzieć Więcej”, gazety.ngo.pl czy portalu www.ngo.pl). CD-rom został wyłoczony w nakładzie 4000 egzemplarzy.

Działania prowadzone w ramach Programu Informacja Społeczna (serie wydawnicze 3w*, PSP, informatorium, bazy danych), wpływają na upowszechnianie praktycznej wiedzy w zakresie prowadzenia organizacji pozarządowych oraz na dostarczanie informacji potrzebującym (o różnorodnych uprawnieniach). Ich wartością jest profesjonalnej merytoryczne przygotowanie oraz docieranie do dużej grupy odbiorców. Działania Programu Informacja Społeczna będą kontynuowane w 2007 roku.

Sponsorzy Programu Informacja Społeczna:

Mazowiecki Urząd Wojewódzki – projekt „*Poznaj Swoje Prawa – łatwiej będzie Ci podjąć decyzję dotyczącą jakości Twojego życia*”

Fundusz Inicjatyw Obywatelskich – projekt „*W poszukiwaniu sposobu na skuteczną informację prawną – kieszonkowe poradnictwo obywatelskie*”

Unia Europejska w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego – projekt „*NGO:sprawni. Niepełnosprawni - pełnosprawni pracownicy organizacji pozarządowych*”

PROGRAM BADANIA

Najważniejsze działania Programu Badania w 2006 to: duże badanie na reprezentatywnej próbie organizacji pozarządowych Kondycja sektora 2006 (zlecone firmie CBOS) oraz wydanie raportu *Indeks Społeczeństwa Obywatelskiego CIVICUS* promowanego na zorganizowanej z tej okazji konferencji. Oprócz tego, Program zrealizował szereg innych działań.

Badanie kondycji sektora 2006

Badanie na reprezentatywnej próbie 1900 podmiotów: próba: organizacje pozarządowe oraz nowe instytucje: OSP, spółdzielnie, spółdzielnie socjalne, CISy, ZAZy, samorząd gospodarczy, kółka rolnicze, przedsiębiorstwa ekonomii społecznej

1. Partnerzy

Badanie organizacji pozarządowych „Kondycja sektora organizacji pozarządowych w Polsce 2006” było elementem szerszego przedsięwzięcia badawczego pt. „Kondycja podmiotów ekonomii społecznej w Polsce”, realizowanego w ramach projektu „W poszukiwaniu polskiego modelu ekonomii społecznej”. Cały projekt był współfinansowany z Europejskiego Funduszu Społecznego w ramach Inicjatywy Wspólnotowej Equal. Ze względu na zainteresowanie tematyką ekonomii społecznej (jako możliwego kierunku rozwoju trzeciego sektora), kwestionariusz skierowany do organizacji pozarządowych został rozbudowany w części dotyczącej działalności gospodarczej i odpłatnej, a także zatrudnienia w organizacjach, w tym zatrudniania osób o szczególnych trudnościach na rynku pracy. Jednocześnie zachowano większość pytań odnoszących się do kondycji organizacji, żeby możliwe było zarejestrowanie zmian, jakie w niej wystąpiły od 2004 roku.

Dodatkowo nawiązano współpracę z ośrodkiem Sieci Wspierania Organizacji Pozarządowych Splot ze Śląska (Centrum Rozwoju Inicjatyw Społecznych CRIS), który zlecił Stowarzyszeniu Klon/Jawor zrealizowanie badania organizacji śląskich (opracowanie narzędzi badawczych, dobór próby, realizacja badania i opracowanie raportu), a także z partnerem Sieci Splot, Stowarzyszeniem „Tłok”, które zwróciło się o opiekę merytoryczną nad badaniem organizacji z województwa kujawsko-pomorskiego.

2. Praca nad kwestionariuszem

Większość pytań mierzących kondycję organizacji pozarządowych stosowanych w badaniu z 2004 roku pozostawiono bez zmian ze względu na porównywalność danych. Rozbudowana została część dotycząca finansowania działań organizacji, w tym samofinansowania, a także zatrudnienia w organizacjach, w tym zatrudniania osób o szczególnych trudnościach na rynku pracy. Zmieniono pytania o dostęp do funduszy unijnych, rozbudowano blok na temat współpracy z administracją publiczną, a także kultury organizacyjnej.

