



**e-Αιμοδοτές**  
Αστική Μη Κερδοσκοπική Εταιρεία

**«e-Αιμοδοτές»  
Αστική Μη Κερδοσκοπική Εταιρεία**

**ΚΑΝΟΝΙΣΜΟΣ ΟΡΘΗΣ ΧΡΗΣΗΣ ΜΕΣΩΝ  
ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΔΙΚΤΥΩΣΗΣ**

**Όπως εγκρίθηκε με την Απόφαση 17/2022  
της Τακτικής Γενικής Συνέλευσης της e-Αιμοδοτές το Σάββατο 05/11/2022**

## **ΕΙΣΑΓΩΓΗ**

Ο Κανονισμός διοργάνωσης εκδηλώσεων και εξορμήσεων αιμοδοσίας (εφεξής «ο **KANONΙΣΜΟΣ**») υιοθετήθηκε από την «e-Αιμοδότες Αστική Μη Κερδοσκοπική Εταιρεία» (εφ' εξής «**e-Αιμοδότες**») με την από 05/11/2022 απόφαση της Τακτικής Γενικής Συνέλευσης.

Σκοπός του ΚΑΝΟΝΙΣΜΟΥ είναι η δημιουργία ενός κανονιστικού πλαισίου για την ορθή χρήση μεσών κοινωνικής δικτύωσης στην e-Αιμοδότες. Ο όρος μέσα κοινωνικής δικτύωσης (ή αλλιώς social media) αναφέρεται στα μέσα αλληλεπίδρασης και επικοινωνίας ομάδων ανθρώπων μέσω διαδικτυακών κοινοτήτων. Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης εμφανίζονται σε διάφορες μορφές όπως π.χ. το Facebook, το Twitter, το TikTok, κ.α.. Ο κανονισμός στοχεύει να δώσει γενικές κατευθύνσεις ώστε να γίνουν σαφή κάποια γενικά τεχνικά και οργανωτικά θέματα που είναι απαραίτητο να διευθετούνται εγκαίρως για την επιτυχία κάθε εκδήλωσης ή κάθε στόχου επικοινωνίας στα κοινωνικά δίκτυα.

Ο Κανονισμός δεν περιλαμβάνει κάθε πιθανό ενδεχόμενο, ούτε καλύπτει κάθε θέμα σε πλήρη ανάλυση και θα πρέπει πάντοτε να ερμηνεύεται με βάση την αρχή της καλής πίστης και τους καταστατικούς σκοπούς της «e-Αιμοδότες».

Ο Κανονισμός θα γνωστοποιείται σε όλους ενδιαφερόμενους (τα Ιδρυτικά Μέλη, τα Επίτιμα μέλη, τους εθελοντές κτλ.) κατά την έναρξη απασχόλησης τους στην «e-Αιμοδότες» και θα αναρτηθεί στην ιστοσελίδα της ΑΜΚΕ ώστε είναι άμεσα διαθέσιμος σε οποιονδήποτε ενδιαφερόμενο.

### **Άρθρο 1**

#### **e-Αιμοδότες**

Η «e-Αιμοδότες», είναι μία αστική μη κερδοσκοπική εταιρεία που εδρεύει στη Κομοτηνή, με ΑΦΜ: 996905791 της Δ.Ο.Υ. Κομοτηνής, που έχει συσταθεί και λειτουργεί νόμιμα, δυνάμει του αριθμού καταχώρησης 02/22 του Πρωτοδικείου Ροδόπης.

Η «e-Αιμοδότες Αστική Μη Κερδοσκοπική Εταιρεία» ιδρύθηκε τον Μάιο του 2022 από τους δημιουργούς του συστήματος πληροφόρησης και άμεσης

ειδοποίησης αναγκών αιμοδοσίας e-Αιμοδότες, με σκοπό την ενεργό δράση για θέματα αιμοδοσίας.

Η «e-Αιμοδότες» σύμφωνα με τους καταστατικούς της σκοπούς στοχεύει στη με κάθε σύννομο τρόπο διάδοση της Εθελοντικής μη Αμειβόμενης Αιμοδοσίας ως ύψιστη πράξη αλληλεγγύης και αλτρουισμού προς τους συνανθρώπους.

