JAK robić biznes społeczny

Nr 05

W numerze dodatek: Zespół ds. Rozwiązań Systemowych w Zakresie Ekonomii Społecznej

Pismo poświęcone przedsiębiorczości społecznej · http://biznesspoleczny.pl

ISSN 2084-3089 · Nr 5 · JESIEŃ 2013

DOBRA ROBOTA!

Słowo „instytucja" kojarzy się z czymś dużym, poważnym i mówiąc oględnie – nudnym. Efekt ten wzmacniają określenia w rodzaju „instytucja samorządowa" czy „finansowane ze środków Unii Europejskiej". Dlatego spore zaskoczenie może wywołać fakt, że jedną z większych instytucji wspierających rozwój przedsiębiorczości społecznej w Polsce promuje wizerunek półnagiego, wytatuowanego młodzieńca. O co tutaj chodzi?

Ośrodek Wsparcia Ekonomii Społecznej z siedzibą w Gdańsku powstał w kwietniu br. i jest pierwszą tego typu instytucją w regionie. Jego głównym zadaniem jest pomoc w powstawaniu i rozwoju przedsiębiorstw społecznych w różnych formach prawnych. Inicjatorzy powstania ośrodka wyszli z założenia, że kluczową rolę w tworzeniu nowych i reformowaniu starych organizacji pełnią odpowiedni ludzie, mający określony system wartości, postawę i motywację do wykonywania pracy, która poza tym, że jest źródłem ich utrzymania, posiada również głębszy sens społeczny.

Twórcy OWES mieli świadomość, że nie wystarczy zadbać o przejrzystość wydatkowania publicznych środków oraz o sprawną administrację. Nawet najlepiej zorganizowana instytucja nie będzie skuteczna, jeśli usługi, które świadczy, nie zostaną odpowiednio „opakowane", a następnie „sprzedane" właściwym „klientom". Założyciele pomorskiego OWES odrobili pracę domową w tym zakresie. Kampania promocyjna oparta na marce „Dobra Robota" jest nie tylko wyrazista, ale przede wszystkim ma potencjał wyłuskiwania z tłumu ludzi mających wystarczająco dużą motywację, by w pełni skorzystać z pomocy animatorów oraz edukatorów i stać się pionierami nowego myślenia o gospodarce i aktywności zawodowej. Slogan „Zakręć się za pracą z sensem" celowo nie jest kierowany do osób silnie dotkniętych wykluczeniem społecznym, ale do tych, które mają potencjał, by stać się liderami zmian, które pomogą tym w najtrudniejszej sytuacji.

Opakowanie

– Nasze logo, „pszczółko-śrubka", to metafora tego, co robimy. Pożyteczne jak pszczoły, zakręcone jak gwint i tak jak śruby łączymy ze sobą różne elementy, by stworzyć większą całość o nowych funkcjach, przerastających pojedynczego człowieka – mówi Agnieszka Dejna, kierownik OWES. – *Kiedy nasz zespół otrzymał pierwsze szkice logotypu i propozycję identyfikacji wizualnej,* strona 2 ▸▸

Idea i brukowe kostki

Piąty numer naszego pisma oddajemy do druku tuż przed VII Ogólnopolskimi Spotkaniami Ekonomii Społecznej. To dobry moment, żeby zadać sobie pytanie, ile wysiłku wkładamy w organizację zaplecza i produkowanie przeróżnych usług i produktów, a ile w szeroko rozumianą sprzedaż. To pytanie jest tak samo aktualne w przypadku spółdzielni socjalnych, organizacji społecznych czy instytucji wsparcia ekonomii społecznej, jak i na szczeblu ministerialnym czy podmiotów zarządzających środkami unijnymi.

Bez względu na to, czy sprzedajemy kostkę brukową czy organizujemy szkolenia, czy efektem naszej pracy są towary, wiedza czy idee – każda usługa i każdy produkt powinien mieć dobre opakowanie, zdefiniowane kanały dystrybucji i dobrze określoną grupę docelową. Niestety, w odniesieniu do ekonomii społecznej porządnego marketingu jest jak na lekarstwo.

Naszym zdaniem zbyt dużo czasu poświęcamy procedurom i „produkcji", za mało zaś na myślenie, w jaki sposób mamy promować przedsiębiorczość społeczną, by była kojarzona z potencjalnie atrakcyjnymi miejscami zatrudnienia, umożliwiającymi pracę z ludźmi i dla ludzi, a nierzadko także realizację indywidualnych pasji.

We wkładce w środku numeru podsumowujemy dotychczasowe efekty prac Zespołu ds. Rozwiązań Systemowych w Zakresie Ekonomii Społecznej. Wygląda na to, że ów system jest coraz bardziej kompletny i coraz lepiej przemyślany. Jest już zatem „produkt", teraz trzeba go jak najlepiej „opakować" i „sprzedać".

Wskazówek, jak profesjonalnie promować gospodarkę społeczną, dostarcza przykład „Dobrej Roboty". Opisany na pierwszych stronach Ośrodek Wsparcia Ekonomii Społecznej z pomocą studia Kooperatywa.org uciekł od „instytucjonalnej sztampy", stawiając na odważny wizerunek. Żywimy nadzieję, że dodatkowo zwiększy to skuteczność działań pomorskiej instytucji, oraz że znajdzie ona twórczych naśladowców.

Piąty JAK zawiera więcej tekstów poświęconych temu, jak można promować bliskie nam wszystkim idee. Część artykułów ma formę praktycznych miniporadników, np. z dziedziny marketingu. Tej wiedzy bardzo nam brakuje, a bez umiejętności „sprzedaży" idei przedsiębiorczości społecznej na nowych „rynkach" wkrótce udusimy się we własnym sosie, podlewani obficie unijnymi dotacjami.

Nadal wiszący nad naszymi głowami kryzys społeczno-ekonomiczny jest szansą na szersze rozpropagowanie alternatywnego, prospołecznego modelu przedsiębiorczości. Nie przegapmy jej.

SZYMON SURMACZ

POSŁUCHAJ, TO DO CIEBIE
Muzyka alternatywna w służbie spółdzielczości socjalnej.
s. 03

JAK TWORZYĆ OFERTĘ,
której pragną klienci? Nowe narzędzie marketingowe: kanwa propozycji wartości.
s. 10

w pierwszej chwili byłyśmy bardzo zaskoczone, tak mocno odbiegało to od znanych nam instytucji otoczenia ekonomii społecznej. A potem pojawił się entuzjazm: przecież dokładnie o to nam chodzi! Chcemy się wyróżnić, pokazać, że nie jesteśmy nudziarzami, przyciągnąć ludzi ambitnych i kreatywnych, którym nie trzeba będzie tłumaczyć od zera, czym jest ekonomia społeczna, bo będą to czuli „organicznie". Z doświadczenia w pracy z trzecim sektorem wiem, że jest wiele takich osób. Barierą w docieraniu do nich jest utarty schemat myślenia: „znowu nudne szkolenia z projektu unijnego". Mamy nadzieję, że uda nam się pokonać tę przeszkodę.

Koncepcja komunikacyjna kampanii opiera się o skojarzenia z plastrem miodu, pożytkiem, pracą zespołową. - *Nasz OWES ma być ulem, matecznikiem w którym będziemy hodować nowe „śrubko-pszczele" matki, które poniosą naszą koncepcję publicznego pożytku na całe Pomorze* - śmieje się pani Agnieszka. Zadaniem takiego systemu skojarzeń jest zaistnieć w wyobraźni odbiorców i zwiększyć rozpoznawalność ośrodka na tle „klasycznych" instytucji i projektów finansowanych ze środków europejskich.

Niesztampowe, wesołe i twórcze podejście animatorów z pomorskiego OWES dobrze rokuje jeśli chodzi o przyszłe efekty jego działań. Tę opinię podziela Michał Glaser, dyrektor biura Stowarzyszenia Gdański Obszar Metropolitalny, które pełni funkcję lidera projektu. - *Osobiście jestem przekonany do komunikacji obrazem i mocnym hasłem. Jeśli w ciągu jednej sekundy nie przyciągnie się uwagi klienta, nasz przekaz zginie w gąszczu instytucji, projektów i komercyjnych reklam. Wyróżnić się - to podstawowe wyzwanie.*

W dużych instytucjach opór wywołuje każda zmiana czy choćby sama perspektywa robienia czegoś „inaczej niż do tej pory". - *Jednak kto nie podejmuje ryzyka, ten się nie rozwija. Dlatego przychylnie spojrzeliśmy na nowatorską i odważną propozycję „opakowania" projektu* - dodaje Glaser.

Od dołu do góry

GOM to organizacja zrzeszająca pomorskie samorządy i zawiązana w celu *harmonijnego rozwoju całego obszaru metropolitalnego wokół Gdańska, poprzez jak najlepsze wykorzystanie potencjału miast i gmin członkowskich, z poszanowaniem ich odrębności i specyfiki.* Z punktu widzenia „pozarządowej średniej krajowej" jest to moloch, zrzeszający 45 samorządów reprezentujących łącznie niemal 1,3 mln mieszkańców.

Jednak OWES nie jest inicjatywą samorządową. - *Od samego początku był to oddolny pomysł organizacji społecznych, który spotkał się z pozytywnym przyjęciem władz i wolą polityczną, by wspierać takie inicjatywy. GOM został liderem OWES, ponieważ władze w regionie chciały, żeby efekty projektu były jak najbardziej powszechne, a nie „rozeszły się po znajomych"* - opowiada Glaser. Zamiast tworzyć kilka konkurujących ze sobą i częściowo dublujących swoje działania instytucji, pracujących na rzecz tych samych grup odbiorców, postawiono na jeden zintegrowany system wspierania ekonomii społecznej na całym obszarze. - *Przedsiębiorczość społeczna jest ważnym instrumentem polityki społecznej, a ta powinna być efektem świadomego i planowanego działania, a nie „gry rynkowej", która w przypadku tego sektora będzie prowadziła do marnowania publicznych środków, a nie do maksymalizacji efektywności* - mówi pan Michał.

Klienci

- *Chcemy przyciągać grupy osób, które wiedzą, po co do nas przychodzą, a nie „beneficjentów" z łapanki* - deklaruje Agnieszka Dejna. Nacisk kładzie na słowo „grupy", ponieważ w dłuższej perspektywie sklejanie spółdzielni z przypadkowych osób, które trafiają na szkolenia, z reguły jest skazane na porażkę. - *Od lat obserwujemy, co dzieje się w innych instytucjach wsparcia ekonomii społecznej. Nie chcemy powielać ich błędów i pomagać w tworzeniu firm, które będą walczyć z nierozwiązywalnymi problemami wewnętrznymi zamiast „produkować dobro" w swoim otoczeniu* - kontynuuje Dejna.

Zespół pomorskiego OWES twierdzi, że **dobra robota** jest dla każdego. Jednocześnie na swojej stronie internetowej (dobrarobota.org) zamieszcza swojego rodzaju test dla osób pragnących skorzystać z oferty szkoleniowej i doradczej. Swoich przyszłych klientów zachęca do odpowiedzenia sobie m.in. na takie pytania:

- Chcesz mieć realny wpływ na swoją pracę?
- Masz dość ciągłych problemów z pracą?
- Masz przyjaciół, z którymi lubisz wspólnie realizować Wasze pomysły?
- Chcesz stworzyć sobie miejsce pracy?
- Należysz do organizacji pozarządowej i ciągle zastanawiasz się, skąd wziąć środki na działania?
- Bliskie Ci są zasady odpowiedzialności społecznej?
- Uważasz, że w zgranym zespole tkwi siła?

Jeżeli na którekolwiek z pytań odpowiadasz twierdząco - zakręć się za pracą z sensem!

- *Stawiamy na ludzi przedsiębiorczych i samodzielnych, ale takich, którzy mają poczucie misji. Organizując dla siebie „dobrą robotę" muszą wiedzieć i czuć, że robią znacznie więcej. Że nie chodzi wyłącznie o dochody, ale o zmienianie kawałka świata na lepsze* - przekonuje kierownik OWES.

Kuźnia liderów

Pomorski ośrodek wyróżnia jeszcze jedna cecha, *de facto* wyznaczająca jego strategię działania. - *Stawiamy na tzw. ekonomizację organizacji społecznych. Spółdzielnie socjalne, owszem, są potrzebne, ale uważamy, że lepsze efekty osiągnie się zaczynając od reformowania już istniejących NGO: mających doświadczenie organizacyjne, osadzonych w konkretnych społecznościach i ich potrzebach. Trzeba je tylko nauczyć, że pieniądze są nie tylko „w grantach" ale że można je również zarabiać* - mówi Dejna.

Takie podejście jest bliskie także Michałowi Glaserowi. - *Władzom na Pomorzu zależy na rozwoju kapitału społecznego i przedsiębiorczości u społeczników. Naszym zadaniem jest zwiększanie efektywności wykorzystania środków, które samorząd przekazuje organizacjom pozarządowym. Jeśli nie chcemy wyrzucać ich w błoto, to bezzwrotne transfery trzeba zastępować wyzwalaniem ducha przedsiębiorczości społecznej.*

Ludzie, którzy poszukują w życiu także czegoś więcej niż tylko „zarabianie kasy" są najlepszymi liderami przedsiębiorstw społecznych. Często obdarzeni wyjątkową empatią i wrażliwością, będą wspierać mniej zaradnych, za to posiadających wiele wartościowych umiejętności i cech, których nie ceni rynek pracy oparty na wyścigu szczurów.