3. Praca nad próbą badawczą

Podobnie jak w 2004 roku, we współpracy z MPIPS złożono podanie do GUS-u w celu uzyskania danych adresowych organizacji pozarządowych wpisanych do rejestru REGON (stan na koniec 2005 roku). Kontynuowano też współpracę z dr Henrykiem Banaszakiem, któremu zlecono dobór próby. Stowarzyszenia i fundacje zostały wylosowane z zachowaniem reguł stosowanych przy badaniu w 2004 roku. W ramach badania realizowanego w 2006 roku zostało dodatkowo zbadanych m.in. 100 Ochotniczych Straży Pożarnych (mających status prawny stowarzyszeń), a także 100 oddziałów lokalnych nie rejestrowanych w rejestrze REGON.

4. Wybór firmy badawczej

Ponieważ badanie jest współfinansowane z pieniędzy publicznych (środki EQUAL), w celu wyłonienia firmy realizującej badanie zastosowano procedury zamówień publicznych (tryb zapytania o cenę). Najkorzystniejszą ofertę złożyła Fundacja Centrum Badania Opinii Społecznej i to ona realizowała

badanie w 2006 roku (inne firmy do których skierowano zapytanie: PBS Sopot, OBOP, SMG/KRC, GfK Polonia).

5. Zlecenie badania

Przygotowane zostały materiały pomocnicze do realizacji badania: list przewodni do badanych organizacji; miniankiety dokumentujące przebieg badania; zestaw kart dla respondenta; instrukcja dla ankietera. Umowa z Fundacją Centrum Badania Opinii Publicznej na realizację badania i sporządzenie bazy danych została podpisana 20 marca 2006 roku.

6. Realizacja badania

Realizacja badania trwała ostatecznie od połowy kwietnia (po uwzględnieniu uwag do narzędzia badawczego zgłoszonych przez CBOS) do połowy sierpnia 2006 roku. Okres realizacji badania był dwukrotnie dłuższy, niż to początkowo zakładano, trzeba jednak podkreślić, że w tym czasie realizowane było szersze badanie „Kondycja podmiotów ekonomii społecznej w Polsce”, w ramach którego przebadano 1900 podmiotów.

W ramach realizacji badania „Kondycja sektora organizacji pozarządowych w Polsce 2006”:

- ankieterzy przeprowadzili badanie w 1043 organizacjach w całej Polsce,
- zebrane zostały podstawowe dane (w przypadku organizacji, które nie zostały ostatecznie przebadane było to przede wszystkim ustalenie, czy organizacja prowadzi jeszcze działania i weryfikacja danych adresowych) o ok. 1900 organizacji, do których ankieterzy dotarli w trakcie realizacji badania,
- powstała baza danych w programie SPSS dostosowana do zaawansowanych obliczeń statystycznych.

7. Analiza danych i przygotowanie raportów

Na podstawie zebranych w badaniu danych powstał raport „Podstawowe fakty o organizacjach pozarządowych – raport z badania 2006”, a także kilka opracowań tematycznych (publikowanych przede wszystkim w gazecie.ngo.pl).

Raporty z badania Kondycja sektora 2006

Broszura „Podstawowe fakty o organizacjach pozarządowych – raport z badania 2006”

Podobnie jak w 2004 roku raport został napisany w sposób możliwie przystępny i przejrzysty (często w punktach), za pomocą wykresów, tabel i map prezentuje podstawowe wyniki. Również struktura publikacji nawiązuje do tej z 2004 roku - raport składa się z dziesięciu rozdziałów (poświęconych poszczególnym obszarom tematycznym), a także z części prezentującej kluczowe wyniki badania, części zbierającej najważniejsze konkluzje i aneksu metodologicznego. Ostatecznie jednak publikacja z 2006 roku jest obszerniejsza niż ta sprzed 2 lat – ma 80 stron. Raport został wydany w serii „Warto wiedzieć więcej. Badania organizacji pozarządowych” w 5 tysiącach egzemplarzy.

