

SPISTRZEŚCI

I. Wstęp. Opis projektu oraz celu warsztatów.....	4
II. Możliwe sposoby współpracy międzysektorowej. Opis możliwości prawnych	7
II.I. Krótko o korzyściach płynących z działania w partnerstwie.....	7
II.II. Wybrane możliwości współpracy międzysektorowej w świetle polskiego prawa.....	8
Partnerstwo publiczno-społeczne.....	8
Konsorcjum.....	9
Klauzula społeczna.....	10
III. Opis dobrych praktyk.....	12
IV. Wnioski i rekomendacje z warsztatów oraz pomysły na współpracę	16
IV.I. Wnioski i rekomendacje z warsztatów biznes – przedsię- biorstwa społeczne.....	16
IV.II. Wnioski i rekomendacje z warsztatów administracja – pod- mioty ekonomii społecznej.....	22
V. Fundacja Social Enterprise Poland, czyli krótko o nas.....	26

WYKAZ UŻYWANYCH SKRÓTÓW:

CIS – Centrum Integracji Społecznej
ES – Sektor Ekonomii Społecznej
NGO – organizacje pozarządowe (Non-Governmental Organisation)
PFRON - Państwowy Fundusz Rehabilitacji Osób Niepełnosprawnych
PES – Podmioty Ekonomii Społecznej
PS – Przedsiębiorstwo Społeczne
PPS – Partnerstwo publiczno-społeczne
PPP – Partnerstwo publiczno-prywatne
PO FIO – Program Operacyjny Fundusz Inicjatyw Obywatelskich
Fundacja SEP – Fundacja Social Enterprise Poland
ZAZ – Zakład Aktywności Zawodowej

I. Wstęp.

Opis projektu oraz celu warsztatów

Broszura, którą macie Państwo przed sobą, powstała w ramach projektu „Trzy sektory, jeden zysk”, realizowanego dzięki współfinansowaniu działań w obszarze „Przedsiębiorczość społeczna i upowszechnianie idei partnerstwa trójsektorowego” Programu Operacyjnego Fundusz Inicjatyw Obywatelskich.

W tym miejscu chcielibyśmy gorąco podziękować wszystkim uczestnikom warsztatów: przedsiębiorcom komercyjnym i społecznym, pracownikom instytucji publicznych, przedstawicielom organizacji pozarządowych i innych podmiotów ekonomii społecznej za ich zaangażowanie, otwarcie na współpracę i chęć dzielenia się własnymi doświadczeniami. Dziękujemy też przedstawicielkom dwóch przedsiębiorstw społecznych – p. Maryli Aleksiejew (Krakowska Fundacja Hamlet) i p. Katarzynie Szczerbik („Ognisko” Sp. z o.o.), które nie tylko dzieliły się swą wiedzą, ale też dla uczestników warsztatów zorganizowały wizytę studyjną w swych organizacjach, niejako „od podszewki” pokazując czym jest przedsiębiorstwo społeczne.

Dokonując analizy problemowej w zakresie ekonomii społecznej w Polsce, trudno się

nie zgodzić, że mamy do czynienia ze słabym rozwojem podmiotów ekonomii społecznej, przede wszystkim w kontekście stabilnego funkcjonowania finansowego, umiejętności poszukiwania zleceń, biznesowego zarządzania organizacją. Sytuację podmiotów ekonomii społecznej pogarsza brak wsparcia ze strony instytucji publicznych, które nie dysponują wiedzą nt. specyfiki podmiotów ekonomii społecznej (PES), co przekłada się na umiejętność współdziałania i tworzenia warunków do rozwoju PES, w tym partnerstw międzysektorowych itp. Z drugiej strony, pojawia się problem wzajemnego niezrozumienia i braku współpracy między biznesem, a podmiotami ekonomii społecznej. Relacje między tymi sektorami charakteryzują się wzajemną nieufnością i niezrozumieniem, nie występuje zjawisko wzajemnego dzielenia się umiejętnościami i doświadczeniem. Przedstawiciele trzeciego sektora rzadko dostrzegają w biznesie partnera w działaniach na rzecz wspólnoty lokalnej, częściej patrząc na firmę przez pryzmat potencjalnego darczyńcy, a nie partnera w interesach.

Dlatego celem projektu opracowanego i zrealizowanego przez Fundację Social Enter-

prise Poland (Fundacja SEP) był wzrost wiedzy środowisk biznesu oraz pracowników administracji publicznej na temat specyfiki podmiotów ekonomii społecznej, oferowanych przez nie usług i produktów oraz znalezienie obszarów współdziałania w realizacji inicjatyw zarówno komercyjnych, jak i społecznych. W ramach projektu zostały przeprowadzone dwa rodzaje warsztatów:



Warsztaty dla przedstawicieli biznesu oraz przedsiębiorstw społecznych (2 edycje).