- *Powstaje wiele stowarzyszeń i fundacji, w ramach których młodzi ludzie dają upust swojej kreatywności i przedsiębiorczości. Chcemy im pokazać, że uwalnianie własnych talentów może być nie tylko pożytecznym społecznie wolontariatem, ale także sposobem na godne i pełne pasji życie. Tak rozumiem slogan „zakręć się za pracą z sensem"* - podsumowuje naszą rozmowę A. Dejna.

Słuchając wypowiedzi pomorskich animatorów przedsiębiorczości społecznej przed oczami stają słowa Romualda Mielczarskiego, wypowiedziane blisko sto lat temu: *Kto z inteligencji chce pracować w kooperacji i nie mieć potem gorzkiego uczucia zawodu, ten musi pozbyć się instynktów pańskich, jakimi wszyscy dziedzicznie jesteśmy przepojeni, i wiedzieć, że* ***jedynym zadaniem inteligenta jest być miłującym swój zawód nauczycielem, szczodrze rozdającym skarby swojej wiedzy wśród tych, którzy jej łakną.***

Pozostaje nam trzymać kciuki i za parę lat zajrzeć na Pomorze, by sprawdzić, czy dobry start tamtejszego OWES-u przełożył się na trwałe projekty społeczne.

MARCIN KACZMAREK

POSŁUCHAJ, to do Ciebie

z Agnieszką Sowałą-Kozłowską ze Spółdzielni Socjalnej „Spóła Działa” rozmawia Mateusz Batelt

Wasza spóła działa już jakiś czas. Dlaczego zostałyście kooperatystkami?

Agnieszka Sowała-Kozłowska: Dużą zaletą spółdzielni jest możliwość wspólnej pracy, wymiany pomysłów i doświadczeń oraz wspierania się. To również szansa na elastyczną organizację pracy i dostosowanie jej do własnych potrzeb. Ponadto możemy w łatwy sposób łączyć pracę zarobkową z działalnością kulturalną i społeczną. Jako spółdzielnia artystyczna i wielobranżowa jesteśmy charakterystycznym tworem. Każda z dziedzin, którymi się zajmujemy, ma swoją specyfikę. Działanie w ramach spółdzielni pozwala nam szukać właściwej drogi - choć nie jest to wcale łatwe. Ponadto świadomość, że razem próbujemy „budować lepszy świat”, potrafi zrekompensować wiele trudów i wyrzeczeń.

A teraz chcecie zaszczepić etos spółdzielczy w innych.

Zgadza się. Nasz nowy projekt nazywa się „Granie zeSpołem”. Jego efektem będzie płyta z muzyką alternatywną i tekstami promującymi wspólną, solidarną pracę. Chcemy w ten atrakcyjny i przystępny sposób popularyzować spółdzielczość socjalną wśród młodych ludzi, informując oraz łamiąc stereotypy.

Skąd taki pomysł?

Podsunęło nam go życie i realia, z jakimi przyszło nam się zderzyć jako młodym spółdzielczyniom. Prowadząc biznes musimy być konkurencyjne; codziennie walczymy o byt. Bardzo łatwo w takiej sytuacji zapomnieć o istocie spółdzielczości. Wiele nowych spółdzielni nie ma pojęcia o idei kooperatyzmu i jej korzeniach. Spółdzielczość kojarzy się często z PRL-owskim przymusem i brakiem efektywności gospodarczej, a także z „wyciąganiem dotacji unijnych”. A przecież na całym świecie mądrze zorganizowane i ideowe kooperatywy od ponad stu lat są skutecznym sposobem na zaspokajanie ekonomicznych, społecznych i kulturalnych potrzeb swoich członkiń i członków.

W lipcu udałyśmy się na festiwal kultury alternatywnej Slot Art, gdzie wśród ludzi w wieku 18-35 lat przeprowadziłyśmy anonimowe ankiety na temat znajomości i postrzegania spółdzielczości socjalnej. 70 proc. ankietowanych nie wiedziało nic na ten temat, a wśród pozostałych 30 proc. dominowały wypowiedzi sceptyczne oraz takie, które świadczyły o myleniu spółdzielni socjalnych np. z mieszkaniowymi. Nasz projekt ma poprawić postrzeganie kooperatyzmu i zachęcić młodych ludzi do zakładania własnych spółdzielczych firm.

Czy spółdzielczość może być atrakcyjna dla osób wchodzących na rynek pracy?

Myślę, że tak. Ludzie w tym wieku są grupą o bardzo wysokim ryzyku bezrobocia. Dla części z nich spółdzielczość socjalna może być atrakcyjną formą własnej działalności gospodarczej. Wielu młodych to osoby aktywne, świadome i bardzo twórcze. Przy tym przedkładają współpracę i rozwój osobisty nad „wyścig szczurów” i pogoń za zyskiem, co czyni z nich doskonały materiał na przyszłych spółdzielców.

Chcemy naszym projektem przekonać takie osoby, że zakładanie demokratycznych przedsiębiorstw może być unikalną szansą na aktywne i niezależne życie, pozwalające łączyć pracę zarobkową z realizacją zainteresowań. Osoby decydujące się na taki krok mogą liczyć na kompleksowe wsparcie doradcze i finansowe Ośrodków Wsparcia Ekonomii Społecznej - co w tych trudnych czasach również nie jest bez znaczenia.

Z kim współpracujecie?

Postanowiłyśmy sięgnąć po wykonawców różnych gatunków muzyki spoza głównego nurtu. Szukałyśmy artystów, którzy będą wiarygodni śpiewając o potrzebie niezależności i solidarności. Ostatecznie zaprosiłyśmy do współpracy m.in. twórców muzyki folkowej, hiphopowej oraz elektronicznej. Na płycie coś dla siebie znajdą zarówno amatorzy jamajskich rytmów, jak i fani cięższego, gitarowego grania. Z sylwetkami wszystkich artystów można się zapoznać na stronie www.graniezespolem.pl. Zapraszamy także na nasz profil na Facebooku: www.facebook.com/Zespolenie.

A co z tekstami?

Gromadzimy i porządkujemy tradycyjne pieśni i poezję spółdzielczą, żeby ocalić je od zapomnienia. Artyści przygotowujący utwory na płytę mogą się posiłkować gotowymi tekstami z naszego archiwum lub tworzyć współczesne interpretacje pojawiających się w nich motywów. Najistotniejszy jest przekaz - promocja idei spółdzielczej i wspólnej pracy.

Co stanie się z gotowym materiałem?

Wszystkie utwory znajdujące się na płycie będą bezpłatnie udostępnione, na tzw. wolnej licencji (Creative Commons), na stronie internetowej projektu; będziemy je promować przede wszystkim na portalach muzycznych i społecznościowych, a do jednej z piosenek powstanie wideoklip. Z kolei płyta w formie fizycznego nośnika zostanie rozesłana m.in. do mediów oraz instytucji promujących ekonomię społeczną. Ukoronowaniem projektu będzie koncert w spółdzielczym klubie DOM w Łodzi.

Wszystko to po to, by pokazać „młodym poszukującym”, że istnieje alternatywa dla bezrobocia, emigracji czy pracy w korporacji.

Projekt „Granie zeSpołem - muzyka alternatywna jako sposób promocji społeczno-ekonomicznego potencjału spółdzielczości socjalnej” został dofinansowany ze środków Programu Operacyjnego Fundusz Inicjatyw Obywatelskich.

Zapraszamy do Ośrodka Wspierania Ekonomii Społecznej (OWES) w subregionie siedleckim

OWES Ośrodek Wspierania Ekonomii Społecznej SIEDLCE

wszystkie organizacje pozarządowe, grupy inicjatywne oraz przedsiębiorstwa ekonomii społecznej z powiatów: siedleckiego, łosickiego, węgrowskiego, sokołowskiego, m. Siedlce, mińskiego i garwolińskiego (mające siedzibę lub prowadzące działania na tym obszarze)

OFERUJEMY:

- **Kompleksowe wsparcie szkoleniowe i doradcze** (m.in. zarządzanie, planowanie projektów, pisanie biznesplanów, prowadzenie działalności gospodarczej, finansów, pozyskiwanie środków, mierzenie korzyści społecznych i inne);
- Pomoc w zakładaniu **spółdzielni socjalnych i wsparcie pomostowe**;
- Wsparcie przy **budowaniu partnerstw lokalnych** na rzecz ekonomii społecznej w wybranych społecznościach;
- **Wsparcie promocji sprzedaży**, m.in. za pośrednictwem portalu zlepszejpółki.pl.

Więcej informacji na stronie: **www.frso.pl** (w zakładce OWES-S)

BIURO PROJEKTU
Ośrodek Wspierania Ekonomii Społecznej w subregionie siedleckim
ul. Chopina 10, 08-110 Siedlce
tel./fax 25 631 81 98 lub 535 792 901
email: owes-s@frso.pl

KONTAKT W WARSZAWIE
ul. Kłopotowskiego 6 m. 59/60
03-717 Warszawa
tel./fax 22 616 33 16

KAPITAŁ LUDZKI NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI
MAZOWIECKA JEDNOSTKA WDRAŻANIA PROGRAMÓW UNIJNYCH
UNIA EUROPEJSKA EUROPEJSKI FUNDUSZ SPOŁECZNY

Projekt współfinansowany jest ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego
Projekt realizowany jest w partnerstwie z : Gminą Zbuczyn oraz Stowarzyszeniem Ośrodek Kultury i Aktywności Lokalnej SOKiAL w Krzesku

OSES 2013

Od 2006 r. rokrocznie organizowane są Ogólnopolskie Spotkania Ekonomii Społecznej. Gromadzą one przedstawicieli przedsiębiorstw społecznych oraz instytucji wsparcia ekonomii społecznej, kreatorów polityki i nowych rozwiązań w zakresie rozwoju sektora, naukowców, bankowców, ludzi biznesu oraz samorządowców. Celem jest integracja „branży", nawiązywanie kontaktów, wzajemna inspiracja oraz szukanie innowacyjnych pomysłów na rozwój społeczno-gospodarczy.

Tematem przewodnim OSES 2013 będzie rola **terytorium społecznie odpowiedzialnego**. Pod tym pojęciem rozumiemy całkiem nową koncepcję samorządności, współdziałania i partnerstwa ukierunkowanego na wspólną, międzysektorową odpowiedzialność za kondycję i jakość życia społeczności. Odpowiedzialność ta rozkłada się równomiernie na wszystkich uczestników życia społeczno-gospodarczego, a kryzys zmusza samorządy, przedsiębiorców oraz trzeci sektor do zacieśnienia współpracy.

Brak miejsc pracy dla młodych, zapaść gospodarcza i społeczna mniejszych miejscowości, niedobory w finansach publicznych oraz nieskuteczność kreowania nowych rozwiązań w oparciu o zasady „klasycznej" ekonomii pokazują, że trzeba szukać nowych dróg, w przypadku których rozwój nie będzie mierzony wyłącznie efektywnością ekonomiczną i wzrostem PKB. Problemy narastające właściwie w każdym rejonie Polski wymagają nowego spojrzenia na gospodarkę i poszukiwania alternatywnych modeli i instrumentów, by możliwe było tworzenie nowych miejsc pracy i zaspokajanie potrzeb społecznych w zakresie usług publicznych, edukacji czy kultury. Jednym z takich instrumentów wydaje się być przedsiębiorczość społeczna, dzięki której nie tylko zwiększamy zatrudnienie, ale i wyzwalamy uśpiony dotychczas kapitał społeczny.