Analizy pogłębione – raporty i artykuły tematyczne

Na podstawie danych zebranych w badaniu opracowano następujące artykuły:

1. Na podstawie jeszcze wstępnego zbioru danych (900 organizacji z 1043 ostatecznie zbadanych) zostały opracowane podstawowe statystyki, które opublikowano w resume.gazeta.ngo.pl z 2006 roku.
2. Raport przygotowany w ramach projektu „W poszukiwaniu polskiego modelu ekonomii społecznej” pt. „Kondycja ekonomii społecznej w Polsce”, w którym przeanalizowano kondycje organizacji pozarządowych spełniających kryteria przedsiębiorstw społecznych. Raport został opublikowany w serii *Ekonomia Społeczna Teksty*, w ramach *Raportu Otwarcia projektu „W poszukiwaniu polskiego modelu ekonomii społecznej”* (na CD), a także w portalu www.ekonomiaspoleczna.pl.
3. Artykuł na podstawie wyników badania z 2006 roku opisujący działalność kobiet w sektorze -

gazeta.ngo.pl nr 10 z roku 2006.

4. Wywiad na temat najważniejszych wniosków z badania – gazeta.ngo.pl nr 11 z roku 2006.
5. Artykuł do 8. numeru kwartalnika Trzeci Sektor „Trzeci sektor na rozdrożu. Kondycja organizacji pozarządowych w Polsce w świetle wyników badań” podsumowujący wyniki badania organizacji pozarządowych z 2006 roku, przede wszystkim w obszarze zatrudnienia.

LUPA – monitoring współpracy między administracją publiczną i organizacjami pozarządowymi 2006

Po wprowadzeniu drobnych poprawek i zmian do ankiety została ona rozesłana (we współpracy z Departamentem Pożytku Publicznego MPiPS) do ok. 140 urzędów centralnych i regionalnych. Do początku kwietnia spłynęły odpowiedzi od wszystkich monitorowanych instytucji.

We współpracy z Departamentem Pożytku Publicznego MPS zebrano ok. 100 wypełnionych kwestionariuszy opisujących współpracę urzędów z organizacjami pozarządowymi i ok. 40 oświadczeń na temat braku współpracy w danym urzędzie (komplet danych zebrano m.in. z urzędów wojewódzkich i marszałkowskich oraz ministerstw).

Na podstawie zebranych danych powstała baza danych (dostępna w portalu www.ngo.pl). Wyniki badania zostały opisane w gazecie.ngo.pl. Ostateczny raport z badania został opublikowany w serwisie badania. Omawiał on również dane z badania współpracy z administracją lokalną (zrealizowanych w ramach projektu „W poszukiwaniu polskiego modelu ekonomii społecznej”) i został opublikowany w serii *Ekonomia Społeczna Teksty*, w ramach *Raportu Otwarcia projektu „W poszukiwaniu polskiego modelu ekonomii społecznej”* (na CD), a także w portalu www.ekonomiaspoleczna.pl.

Barometr Współpracy 2006

Celem badania w 2006 roku było uzyskanie podstawowych danych nt. współpracy samorządu (urzędów gmin i starostw powiatowych) z NGO, a także zebranie dokumentów określających podstawy tej współpracy, takich jak:

1. Program współpracy z organizacjami pozarządowymi (2005,2006)
2. Strategie rozwiązywania problemów społecznych
3. Program promocji zatrudnienia oraz lokalnego rynku pracy
4. Program działań na rzecz osób niepełnosprawnych

Zagadnienia poruszane w badaniu:

- Tryb opracowania programu współpracy
- Osoby odpowiedzialne za kontakty z organizacjami pozarządowymi
- Łączna kwota środków przekazanych organizacjom (lista organizacji, typy zadań)
- Tryb przekazania pieniędzy, w tym pytanie o kontraktowanie usług
- Oferty realizacji zadań publicznych ze strony organizacji (czy miały miejsce)
- Współpraca pozafinansowa (określona w UDPPiW)

Informacje od urzędów (wszystkich urzędów gmin i powiatów w całej Polsce) były zbierane odwołując się do mechanizmu dostępu do informacji publicznej zapisany w ustawie o dostępie do informacji publicznej z dnia 6 września 2001, art.2 ust. 1 (Dz. U. Nr 112, poz. 1198).

