

Sprawozdanie z II edycji Tygodnia Ekonomii Społecznej na małopolskich uczelniach.

Redakcja: Marta Bohdziewicz - Lulewicz

W dniach 14-17 listopada odbyła się II edycja Tygodnia Ekonomii Społecznej na małopolskich uczelniach, zorganizowana przez Regionalny Ośrodek Polityki Społecznej w Krakowie wraz z partnerami – Uniwersytetem Ekonomicznym w Krakowie (UEK), Instytutem Socjologii Uniwersytetu Jagiellońskiego (IS UJ) oraz Fundacją Gospodarki i Administracji Publicznej i Fundacją Biura Inicjatyw Społecznych.

Tegoroczny Tydzień ES wpisał się w szerszy format Światowego Tygodnia Przedsiębiorczości, którego celem jest, jak piszą organizatorzy: *ponadnarodowe **wsparcie dla postaw przedsiębiorczych**. Swobodny przepływ myśli, idei, pomysłów! Globalna burza mózgów, której celem jest pokazanie przedsiębiorczości jako ważnego czynnika rozwoju cywilizacyjnego.* (więcej informacji na www.tydzienprzedsiębiorczosci.malopolska.pl).

Formuła II Tygodnia ES koncentrowała się na praktycznych warsztatach dotyczących zagadnień związanych z: przedsiębiorczością społeczną (np. „Dlaczego warto zakładać przedsiębiorstwo społeczne?”, „Przedsiębiorstwo społeczne, jako narzędzie rozwoju lokalnego, rozwoju turystyki, promocji mikroregionu”), pracą w podmiotach ekonomii społecznej (np. „Dlaczego warto być liderem wspierającym rozwój ekonomii społecznej. Subiektywna perspektywa”, „Ekonomia społeczna, a kariera zawodowa”) oraz organizacji wizyt studyjnych dla studentów w tego typu podmiotach (Centrum Rozwoju Com-Com Zone – Działalność gospodarcza prowadzona przez Stowarzyszenie Siemacha, czyli jak pogodzić biznes z działalnością społeczną., Przedsiębiorstwo społeczne w „Zielonym Dole”. Laboratorium Cogito Sp. z o.o. - Ośrodek Recepcyjno-Szkoleniowy „Zielony Dół”), debacie oksfordzkiej o kontrowersyjnej tezie: „Ta izba twierdzi, że każde przedsiębiorstwo jest przedsiębiorstwem społecznym” i dyskusyjnym klubie filmowym pn. „Zrozumieć przedsiębiorstwo społeczne”. Celem wyżej wspomnianych wydarzeń jest, poza przedstawieniem informacji nt. ekonomii społecznej, włączenie studentów w dyskusję nad możliwością rozwoju tego typu inicjatyw.

W sumie, we wszystkich wydarzeniach udział wzięło 414 studentów.

14.XI (poniedziałek)

Sprawozdanie z debaty oksfordzkiej „Ta izba twierdzi, że każde przedsiębiorstwo jest przedsiębiorstwem społecznym”

Dnia 14.11.2011 r. w ramach odbywającego się II Tygodnia Ekonomii Społecznej, w Starej Auli Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie miała miejsce debata oksfordzka, zorganizowana przez Koło Naukowe Gospodarki i Administracji Publicznej, Regionalny Ośrodek Polityki Społecznej w Krakowie oraz Fundację Gospodarki i Administracji Publicznej. Tym razem teza przedstawiona w temacie debaty brzmiała: "Ta izba twierdzi, że każde przedsiębiorstwo jest przedsiębiorstwem społecznym".

Formuła debaty oksfordzkiej opiera się na umiejętnym budowaniu argumentacji stanowisk za, bądź przeciwko postawionej tezie, a także spójnej i atrakcyjnej prezentacji argumentów.

Stanowisko popierające tezę zawartą w temacie zaprezentowała reprezentacja studentów studiów pierwszego stopnia „GAP-u, w składzie: Bogusław Frużyński, Sebastian Kasza, Olga Pawłowska, Paulina Wajda), zaś przeciwko tezie studenci ww. kierunku na stopniu magisterskim: Łukasz Maźnica, Aleksandra Pająk, Natalia Sromek, Anna Wawrzynek. Marszałkiem debaty był dr Marek Benio.

Debata została poprzedzona badaniem opinii publicznej wśród słuchaczy, którzy zaznaczając swą odpowiedź na otrzymanej karcie mieli zająć stanowisko za lub przeciwko tezie. Zgodnie z zasadami debaty oksfordzkiej, zwycięzcą debaty zostaje ta ze stron dyskusji, która zdoła przekonać do swoich racji większą ilość osób podczas drugiego badania po zakończeniu debaty.

Obie drużyny rozpoczęły od krótkiego expose, w którym zaprezentowały swoje główne argumenty i stanowisko. Następnie zaś doszło do debaty właściwej, w trakcie której oponenti próbowali przekonać do siebie większą część publiczności. Zespół zwolenników tezy głównej używał argumentów jakoby każde przedsiębiorstwo było społeczne z racji funkcjonowania w społeczeństwie, opłacania podatków, prowadzenia działalności rynkowej, zatrudniania pracowników (przeciwdziałanie bezrobociu). Przeciwnicy podkreślili znaczenie i istotę słowa „społeczne”, starając się skupić na celu, a nie funkcji pobocznej jaką wykonują przedsiębiorstwa, które często podejmują działania społeczne nieświadomie, bądź dla samego marketingu. Przedmiotem dyskusji stał się więc dylemat, czy przedsiębiorstwa społeczne to przedsiębiorstwa funkcjonujące w społeczeństwie, czy też działające na jego rzecz.

Zdecydowanie najwięcej emocji przyniosła część, w której pytania obu drużynom zadawała zgromadzona publiczność – jak się okazało, bardzo podzielona. Dyskusja tocząca się do tej pory między drużynami, przeniosła się na stronę publiczności.

Sytuację uspokoił marszałek debaty zarządzając ostatnią część, czyli prezentację stanowisk końcowych. Aleksandra Pajak reprezentująca drużynę przeciwników tezy stwierdziła, że „każde przedsiębiorstwo jest uspołecznione, ale nie każde jest jak wobec tego określenia intuicja podpowiada – przedsiębiorstwem społecznym”. Stwierdziła ponadto, że przedsiębiorstwo społeczne nie jest, w swej istocie, nastawione na zyski, podczas gdy dla przedsiębiorstwa społecznego jest to prymat działania.

Bogusław Frużyński, występujący po stronie zwolenników tezy, stwierdził, że niekoniecznie świadomie i z premedytacją, ale poprzez wzajemne relacje gospodarcze, handel, produkcję, zatrudnianie i dbanie o pracowników każde przedsiębiorstwo realizuje społeczne działania.

Na koniec przeprowadzono ponownie głosowanie opinii publiczności, którego wyniki oznaczały pierwszy remis w historii debat oksfordzkich organizowanych przez Koło Naukowe GAP.





Sprawozdanie z warsztatu: „Od stowarzyszenia do przedsiębiorstwa społecznego – ograniczenia i możliwości”

14 listopada 2011 r. w siedzibie spółki Laboratorium Cogito Sp. z o.o. odbył się warsztat na temat *Od stowarzyszenia do przedsiębiorstwa społecznego – ograniczenia i możliwości* – w roli eksperta wystąpiła Katarzyna Ostalecka (pracownik Stowarzyszenia na Rzecz Rozwoju Psychiatrii i Opieki Środowiskowej w Krakowie), moderatorem był Hubert Kaszyński (IS UJ). W zajęciach wzięli udział studenci socjologii, pracy socjalnej, ekonomii oraz przedstawiciele spółdzielni socjalnej, Regionalnego Ośrodka Polityki Społecznej, jak również mediów.