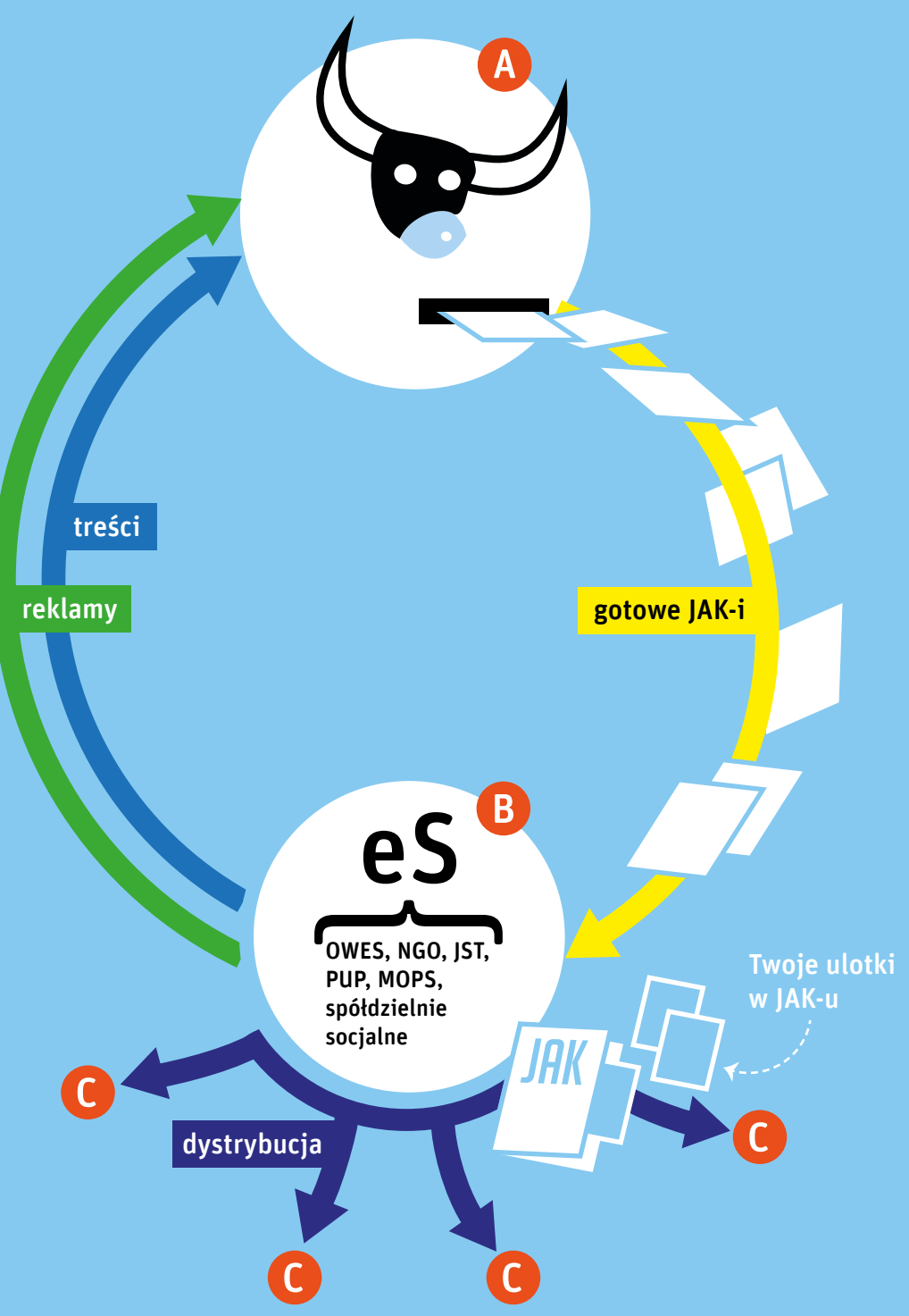
OSES są przestrzenią, w której ścierają się odmienne punkty widzenia ludzi, którzy *de facto* mają te same cele. Zarówno samorządowcom, jak i społecznikom oraz przedsiębiorcom zależy na lepszej jakości życia, rozwoju edukacji, kultury czy infrastruktury w swoim otoczeniu. Dzięki wymianie poglądów i doświadczeń mogą powstawać innowacyjne koncepcje rozwoju lokalnego, opartego na wiedzy, zaangażowaniu i świadomym kreowaniu połączeń między rożnymi formami kapitału - społecznym, ludzkim i finansowym.

Istotnymi tematami omawianymi podczas OSES 2013 będą m.in.:

- przedsiębiorczość społeczna jako remedium na kryzys społeczno-gospodarczy
- nowe idee i kierunki rozwoju przedsiębiorczości społecznej
- budowanie sieci kooperacyjnych przedsiębiorstw społecznych
- finansowanie rozwoju przedsiębiorczości społecznej
- przedsiębiorczość społeczna jako katalizator rozwoju lokalnego i regionalnego
- budowanie wysokiej jakości przedsiębiorstw łączących działalność gospodarczą ze społeczną

Wszystkich, którzy nie zdołają pojawić się w Szczecinie, zapraszamy na stronę www.oses2013.pl, gdzie znajdą się materiały i informacje o wszystkich spotkaniach i warsztatach.

JAK NAS POŁĄCZY(Ć)



PISMO „JAK ROBIĆ BIZNES SPOŁECZNY" JEST WSPÓŁTWORZONE PRZEZ ORGANIZACJE Z SEKTORA EKONOMII SPOŁECZNEJ. DOŁĄCZ DO NAS!

Zostań:
- dystrybutorem,
- współtwórcą,
- reklamodawcą.

Zajrzyj na BiznesSpoleczny.pl i zapoznaj się z:
- mapą dystrybutorów,
- wybranymi artykułami,
- ofertą dla reklamodawców.

JAK POWSTAJE „JAK"?

A „Centrala" to redakcja prowadzona przez Stowarzyszenie „Obywatele Obywatelom" we współpracy z Ogólnopolskim Związkiem Rewizyjnym Spółdzielni Socjalnych. Organizacje z sektora ekonomii społecznej przysyłają do nas informacje, pomysły, dzielą się uwagami i zapotrzebowaniem na teksty. Dołącz do nich: jak@soo.org.pl
Niektórzy zamawiają u nas reklamę lub przygotowanie całych wkładek promujących zrealizowane projekty. Dołącz do nich: http://biznesspoleczny.pl/oferta/

B Wydrukowane gazety trafiają do dystrybutorów, którzy wykorzystują je do promowania idei ekonomii społecznej i swoich działań. Dołącz do JAK-a ulotki swojej organizacji, rozdaj podczas konferencji o ekonomii społecznej, a odbiorcom będzie łatwiej zrozumieć, czym jest biznes społeczny i JAK go robić. Zostań dystrybutorem: http://biznesspoleczny.pl/dystrybucja/

C **Nakład pisma trafia do co najmniej 15 000** czytelników. Jeśli więcej organizacji dołączy do dystrybutorów i reklamodawców, zwiększymy nakład, dzięki czemu będziemy docierać do jeszcze większej liczby osób.

Stawiamy przede wszystkim na praktyczne rozwiązania i samodzielność w tworzeniu przedsiębiorstw społecznych. Jeśli jest ci bliskie takie podejście dołącz do współtwórców pisma!

ZAPRASZAMY!

JAK robić biznes społeczny

ZESPÓŁ DS. ROZWIĄZAŃ SYSTEMOWYCH W ZAKRESIE EKONOMII SPOŁECZNEJ

Projekt „Partnerstwo na rzecz instytucjonalizacji ekonomii społecznej" współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

DLA DOBRA WSPÓLNEGO

Wszystko rozpoczęło się w czerwcu 2008 r. w trakcie Gdańskiej Konferencji Ekonomii Społecznej. W przyjętym Manifeście Ekonomii Społecznej stwierdzono wówczas, iż *konieczne jest stworzenie trwałego mechanizmu komunikacji i dialogu pomiędzy środowiskami decydentów (zarówno władz wykonawczych jak i ustawodawczych) i środowiskiem ekonomii społecznej*. Propozycja zaowocowała dość szybko powołaniem przez Prezesa Rady Ministrów Zespołu ds. Rozwiązań Systemowych w Zakresie Ekonomii Społecznej, będącego próbą instytucjonalizacji dialogu obywatelskiego we wspomnianym obszarze.

Pomysł wspólnego dla władzy i obywateli zespołu roboczego stanowił nowatorskie rozwiązanie. Nowo powołane gremium miało bowiem być nie tylko forum dyskusyjnym, ale także narzędziem demokratycznego określania polityk publicznych, niebędącego normą w decydowaniu publicznym w najnowszej historii Polski.

Materiały MPiPS, www.mpips.gov.pl

Co zrobiono?

W skład Zespołu weszli przedstawiciele administracji rządowej oraz samorządowej, sektora ekonomii społecznej, związków zawodowych i organizacji pracodawców, a także środowisk naukowych. We wrześniu 2012 r. skład Zespołu został poszerzony o przedstawicieli resortów, których kompetencje związane są z obszarem ekonomii społecznej oraz o kolejnych reprezentantów sektora. Zespół spotkał się dotąd dziewięciokrotnie, jednak większość prac prowadzonych było i jest w trybie roboczym w grupach tematycznych. Odbyło się blisko sto posiedzeń gremiów roboczych, w których uczestniczyły dziesiątki ekspertów, przedsiębiorców społecznych czy polityków, którzy poświęcali bezinteresownie swój wolny czas na tworzenie dobra wspólnego, jakim są nowe rozwiązania polityczne.

W skład grup wchodzą przedstawiciele Zespołu, ale także liczni działacze i eksperci z różnych środowisk związanych z sektorem ekonomii społecznej. Grupy wypracowały rozwiązania w następujących obszarach:

- **programowym** – efektem prac są zapisy w poszczególnych strategiach rozwoju na poziomie krajowym oraz projekt **Krajowego Programu Rozwoju Ekonomii Społecznej**. Był on wielokrotnie konsultowany z sektorem i modyfikowany w wyniku dyskusji. Był także podstawą do tworzenia zapisów projektu Programu Operacyjnego Wiedza, Edukacja, Rozwój oraz Regionalnych Programów Operacyjnych na lata 2014-2020. Projekt skierowany został do uzgodnień międzyresortowych i społecznych;
- **finansowym** – Grupa Finansowa bierze udział w przedsięwzięciu realizowanym przez Ministerstwo Pracy i Polityki Społecznej, Ministerstwo Rozwoju Regionalnego i Bank Gospodarstwa Krajowego, w ramach którego uruchomiony został **pilotaż funduszu pożyczkowego dla przedsiębiorstw społecznych**, współfinansowany ze środków Europejskiego Funduszu Społecznego (Działanie 1.4 PO KL 2007-2013). Grupa przygotuje także rekomendacje odnoszące się do innych instrumentów wsparcia finansowego dla podmiotów ekonomii społecznej, w tym funduszu poręczeniowego;
- **prawnym** – przygotowany został **projekt ustawy o przedsiębiorstwie społecznym i wspieraniu ekonomii społecznej**, który przewiduje m.in. ustanowienie statusu przedsiębiorstwa społecznego, powołanie Izby Przedsiębiorców Społecznych, reguluje obszary działalności przedsiębiorstw społecznych, ich uprawnienia i obowiązki oraz określa zasady funkcjonowania systemu wsparcia sektora. Grupa Prawna ma także wypracować rekomendacje odnośnie do stosowania klauzul społecznych w zamówieniach publicznych;
- **edukacyjnym** – planowany jest szereg działań, takich jak wydawanie publikacji (seria Ekonomia Społeczna), pilotaż projektów edukacyjnych dla uczniów szkół gimnazjalnych w zakresie przedsiębiorczości społecznej czy przygotowanie scenariuszy lekcji o gospodarce społecznej, które będą mogły zostać wykorzystane przez nauczycieli przy tworzeniu programów nauczania.

Prace Zespołu, grup tematycznych i grupy koordynującej są wspierane organizacyjnie w ramach Projektu „Partnerstwo na rzecz instytucjonalizacji ekonomii społecznej", który został powierzony do realizacji Centrum Rozwoju Zasobów Ludzkich. Do zadań Zespołu należy także monitorowanie i wsparcie doradcze wdrażania wypracowanych rozwiązań oraz opiniowanie projektów dokumentów rządowych, strategii i programów krajowych oraz propozycji regulacji unijnych dotyczących ekonomii społecznej. strona 6 ▸▸

Kalendarium prac Zespołu

15 grudnia 2008 r. – wydanie zarządzenia nr 141 Prezesa Rady Ministrów w sprawie Zespołu ds. Rozwiązań Systemowych w Zakresie Ekonomii Społecznej.

13 marca 2009 r. – pierwsze posiedzenie Zespołu: ukonstytuowanie, wybór grup roboczych. Funkcję przewodniczącego Zespołu objął sekretarz stanu w Ministerstwie Pracy i Polityki Społecznej, Jarosław Duda, zaś zastępcą został Henryk Wujec.

17 czerwca 2009 r. – na posiedzeniu Zespołu przyjęto dokument „Najważniejsze działania na rzecz rozwoju ekonomii społecznej w Polsce" oraz „Propozycję struktury i sposobu pracy nad strategią działań na rzecz ekonomii społecznej".

26 stycznia 2010 r. – członkowie Zespołu zapoznali się z rekomendacjami wynikającymi z raportu OECD pn. „Poprawa potencjału integracji społecznej na poziomie lokalnym poprzez gospodarkę". Omówiono również zapisy projektu „Paktu na rzecz ekonomii społecznej w modernizacji polskiego modelu społecznego 2030". Grupa Strategiczna poinformowała m.in. o podjęciu prac nad założeniami do dokumentu pn. „Długofalowa polityka rozwoju ekonomii społecznej".

15 lipca 2010 r. – omówiono m.in. wstępną, roboczą wersję projektu ustawy o przedsiębiorstwie społecznym.

20 lipca 2011 r. – przedstawiono kwestię poświęconych ekonomii społecznej zapisów w strategiach rozwoju, zaprezentowano projekt „Długofalowej polityki rozwoju ekonomii społecznej" oraz projekt ustawy o przedsiębiorstwie społecznym wraz z wynikami konsultacji społecznych on-line.

6 października 2011 r. – w trakcie Ogólnopolskich Spotkań Ekonomii Społecznej w Lublinie Zespół dokonał rekonstrukcji grup oraz określił dalsze działania. Kryzys działań wywołany został nieprzyjęciem przez rząd propozycji „Paktu na rzecz ekonomii społecznej".

26 października 2011 r. – omawiano kwestię zmian w zarządzeniu tworzącym Zespół. Dyskutowano także na temat „Paktu na rzecz ekonomii społecznej". Prace nad dokumentem zostały podjęte przez Stałą Konferencję Ekonomii Społecznej.