Rezultatem badania w 2006 roku były raporty na temat współpracy samorządu z NGO i w szczególności jakościowa analiza istniejących programów współpracy (Arkadiusz Jachimowicz „Samorząd terytorialny i organizacje pozarządowe – partnerzy w rozwoju ekonomii społecznej?” Marta Gumkowska „Organizacje pozarządowe jako partner administracji publicznej”, obydwa teksty zostały wydane na CD towarzyszącym publikacji „Raport otwarcia projektu W poszukiwaniu polskiego modelu ekonomii społecznej”, można je znaleźć na stronie www.ekonomiaspoleczna.pl). Jednak dane zebrane w badaniu

nie służyły tylko opracowaniu publikacji. Zostały one również opublikowane o ogólnodostępnej, internetowej bazie danych (www.bazy.ngo.pl, baza „Barometr – współpraca samorządu lokalnego z organizacjami pozarządowymi”). W bazie zostaną opublikowane wszystkie zgromadzone dokumenty (ten ostatni moduł dopiero uruchamiamy).

Badanie wolontariatu, filantropii i 1% 2006

Ankieta w 2006 roku nie wymagała dużych zmian, minimalnie przeformulowano kafeterię w kilku pytaniach z uwagi na poprawność metodologiczną.

Badanie zrealizowała, podobnie jak w poprzednich latach, firma SMG/KRC. Zostało ono przeprowadzone w listopadzie 2006 roku na reprezentatywnej próbie 1000 dorosłych Polaków.

Bazując na doświadczeniach z 2004 i 2005 roku, kiedy odnotowano duże zainteresowanie mediów wynikami badania, w 2006 roku postanowiono publikować i promować wyniki badania etapami.

- Na początku grudnia opublikowano komunikat prasowy nt. wolontariatu Polaków w 2005 roku, który został zaprezentowany na konferencji prasowej zorganizowanej przez Centrum Wolontariatu w Warszawie, a następnie rozesłany do mediów drogą mailową.
- Artykuł omawiający wyniki badania dotyczące wolontariatu został też opublikowany w gazecie.ngo.pl 2005 nr 12.
- Tuż przed świętami Bożego Narodzenia powstał i został przesłany mediom komunikat prasowy nt. filantropii Polaków w 2005 roku.
- Komunikat prasowy nt. skłonności Polaków do przekazania 1% podatku w 2005 roku został wysłany dziennikarzom na przełomie 2005 i 2006 roku.
- W pierwszym numerze gazety.ngo.pl w 2006 roku ukazały się dwa artykuły omawiające wyniki badań – jeden na temat filantropii, drugi dotyczący gotowości do korzystania z mechanizmu 1%.

Raport „Wolontariat, filantropia i 1% - raport z badania 2005”

Wnioski z badania dotyczące wolontariatu, filantropii i skłonności do przekazania 1% podatków zostały zawarte w raporcie przygotowanym do wydania w serii 3w*. Dodatkowo raport ten został wzbogacony o dane na temat:

- zaangażowania Polaków w innego rodzaju aktywność społeczną,
- postaw obywatelskich na podstawie badań międzynarodowych (European Social Survey),
- wizerunku i zaufaniu do organizacji pozarządowych i innych instytucji publicznych w Polsce i na świecie.

Raport „Wolontariat, filantropia i 1% - raport 2005” był dystrybuowany standardowymi kanałami dystrybucji broszur 3w*, a także promowany przy okazji wszystkich wydarzeń i imprez związanych z poruszonymi w nim tematami. Raport został też opublikowany w Internecie (w serwisie badania.ngo.pl).