Podczas spotkania uczestnicy dyskutowali o podstawowych zagadnieniach funkcjonowania przedsiębiorstwa społecznego m.in. czym ono jest, kto może je utworzyć, jakie są podstawowe formy prawne prowadzonej działalności. Podczas warsztatu uczestnicy otrzymali od prowadzących kluczowe informacje o projekcie *Ustawy o przedsiębiorczości społecznej i przedsiębiorstwie społecznym*, o różnych modelach funkcjonowania przedsiębiorstw społecznych (m.in. prowadzenie działalności gospodarczej przez organizację pozarządową, utworzenie przez organizację pozarządową spółki z o.o., która prowadzi działalność gospodarczą, a cały wypracowany zysk przekazuje na rzecz stowarzyszenia z przeznaczeniem na jego działalność statutową).

Toczyła się dyskusja na temat korzyści, ale i zagrożeń dla organizacji związanych z prowadzeniem działalności ekonomicznej. Jako zalety tego typu aktywności została podana niezależność finansowa organizacji wobec donatorów i przede wszystkim finansowania projektowego (którego minusem jest przede wszystkim sztywny budżet, krótki okres finansowania oraz zagrożenie związane z „przyzwyczajaniem się” do zabezpieczenia finansowego). Kolejną zaletą jest możliwość stworzenia miejsc pracy dla osób należących do grup zagrożonych wykluczeniem społecznym, w tym przypadku osób niepełnosprawnych psychicznie. Minusem ekonomizowania działalności organizacji pozarządowych jest przede wszystkim ryzyko utraty misji społecznej – prowadząc działalność gospodarczą istnieje bowiem duże napięcie między potrzebą orientacji na zysk, a realizacją celów społecznych. Dlatego dobrym rozwiązaniem jest założenie przez stowarzyszenie lub fundację spółki prawa handlowego, najłatwiej – spółki z ograniczoną odpowiedzialnością, w obrębie której będzie koncentrować się działalność ekonomiczna, rynkowa, rzecz można - przedsiębiorcza, natomiast macierzysta organizacja zajmować się będzie działalnością społeczną, w tym „osłonową” dla osób pracujących w spółce (np. terapia, grupa wsparcia, itp.)

Uczestnicy warsztatu zadawali pytania również o spółdzielczość socjalną – o możliwości tworzenia nowych spółdzielni i rozwoju już istniejących na rynku. Zwrócili również uwagę, że przedsiębiorstwa społeczne, które mają za sobą doświadczenie oraz zasoby osobowe organizacji pozarządowych mają „łatwiejszy start”; dyskutowali nt. przeszkód m.in. prawnych i organizacyjnych w tworzeniu i prowadzeniu przedsiębiorstw społecznych.

15.XI.2011 (wtorek)

Sprawozdanie z warsztatu „Dlaczego warto zakładać przedsiębiorstwo społeczne?”

Dnia 15 listopada br. podczas drugiego dnia Tygodnia Ekonomii Społecznej, przeprowadzono warsztat pn. „Dlaczego warto zakładać przedsiębiorstwo społeczne?”. W charakterze prelegentów głos zabrali liderzy przedsiębiorstw społecznych – pani Katarzyna Szczerbik, dyrektor Chrześcijańskiego Stowarzyszenia Osób Niepełnosprawnych, Ich Rodzin i Przyjaciół „Ognisko”, pani Margarita Aleksiejew, reprezentująca Krakowską Fundację Hamlet, oraz pani Paulina Łysiak, wice-prezes zarządu spółdzielni socjalnej Republika Marzeń Fundacji Anny Dymnej. Spotkanie poprowadził prezes zarządu Małopolskiego Funduszu Ekonomii Społecznej – pan Rafał Sułkowski.

30-070 Kraków
ul. Piastowska 32
tel.: 12/422-06-36
fax: 12/422-06-36 wew. 44
biuro@rops.krakow.pl

Biuro Projektu:
30-134 Kraków
ul. Kunickiego 5
tel.: 12/426-88-10
fax: 12/426-88-11
biuroares@rops.krakow.pl

Na wstępie prelegentki przybliżyły uczestnikom warsztatu historię i okoliczności powstania swoich organizacji, oraz podkreśliły cel i misję, jaka przyświecała budowaniu przedsiębiorstw społecznych. Jednogłośnie stwierdziły, że nie było łatwo. Rynek okazał się okrutny i nasi przedsiębiorcy-społecznicy musieli pokonać na drodze do sukcesu wiele przeszkód. Niejednokrotnie pojawiała się konieczność zmiany obszaru działalności organizacji, ponieważ nie było wystarczającego popytu na produkowane dobra lub świadczone usługi. Czasem wystarczyło natomiast zasięgnąć fachowej porady u bardziej doświadczonych, dłużej działających w danej branży podmiotów komercyjnych. Nie każde rozwiązanie można było jednak implementować z sektora prywatnego na grunt działalności społecznej, dlatego o sukcesie często decydowała kreatywność, wiara i determinacja w dążeniu do celu. Jak podkreśliła pani Margarita Aleksiejew – najważniejszym jest, aby nie zapominać o celu społecznym, jaki ma realizować dane przedsiębiorstwo społeczne, gdyż dążenie do niego przyczynia się do rozwoju organizacji.

Następnie liderzy małopolskich podmiotów ekonomii społecznej próbowali odpowiedzieć na pytanie co jest kluczem do sukcesu organizacji społecznych. Według pani Pauliny Łysiak, przedsiębiorstwa społeczne muszą w równym stopniu jak przedsiębiorstwa komercyjne dbać o jakość, terminowość, wizerunek oraz markę, a także zapewniać możliwie najlepszą obsługę klienta. Dopiero wtedy gdy przygotowane produkty lub świadczone usługi cechuje najwyższa jakość, można konkurować na rynku z innymi podmiotami, skupiając się na wykreowaniu pewnych charakterystycznych cech, znaków firmowych naszej pracy. Jak słusznie jednak zauważył jeden z uczestników warsztatu, ludzie niejednokrotnie z góry zakładają niższą jakość produktów i usług świadczonych przez niepełnosprawnych pracowników. Tym bardziej więc w przedsiębiorstwach społecznych, aktywizujących osoby wykluczone społecznie należy przykładać jeszcze większą wagę do wykonywanej pracy. Zdaniem pani Katarzyny Szczerbik o sukcesie decyduje ponadto niegasnąca wiara w sukces prowadzonego przedsięwzięcia.

Prelegentki uczestniczące w warsztacie debatowały również na temat strategii przetrwania przedsiębiorstw społecznych na rynku w długim okresie. Podkreślano wady i zalety korzystania przez organizację społeczną z nazwiska i wizerunku sławnej osoby, przedstawiono rolę współpracy z lokalnym samorządem, ale przede wszystkim akcentowano, że o przetrwaniu często decyduje tak naprawdę konkurencyjność wypracowanych produktów oraz usług, a także niezależność i samodzielność podmiotu ekonomii społecznej. Nie bez znaczenia pozostaje także rola liderów przedsiębiorstw społecznych. Osoby takie często czują się odpowiedzialne za los swoich pracowników, bo to przecież dla nich i dzięki nim organizacja społeczna funkcjonuje. Ta więź, jaka istnieje pomiędzy pracownikiem a pracodawcą, często jest silnym czynnikiem motywacyjnym dla lidera, który mimo wielu

trudnych chwil potrafi na nowo „zapalić się” do działania i swoim entuzjazmem „zarazić” innych członków wspólnoty, jaką jest przedsiębiorstwo społeczne.