Υλοποιήθηκε ως συνέχεια της εφαρμογής και του πληροφοριακού συστήματος e-Αιμοδότες που αποτυπώνει τις έκτακτες ανάγκες αιμοδοσίας και τις προγραμματισμένες εξορμήσεις αιμοδοσίας των νοσοκομειακών υπηρεσιών αιμοδοσίας ώστε οι ανάγκες αίματος να γίνονται όλο και πιο ορατές από ολόκληρη την κοινωνία.

Για τους σκοπούς του παρόντος Κανονισμού, με τον όρο Διοίκηση νοείται κάθε νόμιμος εκπρόσωπος ή εξουσιοδοτημένο πρόσωπο της «e-Αιμοδότες», εφόσον ενεργεί εντός των ορίων των αρμοδιοτήτων και των καθηκόντων που του έχουν ανατεθεί.

## **ΠΕΔΙΟ ΕΦΑΡΜΟΓΗΣ**

Ο παρών Κανονισμός εφαρμόζεται σε όλο το προσωπικό που απασχολείται στην «e-Αιμοδότες» με συμβάσεις εργασίας ορισμένου χρόνου, με συμβάσεις παροχής ανεξάρτητων υπηρεσιών, με συμβάσεις εθελοντικής εργασίας, με άσκηση εθελοντικής εργασίας, με συμβάσεις έμμισθων εντολών είτε πρόκειται για προσωπικό πλήρους είτε μερικής απασχόλησης και ανεξάρτητα από τη φύση των παρεχόμενων υπηρεσιών, του τρόπου πληρωμής ή του τόπου παροχής της εργασίας (αναφερόμενοι στο εξής ως «**Εργαζόμενοι**»). Ο παρών Κανονισμός δεσμεύει όλους, ανεξάρτητα από το χρόνο έναρξη της εργασιακής σχέσης/συνεργασίας.

Η τήρηση των αξιών, αρχών και κανόνων του παρόντος Κανονισμού αποτελεί συλλογική ευθύνη του συνόλου του δυναμικού της «e-Αιμοδότες» έτσι ώστε να διασφαλίζεται ότι όλοι οι εργαζόμενοι, και οι συνεργάτες μοιραζόμαστε τις βασικές αξίες που τίθενται από τους σκοπούς και το καταστατικό της «e-Αιμοδότες».

Ο παρών ΚΑΝΟΝΙΣΜΟΣ παραθέτει τις κατευθυντήριες γραμμές και δεν είναι εξαντλητικός.

## **ΙΣΧΥΣ**

Ο παρών Κανονισμός καθώς και κάθε μελλοντική τροποποίηση, αναθεώρηση ή προσθήκη, ισχύει δέκα (10) ημέρες μετά την έγκρισή του από την τακτική ή έκτακτη Γενική Συνέλευση και αφού αναρτηθεί σε προσιτό και εμφανές σημείο του εργασιακού χώρου, και οι εργαζόμενοι, οι εθελοντές και συνεργάτες λαμβάνουν γνώση και συμμορφώνονται, ρυθμίζει δε τις σχέσεις της «ε-Αιμοδότες» με τους εθελοντές για τα θέματα που συμπεριλαμβάνονται σε αυτόν.

## **Άρθρο 2**

### **Τύποι χρήσης των μέσων κοινωνικής δικτύωσης**

Στο πλαίσιο του παρόντος Κανονισμού αναγνωρίζονται οι παρακάτω τύποι χρήσης των μέσων κοινωνικής δικτύωσης εκδηλώσεων:

#### **1. Πληροφόρηση (broadcasting)**

(αναμετάδοση νέων και πληροφοριών σε τρίτους, ανάκτηση πληροφοριών από τρίτους, προώθηση των στόχων και των καινοτομιών, ενίσχυση των δράσεων του μη κερδοσκοπικού οργανισμού)