Badanie społecznego kontekstu ekonomii społecznej

W ramach badania zebrano dane na temat społecznego odbioru przedsięwzięć Ekonomii Społecznej w Polsce. Badanie zostało przeprowadzone na reprezentatywnej próbie 1006 Polaków przez firmę SMG/KRC A Millward Brown Company.

Badanie jakościowe – 50 przedsiębiorstw ekonomii społecznej (PES)

Badanie służy zebraniu danych o kondycji, funkcjonowaniu, cyklu życiowym, otoczeniu instytucjonalnym i społecznym, a także problemach i potrzebach 50 przedsięwzięć ekonomii społecznej z całej Polski umożliwi kompleksową diagnozę uwarunkowań ich rozwoju na poziomie lokalnym, pozwoli określić miejsce przedsięwzięć ES w sieci instytucji służących dostarczaniu usług społecznych i rozwojowi rynku pracy. Zgromadzona wiedza pozwoli lepiej opisać praktyczne problemy związane z rozwojem ES na poziomie lokalnym, i zarazem służyć będą pracy nad jakością narzędzi wypracowywanych w ramach projektu.

Działania zrealizowane w 2006 roku:

- dobór 50 PES
- opracowanie metodologii pierwszego etapu badania i jego realizacja
- zajęcia w IS UW – współpraca przy badaniach ze studentami

Zakończenie prac nad raportem Indeks Społeczeństwa Obywatelskiego

W wyniku oceny 72 wskaźników przez Radę ISO powstał tzw. diament społeczeństwa obywatelskiego (graficzne obrazujący wynik Indeksu na poziomie czterech wymiarów), który stanowi podstawę do porównań kondycji społeczeństwa obywatelskiego w krajach realizujących projekt (ok. 60 krajów świata). Dyskusja nad zgromadzonym materiałem w trakcie spotkania Rady była też okazją do uzupełnienia raportu o nowe dane i przykłady działań organizacji społeczeństwa obywatelskiego – razem z komentarzami ekspertów zostały one włączone do ostatecznej wersji raportu.

Zgodnie z metodologią Indeksu ostateczną wersję raportu uzupełniono o opis założeń projektu, krótki opis polskiego kontekstu historycznego i społecznego, który ma wpływ na rozwój społeczeństwa obywatelskiego, podsumowanie i konkluzje płynące z zebranego materiału, a także załączniki. Książka „Indeks Społeczeństwa Obywatelskiego w Polsce 2005” została wydana w 1000 egzemplarzy.

Cały raport został opublikowany w internecie, w serwisie badania.ngo.pl. Internetowa, interaktywna wersja raportu, została poszerzona linki do dostępnych źródeł danych (do cytowanych raportów, organizacji itp.) oraz wyposażona w formularze umożliwiające użytkownikom komentowanie i uzupełnianie treści Indeksu (np. dodawania i uaktualniania źródeł danych).

Pełna wersja raportu została ponownie przetłumaczona na język angielski. Angielska wersja raportu była jeszcze konsultowana z międzynarodowym koordynatorem projektu. Ostateczny raport został zaakceptowany i opublikowany na stronie www.civicus.org w początkach czerwca 2006 roku.

Promocja Raportu „Indeks Społeczeństwa Obywatelskiego 2005”

Raport został wydany w nakładzie 1 tys. egzemplarzy. Informacja o konferencji (promującej raport), razem z podstawową informacją o projekcie oraz ofertą przesłania publikacji, zostały rozesłane do ok. 500 osób (przedstawiciele organizacji, w tym infrastruktury, członkowie panelu internetowego, przedstawiciele administracji publicznej z poziomu centralnego i regionalnego odpowiedzialni za współpracę z organizacjami, członkowie grupy Badania, inni badacze i akademicy zainteresowani tematem, przedstawiciele mediów). W trakcie i po konferencji rozdyskrebowano ok. 200 egzemplarzy publikacji. Wszyscy adresaci zaproszeń, którzy nie dotarli na konferencje, a zgłosili chęć otrzymania publikacji otrzymali ją drogą pocztową. Do kolejnych 200 osób i instytucji wysłano raport w ramach wysyłki (przedstawiciele infrastruktury, administracji, np. Rada Pożytku Publicznego).