Na zakończenie prelegentki opowiedziały o trudnościach i szansach, jakie niosą za sobą postępujące zmiany w polskim prawodawstwie regulującym kwestie przedsiębiorczości społecznej, a także odpowiedziały na pytania nurtujące uczestników warsztatu. Czy zaproszonym na warsztat gościom udało się przekonać słuchaczy dlaczego warto zakładać przedsiębiorstwa społeczne? Sądząc po wielu pozytywnych opiniach, jakie padły z ust studentów uczestniczących w spotkaniu, śmiało można stwierdzić, że takie rozmowy mają sens i, co najważniejsze, są obecnie bardzo potrzebne. To niedługie spotkanie z przedstawicielkami zarządów kilku krakowskich przedsiębiorstw społecznych wystarczyło, aby pokazać młodym ludziom, że sukces to nie tylko pogoń za pieniądzem i wspinanie się na kolejne szczeble kariery zawodowej. Sukces to także umiejętność ciągłego rozwijania się, to zdolność stawiania czoła przeciwnościom losu i odnajdywania rozwiązań tam, gdzie inni ich nie widzą. Klasyczna przedsiębiorczość, komercyjna, bez wątpienia pomaga wielu ludziom w osiągnięciu sukcesu. Ale jeśli dodatkowo za jeden z naszych nadrzędnych celów postawimy sobie pomoc drugiemu człowiekowi to nasze działania nabiorą większego znaczenia i doskonaląc świat wokół nas, będziemy doskonalili samego siebie.



Sprawozdanie z wizyty studyjnej: Centrum Rozwoju Com Com Zone – działalność gospodarcza Stowarzyszenia Siemacha, czyli jak pogodzić biznes z działalnością społeczną.

Kolejnym wydarzeniem zorganizowanym w ramach II edycji Tygodnia Ekonomii Społecznej była wizyta studyjna w Centrum Rozwoju Com-Com Zone, prowadzonym przez Stowarzyszenie SIEMACHA.

Wizyta składała się z dwóch części: spaceru po mierzącym 6000 m² obiekcie oraz spotkania z dyrektorem placówki, Maciejem Malskim. W pierwszej kolejności uczestnicy spotkania zostali zaprowadzeni do części budynku, w której znajduje się pływalnia. Basen o długości 25 m, szerokości 12,5 m oraz głębokości 1,2-1,8 m w godz. 8.30 – 16.30 udostępniany jest szkołom, w pozostałych godzinach oraz w weekendy oddany jest do użytku komercyjnego. Basen dostosowany jest do potrzeb osób niepełnosprawnych. Nad bezpieczeństwem użytkowników czuwają wykwalifikowani ratownicy, istnieje także możliwość skorzystania ze szkoły nauki i doskonalenia pływania pod okiem doświadczonych instruktorów. Na pływalni odbywają się także cieszące się bardzo dużą popularnością zajęcia aqua aerobic. Następnie uczestnicy zostali oprowadzeni po salach, w których odbywają się zajęcia sportowe:

- sali bokserskiej, w której odbywają się treningi bokserskie oraz systemu walki Krav Manga,
- sali do spinningu,
- hali sportowej o wymiarach 20x40 m, dostosowanej do rozgrywek takich sportów, jak piłka nożna, siatkówka, koszykówka, piłka ręczna, unihokej, wyposażonej w trybuny mogące pomieścić 300 osób; hala do godz. 16.00 udostępniana jest szkołom, a w godzinach popołudniowych aż do północy oddawana jest do użytku komercyjnego,
- sali do fitnessu, w której odbywają się zajęcia z większości dostępnych form fitnessu,
- sali dance, w której odbywają się zajęcia z zumbi, latino i jogi,
- siłowni, podzielonej na strefę cardio, maszyny do treningu siłowego oraz wolne ciężary.

Ponadto w skład centrum sportowego wchodzi także stadion, 3 boiska naturalne, 1 boisko sztuczne, ogrzewana hala pod balonem, ściana wspinaczkowa o powierzchni 500 m² oraz amfiteatr.

W Com-Com Zone jest także miejsce na działalność edukacyjną i opiekuńczo-wychowawczą prowadzoną w ramach Młodzieżowego Ośrodka Rozwoju Społecznego, specjalistycznej placówki wsparcia dziennego dla dzieci i młodzieży, a także działalność terapeutyczną, prowadzoną przez Krakowski Instytut Psychoterapii. Uczestnicy wizyty studyjnej mieli okazję porozmawiać z dyrektorem Młodzieżowego Ośrodka Rozwoju Społecznego, panią Małgorzatą

Kaczmarczyk, która oprowadziła ich po ośrodku oraz przedstawiła jego działalność. Ośrodek przeznaczony jest dla dzieci i młodzieży między 10 a 20 rokiem życia, zameldowanych na terenie Krakowa. Działa od poniedziałku do piątku w godzinach 13.00 - 20.00. W okresach wolnych od nauki szkolnej (ferie, wakacje, przerwy świąteczne) MORS funkcjonuje w godzinach 9.00 -16.00. Ośrodek prowadzi różnorodne zajęcia grupowe, głównie w formie warsztatów: warsztaty edukacyjne, rozwoju osobistego, artystyczne czy sportowe. Odbywają się one w nowoczesnie wyposażonych pracowniach, które uczestnicy spotkania mieli okazję odwiedzić: muzycznej, komputerowej, nauk ścisłych, nauk humanistycznych, rozwoju osobistego, rozwoju artystycznego, rozwoju kreatywności oraz dojrzewalni, przeznaczonej dla najmłodszych podopiecznych placówki. Obecnie na zajęcia prowadzone w ramach Młodzieżowego Ośrodka Rozwoju Społecznego uczęszcza 175 dzieci. Wszystkie zajęcia są bezpłatne, dzieci zobowiązane są jednak do uczęszczania na minimum 4 godziny zajęć tygodniowo.

Kolejnym punktem wizyty studyjnej było spotkanie z dyrektorem Centrum Rozwoju Com-Com Zone, Maciejem Malskim. Dyrektor opowiedział uczestnikom spotkania historię powstania placówki, opisał bieżącą działalność oraz plany na przyszłość.

Obiekt powstał w 2009 r. z inicjatywy Prezydenta Miasta Krakowa, a jego prowadzenie zostało przekazane Stowarzyszeniu SIEMACHA. W zamyśle obiekt ten miał łączyć w sobie funkcje wychowawcze i edukacyjne oraz komercyjne. W związku z tym w ramach misji obiektu prowadzone są dwa największe projekty sportowe w Krakowie, których uczestnikami w 2010 r. było blisko 68000 dzieci i młodzieży. Pierwszy z tych projektów to Krakowska Olimpiada Młodzieży, w ramach której organizowane są rozgrywki sportowe na różnych poziomach wiekowych, w konkurencjach indywidualnych, zespołowych oraz mini-grach. Wcześniej program ten prowadzony był na terenie różnych krakowskich szkół, obecnie zawody rozgrywane są na terenie Com-Com Zone. Drugim projektem jest nauka pływania, której z założenia beneficjentami mieli być przede wszystkim przedstawiciele społeczności lokalnej Nowej Huty. W związku z tym 5 dni tygodnia zostało rozdzielonych 5 nowohuckim dzielnicom, które kierują na bezpłatne zajęcia pływania uczniów oraz przedstawicielei najbardziej potrzebujących instytucji ze swojego terenu. Również w ramach misji obiektu prowadzone są wspomniane już wcześniej oddziały Młodzieżowego Ośrodka Rozwoju Społecznego oraz Krakowskiego Instytutu Psychoterapii. Aby placówka mogła stale i samodzielnie funkcjonować, Centrum Rozwoju Com-Com Zone musi być także miejscem prowadzenia działalności ekonomicznej, nastawionej na osiągnięcie zysku. Działalność ta prowadzona jest w ramach działalności gospodarczej Stowarzyszenia SIEMACHA. W związku z tym poza godzinami, w których prowadzone są zajęcia dla dzieci i młodzieży, obiekt

udostępniany jest do użytku komercyjnego. Klienci mogą skorzystać z szerokiej gamy zajęć sportowych; ponadto istnieje możliwość wynajmu hali sportowej oraz boisk.