6 września 2012 r. – przyjęcie zarządzenia nr 72 Prezesa Rady Ministrów, zmieniającego zarządzenie w sprawie Zespołu ds. Rozwiązań Systemowych w Zakresie Ekonomii Społecznej.

8 października 2012 r. – Zespół spotkał się w nowym składzie, wybranym w wyniku wejścia w życie nowego rozporządzenia. Przewodnictwo objął minister pracy i polityki społecznej Władysław Kosiniak-Kamysz, zastępcą został Henryk Wujec. Omówiono projekt Krajowego Programu Rozwoju Ekonomii Społecznej, projekt ustawy o przedsiębiorstwie społecznym oraz stan realizacji działań w projekcie „Wsparcie inżynierii finansowej na rzecz rozwoju ekonomii społecznej" w ramach Działania 1.4 *Wsparcie inżynierii finansowej na rzecz rozwoju ekonomii społecznej* w Priorytecie I *Zatrudnienie i integracja społeczna* Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki 2007-2013.

17 lipca 2013 r. – na posiedzeniu Zespołu przyjęto projekty: KPRES oraz ustawy o przedsiębiorstwie społecznym, kierując oba dokumenty do prac w MPiPS, a następnie do przyjęcia przez Radę Ministrów.

Program dla ekonomii społecznej

Jednym z efektów prac Zespołu jest autorski, stworzony przez środowisko obywatelskie we współpracy z administracją publiczną projekt Krajowego Programu Rozwoju Ekonomii Społecznej. Dokument stanowi operacjonalizację działań przewidzianych w Strategii Rozwoju Kraju 2020 oraz w większości zintegrowanych strategii kraju. Mówiąc krótko: co zrobimy, jak to zrobimy, kiedy i za jakie pieniądze.

Oczywiście należy pamiętać, że program dotyczy działań administracji publicznej, a więc nie obejmuje całej aktywności sektora ekonomii społecznej, a nawet do tego nie pretenduje. Ma on jednak wskazać, co władze mogą zrobić, aby zachęcić obywateli do działania.

A mogą zrobić w istocie trzy rzeczy. Po pierwsze - zaproponować zmianę swojej polityki oraz kultury organizacyjnej, otwierając się na aktywność obywateli i traktując ich jako współgospodarzy polityk publicznych. Po drugie, mogą ułatwić samoorganizację społeczną, zamiast ją utrudniać, oraz promować kooperatywne postawy już od poziomu szkoły podstawowej, na urzędnikach i politykach kończąc. Mogą wreszcie promować postawy przedsiębiorcze zarówno w działaniach, jak i tworząc kompleksową infrastrukturę wsparcia, a ponadto otworzyć się na innowacje społeczne - uznając, że cały czas poszukujemy.

Te trzy elementy muszą ze sobą „zatrybić", inaczej kolejny raz para pójdzie w gwizdek. Która z tych dwóch ewentualności jest bardziej prawdopodobna przy obecnym kształcie Programu, musicie odpowiedzieć sobie sami. Następnie będziecie mogli zabrać głos. Po przyjęciu projektu KPRES przez kierownictwo Ministerstwa Pracy i Polityki Społecznej został on bowiem skierowany do uzgodnień międzyresortowych i konsultacji społecznych. Możecie go znaleźć pod adresami:

pozytek.gov.pl
Departament Pożytku Publicznego
Ministerstwo Pracy i Polityki Społecznej

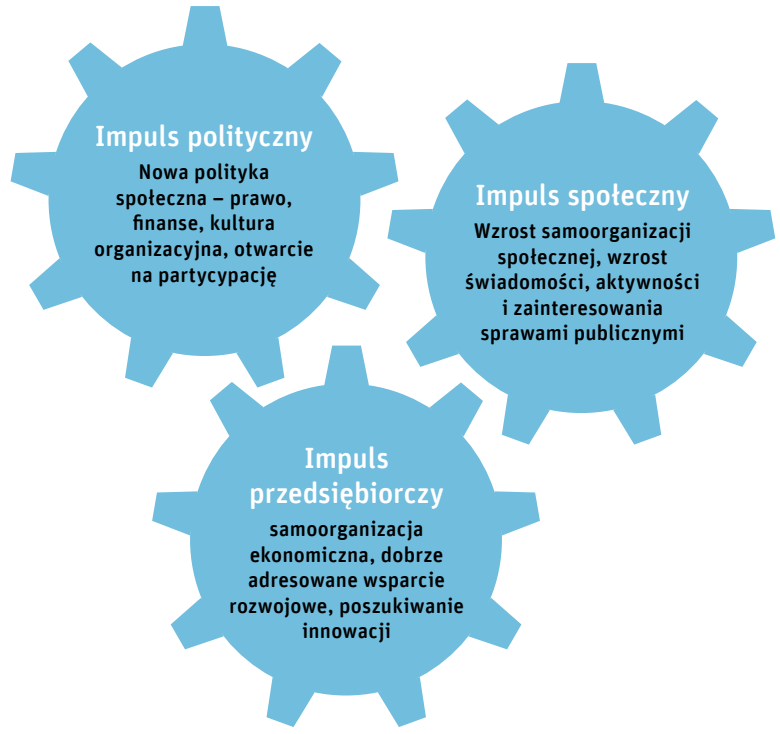
www.pozytek.gov.pl
www.ekonomiaspoleczna.pl

Centrum Rozwoju Zasobów Ludzkich

es

www.crzl.gov.pl
www.es.pozytek.gov.pl

Znajdziecie tam również informacje, jak można zgłaszać swoje uwagi i propozycje.



Materiały MPiPS, www.mpips.gov.pl

▸▸ dokończenie ze str. 5

Na forum Zespołu dyskutowane były i są także aktualne problemy sektora, związane z nowym okresem programowania 2014-2020 czy projektowaniem systemu wsparcia w dokumentach strategicznych na poziomie kraju. Zespół zajął stanowisko w sprawie przedsiębiorstwa społecznego Laboratorium Cogito Sp. z o.o., w związku z nieprzedłużeniem umowy najmu Ośrodka Recepcyjnego Małopolskiego Urzędu Wojewódzkiego w Krakowie „Zielony Dół". Na ostatnim posiedzeniu przyjęto jednogłośnie projekt „Paktu publiczno-społecznego na rzecz zwiększenia udziału obywateli i wspólnot samorządowych w rozwoju ekonomii społecznej wspierającej działania na rzecz spójności społecznej 2020", przekazany przez Stałą Konferencję Ekonomii Społecznej, projekt ustawy o przedsiębiorstwie społecznym i wspieraniu ekonomii społecznej oraz projekt KPRES.

Jak to ocenić?

Ocena prac Zespołu nie jest łatwa. Ci, którzy patrzyli na nie z zewnątrz, mogą mieć poczucie ich przewlekłości lub nieskuteczności. Trzeba pamiętać, że poważnym problemem było wycofanie się z nich prof. Jerzego Hausnera, który wszedł w skład Rady Polityki Pieniężnej. Dla wielu ludzi zajmujących się kwestiami programowymi jest to niezastąpiony autorytet, zaś prace w każdym innym zespole wydawały się im niesatysfakcjonujące. Szkoda było tych ludzi, ale nie wchodziło w grę porzucenie dalszych wysiłków. Odbudowano Grupę Strategiczną, a owoce jej obrad wydają się dość satysfakcjonujące dla perspektywy 2020.

Prace nad nowymi regulacjami prawnymi od początku były polem konfliktu. Zderzanie się rożnych wizji powodowało bezustanne powroty do omawianych zapisów, przewlekanie prac, konieczność wykonywania dodatkowych ekspertyz. Produkt w postaci KPRES pewnie nadal daleki jest od doskonałości. Należy jednak pamiętać, że brak jasnej definicji również jest definicją. Niedookreśloność w projektowanym systemie wsparcia to powrót do obecnej sytuacji, w której wielu „zapobiegliwych" przepoczwarzyło się w podmioty ekonomii społecznej lub na rzecz ekonomii społecznej, by uzyskać dostęp do celowych środków publicznych.

Dużo trudniej o bilans prac w sferze finansowej czy edukacyjnej. Warto jednocześnie pamiętać, że większość działań w powyższych dziedzinach nie ma spektakularnego charakteru. To codzienna, mozolna praca, której efekty zobaczymy za kilka, może nawet dopiero za kilkanaście lat. Fundusz pożyczkowy, uruchomiony przez Bank Gospodarstwa Krajowego także dzięki zabiegom Grupy Finansowej, podobnie jak pierwsze koncepcje projektów edukacyjnych w ramach programu „Młody Obywatel" (kolejne planowane działania Grupy Edukacyjnej to m.in. opracowanie założeń w zakresie działań informacyjno-promocyjnych ES), to tylko początki szerszego procesu. Niezbędne są tutaj zmiany systemowe, które pojawią się wraz z wprowadzaniem w życie Strategii Rozwoju Kraju 2020..

Co dalej?

Podstawowym problemem, który pojawia się w debacie, jest kwestia przywództwa politycznego. Krajowy Program pozostanie tylko kawałkiem papieru, jeśli nie będzie odpowiednio umocowany politycznie. Dlatego też doświadczenia z dotychczasowych prac Zespołu stały się podstawą konstruowania nowego systemu zarządzania procesem rozwoju ekonomii społecznej.

Koncepcja opiera się na idei, by zarządzaniu politycznemu nadać charakter partycypacyjny. Oznacza to, że dotychczasowy Zespół przekształci się w Komitet Koordynacyjny Rozwoju Ekonomii Społecznej, złożony z przedstawicieli władz publicznych (rządowych, samorządowych) i sektora ekonomii społecznej oraz ekspertów. Będzie do niego należeć m.in. koordynowanie działań w zakresie ekonomii społecznej na poziomie krajowym; podejmowanie decyzji o charakterze strategicznym w zakresie realizacji KPRES w oparciu o coroczne raporty o stanie sektora; przyjmowanie corocznych raportów z realizacji KPRES i stanu ekonomii społecznej w Polsce; kreowanie i monitorowanie działań na rzecz projektów innowacyjnych w zakresie ekonomii społecznej oraz badań naukowych; inicjowanie zmian, nadzorowanie realizacji i monitorowanie programu rozwoju ekonomii społecznej. Tym samym może się utrwalić zupełnie nowa jakość polityk publicznych.

To, czy z niej skorzystamy, zależeć będzie nie tylko od osławionych „onych", ale przede wszystkim od nas.

Ekonomia społeczna w Strategii Rozwoju Kraju 2020

Wizja Polski 2020

Podjęte zostaną działania bezpośrednio nakierowane na wzmocnienie spójności społecznej, zwiększenie aktywności osób wykluczonych lub zagrożonych wykluczeniem społecznym oraz na zwiększenie efektywności świadczeń społecznych. Wykorzystane w tym celu będą przedsiębiorstwa społeczne funkcjonujące w systemie ekonomii społecznej, które nie tylko powodują wzmacnianie spójności społecznej, ale także pozwalają realizować wiele usług użyteczności publicznej, kreują kapitał społeczny oraz stanowią spoiwo dla społeczności lokalnych, funkcjonując w oparciu o zasadę solidarności (przy tym nie są nastawione na osiągnięcie zysku) (s. 26).

Obszar strategiczny III. Spójność społeczna i terytorialna

Priorytetowe kierunki interwencji publicznej:

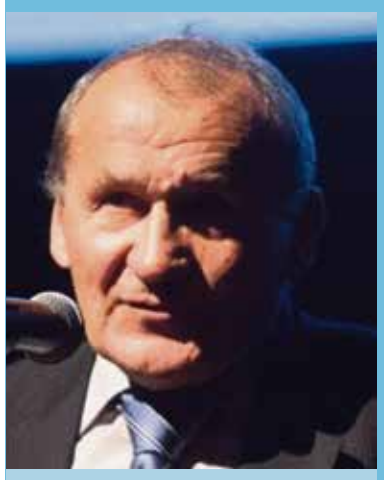
III.1.1. Zwiększenie aktywności osób wykluczonych i zagrożonych wykluczeniem społecznym

Reakcją państwa na wykluczenie i ubóstwo będzie przede wszystkim polityka nastawiona na wzrost zatrudnienia oraz poprawę dostępu do podstawowych usług publicznych, w tym do wysokiej jakości edukacji, skutkująca zwiększeniem aktywności osób wykluczonych i zagrożonych wykluczeniem społecznym. Państwo będzie także wspierało rozwój ekonomii społecznej, przede wszystkim poprzez odpowiednie instrumenty legislacyjne i finansowe (s. 146).

III.2.1. Podnoszenie jakości i dostępności usług publicznych

Wprowadzeniu odpowiednich standardów świadczenia usług publicznych oraz zwiększeniu ich dostępności służyć będzie szersze i bardziej kompleksowe wykorzystanie technologii informatycznych i komunikacyjnych oraz rozwój niezbędnej do tego infrastruktury. Dotyczy to zarówno usług administracyjnych (formularze, zgłoszenia, wnioski), edukacyjnych, części opieki medycznej (administrowanie danymi, częściowa diagnostyka), kulturalnych (digitalizacja zasobów kultury i dziedzictwa narodowego) czy komunalnych (rozwój infrastruktury kanalizacyjnej, wodociągowej, umożliwiającej selektywną zbiórkę odpadów etc.). Państwo w coraz większym stopniu wspierać będzie rolę podmiotów niepublicznych, ze szczególnym uwzględnieniem podmiotów ekonomii społecznej, w oferowaniu usług oraz w określaniu sposobu ich udostępniania (s.153).