Publikacja „Trzeci sektor dla zaawansowanych” – wydany w nakładzie 500 egzemplarzy. Plan promocji objął wysyłkę raportu do: bibliotek akademickich i pracowników naukowych prowadzących zajęcia z tematyki „obywatelskiej”, przedstawicieli organizacji infrastrukturalnych i osób zainteresowanych z grupy Badania. Planowana jest też promocja publikacji w ramach wszelkiego rodzaju imprez (konferencji/ seminariów) poświęconych zbliżonej tematyce, np. w maju 2007 roku planowana jest konferencja „Metody badania społeczeństwa obywatelskiego. Jak badać działanie społeczne?” (organizowana przez UAM z Poznania), która będzie dobrą okazją do prezentacji publikacji.

Raporty w ramach publikacji Raport Otwarcia projektu „W poszukiwaniu polskiego modelu ekonomii społecznej” :

- Organizacje pozarządowe jako partner administracji publicznej,
- Społeczny kontekst rozwoju ekonomii społecznej w Polsce,

- Geografia polskiej ekonomii społecznej,
- Kondycja ekonomii społecznej w Polsce,

Raporty na zlecenie:

- Kondycja organizacji pozarządowych na Śląsku w 2006 roku (CRIS)
- Dostęp organizacji pozarządowych od funduszy strukturalnych – stan obecny i perspektywy (FIP)

Propozycja konstrukcji wskaźników służących monitorowaniu działań 4.4 i 4.5 w priorytecie IV Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki”) dla MPiPS

Między innymi na podstawie wyników badania Kondycja sektora organizacji pozarządowych (z 2004 i 2006 roku) Stowarzyszenie Klon/Jawor przygotowało, na zlecenie Departamentu Pożytku Publicznego MPiPS, propozycję wskaźników do celów, priorytetów i działań Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki (ekspertyza „Propozycja konstrukcji wskaźników służących monitorowaniu działań 4.4 i 4.5 w priorytecie IV Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki”).

W roku 2006 realizowano przyjętą strategię promocji marki ngo.pl (różnorodnych produktów, realizowanych przez Stowarzyszenie). Poniżej znajduje się omówienie jej realizacji w ramach Programu Portal przez pryzmat postawionych celów strategicznych.

CEL 4: zbudowanie mocnej pozycji serwisu badania.ngo.pl jako źródła wiedzy o badaniach III sektora
 Powyższy cel chcieliśmy osiągnąć poprzez: aktualne prowadzenie serwisu badania.ngo.pl, podniesienie jego jakości i kompletności, regularne prowadzenie badań i wydawanie raportów, promowanie wyników badań.

W ramach realizacji celu podjęto następujące działania.

- Wysyłaliśmy informacje prasowe, prezentujące wyniki badań, prowadzonych przez zespół badawczy Stowarzyszenia Klon/Jawor. W grudniu 2005 roku wysłaliśmy 3 informacje, prezentujące wyniki badań dot. wolontariatu, filantropii oraz skłonności do przekazywania 1% podatku. W lutym i marcu 2006 roku wysyłaliśmy komunikaty informujące o 1%. W czerwcu została rozesłana informacja prasowa, prezentująca wyniki badania „Indeks Społeczeństwa Obywatelskiego”. W okresie listopad-grudzień 2006 ponownie wysyłaliśmy informacje dotyczące aktualnych wyników badań, dotyczących wolontariatu i filantropii. Informacje prasowe mają bardzo duży oddźwięk w prasie – na 93 publikacje odwołujące się do Stowarzyszenia Klon/Jawor, 76 dotyczyły wyników badań. Ponadto zostało udzielonych kilkanaście wywiadów radiowych i telewizyjnych, związanych z wynikami badań.
- W portalu ukazał się baner promujący serwis badania, a w newsletterze zamieszczaliśmy najważniejsze dane z badań, zachęcając do odwiedzania serwisu. Ponadto w miesięczniku ukazywały się regularnie teksty pisane na podstawie badań. W ten sposób promowaliśmy badania w sektorze oraz docieraliśmy z nimi do organizacji.
- W grudniu 2006 ukazała się ulotka o badaniach „Kondycja III sektora”, prezentująca najważniejsze fakty o organizacjach pozarządowych w Polsce. Ulotka została wysłana do prenumeratorów miesięcznika gazeta.ngo.pl
- W serwisie badania.ngo.pl na bieżąco zamieszczane były informacje i raporty z badań. W 2006 roku w serwisie odnotowano ponad 24 000 wizyt.
- Odbyła się konferencja, poświęcona wynikom badań Indeksu Społeczeństwa Obywatelskiego, na której spotkało się ok. 70 przedstawicieli organizacji. Konferencja była okazją do promocji tego, oraz pozostałych projektów badawczych.