Na koniec przyszedł czas na pytania uczestników wizyty. Dotyczyły one m.in. specyfiki pracy w Com-Com Zone, zasad finansowania i prowadzenia obiektu, genezy nazwy, architektury budynku czy sposobu reklamy i promocji prowadzonej działalności. W odpowiedzi na pytania dyrektor Molski opowiedział o wyróżnieniu, jakie w 2010 r. przyznane zostało za projekt Com-Com Zone Miastu Kraków w ramach konkursu **organizowanego przez kapitułę sieci „Cities for Children”, a także o otrzymanej nagrodzie „Małopolskiego Lidera Przedsiębiorczości Społecznej”**.





Sprawozdanie z DKF „Zrozumieć przedsiębiorstwo społeczne”

W dniu 15.XI.2011 w Instytucie Socjologii Uniwersytetu Jagiellońskiego odbył się warsztat połączony z przeglądem filmów, którego celem było „za pomocą uderzenia” – uświadomienie studentom czym nie jest, a czym jest w praktyce (nie w pięknych słowach i zadbanym wizerunku) - przedsiębiorstwo społeczne.

Zamiast zastanawiać się, jakie cechy posiada osoba, która opanowała sztukę pomagania innym, wartościowym podejściem może być poszukiwanie cech, jakie pozostają w wyraźnej z tą sztuką sprzeczności. Podobny sposób myślenia przyjęto przygotowując warsztat.

30-070 Kraków
ul. Piastowska 32
tel.: 12/422-06-36
fax: 12/422-06-36 wew. 44
biuro@rops.krakow.pl

Biuro Projektu:
30-134 Kraków
ul. Kunickiego 5
tel.: 12/426-88-10
fax: 12/426-88-11
biuroares@rops.krakow.pl

W praktyce oznaczało to, iż uczestnicy spotkania zajmowali się definiowaniem takiej formy działalności gospodarczej, która stanowi jednoznaczne zaprzeczenie naszych wyobrażeń o inicjatywach ekonomii społeczeństwa obywatelskiego.

Punktem wyjścia była praca w grupach zogniskowana na opisywaniu cech konstytutywnych dla osobowości antyspołecznej (psychopatii), a następnie ich odniesienie do szkodliwych przejawów działalności gospodarczej prowadzonej przez wielkie korporacje. Inspiracją dla warsztatu była praca Raja Patela *Wartość niczego* (Patel Raj, *Wartość niczego. Jak przekształcać społeczeństwo rynkowe i na nowo zdefiniować demokrację*, Warszawa, 2010), w której autor – powołując się na dokumentalny film Marka Achbara, Jenifer Abbotta i Joela Bakana *Korporacje* – wymienia cechy przypisywane wielkim organizacjom światowej gospodarki. Cechy te to: trwała *niezdolność* do podporządkowania się normom społecznym, wielokrotne dopuszczanie się kłamstw lub oszustw dla zysku, niezdolność do odpowiedzialnego planowania, skłonność do agresji, brak troski o bezpieczeństwo innych oraz brak poczucia winy. Podczas warsztatu zaprezentowany został fragment wspomnianego filmu, a następnie uczestnicy spotkania dzielili się swoimi refleksjami na temat aktywności ekonomicznej zorientowanej na maksymalizację zysku, która nie uwzględnia kosztów, jakie muszą ponieść jednostki, grupy społeczne i wspólnoty lokalne. Właśnie ten rodzaj strategii rynkowej (nazywanej strategią toksycznego rozwoju), która polega na wykorzystaniu władzy, aby wejść w posiadanie i niszczyć zasoby dobra wspólnego w imię indywidualnego zysku postuluje, jako antyteza przedsiębiorstw społecznych.

Warsztat zakończył się projekcją kilkuminutowego reportażu o polskim przedsiębiorstwie społecznym – Gospodzie Jaskółeczce z Radomia prowadzonej przez Stowarzyszenie *Wzajemna Pomoc* – firmie „promieniującej dobrem”, która zarządzając kapitałami przyczynia się do pomnażania zasobów, dzięki którym człowiek może osiągnąć pełnię swojego rozwoju.

16.XI. 2011 (środa)

Sprawozdanie ze „Spotkania z gwiazdą w ramach cyklu VIP GAP – Anną Dymną, aktorką, założycielką Fundacji Anny Dymnej „Mimo wszystko”

VIP GAP to zapoczątkowany i prowadzony przez Koło Naukowe Gospodarki i Administracji Publicznej cykl spotkań na Uniwersytecie Ekonomicznym ze znanymi ludźmi mediów i kultury. Po Jerzym Sturze, Andrzej Grabowskim i Marku Niedźwieckim tym razem gościem studentów była Anna Dymna. Spotkanie odbyło się w ramach II Tygodnia Ekonomii Społecznej.

Chociaż Anna Dymna ukończyła studia aktorskie i ma za sobą wiele ról filmowych i teatralnych, które zapadły w pamięć wielopokoleniowej publiczności, dziś kojarzona jest przede wszystkim z działalnością charytatywną. Aktorka w 2003 roku założyła Fundację „Mimo Wszystko”, która zajmuje się pomocą osobom niepełnosprawnym intelektualnie oraz pozostającym w trudnej sytuacji życiowej. W ciągu niespełna dziesięciu lat działalności Fundacja zrealizowała szereg projektów, wśród których nie brak dofinansowania leczenia i rehabilitacji, fundowania stypendiów czy budowy ośrodków rehabilitacyjno-leczniczych. Najbardziej spektakularnym przedsięwzięciem firmowanym szyldem Fundacji jest odbywający się co roku na płycie krakowskiego Rynku Festiwal Zaczarowanej Piosenki im. Marka Grechuty, w którym utalentowani niepełnosprawni artyści występują u boku gwiazd rodzimej sceny muzycznej.

Szeroki rozmach działalności Fundacji sprawił, że pytania, zarówno te zadawane Annie Dymnej przez moderatorów spotkania, jak i przez zgromadzoną na sali publiczność dotyczyły przede wszystkim jej działalności charytatywnej. Aktorka, a jednocześnie prezes-wolontariusz Fundacji cierpliwie tłumaczyła, skąd decyzja o jej założeniu, w jaki sposób wykorzystuje potencjał otaczających ją ludzi, a także czy radzi sobie z głosami krytyki. Wszyscy zgromadzeni mogli poznać także jej sposoby na odciążenie ciężkiej pracy. Jak się miało okazać, są nimi dwa ukochane, wyjątkowo głośno mrużące koty.

