



STRATEGIA ROZWOJU NA LATA 2026-2030

„Między Uszami – Krakowska Fundacja Rozwoju Edukacji Niesłyszących im. Marka Mazurka”

Tekst jednolity z dnia 30 października 2025 r.

I. Charakter i rola dokumentu

1. Strategia Rozwoju Fundacji Między Uszami na lata 2026–2030 jest dokumentem określającym długofalowe kierunki działań programowych, organizacyjnych i finansowych Fundacji, zgodnie z jej misją, celami statutowymi oraz dotychczasowym doświadczeniem.
2. Strategia ma na celu stopniowe uniezależnienie działalności Fundacji od finansowania grantowego poprzez rozwój stabilnych, alternatywnych źródeł przychodów oraz wzmocnienie trwałości organizacyjnej.
3. Strategia rozwoju:
 - stanowi narzędzie planistyczne Zarządu,
 - porządkuje działania Fundacji w perspektywie wieloletniej,
 - wzmacnia ciągłość i spójność podejmowanych inicjatyw,
 - wyznacza ramy rozwoju niezależnie od źródeł finansowania.

II. Podstawa statutowa strategii

1. Strategia została opracowana w oparciu o:
 - cele Fundacji określone w § 4 Statutu,
 - formy realizacji celów wskazane w § 6 Statutu,
 - kompetencje Zarządu do opracowywania strategii i planów działania.
2. Fundacja działa na rzecz ogółu społeczności, ze szczególnym uwzględnieniem osób niesłyszących oraz ich rodzin, realizując działania edukacyjne, wspierające, kulturowe i społeczne w duchu edukacji włączającej i uniwersalnego projektowania.



III. Misja i wartości

1. Misją Fundacji Między Uszami jest wyrównywanie szans edukacyjnych osób niesłyszących oraz wspieranie ich pełnego uczestnictwa w życiu społecznym, edukacyjnym i kulturowym, poprzez tworzenie dostępnych treści edukacyjnych, rozwój kompetencji oraz wzmacnianie rodzin i środowisk lokalnych.

2. Fundacja realizuje swoją misję w oparciu o następujące wartości:

- dostępność i równość,
- szacunek dla Polskiego Języka Migowego (dalej PJM) i Kultury Głuchych,
- wysoka jakość merytoryczna i etyczna działań,
- odpowiedzialność społeczna i transparentność,
- współpraca i solidarność.

IV. Diagnoza sytuacji wyjściowej

1. Na początku okresu strategicznego Fundacja:

- posiada ugruntowane doświadczenie w realizacji projektów edukacyjnych, społecznych i multimedialnych,
- dysponuje unikalnymi kompetencjami w zakresie tworzenia treści w PJM,
- rozwija działania e-learningowe oraz cyfrowe formy edukacji,
- stoi przed wyzwaniem dalszej profesjonalizacji i stabilizacji organizacyjnej.

2. Dotychczasowe działania Fundacji miały charakter projektowy i krótkoterminowy, co ograniczało możliwość długofalowego planowania rozwoju oraz stabilizacji organizacyjnej. Opracowanie strategii rozwoju umożliwia uporządkowanie kierunków działań Fundacji i ich realizację w perspektywie wieloletniej.

3. Jednocześnie utrzymują się istotne potrzeby społeczne:

- ograniczony dostęp osób Głuchych do edukacji w języku naturalnym,
- niewystarczająca liczba dostępnych, systemowych materiałów edukacyjnych,
- duże obciążenie informacyjne i edukacyjne rodzin dzieci niesłyszących,
- niska świadomość społeczna w zakresie PJM i dostępności.



V. Analiza SWOT

1. Mocne strony:

- jasno określona misja i cele statutowe,
- unikalne kompetencje w zakresie PJM i edukacji dostępnej,
- doświadczenie w działaniach edukacyjnych i multimedialnych,
- elastyczność i zdolność reagowania na potrzeby społeczne.

2. Słabe strony:

- ograniczone zasoby kadrowe,
- duże obciążenie zespołu działaniami operacyjnymi,
- potrzeba dalszej stabilizacji finansowej,
- ograniczona rozpoznawalność poza środowiskiem osób niesłyszących.

3. Szanse:

- rosnąca świadomość społeczna w zakresie dostępności,
- rozwój narzędzi cyfrowych i e-learningu,
- silne środowisko organizacji i instytucji na Śląsku,
- potencjał działań skierowanych do osób słyszących.

4. Zagrożenia:

- niestabilność finansowania sektora pozarządowego,
- ryzyko przeciążenia organizacji przy wzroście skali działań,
- zmienność otoczenia prawnego i instytucjonalnego.