Badania są prowadzone regularnie, wydawane są raporty. Media i organizacje często odwołują się do naszych badań, korzystają z nich. Zespół badawczy stale wypowiada się w mediach czy podczas opiniotwórczych spotkań, wykorzystując wyniki badań. Dalszej pracy wymaga rozwój serwisu badania.ngo.pl, uprzyższenie go, oraz regularne prowadzenie działań promocyjnych, mających na celu

upowszechnianie wyników badań w przystępny sposób dla „prostego człowieka”.

Sponsorzy Programu Badania:

Trust for Civil Society i Fundacja im. Stefana Batorego

Inicjatywa Wspólnotowa Equal EFS

ZESPÓŁ

- **Ula Krasnodębska** - Dyrektor
kontakt: ula.krasnodebska@klon.org.pl
- **Krzysztof Śliwiński** - księgowy

PROGRAM INFORMACJA SPOŁECZNA

- **Renata Niecikowska** - koordynatorka
kontakt: renata.niecikowska@klon.org.pl
- **Monika Chrzczonowicz** - Informatorium
kontakt: monika.chrzczonowicz@klon.org.pl
- **Beata Kwiatkowska** - Informatorium
kontakt: beata.kwiatkowska@klon.org.pl
- **Aneta Krawczyk** - Informatorium
kontakt: aneta.krawczyk@szpitalna.ngo.pl
- **Lena Kosowska** - Informatorium
kontakt: lana.kosowska@klon.org.pl
- **Wojciech Lipiński** - bazy danych
kontakt: wojtek.lipiński@klon.org.pl
- **Rafał Kowalski** - redaktor serii "Poznaj Swoje Prawa" (PSP)
kontakt: rafal.kowalski@klon.org.pl

PROGRAM BADANIA III SEKTORA

- **Marta Gumkowska** - koordynatorka, kontakt: marta.gumkowska@klon.org.pl
- **Justyna Szolajska** - członek zespołu badawczego, kontakt: justyna.szolajska@klon.org.pl
- **Jan Herbst** - członek zespołu badawczego, kontakt: jan.herbst@klon.org.pl
- **Kuba Wygnański** - ekspert programu badania, kontakt: kuba.wygnanski@klon.org.pl

PROGRAM PORTAL [WWW.NGO.PL](http://www.ngo.pl)

- **Alina Gałazka** - koordynatorka, redaktor naczelna
kontakt: alina.galazka@portal.ngo.pl
- **Iza Dembicka** - promocja
kontakt: iza.dembicka@portal.ngo.pl
- **Magda Dobranowska** - redaktorka, dziennikarka
kontakt: magda.dobranowska@portal.ngo.pl
- **Magda Bogdaniuk** - redaktorka
kontakt: magda.bogdaniuk@portal.ngo.pl
- **Malgosia Borowska** - dziennikarka
kontakt: malgorzata.borowska@portal.ngo.pl
- **Piotr Plenik** - informatyk
kontakt: piotr.plenik@portal.ngo.pl

STAŁE WSPÓŁPRACUJĄ Z NAMI

- **Aneta Krawczyk Informatorium**
- **Patryk Szajer** - Program Portal www.ngo.pl