Zaskakującą, ale też, jeśli wierzyć Annie Dymnej, wyjątkowo skuteczną receptą na życie jest wykrzesanie w sobie odrobiny egoizmu, która pozwoli na zajęcie się tym, co naprawdę się kocha. Jako ilustrację tego przykładu aktorka przywołała muzyczną pasję swojego syna. Wątek rodzinny omawiany był także w kontekście zauważalnego rozluźnienia więzi pomiędzy rodzicami i dziećmi. Anna Dymna przekonywała, że przyczyną nieporozumień jest przede wszystkim brak wzajemnego zaufania, opartego na szczerych rozmowach i wspólnym spędzaniu czasu.



Sprawozdanie z seminarium informacyjne pn. „Dlaczego warto być liderem wspierającym rozwój ekonomii społecznej. Subiektywna perspektywa”.

Jednym z wydarzeń trzeciego dnia II edycji Tygodnia Ekonomii Społecznej było seminarium informacyjne pn. „Dlaczego warto być liderem wspierającym rozwój ekonomii społecznej? Subiektywna perspektywa”. Do udziału w dyskusji zaproszeni zostali: Teresa Misina, kierownik przedsiębiorstwa społecznego Laboratorium Cogito sp. z o.o., Danuta Szymańska, Prezes Towarzystwa Przyjaciół Ogrodu Doświadczeń w Krakowie oraz ks. Andrzej Augustyński, Przewodniczący Zarządu Głównego Stowarzyszenia SIEMACHA, nagrodzonego niedawno nagrodą „Małopolski Lider Przedsiębiorczości Społecznej”. Rolę moderatora spotkania pełnił Rafał Sułkowski.

Formuła spotkania została oparta o sześć głównych pytań, na które kolejno odpowiadali zaproszeni liderzy ekonomii społecznej. Na początek każdy z gości opowiedział o tym, **jak zaczęła się jego przygoda z ekonomią społeczną**. Danuta Szymańska, rozpoczynając od kilku anegdot dotyczących przejawów przedsiębiorczości już w dzieciństwie i wczesnej młodości, opowiedziała słuchaczom o swojej pracy animatora kultury w Ośrodku Kultury im. Cypriana Kamila Norwida w Nowej Hucie. Tam w 2004 rozpoczęła się realizacja projektu Partnerstwo Inicjatyw Nowohuckich w ramach Programu Inicjatywy Wspólnotowej EQUAL, dzięki któremu w Polsce zapoczątkowana została szersza debata na temat ekonomii społecznej. W

ramach tego projektu zainicjowanych zostało 11 przedsięwzięć z zakresu przedsiębiorczości społecznej, w tym Ogród Doświadczeń im. St. Lema w Krakowie. Kolejno głos zabrała Teresa Misina, która niejako kontynuując wypowiedź swojej poprzedniczki, rozpoczęła swoją opowieść właśnie od realizacji projektu w ramach PIW EQUAL, dzięki któremu powstała pierwsza firma społeczna pod marką Cogito: Catering Cogito. Firma ta prowadzona była przez Stowarzyszenie Na Rzecz Rozwoju Psychiatrii i Opieki Środowiskowej w ramach działalności odpłatnej pożytku publicznego stowarzyszenia. Działalność ta szybko przerodziła się w działalność o charakterze gospodarczym pod nazwą Laboratorium Cogito Sp. z o.o. Dzisiaj firma zatrudnia na stałe 20 osób, z czego 15 to osoby niepełnosprawne, a kolejnych 10 niepełnosprawnych odbywa staż umożliwiający nabycie niezbędnych kwalifikacji do pracy na otwartym rynku pracy. Ks. Augustyński rozpoczął swoją opowieść od historii dotyczącej powstania Domu schronienia i dobrowolnej pracy dla biednych i opuszczonych chłopców, mającego swoją siedzibę od 1893 r. w budynku, który obecnie stanowi Gmach Główny Uniwersytetu Ekonomicznego. Historia ta obrazowała podstawowe przesłanie, które przyświeca ks. Augustyńskiemu w jego działalności społecznej. Przesłanie to głosi, że wysoka jakość jest sposobem na okazywanie szacunku, a dzieci wychowujące się w trudnych warunkach szczególnie na tę jakość i szacunek zasługują.

Kolejnym punktem spotkania była odpowiedź na pytanie o to, **dlaczego warto angażować się w inicjatywy z zakresu ekonomii społecznej**. Zaproszeni goście starali się przedstawić problematykę z różnych perspektyw tak, aby każdy ze słuchaczy mógł odnaleźć pozytywną wartość dla siebie. Mówili, że ekonomia społeczna jest dla osób, którym bliskie jest poczucie niezależności oraz misja, a niekoniecznie sukces w aspekcie finansowym. Nagrodą jest tu możliwość ciągłego rozwoju, dynamika pracy, poruszanie się w środowisku nastawionym na realizację tego samego celu, a nade wszystko wdzięczność odbiorców. Ks. Augustyński podkreślił, że prowadzenie firmy w sektorze ekonomii społecznej może okazać się zadaniem o wiele trudniejszym, aniżeli prowadzenie biznesu ukierunkowanego na osiągnięcie zysku. Tak samo duże znaczenie, jak kapitał materialny, ma tu bowiem kapitał wiedzy gromadzony przez przedsiębiorstwa społeczne. Dzięki temu kapitałowi w swojej codziennej działalności są one w stanie pokonywać wiele stereotypów i pomagać obywatelom lepiej rozumieć zjawiska społeczne. Jak mówił ks. Augustyński, *„jednym z najważniejszych zadań organizacji społecznych, a w ślad za tym ich liderów, jest tworzenie wiedzy o pomaganiu”*.

Odpowiadając na kolejne pytania moderatora, prelegenci podzielili się swoim subiektywnym spojrzeniem na **wady i zalety działalności w sektorze ekonomii społecznej**. Zarówno Danuta Szymońska, jak i ks. Augustyński zamiast mówić o wadach, woleli używać stwierdzenia „wyzwania”. Prezes Towarzystwa Przyjaciół Ogrodu Doświadczeń mówiła m.in. o aktualnie niewielkim prestiżu społecznym wynikającym z tego rodzaju działalności oraz o braku

kontekstu społecznego i politycznego, powodującego konieczność ciągłego tłumaczenia i wyjaśniania istoty ekonomii społecznej. Teresa Misina mówiła o trudnościach w godzeniu i wypracowaniu bezpiecznej równowagi pomiędzy tym, co gospodarcze a społeczne oraz o przestrzeganiu norm etycznych w biznesie, trudnym w kontekście współpracy i konkurencji z innymi, nastawionymi na zysk podmiotami. Ponadto prelegentka podkreślała ogromne zaangażowanie emocjonalnym w działalność zawodową, które może skutkować nadwyrężeniem życia osobistego. Ks. Augustyński podkreślił brak trwałości przedsięwzięć realizowanych przez organizacje pozarządowe, działalność nastawioną na realizację pojedynczych przedsięwzięć i wydarzeń, bazującą o pracę wolontariuszy, co skutkuje tworzeniem nieprawdziwych opinii i stereotypów o działalności trzeciego sektora w ogóle. Mówiąc o zaletach z kolei, prelegenci skupiali się na takich aspektach, jak realny wpływ na rozwój społeczności lokalnych i wspólnot, prymat człowieka i ogółu jego potrzeb nad zyskiem oraz możliwość rozwoju postaw obywatelskich. Pokreślili również, że jest to sektor intensywnie się obecnie rozwijający, a w aspekcie obecnych zmian gospodarczych, które dowodzą, że dotychczasowy model biznesowy się wyczerpał, jest szansa na to, że nowy model gospodarki będzie w większym stopniu uwzględniał nurt ekonomii społecznej.