5. Na podstawie analizy SWOT Fundacja koncentruje się na:

- wzmacnianiu działań regionalnych, w szczególności na Śląsku,
- budowaniu trwałych partnerstw i sieci współpracy,
- rozszerzaniu działań edukacyjnych skierowanych do osób słyszących,
- równoważeniu rozwoju programowego i organizacyjnego.

Analiza SWOT wskazała kluczowe atuty Fundacji, w tym doświadczenie i kompetencje w obszarze edukacji dostępnej i PJM, oraz na obszary wymagające wzmocnienia, w szczególności stabilność finansową i organizacyjną. Zidentyfikowała także istotne szanse rozwojowe, takie jak budowanie partnerstw, rozwój działań regionalnych oraz poszerzanie działań skierowanych do osób słyszących.



VI. Cele strategiczne na lata 2026–2030

1. Rozwój dostępnej edukacji w Polskim Języku Migowym

Fundacja konsekwentnie rozwija ofertę edukacyjną w PJM, obejmującą dzieci, młodzież i dorosłych, w szczególności poprzez nowoczesne formy nauczania zdalnego i e-learningowego.

Zakładane kierunki działań:

- tworzenie modułowych kursów edukacyjnych w PJM,
- rozwój tematycznych programów edukacyjnych (bezpieczeństwo, rodzina, zdrowie, obywatelskość, kompetencje społeczne),
- dostosowywanie treści do różnych grup wiekowych i poziomów kompetencji,
- rozwój narzędzi cyfrowych wspierających proces uczenia się.

2. Wzmacnianie rodzin i środowisk wspierających osoby niesłyszące

Fundacja podejmuje działania na rzecz zwiększenia kompetencji rodziców, opiekunów i osób pracujących z dziećmi oraz młodzieżą niesłyszącą.

Zakładane kierunki działań:

- przygotowywanie materiałów edukacyjnych i informacyjnych dla rodzin,
- rozwój poradnictwa edukacyjno-pedagogicznego,
- działania wspierające integrację społeczną i emocjonalną,
- współpraca z instytucjami edukacyjnymi i lokalnymi.

3. Upowszechnianie Polskiego Języka Migowego i Kultury Głuchych

Fundacja rozwija działania edukacyjne i informacyjne skierowane do ogółu społeczeństwa, mające na celu zwiększenie widoczności PJM oraz kultury i tożsamości osób Głuchych.

Zakładane kierunki działań:

- produkcja materiałów popularyzujących PJM,
- działania edukacyjne i kulturalne o charakterze otwartym,
- współpraca z mediami, instytucjami kultury i edukacji,
- promowanie dostępności jako standardu społecznego.



4. Stabilny rozwój instytucjonalny Fundacji

Fundacja dąży do wzmocnienia swojej trwałości organizacyjnej, kadrowej i finansowej, tak aby zapewnić ciągłość działań statutowych w perspektywie długoterminowej.

Zakładane kierunki działań:

- rozwój zespołu i kompetencji zarządczych,
- inwestycje w zaplecze techniczne i cyfrowe,
- dywersyfikacja źródeł finansowania (darowizny, odpłatna działalność statutowa, współpraca partnerska),
- porządkowanie procedur wewnętrznych i planowania.

5. Rozwój regionalny Fundacji

Fundacja zakłada systematyczne wzmacnianie swojej obecności i działań na terenie województwa śląskiego, traktując ten obszar jako strategiczny region rozwoju społecznego, edukacyjnego i partnerskiego.

Zakładane kierunki działań:

- rozwój i realizacja działań edukacyjnych, społecznych i kulturalnych,
- współpraca z lokalnymi organizacjami pozarządowymi, instytucjami kultury, edukacji oraz jednostkami samorządu terytorialnego,
- budowanie trwałych relacji ze środowiskami lokalnymi i regionalnymi,
- dostosowywanie oferty Fundacji do specyfiki i potrzeb społeczności lokalnych.

6. Budowanie partnerstw i zwiększanie oddziaływania społecznego

Fundacja dąży do wzmacniania swojej roli jako partnera merytorycznego i społecznego, rozwijając współpracę z różnorodnymi podmiotami oraz zwiększając skalę i zasięg oddziaływania swoich działań. Zakładane kierunki działań:

- inicjowanie i rozwijanie partnerstw z organizacjami pozarządowymi, instytucjami publicznymi oraz podmiotami prywatnymi,
- realizacja działań opartych na współpracy i wymianie doświadczeń,
- rozwój projektów partnerskich o charakterze lokalnym, regionalnym i ogólnopolskim,
- wzmacnianie widoczności Fundacji jako eksperckiego podmiotu w obszarze dostępności, edukacji i PJM,
- rozwijanie działań skierowanych do osób słyszących w celu budowania świadomości społecznej i zmiany postaw.