Co mówią członkowie Zespołu:



Henryk Wujec, przewodniczący Stałej Konferencji Ekonomii Społecznej, delegat SKES do Zespołu, zastępca przewodniczącego Zespołu

Zespół wystartował bardzo dobrze. To było w 2009 r., kilka miesięcy po konferencji „Ekonomia Solidarności" w Gdańsku, która wielu osobom pokazała, że ekonomia społeczna może być ważną częścią polskiego modelu społeczno-gospodarczego.

Członkowie Zespołu od początku wzięli się do pracy. Grupa Strategiczna, w której ważną rolę odgrywał Jerzy Hausner, przygotowała dość szybko założenia „Paktu na rzecz ekonomii społecznej". Niestety ówczesna minister pracy Jolanta Fedak, której *de facto* podlegały prace Zespołu, z niejasnych względów nie wsparła wystarczająco tego dokumentu; w rezultacie na Radzie Ministrów nie został on zrozumiany, a jego przyjęcie zostało odłożone. To było znaczące pęknięcie. Jeśli nie zetniesz w porę dojrzałego zboża, oznacza to tylko straty. Członkowie Zespołu poczuli rozczarowanie, a on sam stracił aktywność.

Na szczęście nie oznaczało to zaprzestania prac. Grupa Prawna z Anną Sienicką wypracowała projekt ustawy o przedsiębiorczości społecznej, Grupa Finansowa z Ireną Herbst przygotowała projekt funduszu pożyczkowego, a Grupa Edukacyjna z Ewą Leś - program nauczania o ekonomii społecznej.

Zespół jest bardzo ważny, może odegrać taką rolę we współpracy z podmiotami ekonomii społecznej, jak Rada Działalności Pożytku Publicznego we współpracy z organizacjami pozarządowymi, gdzie strona społeczna ma szanse dyskutować i stawiać postulaty stronie rządowej. Niestety Zespół nie ma jeszcze tej dynamiki, nie jest wystarczająco silny. Nie chcę przesądzać o winie za ten stan rzeczy, zapewne leży ona zarówno po stronie administracji, jak i po stronie społecznej. Przedsiębiorcy społeczni sami nie mają dość wiary w to, że Zespół może coś zmieniać. Powinniśmy mocniej zaangażować się w prace Zespołu, obie strony powinny uczynić z niego istotne narzędzie kształtowania polskiego modelu społeczno-gospodarczego.

Joanna Brzozowska, Związek Lustracyjny Spółdzielni Pracy, członek Zespołu

Myślę, że często nie doceniamy miejsca, w którym jesteśmy. Taką zewnętrzną perspektywę dają spotkania i rozmowy z przedstawicielami sektora ekonomii społecznej z innych krajów.

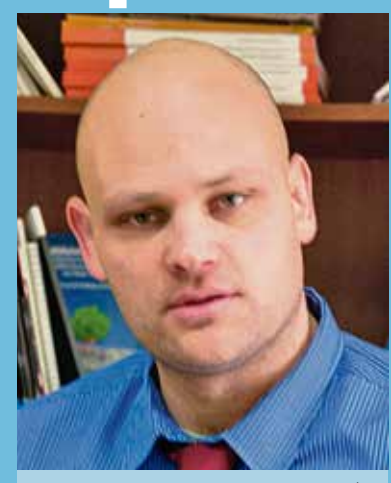
Oczywiście są wśród nich i takie, które przedsiębiorczość społeczną mają wpisaną w strategiczne dokumenty o charakterze państwowym. Ale wiele może tylko pomarzyć o tym, aby przedsiębiorczość społeczna była tak ważnym elementem debaty na poziomie administracji publicznej, parlamentu czy samorządów. Bardzo istotny jest fakt, że Zespół został powołany przez Premiera, a na jego czele stoi Minister Pracy i Polityki Społecznej, a także to, że w skład tego gremium wchodzi tak wielu przedstawicieli pozornie ze sobą niezwiązanych środowisk. To pokazuje jego rangę i legitymizuje do zajmowania stanowiska w ważnych dla ekonomii społecznej sprawach.

Dużym wyzwaniem dla Zespołu jest coś, o czym dyskutujemy już od dawna, a czego jeszcze nie udało się zrobić w wystarczającym stopniu. Chodzi o takie podejście do ekonomii społecznej, kiedy nie będziemy o niej mówić przede wszystkim w kontekście poszczególnych strategii poświęconych jej rozwojowi czy też ustaw regulujących jej funkcjonowanie, lecz będziemy mówić o niej w każdej dziedzinie życia. Gdy potraktujemy ją nie jako cel, ale instrument: w kreowaniu tzw. zielonych miejsc pracy, zachowań proekologicznych, turystyce lokalnej, budownictwie, transporcie, zdrowiu i wielu innych sferach.

Agnieszka Kochańska, przedstawiciel Komisji Krajowej NSZZ „Solidarność", członek Zespołu

Zespół zintegrował środowisko przedsiębiorców społecznych oraz szeroko pojęte środowisko ekonomii społecznej, skupiające naukowców, samorządowców i przedstawicieli organizacji pozarządowych, w tym związków zawodowych. Dzięki ich współpracy powstał Krajowy Program Rozwoju Ekonomii Społecznej, wytyczający kierunki działania na najbliższe lata w dziedzinie polityki społecznej oraz gospodarki. Swoim zakresem obejmuje on tak ważne zagadnienia jak walka z ubóstwem i wykluczeniem społecznym, co niewątpliwie stanowi wyzwanie oraz otwiera nowe możliwości przeciwdziałania tym zjawiskom, a jednocześnie daje szanse rozwoju dla naszego kraju.

Przedsiębiorczość społeczna może stać się tym kierunkiem działania, który przyczyni się do odnowy gospodarczej, sprzyjającej zatrudnieniu i budowaniu społeczeństwa obywatelskiego. Wymaga to oczywiście wsparcia ze strony państwa i mam tu na myśli nie tylko tworzenie sprzyjającego klimatu, ale przede wszystkim konkretne rozwiązania legislacyjne, jak np. ustawa o przedsiębiorstwie społecznym i wspieraniu ekonomii społecznej. Jak najszybsze zakończenie prac nad tym aktem prawnym z pewnością przyczyni się do wzmocnienia i rozwoju ekonomii społecznej w Polsce.



Przemysław Piechocki, Ogólnopolski Związek Rewizyjny Spółdzielni Socjalnych, członek Zespołu

Przedsiębiorczość społeczna, w tym spółdzielnie socjalne, w mojej ocenie będzie w przyszłości jedną z najprężniej rozwijających się gałęzi gospodarki. Już dziś generuje ona setki nowych, odpowiedzialnych miejsc pracy. Powołanie Zespołu w 2008 r. w moim przekonaniu było sygnałem, że państwo i rząd dostrzegają te działania i chcą je wspierać.

Od początku członkowie Zespołu i działających przy nim grup wzięli się mocno do pracy w celu tworzenia lepszego prawa i stabilniejszej infrastruktury dla gospodarki społecznej. Dziś możemy już doświadczać pierwszych wyników jego prac. Obecny kształt założeń do „Paktu na rzecz ekonomii społecznej", projektu Krajowego Programu Rozwoju ES, projektu ustawy o przedsiębiorstwie społecznym czy funduszu pożyczkowego dla przedsiębiorstw społecznych są efektem wytężonej pracy, ale też wielu kompromisów.

Patrzę na dalszą pracę Zespołu bardzo optymistycznie i wierzę, że będzie on w stanie odegrać kluczową rolę w tworzeniu lepszego prawa i infrastruktury dla przedsiębiorstw społecznych, co bezpośrednio przełoży się na wzrost liczby spółdzielni socjalnych, a ich udział w rynku przewyższy średnią dla Unii Europejskiej.

Sławomir Wieteska, Ogólnopolska Federacja Organizacji Pozarządowych, członek Zespołu

To, co jest niezaprzeczalną siłą Zespołu, to różnorodność głosów. W jego prace zaangażowane są osoby nie tylko z sektora ekonomii społecznej, ale również jego otoczenia. To sprawia, że mają możliwość szerzej spojrzeć na to, czym zajmują się na co dzień.

W Grupie Prawnej pod przewodnictwem Pani Anny Siennickiej, a następnie Pani Ilony Gosk oraz Pana Tomasza Schimanka udało się nam wypracować projekt ustawy, który ewoluował wraz z napływającymi uwagami. Ustawa jest swego rodzaju wypadkową wszystkich potrzeb i zgłaszanych wniosków, które były analizowane i dość żywo omawiane.

W Grupie Strategicznej powstał Krajowy Program Rozwoju Ekonomii Społecznej, który również został szeroko skonsultowany przez Zespół. W prace nad KPRES poza samymi członkami Zespołu zaangażowali się przedstawiciele instytucji publicznych i eksperci od poszczególnych kwestii, których Program dotyczy.

Praca Zespołu ds. Rozwiązań Systemowych w Zakresie Ekonomii Społecznej jest niezwykle ważna z punktu widzenia funkcjonowania sektora. Różnorodność reprezentowanych środowisk, głosów, koncepcji jest w dialogu na temat przyszłości ekonomii społecznej niezwykle ważna i tę różnorodność oraz zaangażowanie powinniśmy wspierać.

Projekt Partnerstwo na rzecz instytucjonalizacji ekonomii społecznej jest realizowany przez Centrum Rozwoju Zasobów Ludzkich

Centrum Rozwoju Zasobów Ludzkich

OCZEKIWANA USTAWA

Na ustawę o przedsiębiorstwie społecznym czeka wiele podmiotów. Debata na jej temat trwała kilka lat i ze zrozumiałych powodów rodziła wiele kontrowersji i sporów. Dziś już czas kończyć dyskusje i podejmować decyzje, bowiem wszyscy niecierpliwie wypatrują nowych regulacji, bez których może zabraknąć precyzyjnego wsparcia rozwojowego.

W 2013 r., po przyjęciu projektu ustawy przez Zespół ds. Rozwiązań Systemowych w Zakresie Ekonomii Społecznej, rozpoczął się proces legislacyjny. Projekt przeszedł tzw. test regulacyjny i obecnie znajduje się przed skierowaniem do uzgodnień międzyresortowych i społecznych. W przyszłym roku prawdopodobnie przeistoczy się w obowiązującą ustawę.

Co znajduje się w projekcie ustawy

Projekt definiuje **obszar ekonomii społecznej**, do którego zalicza: przedsiębiorstwa społeczne; spółdzielnie socjalne; organizacje pozarządowe w rozumieniu przepisów ustawy o działalności pożytku publicznego i o wolontariacie prowadzące działalność gospodarczą lub odpłatną działalność pożytku publicznego; podmioty prowadzące zakłady aktywności zawodowej, z wyłączeniem jednostek samorządu terytorialnego; podmioty prowadzące centra integracji społecznej, również z wyłączeniem jednostek samorządu terytorialnego.

Projekt definiuje, czym jest **przedsiębiorstwo społeczne**. Ma to być przedsiębiorca, który uzyskał formalny status przedsiębiorstwa społecznego, po spełnieniu warunków wskazanych w ustawie. Założenia przewidują dwa modele przedsiębiorstw społecznych, o częściowo odmiennych funkcjach społecznych.

- Pierwszy typ (roboczo - typ integracyjny) będzie miał na celu przede wszystkim reintegrację społeczną i zawodową osób z grup narażonych na wykluczenie społeczne;
- Drugi typ (roboczo - typ usługowy) będzie miał na celu przede wszystkim zaspokajanie potrzeb ludności w zakresie dostępu do usług społecznych o charakterze deficytowym. Dodatkową funkcją będzie reintegracja społeczna i zawodowa, jednak w porównaniu do modelu pierwszego będzie ona miała znaczenie drugoplanowe.

Warunki uzyskania statusu prezentujemy w postaci schematu.

PODMIOT, KTÓRY CHCE UZYSKAĆ STATUS PRZEDSIĘBIORCY SPOŁECZNEGO

Jest mikro, małym lub średnim przedsiębiorcą

CEL

Ma na celu zawodową reintegrację: bezrobotnych, niepełnosprawnych, osób zagrożonych wykluczeniem społecznym, osób niezatrudnionych do 25. roku życia i po 50. roku życia

lub

Działalność jest prowadzona wyłącznie w zakresie usług społecznych użyteczności publicznej (m.in. pomocy społecznej, usług opiekuńczych opieki nad dziećmi do lat 3, przedszkoli, wsparcia osób niepełnosprawnych)

ZATRUDNIENIE

Zatrudnianie 50% osób bezrobotnych i in. zagrożonych wykluczeniem

Zatrudnianie 20% osób bezrobotnych i in. zagrożonych wykluczeniem

WYMOGI WSPÓLNE

Dochód z działalności gospodarczej przeznaczony jest na rozwój przedsiębiorstwa, z tym, że 10% może być przeznaczone na reintegrację zawodową i społeczną pracowników zagrożonych wykluczeniem społecznym lub działalność pożytku publicznego własną lub innego podmiotu.