Cechy, które powinien posiadać lider ekonomii społecznej były kolejnym aspektem poruszonym podczas spotkania. Wizerunek idealnego lidera, jaki powstał z wypowiedzi prelegentów, to: życzliwy i otwarty na ludzi innowator, wrażliwy na niewykorzystany potencjał ludzi wokół siebie, umiejący komunikować się, słuchać i analizować, z umiejętnością zjednywania ludzi i szukający dobrych praktyk u innych, odporny na stres, praktykujący edukację przez całe życie, zdeterminowany, odważny i odpowiedzialny.

Na koniec liderzy opowiedzieli o **trudnościach, jakie napotykają w zarządzaniu przedsiębiorstwem społecznym**. Szczególną uwagę zwracali na ogólne niezrozumienie idei ekonomii społecznej, w szczególności po stronie pracowników administracji publicznej, brak odpowiednich systemowych rozwiązań wpierających sektor oraz niejednoznaczna, niespójna polityka państwa i samorządowa w tym zakresie. Na bardzo istotne trudności, wynikające z samej specyfiki działania przedsiębiorstw społecznych, wskazała Teresa Misina. Mówiła o dużych trudnościach w wygrywaniu przetargów, w których jedynym kryterium jest cena, a nikt nie zwraca uwagi na jakość świadczonych usług i wartość dodaną przedsiębiorstwa, wynikającą z zatrudniania osób defaworyzowanych na rynku pracy. Ponadto prelegentka zwróciła uwagę na konieczność szybkiego reagowania na częste i znaczące zmiany kadrowe, wynikające z zatrudniania specyficznych grup osób, spowodowane na przykład nagłym pogorszeniem stanu zdrowia. Jak podsumował ks. Augustyński, kluczem dla rozwoju ekonomii społecznej jest edukacja, zagrożeniem natomiast stereotyp i lenistwo intelektualne.

Seminarium pn. „Dlaczego warto być liderem wspierającym rozwój ekonomii społecznej? Subiektywna perspektywa” zorganizowane zostało przez Fundację Gospodarki i Administracji Publicznej w ramach projektu “INES – Infrastruktura Ekonomii Społecznej w Małopolsce”, współfinansowanego ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego.



Wizyta studyjna: Laboratorium Cogito Sp. Z o.o. – Ośrodek Recepcyjno Szkoleniowy Zielony Dół

Wizyta studyjna odbyła się 16.11.2011 r., prowadziła ją Magdalena Gaj (trener pracy), która w przedsiębiorstwie społecznym wspiera i koordynuje pracę osób z niepełnosprawnością psychiczną. Podczas wizyty studyjnej uczestnicy mieli możliwość poznać historię powstania oraz rozwoju firmy, szczegółowe metody pozyskiwania klientów oraz szerszą strategię rynkową, specyfikę pracy w ośrodku z uwzględnieniem poszczególnych działów (pokojowy, kuchenny, recepcyjny oraz ogrodowy), jak również specyfikę działalności gospodarczej prowadzonej z pracownikami z niepełnosprawnością. Uczestnikom umożliwiono bezpośredni kontakt z pracownikiem z niepełnosprawnością psychiczną zatrudnionym na stanowisku kelnera, który opowiedział o swoim doświadczeniu w pracy w firmie, jak i o swoich wcześniejszych doświadczeniach na otwartym rynku. Uczestnicy wzywili pokoje hotelowe, sale konferencyjną i szkoleniowe, recepcję, ogród oraz kuchnię.



17.XI. 2011 (czwartek)

Sprawozdanie z warsztatu „Przedsiębiorstwo społeczne, jako narzędzie rozwoju lokalnego, rozwoju turystyki, promocji mikroregionu”.

W dniu 17 listopada br., czworo aktywnych aktorów ekonomii społecznej spotkało się, aby przedyskutować kwestię wpływu przedsiębiorstw społecznych na rozwój lokalny. Paneliści – pani Olga Gałek z Fundacji Miejsc i Ludzi Aktywnych MiLA, pani Monika Zawada-Miska z Babiogórskiego Stowarzyszenia Zielona Linia oraz pan Grzegorz Werner z Artystyczno-Społeczno-Kulturalnego Stowarzyszenia „Lokomotywa” – zastanawiali się wraz moderatorem spotkania, panią Martą Bohdziewicz-Lulewicz z Regionalnego Ośrodka Polityki Społecznej w Krakowie, nad wpływem działalności podmiotów społecznych na rozwój lokalnej turystyki oraz promocję mikroregionu.

Dyskusja rozpoczęła się od krótkiego przybliżenia uczestnikom spotkania okoliczności powstania i profilu działalności ww. organizacji. Jak słusznie zauważyła pani Marta Bohdziewicz-Lulewicz, potencjał polskich regionów jest ogromny. Oznacza to, że istnieje bardzo dużo obszarów, w obrębie których można prowadzić przedsiębiorstwo społeczne. Z postawioną przez moderatora tezę zgodziła się Pani Olga Gałek, która podkreśliła jednak, że tak naprawdę o rozwoju regionu decydują zamieszkujący go ludzie – ludzie kreatywni, którzy wierzą w potencjał lokalnej ziemi, kochający ją i pragnący działać na jej korzyść. Uzupełniając ww. wypowiedź, Pani Monika Zawada-Miska, pokreśliła, że choć w każdym regionie są osoby

30-070 Kraków
ul. Piastowska 32
tel.: 12/422-06-36
fax: 12/422-06-36 wew. 44
biuro@rops.krakow.pl

Biuro Projektu:
30-134 Kraków
ul. Kunickiego 5
tel.: 12/426-88-10
fax: 12/426-88-11
biuroares@rops.krakow.pl

chętnie do działania, to jednak potrzeba pewnego impulsu, który zapoczątkuje ich aktywność. Konieczne jest stworzenie platformy do spotkań i wymiany doświadczeń. Niejednokrotnie potrzebna jest także osoba z zewnątrz, która dzięki „świeżemu” i obiektywnemu spojrzeniu zainicjuje działanie, w które następnie zaangażują się lokalni mieszkańcy. Jak zauważył pan Grzegorz Werner, czasem podjęta inicjatywa odsłania dodatkowe potrzeby regionu, na które powinny odpowiedzieć lokalne organizacje społeczne. Po to aby mówić o możliwości wpływu przedsiębiorstw społecznych na rozwój lokalny, potrzebny jest więc lider, otwarcie na działania mieszkańcy oraz potencjał danego regionu, z którego będzie mogła skorzystać organizacja i którego odpowiednie wykorzystanie przyniesie wymierne korzyści dla lokalnej społeczności. Jak zauważyła pani Monika Zawada-Miska często sposobem na rozwój regionu może być turystyka. Ciekawym i innowacyjnym rozwiązaniem może być ponadto stworzenie własnego, unikatowego produktu, który będzie służył promocji określonego obszaru. Pan Grzegorz Werner podkreślił jednak, że musimy pamiętać, aby nasz produkt był „zakorzeniony” w lokalnej ziemi. Nie może to być „sztuczny twór”, niemający nic wspólnego z lokalnymi tradycjami. Nie uzyska on bowiem akceptacji i poparcia społeczności zamieszkującej dany region.

Działalność przedsiębiorstw społecznych to często działalność niszowa, a tzw. produkty lokalne niejednokrotnie stają się produktami koneserskimi. Pani Marta Bohdziewicz-Lulewicz zapytała przybyłych na panel dyskusyjny gości, czy ich zdaniem dla rozwoju przedsiębiorstw społecznych konieczne jest ukierunkowanie na produkcję masową. Zdaniem przybyłych do Krakowa panelistów problem ze sprzedażą produktów lokalnych wiąże się często z ich niepraktycznością, małą rozpoznawalnością, a także zbyt wysoką ceną. Goście podkreślili ponadto, że każdy produkt, również ten wytwarzany przez przedsiębiorstwa społeczne powinien być odpowiedzią na konkretną potrzebę konsumentów.