#### **2. Διάλογος (dialogue)**

(ενίσχυση του διαλόγου με χρήστες από διαφορετικούς λειτουργικούς και επαγγελματικούς τομείς, σύνδεση με ειδικούς επί συγκεκριμένων θεμάτων, διευκόλυνση της τυχαία ανακάλυψης της γνώσης, ανατροφοδότηση σχετικά με τις μη κερδοσκοπικές δραστηριότητες, πρόσβαση σε νέες ιδέες)

#### **3. Συνεργασία (collaboration)**

(για την επίτευξη συγκεκριμένων αποτελεσμάτων που μπορεί να αφορούν λύσεις, ιδέες, συνεργασίες, υπηρεσίες, εσωτερική διαχείριση έργων, υποστήριξη μη κερδοσκοπικών ή διοικητικών λειτουργιών, σύνδεση με τους πολίτες)

#### **4. Διαχείριση της γνώσης (knowledgemanagement)**

(αποθήκευση, διατήρηση και ανάκτηση της γνώσης δημιουργία κεντρικών αποθετηρίων και βάσεων αναζήτησης πληροφοριών)

#### **5. Κοινωνικότητα (sociability)**

(ενίσχυση της συναδελφικότητας, της πίστης και των κοινωνικών σχέσεων μεταξύ των συναδέλφων και των χρηστών γενικότερα)

### **Άρθρο 3**

#### **Χρήση της μέθοδου POST**

Η παρουσίαση της «e-Αιμοδότες» στα social media περιλαμβάνει την χρήση της μεθόδου POST η οποία είναι αποτελεσματική σε μη κερδοσκοπικές οργανώσεις στη δημιουργία και στην ανάπτυξη μιας Social Media Marketing στρατηγικής.

Η μέθοδος POST, η οποία αποτελείται από τους Ανθρώπους (People), τους Στόχους (Objectives), τη Στρατηγική (Strategy), και την Τεχνολογία (Technology).

Η μέθοδος POST αρχίζει με την εξέταση των ενδιαφερόμενων ενός μη κερδοσκοπικού οργανισμού και τα είδη των κοινωνικών μέσων που χρησιμοποιούν αυτοί. Αυτή η δραστηριότητα, η οποία προφανώς περιλαμβάνει την έρευνα, δείχνει τι είναι πιο πρόθυμοι να κάνουν οι ενδιαφερόμενοι μέσω του διαδικτύου. Για το λόγο αυτό, θα πρέπει η μη κερδοσκοπική οργάνωση να προσπαθήσει να ερευνήσει, που περνούν τον περισσότερο χρόνο τους οι ενδιαφερόμενοι και τι είναι αυτό που τους αρέσει συνήθως να κάνουν, σχετικά με τα Social Media.

Το επόμενο βήμα της μεθόδου POST, εστιάζει στους στόχους του μη κερδοσκοπικού οργανισμού. Όσον αφορά τους στόχους, ο μη κερδοσκοπικός οργανισμός θα πρέπει να έχει σαφείς και καθορισμένους σκοπούς, στην Social Media Marketing καμπάνια της. Αυτοί οι στόχοι, θα μπορούσαν να σχετίζονται με όλα αυτά που αναφέρθηκαν νωρίτερα. Ωστόσο, κάθε Social Media Marketing στρατηγική θα πρέπει να έχει ως βασικό της θέμα, την επέκταση της παρουσίας του οργανισμού στο διαδίκτυο. Επιπλέον, οι περισσότεροι

οργανισμοί έχουν συγκεκριμένους βραχυπρόθεσμους στόχους, καθώς και μακροπρόθεσμες στρατηγικές. Συγκεκριμένα, το Social Media Marketing, εμπίπτει πράγματι σε δύο κατηγορίες: την τρέχουσα στρατηγική και τις καμπάνιες.