Zakaz wypłacania osobie zatrudnionej w przedsiębiorstwie społecznym średniego miesięcznego wynagrodzenia wyższego niż trzykrotność przeciętnego miesięcznego wynagrodzenia w sektorze przedsiębiorstw ogłoszonego przez Prezesa Głównego Urzędu Statystycznego.

Posiadanie organu konsultacyjno-doradczego, w skład którego wchodzą przedstawiciele: pracowników, stałych odbiorców towarów lub usług przedsiębiorstwa społecznego, jednostek samorządu terytorialnego, NGO itp.

KONSULTACJE SPOŁECZNE KPRES TYLKO DO 25 PAŹDZIERNIKA! WYPOWIEDZ SIĘ!

TWOJA OPINIA MA ZNACZENIE DLA TWORZENIA NAJWAŻNIEJSZEGO DOKUMENTU STRATEGICZNEGO DLA SEKTORA EKONOMII SPOŁECZNEJ

http://pozytek.gov.pl

ZOBACZ NAJNOWSZĄ WERSJĘ USTAWY O PRZEDSIĘBIORSTWIE SPOŁECZNYM

http://s.coop/ustawa

KAPITAŁ LUDZKI
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI

Centrum Rozwoju Zasobów Ludzkich

UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI FUNDUSZ SPOŁECZNY

Materiał współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

KOOPERATYWA IZERSKA

Zanim założysz spółdzielnię

Kluczem do spółdzielczego sukcesu jest zgrany zespół, w którym wszyscy dobrze wiedzą, po co razem pracują i potrafią się dogadywać w dobrych i złych chwilach.

Najlepiej wiedzą to spółdzielcy, którzy mają już za sobą pierwsze sukcesy, ale też pierwsze porażki i rozstania. W najtrudniejszej sytuacji są z reguły ci, którzy zostali „wtłoczeni" w jeden spółdzielczy organizm niejako „na siłę". Często jest to efekt nieprzemyślanych decyzji organizacji wspierających powstawanie podmiotów ekonomii społecznej, które koncentrując się na osiąganiu „wskaźników projektowych" łączą ze sobą przypadkowych ludzi: niemających wspólnych wartości ani zainteresowań i niepołączonych żadnymi więziami, czasem wręcz widzących się pierwszy raz w życiu.

Znając przykłady przykrych konsekwencji łączenia ludzi bez wcześniejszego stworzenia fundamentów dla ich wspólnej pracy, zespół Fundacji na rzecz Wspierania Kultur Alternatywnych i Ekologicznych z siedzibą w Wolimierzu (woj. dolnośląskie) zainicjował projekt „Kooperatywa Izerska. Szkoła gospodarki lokalnej". Jego główne założenie to porządne przygotowanie społecznego gruntu przed zasianiem w nim ziaren przedsiębiorczości.

Pomysł był nietypowy, a wręcz ryzykowny, ponieważ projekt nie zakłada żadnych „twardych" efektów, jak powstanie nowych podmiotów ekonomii społecznej. Mimo tego przedsięwzięcie uzyskało dofinansowanie ze środków Programu Operacyjnego Fundusz Inicjatyw Obywatelskich 2013. Jego główną zaletą, którą docenili eksperci - wniosek znalazł się na drugim miejscu listy rankingowej - jest kompleksowe podejście, na które składa się edukacja, promocja oraz integracja różnych grup mieszkańców Pogórza Izerskiego: artystów, rolników, przedsiębiorców, samorządowców i osób wykluczonych z rynku pracy.

Na projekt składają się warsztaty teoretyczne, zajęcia praktyczne, imprezy o charakterze integracyjnym, integracja przez wspólną pracę społeczną oraz organizacja konferencji, zmierzającej do powołania formalnego partnerstwa międzysektorowego na rzecz rozwoju przedsiębiorczości społecznej i utworzenia marki lokalnej. Jednym z ważniejszych aspektów koncepcji wcielanej w życie w Izerach jest duży nacisk na intensywne kontakty międzyludzkie. Równie ważne jak szkolenia i inne formy przekazywania wiedzy oraz umiejętności są spotkania integracyjne (festiwal muzyczno-teatralny, dożynki, Dzień Seniora), zespołowa praca fizyczna w ogrodzie czy stolarni, wyjazdy „w teren", a nawet wspólne przygotowywanie posiłków i spędzanie wolnego czasu.

To podczas imprez oraz w toku codziennej, intensywnej pracy ujawniają się wszystkie najlepsze i najgorsze cechy charakteru, wychodzą na jaw ukryte animozje i zawiązują się najlepsze przyjaźnie. Wspólna praca pozwala wyłonić osoby o talentach organizacyjnych,

tworzą się też naturalne hierarchie oparte na szacunku, a nie na formalnej pozycji, dającej czasami niezasłużoną władzę nieodpowiednim jednostkom.

W ten sposób mniejsze i większe grupki ludzi zaczynają tworzyć zgrane zespoły, wyłaniają się liderzy i specjaliści. Ludzie połączeni wspólnym celem i odnoszeniem korzyści dzięki zbiorowemu wysiłkowi będą gotowi do tworzenia bardziej sformalizowanych przedsięwzięć, koncentrując się na wykonywaniu zadań, a nie na nieustannym rozwiązywaniu konfliktów wewnętrznych.

Takie podejście jest niezwykle istotne przy tworzeniu przedsiębiorstw społecznych, w których klasyczne metody „rządzenia" przez właściciela czy szefa mogą być wypierane przez nowe zasady, znacznie bliższe idei kooperatyzmu. Zamiast zarządzania pojawia się koordynowanie, kontrolowanie zastępowane jest przez współodpowiedzialność, zaś miejsce „kija i marchewki" zajmuje wewnętrzna motywacja oparta o dążenie do mistrzostwa.

Czy te założenia uda się wcielić w życie? Po pół roku od rzucenia pomysłu Kooperatywy Izerskiej jesteśmy dobrej myśli. Chęć do współdziałania okazała się w naszym otoczeniu dużo większa niż zakładaliśmy. Chcemy jeszcze w tym roku stworzyć wspólną ofertę izerskich rolników i artystów - nie tylko po to, żeby skuteczniej sprzedawać nasze produkty i usługi, ale także by inspirować innych do samoorganizacji i kooperacji.

Kooperatywa Izerska po zakończeniu okresu objętego dofinansowaniem będzie funkcjonować jako organizacja samopomocowa, wspierająca swoich członków w prowadzeniu działalności gospodarczej. Ma także przyjąć rolę koordynacyjną w odniesieniu do realizowanych przez nich działań w zakresie pożytku publicznego (edukacyjnych, kulturalnych itd.).

SZYMON SURMACZ

Izerska tajemnica

Każda ludzka umiejętność może zamienić się w sztukę, jeśli wkłada się w nią całe serce i talent. Nieważne, czy zmieniasz kawałki gliny w ceramikę, roślinne włókna w tkaniny, ziarno w chleb, drewniane deski w meble czy piasek w szklaną biżuterię. Każdej takiej `przemianie towarzyszy tajemnica receptury - przepisu Twórcy, który w swoje Dzieło przelewa unikalne, indywidualne umiejętności i wiedzę.

Nasze produkty powstają w warsztatach obok naszych domów. Tworzymy je z surowców, które zawsze znajdują się pod ręką, dostarczane przez hojność izerskich ziem. Nasze wyroby nie są jedynie „pracą". Są integralną częścią naszego życia, są zamkniętym w produkt talentem i energią płynącą z naszych serc i miejsca, w którym mieszkamy. To odróżnia je od „towarów", których nikt nie tworzy, masowo produkowanych przez bezduszne maszyny i sprzedawanych w anonimowych supermarketach.

Czerpiemy inspirację z natury i piękna Pogórza Izerskiego. Jego spokój i magiczna przestrzeń pomagają nam odkrywać swój talent i odnajdywać to, co mamy w sobie najlepszego. To nas łączy, dlatego ze sobą współpracujemy, cenimy się nawzajem za unikalne umiejętności. Współpracujemy z przekonaniem, że razem możemy osiągnąć znacznie więcej, niż każdy z nas osobno.

Pogórze Izerskie jest w naszej wizji różnorodne, gościnne oraz bogate kulturowo i gospodarczo. To mikroświat rządzący się własnymi prawami, oparty na życzliwości, współpracy i umiejętności dzielenia się oraz godzenia prywatnych interesów w imię lepszego jutra dla całego naszego otoczenia.

W Izerach nigdy się nie zgubisz, tu możesz odnaleźć siebie.

KOOPERATYZM.PL

Zbiór tekstów źródłowych oraz innych materiałów poświęconych polskim tradycjom spółdzielczym, w większości niedostępnych nigdzie poza niskonakładowymi publikacjami, nierzadko nie wznawianymi od dziesięcioleci.

FUNDUSZ INICJATYW OBYWATELSKICH

Projekt jest współfinansowany ze środków Ministerstwa Pracy i Polityki Społecznej w ramach Programu Operacyjnego Funduszu Inicjatyw Obywatelskich

JAK tworzyć ofertę, której pragną klienci

Dostosowanie oferty do zdiagnozowanych potrzeb klientów jest kluczowym zadaniem naszego „działu sprzedaży". Ta sfera działań naszego przedsiębiorstwa podlega największym i najczęstszym zmianom; oczekiwania klientów zmieniają się bowiem m.in. pod wpływem mody i nowych technologii, a na rynku co chwilę pojawiają się produkty bardziej atrakcyjne od naszych. Dlatego zachowanie czujności i szybkie reagowanie na różnice między potrzebami klientów a naszą tzw. propozycją wartości jest jednym z najważniejszych wyzwań stojących dziś przed każdą firmą, nie tylko społeczną.

Dlatego twórcy modelu BMG, odpowiadając na rosnące zapotrzebowanie ze strony użytkowników tej metody, stworzyli dodatkowe narzędzie, które - podobnie jak mapa empatii - jest swoistą „wtyczką" do głównej kanwy, za pomocą której budujemy nasz model biznesowy[1]. Value Proposition Canvas (VPC)[2] służy do omawiania i projektowania połączeń między mapą empatii a polami kanwy BMG. Z kanwy propozycji wartości możemy korzystać zamiast mapy empatii, jednak i wówczas wcześniejsze sporządzenie „profilu emocjonalnego" naszych klientów bardzo ułatwia pracę.

VPC skupia się wyłącznie na dwóch polach mapy BMG - propozycji wartości i segmentach klientów, a jej zadaniem jest takie zaprojektowanie połączeń (kanały dystrybucji i relacje z klientami), by stworzyć ofertę jak najlepiej dopasowaną do potrzeb jej odbiorców. VPC z jednej strony jest więc **analizą rynku i oczekiwań klientów**, z drugiej zaś **wyznacza nam zadania**, które musimy wykonać, **by dopasować do tych oczekiwań naszą ofertę**. Może się zdarzyć, że oczekiwania klientów będą dotyczyły również tego, jak zbudowana jest nasza usługa lub produkt i zmuszą nas do przeorganizowania zaplecza (infrastruktury).

Tworzenie profilu klientów

Projektowanie na VPC zaczynamy od zastanowienia się, czego naprawdę pragną klienci, do których chcemy dotrzeć (lub których chcemy odbić konkurencji). **Potrzeby klientów** możemy podzielić na cztery zasadnicze grupy:

1. **Funkcjonalne.** Czy Twój klient ma jakiś problem, w którym możesz mu pomóc, lub zadanie do wykonania, którego realizację możesz ułatwić?
2. **Społeczne.** Czy Twój klient chce poprawić swój status społeczny, wyglądać lepiej, być lepiej oceniany, mieć większą władzę?
3. **Emocjonalne.** Potrzeby estetyczne, samopoczucie, bezpieczeństwo itd.
4. **Podstawowe.** Potrzeby biologiczne, takie jak zaspokojenie głodu, seks, komunikacja z innymi osobami itd.

Następnie diagnozujemy **obawy i lęki**, czyli znane nam z mapy empatii *pains*. Opisz negatywne emocje, lęki, ryzyka, niespodziewane koszty i przykre sytuacje jakie zdarzały się klientom, kiedy próbowali rozwiązać opisane przez Ciebie problemy korzystając z istniejących na rynku ofert. Zastanów się i odpowiedz na poniższe pytania:

Co było **zbyt kosztowne?** Niekoniecznie w wymiarze finansowym, ale np. było zbyt czasochłonne, zbyt skomplikowane i wymagało ze strony klienta dodatkowych poświęceń?

Z czym klienci **źle się czuli?** Co przyprawiało ich o przysłowiowy ból głowy? Co ich frustrowało?

Co w istniejącej na rynku ofercie **jest niekorzystne** dla klientów (np. działa źle lub zbyt wolno, albo ma za mało możliwości)?

Jakie **trudności i wyzwania** napotyka klient na swojej drodze?

Jakich **negatywnych konsekwencji społecznych** obawiają się Twoi klienci (np. utrata statusu, zaufania, blamaż)?

Jakiego **ryzyka** obawia się klient (finansowe, społeczne, techniczne itd.)? Co **nie daje mu spać po nocach?**

Co **powstrzymuje klientów przed zmianą?** Przywiązanie do „znanego", obawa przed ryzykiem, długi czas uczenia się?