Paneliści próbowali ponadto odpowiedzieć na pytanie czy na produkcie lokalnym można zarobić, oraz o czym przedsiębiorstwo społeczne musi pamiętać prowadząc swoją działalność. Pani Monika Zawada-Miska, w swojej wypowiedzi podkreśliła, że przedsiębiorstwo społeczne może osiągać całkiem spore zyski, jednak należy pamiętać, że powinny być one przeznaczane na cele społeczne. Jest to główna cecha, która odróżnia podmioty społeczne od przedsiębiorstw komercyjnych. A co wpływa na wysokość wypracowanych przez przedsiębiorstwa społeczne zysków? Przede wszystkim wartość produktów lokalnych oraz miejsce ich sprzedaży. Doświadczenie pokazało, że najlepiej takie produkty sprzedawać w niedalekiej odległości od producenta, ponieważ wtedy zachowana zostaje unikatowość produktu i jego regionalny charakter. Czasem o wielkości sprzedaży decyduje także charakter miejscowości, w której funkcjonuje przedsiębiorstwo społeczne. Doskonałym tego przykładem może być wspomniana przez pana Grzegorza Wernera Rabka.

Jest to uzdrowisko, a więc w ciągu roku przewija się tam relatywnie więcej turystów niż w innych okolicznych miejscowościach. Szanse na sprzedaż lokalnych produktów są tam dużo większe. Pan Grzegorz zauważył również, że ograniczenia możliwości sprzedaży produktów lokalnych można niwelować poprzez sprzedaż internetową.

Na zakończenie spotkania paneliści podzielili się doświadczeniami jakie mają z mieszkańcami regionów, w których funkcjonują ich przedsiębiorstwa społeczne. Opowiedzieli przybyłym na spotkanie studentom o najczęstszych reakcjach lokalnych społeczności na podejmowane przez ich organizacje działania, oraz udzielili kilku praktycznych rad. Dyskusja na temat wpływu przedsiębiorstw społecznych na rozwój lokalny okazała się bardzo interesująca. Przybyli do Krakowa goście pokazali, że przedsiębiorstwo społeczne to znakomita forma działalności na niewielką, lokalną skalę. Przekonali słuchaczy, że to właśnie lokalni działacze społeczni mają największe szansę na rozwój działalności o niewielkim zakresie oddziaływania terytorialnego, ponieważ takie organizacje działają dzięki oraz dla miejscowej ludności. Umacnia to poczucie więzi między mieszkańcami, a także buduje lokalny patriotyzm.



Sprawozdanie z warsztatu „Znaczenie przedsiębiorczości społecznej dla zdrowia psychicznego”

Warsztat wpisywał się w strategię kształtowania postaw obywatelskich, zgodnie z którą skuteczność edukacji społecznej jest związana z metodą dostarczania tzw. wiedzy z pierwszej ręki, promującej dobre praktyki.

Ekspertkami tematycznym podczas spotkania były Bożena Dłuciak oraz Anna Liberadzka (członkinie Stowarzyszenia *Otwórzcie Drzwi*, związane z praktyką i ideą Zakładu Aktywności Zawodowej Pensjonat i Restauracja *U Pana Cogito* Stowarzyszenia Rodzin *Zdrowie Psychiczne*).

Korzystając z własnych doświadczeń pokonywania choroby psychicznej oraz tych, odnoszących się do pracy na otwartym i chronionym rynku dokumentowały ściśle powiązanie pomiędzy zdrowiem psychicznym, a pracą zawodową, dyskutowały nt. barier w szeroko rozumianej aktywności osób chorujących psychicznie oraz znaczenia przedsiębiorczości społecznej w ich niwelowaniu.

Punktem skupienia warsztatu była refleksja nad miejscem, poziomem niezależności, sprawstwa i siły osób, które jako osoby z niepełnosprawnością psychiczną współtworzą lokalne inicjatywy ekonomii społecznej.

Warsztat stanowił bardzo cenną i interesującą lekcję ukazując rolę pracy w zdrowieniu, a przy okazji dotykając innych tematów takich jak chociażby problem autostygmatyzacji. Niech podsumowaniem warsztatu będzie wypowiedź jednej ze studentek – uczestniczki spotkania:

„O warsztacie dowiedziałam się w dzień spotkania. Początkowo nie miałam chęci się na nie wybrać. Powodem nie był temat, ale wcześniejsze doświadczenia z zajęciami prowadzonymi "po godzinach" dla studentów. Jednak za namową koleżanki z grupy zgodziłam się i nie żałuję! Przemówiła do mnie forma realizacji. Ciepłe zaproszenie do pierwszego rzędu, gdzie nieśmiało i niechętnie zazwyczaj siadają studenci - jestem pewna, że tym razem nie żalowali. Prowadzący nie trzymali się rygorystycznie "schematu spotkania", co pozwoliło wszystkim poczuć się swobodnie. Osoby opowiadające o sobie były otwarte na wszelkie pytania. To o czym mówiły nam panie było godne podziwu - osobiście znam wielu zdrowych, którzy nie osiągnęli w swoim życiu nawet połowy tego co Te Panie. Oby więcej takich spotkań! Bez namysłu poleciłabym uczestnictwo w nich każdemu ...”



Sprawozdanie z „Dnia marketingowców społecznych : „Kierunki rozwoju ekonomii społecznej. Jakość i marka.”

II Tydzień Ekonomii Społecznej, organizowany przez Regionalny Ośrodek Polityki Społecznej w Krakowie, zakończył się spotkaniem ze znaną problematyki marketingu społecznego – dr Tomaszem Miką. Pan Tomasz, na co dzień związany z Fundacją im. Królowej Polski św. Jadwigi, przedstawił słuchaczom szereg danych dotyczących organizacji pozarządowych, opowiedział o kierunkach zmian zachodzących w sektorze ekonomii społecznej, oraz udzielił kilku praktycznych rad na temat budowania marki podmiotów ww. sektora.

Swoje wystąpienie Pan Tomasz Mika rozpoczął od przybliżenia uczestnikom spotkania definicji podmiotu ekonomii społecznej oraz wskazania istotnych różnic pomiędzy przedsiębiorstwem społecznym a przedsiębiorstwem komercyjnym. Podkreślił, że kluczową cechą przedsiębiorstw społecznych, decydującą o ich specyfice jest przeznaczanie wypracowanego zysku na cele społeczne. Ważne jest jednak, aby był on wypracowywany przy pomocy narzędzi gospodarczych. Zdaniem prelegenta, przedsiębiorstwo społeczne powinno funkcjonować na rynku na równych zasadach jak przedsiębiorstwo komercyjne i kierować się dążeniem do jak największej samodzielności. Dr Mika zauważył, że obecnie większość podmiotów ekonomii społecznej nie ma płynności finansowej oraz jest uzależniona od dotacji unijnych. Aby tego uniknąć organizacje społeczne powinny posiadać także własny, niezależny od instytucji finansujących, budżet.