Το τρίτο μέρος της μεθόδου POST, αναφέρεται στην εξής ερώτηση: «Πόσο θέλει ο οργανισμός να αλλάξει τις σχέσεις του με τους ενδιαφερόμενους / χρήστες / πολίτες της;». Υπενθυμίζοντας ότι ο τελικός σκοπός των Social Media είναι η ανάπτυξη, βελτίωση και η διατήρηση των σχέσεων με την κοινωνία. Οι Social Media Marketing προσπάθειες συνοψίζονται σε πέντε κύριες στρατηγικές, που πολλοί οργανισμοί κλίνουν προς τα εκεί τις. Αυτές περιλαμβάνουν:

- Την Ακρόαση (Listening), η οποία περιλαμβάνει την έρευνα για το ποια είναι η άποψη της κοινωνίας για τις υπηρεσίες, τις δράσεις κτλ. ενός οργανισμού.
- Την Ομιλία (Talking), αξιοποιώντας τα Social Media για τη δημοσίευση ανακοινώσεων, ιδεών και σκέψεων προς τους πολίτες.
- Την Ενεργοποίηση (Energizing), για την αναζήτηση και τη δημιουργία νέων σχέσεων.
- Την Υποστήριξη (Supporting), υποστηρίζοντας τους πολίτες, που βοηθούν ο ένας τον άλλον
- Τον Εναγκαλισμό (Embracing), τραβώντας τους πολίτες στον οργανισμό, ώστε να βοηθήσουν στην επίτευξη των στόχων και στον σχεδιασμό των δράσεων της.

Το τέταρτο μέρος της μεθόδου POST, αναφέρεται στην ερώτηση: «Τι είδους τεχνολογία ή τεχνολογίες θα χρησιμοποιήσει ένας οργανισμός, ώστε να επιτύχει τους στόχους της και να πλησιάσει τους ενδιαφερόμενους;». Ο οργανισμός πρέπει να εξετάσει τις τρέχουσες τεχνολογίες και τα δημοφιλή εργαλεία. Οι οργανισμοί πρέπει να συνειδητοποιήσουν ότι δεν έχει σημασία το πόσο εστιάζουν οι πολίτες σε ένα συγκεκριμένο δίκτυο. Εστιάζοντας σε ένα μόνο εργαλείο, στη Social Media Marketing στρατηγική οι οργανισμοί δεν θα έχουν τα καλύτερα αποτελέσματα. Αυτή είναι η κατάλληλη στιγμή, που πρέπει να αναλυθούν από τους υπεύθυνους, τα διαφορά Social Media εργαλεία, τα

οποία είναι διαθέσιμα και να παρθεί η απόφαση για το ποιά από αυτά μπορούν να μεγιστοποιήσουν την απόδοση του οργανισμού.

Ανεξάρτητα από το είδος των εργαλείων που μπορεί να επιλέξει ο κάθε οργανισμός, θα πρέπει με ακρίβεια και σαφήνεια, να ταυτίζεται με όλες τις κοινωνικές ιστοσελίδες στις οποίες συμμετέχει. Με αυτόν τον τρόπο εκπληρώνει ένα σημαντικό μέρος της αυθεντικότητάς της, σχετικά με την Online κοινότητα και την ενημέρωση των πολιτών για την ταυτότητα και τις προθέσεις της.

## **Άρθρο 4**

### **Καθοδηγητικές αρχές**

Για κάθε δημοσίευση στα κοινωνικά δίκτυα φροντίζονται τα εξής:

Η δημοσίευση πρέπει:

- Να σέβεται τους άλλους
- Να διατηρεί την εμπιστευτικότητα
- Να είναι διαφανείς
- Να έχει εγκριθεί με ομόφωνη απόφαση των διαχειριστών της e-Αιμοδότες

## **Άρθρο 5**

### **Τροποποίηση του Κανονισμού**

Η «e-Αιμοδότες» δύναται να εφαρμόσει ή να τροποποιήσει την ανωτέρω διαδικασία ανάλογα με τις λειτουργικές ανάγκες και τους σκοπούς του καταστατικού της ενημερώνοντας τους ενδιαφερόμενους της τουλάχιστον 10 ημέρες πριν την εφαρμογή της τροποποίησης του κανονισμού.

## **Άρθρο 6**

## **Έναρξη Ισχύος**

Ο παρών κανονισμός εσωτερικής λειτουργίας αρχίζει να ισχύει σύμφωνα με το Άρθρο 1 του παρόντος.