Określ i spisz zjawiska odnoszące się do klientów, do których chcesz trafić, a następnie nadaj im wartość „policzalną". Określ, jak silna jest dana obawa oraz z jaką częstotliwością się pojawia.

W analogiczny sposób rozpisz korzyści, których Twoi klienci pożądają lub które mogą ich pozytywnie zaskoczyć. Zastanów się, jakiego rodzaju sytuacje wywołają uśmiech na twarzy konsumentów?

Czy mogą **uzyskać jakieś oszczędności** (finansowe, czasowe, nakładu pracy)?

Jakich efektów **oczekują** i co może ich **pozytywnie zaskoczyć** (jakość, większa ilość, mniej kłopotów)?

Które z rozwiązań **dostępnych na rynku przynoszą radość** i zadowolenie klientów - i dlaczego?

Co może **ułatwić im życie**?

Jakich **pozytywnych efektów społecznych** oczekują Twoi przyszli klienci?

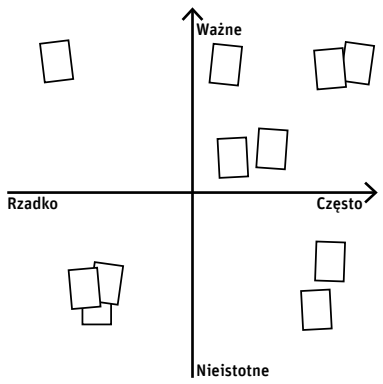
Co jest głównym **celem ich poszukiwań** (gwarancja, atrakcyjne wzornictwo, większa użyteczność)?

Co jest dla nich **miarą sukcesu i porażki**? Co uważają za efektywne i dobre, a co za niewydajne i złe?

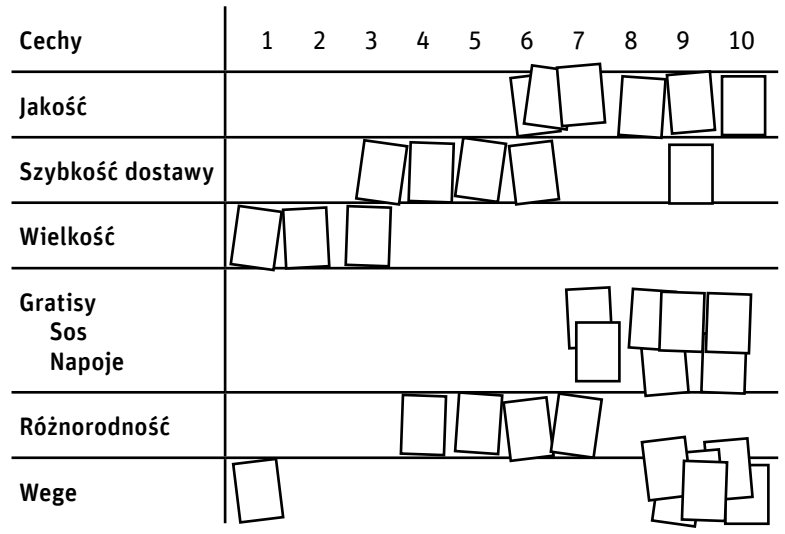
Co może spowodować, że **będą lubili** rozwiązania, jakie zamierzasz im zaoferować?

Podobnie jak w przypadku „obaw i cierpień", przypisz do swoich spostrzeżeń wymierne wartości. Do ich wyznaczania w przypadku tak z pozoru „niepoliczalnych" zjawisk, jak opisane powyżej *pains* i *gains*, przydają się osie współrzędnych lub „suwaki", za pomocą których określasz **wagę poszczególnych czynników**.

Dzięki takiej kwantyfikacji wprowadzasz porządek do swojej mapy i ostatecznie **wiesz**, co jest ważne dla Twoich odbiorców. **Ta wiedza pozwala skoncentrować się na konkretnych zaletach tworzonej oferty i pominąć te jej cechy, które są mniej istotne z punktu widzenia KLIENTA.** Często zdarza się, że te wartości, które chcemy wyeksponować jako sprzedawcy towarów bądź usług, nie są dla konsumenta niczym nadzwyczajnym i trzeba je „ukryć" - by móc lepiej wyeksponować te, których poszukuje.



Osie współrzędnych narysowane na tablicy, na których możemy umieszczać kartki samoprzylepne z określonymi cechami produktu/wartościami dla klienta. Kartki umieszczone w górnym prawym rogu mają dla nas kluczowe znaczenie – oznaczają, że większość klientów przykłada istotną wagę do danej cechy. Po rozmieszczeniu kartek możemy wykonać „pomiar", dokładając do osi podziałki – w ten sposób otrzymujemy liczbowe wskaźniki, które możemy monitorować.



Siatka lub „suwaki". Po lewej stronie wypisujemy cechy, które mają istotne znaczenie dla konsumentów (w zastosowanym przykładzie są to klienci pizzerii). Na siatce przyklejamy kartki z pomiarów (np. rozmów z klientami), które wskazują nam, które cechy produktu są ważne i jak często klienci zwracają na nie uwagę. Na podstawie rozmieszczenia kartek możemy wyciągać wnioski i modyfikować naszą ofertę. W powyższym przykładzie główną cechą wyróżniającą nasz produkt są gratisy, mniejsze znaczenie ma wielkość placka czy szybkość dostawy. Drugą wyróżniającą się kwestią są pytania o pizzę wegetariańską. Na tej podstawie możemy próbować poprawić naszą ofertę, np. dodając więcej darmowych napojów dzięki oszczędnościom wynikającym ze zmniejszenia wielkości porcji.

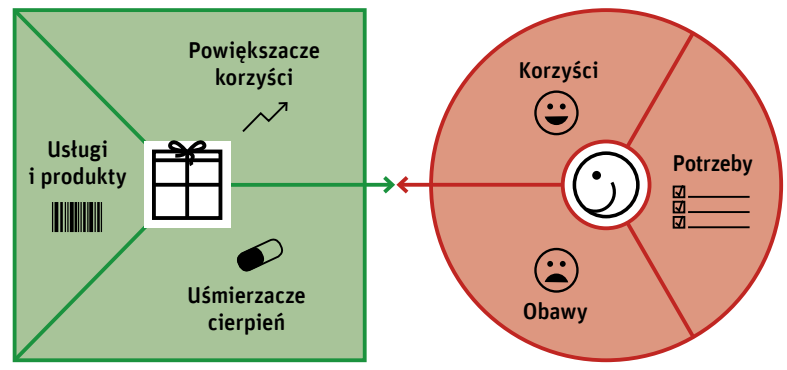
„Tworzenie korzyści" i „uśmierzanie cierpienia"

Kiedy prawa strona Twojej kanwy VPC jest już przygotowana, następnym krokiem jest opisanie, w jaki sposób oferowane produkty i usługi odpowiadają na zdiagnozowane „korzyści i obawy". W ten sposób tworzy się listę czynników, które zostaną wysunięte na pierwszy plan podczas tworzenia zmodyfikowanej oferty oraz doboru kanałów dystrybucji.

W zależności od tego, czy nasze usługi zwiększają oczekiwane korzyści, czy zmniejszają obawy i niedogodności, klasyfikujemy je jako „powiększacze korzyści" (*gain creators*) lub „uśmierzacze cierpień" (*pain relievers*). Wspomniany proces jest zatem próbą odpowiedzenia sobie, w jaki sposób skorzystanie z naszej oferty zwiększy zadowolenie danego segmentu klientów lub będzie dla nich formą „ubezpieczenia" od obaw towarzyszących transakcji.

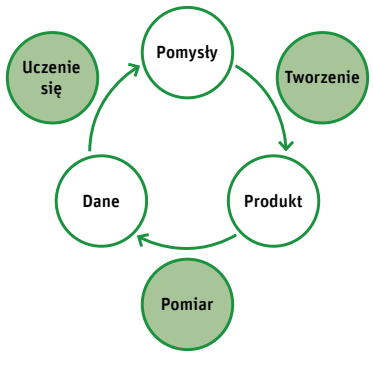
Przykładowo: sprzedajemy urządzenia RTV oraz AGD i diagnozujemy, że klienci narzekają na awaryjność i bylejakość większości dostępnego na rynku sprzętu, poszukują za to atrakcyjnego wzornictwa i oszczędności na drożejącym prądzie. Żeby wysunąć się przed konkurencję, akcentujemy w naszej ofercie udzielone w trakcie badania odpowiedzi ▹

Oczywiście powyższy przykład jest bardzo uproszczony. W praktyce zarysuje nam się kilka lub kilkanaście czynników, które najpierw należy „zważyć", żeby mieć jasność, na których emocjach danego segmentu klientów mamy się skoncentrować, by móc skonstruować ofertę jak najlepiej dopasowaną do ich oczekiwań.



Po skonstruowaniu kanwy VPC i porządnym wypełnieniu każdego pola następuje etap eksperymentów: sprawdzania, czy nasza konstrukcja faktycznie działa, czy nasze wyobrażenia dotyczące rynku mają pokrycie w rzeczywistości (np. wzrost sprzedaży). Jeżeli nie jesteśmy przekonani do jednej strategii, możemy „rozwidlić" naszą ofertę, np. w zależności od kanału dystrybucji stosować odmienny przekaz czy oferować wartości w innych proporcjach.

Efektywność naszego projektu VPC powinniśmy mierzyć w zaplanowanych cyklach, traktując to jako element monitoringu i ewaluacji działań marketingowych. Porządne przygotowanie kanwy propozycji wartości może być w efekcie ważnym elementem zbierania danych przydatnych w zarządzaniu strategicznym. Dobrze skonstruowane narzędzia do pomiaru efektywności sprzedaży są kluczowymi ogniwami „pętli" optymalizowania oferty na podstawie informacji od klientów oraz sposobów, w jaki z niej korzystają:



	Emocje klienta	Odpowiedź
Korzyści (*gains*)	To musi być ładne	Pracujemy nad poprawieniem wyglądu (zmiany w infrastrukturze - np. skorzystanie z lepszego projektanta)
	To musi być tanie w eksploatacji (zużywać mało prądu)	Eksponujemy atesty i niski pobór prądu
Obawy (*pains*)	To się zaraz zepsuje	Dajemy 5 lat gwarancji
	Jak upadnie i coś pęknie, to stracę gwarancję	W ramach gwarancji uwzględniamy usterki mechaniczne

W ten sposób tworzymy **produkty oparte na wiedzy, a nie wyobrażeniach.** Naszym ostatecznym celem jest skonstruowanie oferty, która wyprzedza oczekiwania większości potencjalnych klientów – dając im to, o czym jeszcze nie zdążyli pomyśleć :-)

VPC jest bardzo świeżym narzędziem, przygotowanym przez Alexandra Osterwaldera, Yvesa Pigneur i Alana Smitha – twórców kanwy BMG. Jak pisze na swoim blogu Osterwalder, powstało ono w wyniku ewolucji wspomnianego modelu pod wpływem koncepcji Customer Development (rozwój oparty o wiedzę przekazywaną przez klientów) Steve'a Blanka oraz książki „Metoda Lean Start-up" Erica Riesa. Są to obecnie najszybciej rozwijające się konstrukcje pomagające prowadzić biznes w warunkach niepewności, doskonale nadają się zatem dla początkujących przedsiębiorców, zdobywających wiedzę o swoich produktach przede wszystkim poprzez aktywną współpracę ze swoimi klientami. Dzięki modelowi BMG i kompatybilnym z nim „wtyczkom" wiedza pozyskiwana od odbiorców naszej oferty będzie kompleksowa i uporządkowana, a więc bezcenna dla podejmowania decyzji.

SZYMON SURMACZ

Przypisy:

1. O tym, jak za pomocą mapy empatii analizować potrzeby adresatów naszej oferty, pisaliśmy w nr. 4. Wcześniej, w nr. 3, omówiliśmy samą ideę kanwy BMG, udostępnionej do użytku przez Business Model Foundry GmbH. Oba teksty można przeczytać na stronie internetowej biznesspoleczny.pl.
2. Niniejszy artykuł jest swobodną interpretacją wpisów na blogu Alexandra Osterwaldera, autora podręcznika do nauki tworzenia modeli biznesowych (businessmodelalchemist.com).

Nie dajmy się pożreć rewolucji

Nadchodzą czasy, w których również małe biznesy będą musiały umieć odnaleźć się w Internecie – albo zginąć. Pilna lektura książek poświęconych tzw. mediom społecznościowym pozwala jednak znacznie zminimalizować ryzyko nagłej śmierci.

Okładka poradnika pt. „Rewolucja social media" wiele mówi o jego zawartości. Przede wszystkim, jest stylowa i konkretna, tak jak i język, którym została napisana publikacja. Po drugie, zamiast tradycyjnego imienia i nazwiska autora, mamy tutaj prowokacyjnie podany adres profilu na Facebooku. Książkę czyta się łatwo, rozdziały i podrozdziały są krótkie, nagłówki wyraźne, treść rozmieszczona w rozsądnych odstępach.

Autor przedstawia i szczegółowo omawia narzędzia monitoringu Internetu, czyli zaawansowane programy oraz usługi służące analizie ważnych dla naszego przedsiębiorstwa informacji, które da się wyciągnąć z Sieci (na czele z tym, gdzie się toczy dyskusja dotycząca naszej firmy, marki czy branży). Dzięki tej wiedzy będziemy mogli sensownie skierować nasze komunikaty i rozpocząć budowanie własnej społeczności. Niestety, zaproponowane narzędzia są płatne. W ogóle czytając odnosi się wrażenie, że selekcji wiedzy oraz wyboru sposobów jej prezentacji dokonywano z perspektywy dużych firm – tym bardziej, że miejscami treści są podawane branżowym językiem, trudnym do zrozumienia dla laików.