VIII. Strategia promocji i komunikacji Fundacji

1. Strategia promocji i komunikacji stanowi integralną część Strategii Rozwoju i służy wzmocnieniu widoczności działań Fundacji oraz budowaniu jej długofalowej obecności w przestrzeni publicznej. W szczególności ma na celu:

- zwiększenie rozpoznawalności Fundacji oraz jej działań edukacyjnych i społecznych,
- zapewnienie ciągłości i spójności komunikacji niezależnej od realizacji pojedynczych projektów,
- wspieranie realizacji celów statutowych i strategicznych Fundacji.

2. Działania promocyjne Fundacji są prowadzone w sposób planowy i konsekwentny oraz koncentrują się na:

- budowaniu spójnego i wiarygodnego wizerunku organizacji,
- wzmocnieniu pozycji Fundacji jako eksperckiego podmiotu w obszarze edukacji dostępnej i PJM,
- docieraniu z przekazem do różnych grup odbiorców, w tym osób słyszących, w celu zwiększania świadomości społecznej.

3. Strategia promocji opiera się na wykorzystaniu zróżnicowanych obszarów komunikacji, w szczególności:

- strony internetowej Fundacji,
- mediów społecznościowych oraz innych kanałów internetowych,
- platform edukacyjnych wykorzystywanych w działaniach Fundacji,
- tematycznych formatów działań edukacyjnych i informacyjnych Fundacji,
- materiałów edukacyjnych i multimedialnych, takich jak grafiki, filmy i treści.

4. W ramach strategii promocji realizowane są działania wspierające realizację celów strategicznych Fundacji, w szczególności:

- działania informacyjne, edukacyjne i promocyjne,
- kampanie wspierające ofertę edukacyjną Fundacji oraz upowszechnianie jej działań,
- działania wspierające fundraising oraz budowanie trwałych partnerstw,
- inicjatywy zwiększające zasięg oddziaływania społecznego Fundacji oraz wzmocniające jej stabilność organizacyjną i finansową.



IX. Plan działań Fundacji na lata 2026–2030

Plan działań określa główne obszary aktywności Fundacji w perspektywie wieloletniej i stanowi operacyjne rozwinięcie celów strategicznych.

1. Edukacja dostępna w PJM:

- rozwój programów edukacyjnych w PJM w formie multimedialnej,
- tworzenie modułowych treści edukacyjnych dla różnych grup wiekowych,
- stała aktualizacja i rozwój materiałów dydaktycznych.

2. Wsparcie rodzin i środowisk lokalnych:

- opracowywanie materiałów informacyjnych i edukacyjnych dla rodziców i opiekunów,
- rozwój poradnictwa edukacyjno-pedagogicznego,
- współpraca z placówkami edukacyjnymi i instytucjami lokalnymi.

3. Upowszechnianie PJM i Kultury Głuchych:

- działania edukacyjne i informacyjne skierowane do ogółu społeczeństwa,
- współpraca z instytucjami kultury, mediami i środowiskami edukacyjnymi,
- promowanie dostępności jako standardu społecznego.

4. Rozwój regionalny – województwo śląskie:

- realizacja działań edukacyjnych i społecznych na Śląsku,
- budowanie sieci współpracy regionalnej,
- wzmacnianie obecności Fundacji w środowiskach lokalnych.

5. Rozwój instytucjonalny:

- rozwój zespołu i kompetencji organizacyjnych,
- porządkowanie procedur wewnętrznych,
- rozwój działań fundraisingowych, kampanii darowizn i 1,5% podatku,
- dywersyfikacja źródeł finansowania i współpracy.

Plan ma charakter ramowy i elastyczny, co umożliwia jego dostosowywanie do zmieniających się uwarunkowań organizacyjnych, społecznych i finansowych, przy jednoczesnym zachowaniu spójności z misją i wartościami Fundacji. Realizacja poszczególnych działań będzie następować etapowo, z uwzględnieniem dostępnych zasobów oraz priorytetów określonych w strategii.



X. Monitoring i aktualizacja strategii

1. Realizacja strategii będzie monitorowana przez Zarząd Fundacji w oparciu o:

- coroczne sprawozdania merytoryczne i finansowe,
- analizę stopnia realizacji celów strategicznych,
- bieżące potrzeby społeczne i organizacyjne.

2. Zarząd może powołać zespół roboczy lub osobę odpowiedzialną za koordynację realizacji strategii. Strategia może być aktualizowana uchwałą Zarządu w przypadku istotnych zmian otoczenia lub skali działalności Fundacji.