Zdaniem dr Tomasza Miki sytuacja ekonomiczna trzeciego sektora w Polsce nie jest najlepsza. Bardzo niewielki odsetek organizacji pozarządowych prowadzących działalność gospodarczą spełnia kryteria jakościowe produktów oraz usług. Czynnikiem ten dyskwalifikuje je w zakresie działalności prowadzonej na wolnym rynku. Znacznym problemem przedsiębiorstw społecznych jest również ich mała rozpoznawalność, wynikająca z braku jakiegokolwiek promocji. Wyniki badań przeprowadzonych w trzecim sektorze pokazują, że aż 8 na 10 podmiotów ekonomii społecznej nie ma strony internetowej. Co więcej – spośród istniejących stron tylko niewielka część jest na bieżąco uzupełniana i aktualizowana. Przedsiębiorcy społeczni zdają się nie myśleć w ogóle o reklamie i promocji, która tak naprawdę warunkuje ich rozwój. Faktem jest, że koszty działań promocyjnych są bardzo wysokie i wielu organizacji na nie po prostu nie stać. Jednak bez nich przedsiębiorstwo społeczne nigdy nie stanie się w pełni konkurencyjne na otwartym rynku.

Przed obecnymi oraz przyszłymi menedżerami przedsiębiorstw społecznych stoi więc niełatwe zadanie. Lider przedsiębiorstwa społecznego powinien mieć dużą świadomość społeczną oraz posiadać niezbędną wiedzę z zakresu ekonomii, zarządzania oraz marketingu. To na nim spoczywa odpowiedzialność podjęcia właściwej reakcji na sygnały płynące z rynku. To on powinien wiedzieć, że budowanie organizacji rozpoczyna się od zbudowania zespołu, który stanie się silną drużyną realizującą postawione przed nią zadania. W organizacjach społecznych, które zatrudniają osoby wykluczone, to właśnie czynnik ludzki odgrywa największą rolę. Bez poczucia wspólnoty, chęci pomocy oraz wzajemnej sympatii takie podmioty często się rozpadają.

Od kilku lat w sektorze ekonomii społecznej zachodzą powolne, lecz coraz bardziej widoczne zmiany. Firmy komercyjne coraz częściej są zainteresowane tematem CSR, a współpraca z podmiotami społecznymi może bardzo pozytywnie wpłynąć na ich wizerunek w mediach oraz w świadomości społeczeństwa. Co więcej, podmioty ekonomii społecznej mogą też być pośrednikiem w drodze nawiązywania kontaktów z lokalnym samorządem. Coraz częściej więc podmioty komercyjne ubiegają się o współpracę z przedsiębiorstwami społecznymi. Drugim trendem jest zacieśniająca się współpraca organizacji społecznych z samorządem terytorialnym. Kiedyś to przedsiębiorstwa społeczne musiały się ubiegać o wsparcie ze strony lokalnych władz. Obecnie samorząd lokalny sam wyciąga rękę w kierunku podmiotów społecznych, ponieważ otrzymał wytyczne dotyczące współpracy z osobami wykluczonymi.

Nowym, bardzo pozytywnym kierunkiem rozwoju stał się tutoring biznesu dla przedsiębiorstw społecznych. Współpraca przedsiębiorstw komercyjnych i społecznych przynosi wymierne korzyści dla obu stron. Podmiot społeczny otrzymuje do pomocy specjalistów z zakresu księgowości czy marketingu, którzy posiadają potrzebną do rozwoju

30-070 Kraków
ul. Piastowska 32
tel.: 12/422-06-36
fax: 12/422-06-36 wew. 44
biuro@rops.krakow.pl

Biuro Projektu:
30-134 Kraków
ul. Kunickiego 5
tel.: 12/426-88-10
fax: 12/426-88-11
biuroares@rops.krakow.pl

przedsiębiorstwa społecznego wiedzę. Z drugiej strony, pomoc ta pozytywnie wpływa na wizerunek firmy komercyjnej. Tutor biznesowy musi jednak pamiętać o podstawowej zasadzie. Aby naprawdę pomóc organizacji społecznej – nie może sam wykonywać żadnych faktycznych działań, tylko poprzez udzielanie praktycznych porad, wskazówek i zadawanie naprowadzających pytań musi nauczyć pracowników przedsiębiorstwa społecznego samodzielnie odczytywać sygnały płynące z rynku oraz znajdować rozwiązania na pojawiające się problemy. Tylko taka pomoc zagwarantuje organizacji społecznej większą samodzielność i szansę rozwoju.

Na zakończenie, pan Tomasz Mika opowiedział uczestnikom spotkania o budowaniu marki w ekonomii społecznej. Pierwsze działania w tym zakresie miały miejsce w woj. małopolskim oraz woj. wielkopolskim. Powstała inicjatywa mająca na celu wypromowanie produktów przedsiębiorstw społecznych. Stworzono znak „Zakup pro społeczny”, który jest umieszczany na opakowaniach wszystkich produktów przedsiębiorstw społecznych, które spełniły określone wymagania jakościowe, realizują cel społeczny oraz posiadają własne środki finansowe, które nie pochodzą z dotacji, lecz zostały wypracowane w wyniku działalności gospodarczej. Pozytywnym zjawiskiem jest ubieganie się o ten znak coraz większej liczby przedsiębiorstw społecznych, co świadczy o rosnącej świadomości ekonomicznej tych podmiotów. Na sukces tej inicjatywy wpływa także postawa mediów, które zainteresowały się marką „Zakup pro społeczny” i nieodpłatnie zaczęły go promować. Musimy jednak pamiętać, że marketing społeczny nie zastępuje marketingu klasycznego, a stanowi tylko jego dopełnienie. Ekonomia społeczna to wciąż ekonomia, którą rządzą bezwzględne mechanizmy rynkowe. Niestety o przetrwaniu przedsiębiorstwa w długim okresie nie zadecydują cele społeczne, lecz jego konkurencyjność. I o tym nie wolno nam zapomnieć.



Druga edycja Tygodnia Ekonomii Społecznej zakończyła się satysfakcją zarówno organizatorów, jak i uczestników. Zarówno po warsztatach, jak i wizytach studyjnych zaczęli zgłaszać się do projektu studenci zainteresowani ekonomią społeczną, chcący pisać na ten temat prace magisterskie, chętni do wzięcia udziału w wolontariacie. Kilka twarzy było dostrzegalnych na absolutnie wszystkich wydarzeniach Tygodnia Ekonomii Społecznej, a jedna ze studentek tak skomentowała dyskusyjny klub filmowy; „rewelacja, prawdziwa rewelacja, nareszcie rozumiałam różnicę między przedsiębiorstwem społecznym, a innymi firmami”.

Czy udało się osiągnąć zakładany cel Tygodnia ES, jakim była popularyzacja wiedzy o ekonomii społecznej w środowisku studenckim? Wydaje się, że tak – informacje o gospodarce społecznej przekazane były w ciekawy i zróżnicowany w formie sposób, przede wszystkim pokazując praktyczną stronę małopolskiej przedsiębiorczości społecznej. Wydaje się, że ten właśnie praktyczny aspekt był dla studentów najbardziej cenny - pozwolił im „otrzeć się” o rzeczywisty wymiar inicjatyw ekonomii społecznej.

Jak zauważył jeden z wykładawców i współorganizatorów Tygodnia Ekonomii Społecznej – „Mam poczucie, że podczas Tygodnia robimy prawdziwą Akademię Rozwoju Ekonomii Społecznej”.



Regionalny Ośrodek Polityki Społecznej w Krakowie

Akademia Rozwoju Ekonomii Społecznej - Etap I

30-070 Kraków
ul. Piastowska 32
tel.: 12/422-06-36
fax: 12/422-06-36 wew. 44
biuro@rops.krakow.pl

Biuro Projektu:
30-134 Kraków
ul. Kunickiego 5
tel.: 12/426-88-10
fax: 12/426-88-11
biuroares@rops.krakow.pl