Interesujące i godne pochwały jest to, że autor namawia czytelników do marketingu *fair play*, nakierowanego na dobro klienta, któremu w dobie obecnych możliwości mediów społecznościowych przypisuje – popierając to kilkoma przykładami – wręcz boską moc obalania negatywnymi komentarzami całych korporacji.

W książce znajdziemy kilkadziesiąt opisów skutecznego, twórczego i inspirującego wykorzystania społeczności internetowych do celów marketingowych. Treści są wzbogacone odnośnikami do materiałów dostępnych w Sieci, co czyni publikację nieco interaktywną. Autor kończy ją wizją rozwoju mediów społecznościowych i biznesu społecznościowego: jest przekonany, prawdopodobnie słusznie, że ich rola będzie rosnąć z roku na rok.

Drugą pozycją, o której warto wspomnieć w interesującym nas kontekście, jest „Social Media Marketing" Liany „Li" Evans, 300-stronicowa publikacja w znacznym stopniu pokrywająca się tematycznie ze swoją polską odpowiedniczką, a jednocześnie jeszcze silniej skoncentrowana na potrzebach i możliwościach firm z rozbudowaną kadrą i potężnym budżetem. Z kolei plusem książki jest fakt, że ważne treści są w niej wielokrotnie powtarzane. Bywa to męczące podczas lektury, koniec końców pomaga jednak przyswoić i utrwalić prezentowaną wiedzę.

Pierwszą ważną rzeczą, której się dowiadujemy, jest to, że sukcesu w mediach społecznościowych nie da się osiągnąć ani łatwo, ani szybko, ani małym kosztem. Następnie autorka omawia, krok po kroku, w jaki sposób go odnieść. Według niej musimy w tym celu przede wszystkim odnaleźć w dżungli Internetu miejsca, gdzie dyskutują na nasz temat lub na tematy związane z branżą, w której działamy. Wsłuchując się w to, jak i o czym ludzie rozmawiają, nienachalnie włączając się w życie wybranych społeczności, oferując im fachową wiedzę i przydatne dla nich treści – dzięki temu wszystkiemu sami zaczniemy się jawić jako wartościowi członkowie grupy, co zaowocuje sympatią i zaufaniem do naszej firmy i jej oferty.

Kolejną rzeczą, o której wspominają obie książki, jest to, że w obecnych czasach nie wystarczy skupić się na klientach, którzy się z nami bezpośrednio kontaktują. Dialog na nasz temat toczy się cały czas, z nami czy bez nas. W niezliczonych zakątkach Sieci ludzie wymieniają się opiniami na temat naszego przedsiębiorstwa, jego produktów/usług oraz całej branży. Nie bez kozery największe firmy zatrudniają oddzielne zespoły ludzi, którzy wsłuchują się w ten szum informacyjny, m.in. po to, by móc błyskawicznie odpowiadać na negatywne komentarze (czyli gasić ogniska zanim zmienią się w rozszalałe pożary czarnego PR-u).

Czytając omawianą książkę dowiemy się także, jak stworzyć zespół lub wybrać eksperta do spraw mediów społecznościowych, względnie czym się kierować przy wyborze agencji marketingowej mającej nas w nich reprezentować. Dowiemy się jednak również, że koniec końców żadna agencja nie wykona tej roboty lepiej, niż my sami.

Ta ostatnia informacja powinna być pocieszająca dla wszystkich małych spółdzielni czy stowarzyszeń.

Zamiast narzekać na brak funduszy, trzeba oddelegować bystrą i pracowitą osobę do zakasania rękawów, zdobycia odpowiedniej wiedzy i pokierowania statkiem naszej organizacji po burzliwych wodach mediów społecznościowych. Lektura obu recenzowanych pozycji z pewnością pomoże jej nabrać wiatru w żagle.

TOMASZ WIĘCKOWSKI

Liana „Li" Evans, *Social Media Marketing. Odkryj potencjał Facebooka, Twittera i innych portali społecznościowych*, Onepress, Gliwice 2011.

Michał Sadowski, *Rewolucja social media*, Onepress, Gliwice 2012.

Dziękujemy Grupie Wydawniczej Helion SA za udostępnienie egzemplarzy recenzenckich.

Spółdzielca to brzmi… jak?

Prawdziwa spółdzielnia jest nie tylko przedsiębiorstwem, a świadomy spółdzielca – kimś więcej niż „udziałowcem" kooperatywnego biznesu. Spółdzielczość jest bowiem specyficznym sposobem gospodarowania, ale także pewną filozofią myślenia o relacjach międzyludzkich, sprawiedliwym społeczeństwie czy dobru wspólnym.

Członkowie spółdzielni socjalnych powinni nieustannie stawiać sobie pytania o praktyczne konsekwencje wyboru kooperatywnej drogi życiowej. Jak w danej sytuacji powinna postąpić ideowa spółdzielnia? Jakie specjalne obowiązki, np. wobec koleżanek i kolegów z pracy, nakłada na nas fakt, że należymy do spółdzielczej rodziny? Odkrywanie spółdzielczej tożsamości oraz wyrabianie nawyku myślenia w jej kategoriach rozpocząć można od wypracowania, w ramach swojego przedsiębiorstwa, wspólnych odpowiedzi na poniższe pytania:

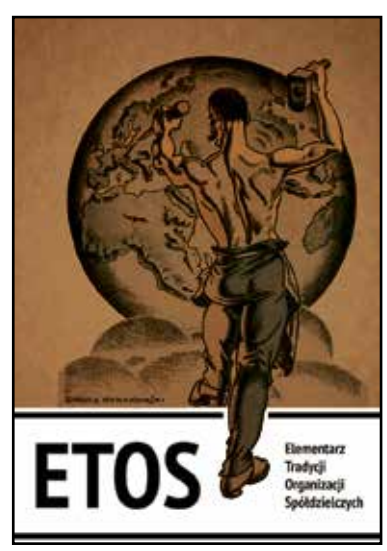
- czy to, że mogliśmy rozpocząć działalność dzięki dotacji ze środków publicznych, rodzi jakieś zobowiązania – a jeśli tak, to wobec kogo?
- na jakie typowe sytuacje znane z „normalnych" firm nie powinno być miejsca w naszej spółdzielni?
- czego nie wypada spółdzielcy?
- jakie kryteria powinny być brane pod uwagę podczas wyznaczania wysokości indywidualnych pensji w naszej spółdzielni?
- dlaczego warto być spółdzielcą?
- jakie korzyści socjalne, społeczne, kulturalne i edukacyjne oferuje członkom nasza kooperatywa? Co mogłaby oferować?
- czy mamy pomysł na działalność na rzecz najbliższego otoczenia (np. sąsiedztwo siedziby spółdzielni)?

Kolejne wartościowe ćwiczenie polega na ustaleniu, jak powinna postąpić nasza grupa w obliczu poniższych, całkiem prawdopodobnych sytuacji:

- któraś z osób zdecydowanie gorzej niż inni radzi sobie z wykonywaniem obowiązków, np. „nie nadąża"; jeden ze spółdzielców wydaje się pracować niezbyt sumiennie;
- nasz kolega lub koleżanka ze spółdzielni ma problemy materialne;
- wśród dwóch możliwych dostawców naszego przedsiębiorstwa firma spółdzielcza jest znacznie droższa od międzynarodowej korporacji, podejrzewanej m.in. o unikanie podatków;
- potencjalny partner biznesowy jest ironicznie nastawiony do spółdzielczego charakteru naszego przedsięwzięcia;
- element naszej oferty narusza przekonania etyczne jednego z członków grupy;
- wybuchł ostry konflikt między dwojgiem spółdzielców;
- zaprzyjaźniona spółdzielnia łamie zasady ruchu kooperatywnego.

MICHAŁ SOBCZYK

Tekst pochodzi z publikacji przygotowanej w ramach projektu ETOS. Można ją bezpłatnie pobrać na stronie http://soo.org.pl/etos.



NA CO PREZESOWI MIOTŁA?

W demokratycznym przedsiębiorstwie społecznym wprowadzenie rotacyjności wybranych ról może wzmacniać poczucie posiadania wspólnych praw i obowiązków. W efekcie pracownicy silniej identyfikują się ze wspólnym przedsięwzięciem, co przekłada się na dodatkowe zaangażowanie w jego rozwój.

Gdy przynajmniej część wyjątkowo żmudnych lub mało prestiżowych prac wykonywanych jest naprzemiennie przez cały zespół, realizowane są zasady równości i solidarności, na których opiera się wiarygodność każdej demokracji. Rzecz jasna ujednolicanie zakresu obowiązków nie jest celem samym w sobie, a zbyt częste odrywanie członków spółdzielni od zadań, w których się specjalizują, trudno uznać za efektywne wykorzystanie jej zasobów (miejsce mistrza sprzedaży bezpośredniej jest przy potencjalnych klientach, a nie przy mopie). W każdej firmie jest jednak sporo „czarnej roboty", której możliwie równa dystrybucja powinna stanowić dla spółdzielni punkt honoru. Autentyczna kooperatywa opiera się na demokratycznym podziale pracy i odpowiedzialności, w sposób korzystny dla ogółu i sprawiedliwy z punktu widzenia jednostek, a nie na podziale na tych, którzy w razie potrzeby umyją okna albo polecą na pocztę oraz tych „stworzonych do wyższych celów". Ta druga sytuacja może szybko doprowadzić do spadku zaangażowania osób, które czują się poszkodowane.

Tak jak egalitaryzm w podziale prac niełączących się z prestiżem zapobiega poczuciu krzywdy (a ponadto trzyma w ryzach ego liderów), tak rotacyjność zadań i funkcji kojarzonych z wysokim statusem, jak prowadzenie zebrań (w tym walnych zgromadzeń członków) czy reprezentowanie przedsiębiorstwa w mediach, może budować poczucie własnej wartości „szeregowych" członków spółdzielni, zachęcając ich do bardziej aktywnego udziału w jej życiu. Co równie ważne, taka polityka niejako wymusza wszechstronny rozwój zespołu, gwarantując, że w razie potrzeby każdy ze spółdzielców będzie w stanie samodzielnie obsłużyć kserokopiarkę, ale i składnie odpowiedzieć na pytanie dziennikarza.

Doświadczenia wzorowych przedsiębiorstw zatrudniających niepełnosprawnych intelektualnie pokazują, że pewien zakres wymienności funkcji, także tych związanych z koordynowaniem i nadzorowaniem pracy innych, możliwy jest do stopniowego wprowadzenia nawet w grupach osób doświadczających bardzo poważnych problemów z funkcjonowaniem społecznym.

MICHAŁ SOBCZYK

Powyższy tekst bazuje na fragmencie poradnika Ogólnopolskiego Związku Rewizyjnego Spółdzielni Socjalnych pt. „Budowanie demokracji w spółdzielniach". Publikacja jest bezpłatnie dostępna pod adresem http://s.coop/budowaniedemokracji.

robleto, flickr.com/photos/grobleto/2048775083

szewc już w butach
Kooperatywa.org ma nowe portfolio
o, tu: kooperatywa.org
kooperatywa.org
facebook.com/kooperatywa

ZAREKLAMUJ SIĘ W „NOWYM OBYWATELU"
TRAFIAMY DOKŁADNIE TAM, GDZIE TY CELUJESZ.
SZCZEGÓŁY OFERTY NA STRONIE:
HTTP://NOWYOBYWATEL.PL/REKLAMA

Z Twoim 1% raczej nie upadniemy.
Stowarzyszenie „Obywatele Obywatelom", KRS 0000248901
nowyobywatel.pl/1procent

Młodości, dodaj nam skrzydeł! Zobacz relację z warsztatu „Młodości dodaj nam skrzydeł! Miejsca pracy dla młodzieży w sektorze ekonomii społecznej", który zespół Stowarzyszenia „Obywatele Obywatelom" przeprowadził podczas Ogólnopolskich Spotkań Ekonomii Społecznej 2012.
http://soo.org.pl/inicjatywy/mlodzi-spoldzielcy

WYDAWCA
Stowarzyszenie „Obywatele Obywatelom"
ul. Piotrkowska 5, 90-406 Łódź
www.soo.org.pl
OBYWATELE OBYWATELOM

KONTAKT
jak@soo.org.pl
tel. 502 554 352

REDAKCJA
Michał Sobczyk
Szymon Surmacz
Magda Warszawa

NAKŁAD
15000 egzemplarzy

PROJEKT I SKŁAD
Kooperatywa.org

SEKRETARIAT
Aleksandra Sech

Jeżeli nie zaznaczono inaczej, wszystkie artykuły są dostępne na licencji Creative Commons 3.0 Polska

WSPÓŁPRACA
Ogólnopolski Związek Rewizyjny Spółdzielni Socjalnych
OZRSS

PATRONAT
Departament Pożytku Publicznego (MPiPS)
pozytek.gov.pl

BiznesSpoleczny.pl
facebook.com/BiznesSpoleczny