Celem warsztatów było wzajemne uczenie się o specyfice tych dwóch typów przedsiębiorstw (kulturze organizacyjnej, wartościach, metodach działania na rynku) oraz próba znalezienia obszarów współdziałania (np. w tworzeniu porozumień na realizację wspólnych zleceń publicznych, przystępowanie do wspólnych przetargów wykorzystując m.in. klauzulę społeczną, realizacji projektów finansowanych z środków UE, i in.). Warsztaty zorganizowano w taki sposób, aby przedsiębiorcy społeczni „uczyli” o spe-

cyfice przedsiębiorstw społecznych przedstawiciele biznesu. Założyliśmy bowiem, że przekażą oni pełny, wiarygodny obraz tego typu działalności klasycznym przedsiębiorcom. Z drugiej strony liderzy przedsiębiorstw komercyjnych mieli okazję podzielić się swoją wiedzą i doświadczeniem. Efektem warsztatów było zdiagnozowanie przez uczestników podstawowych problemów/przeszkód stojących na drodze współpracy tych dwóch typów organizacji oraz wypracowanie przez uczestników konkretnych pomysłów na rozwiązanie w/w problemów oraz wyznaczenie obszarów współdziałania i metod, którymi należy się posługiwać w zawiązywaniu relacji między tymi dwoma środowiskami.



Warsztaty dla przedstawicieli administracji publicznej oraz podmiotów ekonomii społecznej (3 edycje).

Celem warsztatów było przekazanie wiedzy nt. specyfiki podmiotów ekonomii społecznej: działań nakierowanych na rozwój społeczności lokalnej, rozwój gospodarczy i rozwiązywanie pro-

blemów społecznych, m.in. poprzez funkcję reintegracji społeczno-zawodowej osób zagrożonych wykluczeniem społecznym. Aby przekaz wiedzy był wiarygodny i przedstawiony w sposób praktyczny, o specyfice PES „uczylili” pracowników instytucji publicznych (głównie z obszaru pomocy społecznej) przedstawiciele PES. Efektem warsztatów było wypracowanie przez uczestników konkretnych pomysłów/obszarów współdziałania i metod, (np. poprzez wykorzystanie klauzuli społecznej w zamówieniach publicznych). Warsztaty były okazją do zapoznania się administracji publicznej z ofertą podmiotów ekonomii społecznej.

We wstępie warto zaznaczyć jeszcze, że **z braku definicji przedsiębiorstwa społecznego (PS)**, na potrzeby projektu przyjęliśmy uznawać za PS podmioty mogące generować zysk, czyli prowadzące działalność gospodarczą (głównie spółdzielnie socjalne i organizacje pozarządowe prowadzące działalność gospodarczą w formie niewyodrębnionej lub wyodrębnionej – np. jako Sp. z o.o.) oraz realizujące cele społeczne.

Podmioty ekonomii społecznej (PES) traktujemy zaś, jako szerszą kategorię podmiotów posiadających cele społeczne oraz przejawiających aktywność ekonomiczną (np. prowadzących odpłatną działalność), tym samym przedsiębiorstwa społeczne oczywiście mieszczą się w szerszej kategorii podmiotów ekonomii społecznej.



II. Możliwe sposoby współpracy międzysektorowej. Opis możliwości prawnych

II.1. Krótko o korzyściach płynących z działania w partnerstwie

Zanim przejdziemy do opisu dobrych praktyk związanych ze współpracą międzysektorową oraz wniosków, rekomendacji i konkretnych pomysłów wypracowanych w ramach warsztatów, warto zaznaczyć, że podstawą każdej inicjatywy partnerskiej jest zawsze dobra wola osób i organizacji zaangażowanych w realizację działań. To świadomość korzyści płynących z partnerstwa jest podstawową motywacją i „siłą napędową” każdej inicjatywy realizowanej we współpracy, zamiast w pojedynkę.

Korzyści, jakie daje działanie w partnerstwie:

- dostęp do większej puli zasobów, poprzez wykorzystanie pełnego zakresu możliwości merytorycznych, kadrowych, technicznych i finansowych każdego z partnerów, które mogą pomóc w realizacji wspólnego celu;
- wypracowanie różnorodnych mechanizmów umożliwiających każdemu z partnerów wykorzystanie posiadanych kompetencji i umiejętności w celu osiągnięcia wspólnych celów – w sposób bardziej efektywny niż w przypadku działań podej-

mowanych przez poszczególnych partnerów na własną rękę;

- poprawa skuteczności działania – redukcja kosztów, większa efektywność działania, dostarczanie lepszych usług, itp.;
- eliminowanie dublowania zadań;
- zwiększenie skali podejmowanych działań, możliwości oddziaływania na lokalną społeczność;
- innowacyjne podejście do problemów i wyzwań zarówno pod względem merytorycznym jak i organizacyjnym – rozwijanie nowych metod działania;
- lepszy dostęp do informacji na temat ludzi i wspólnot zamieszkujących na danym terenie;
- bardziej efektywne produkty i usługi – dostosowanie oferty do potrzeb odbiorców, dzięki lepszej wiedzy na temat lokalnej społeczności;
- wzrost reputacji i wiarygodności – budowanie dobrych stosunków z innymi aktywnymi członkami społeczności lokalnej, wzajemne uwiarygodnianie partnerów;
- sprawniejsza komunikacja z odbiorcami działań, dzięki udostępnieniu kanałów komunikacji poszczególnych partnerów;
- ustalone zasady współpracy i komunikacji umożliwiają szybszy przepływ informacji pomiędzy partnerami;

- możliwość równomiernego podziału zadań, ryzyka i odpowiedzialności;
- rozwój partnerów poprzez udział w nowych przedsięwzięciach, rozwój umiejętności komunikacyjnych, liderekich, itp.;
- szerokie zaangażowanie i poparcie społeczne dla podejmowanych przez partnerstwo działań;
- lepsze zrozumienie wartości i cech charakterystycznych dla poszczególnych partnerów/sektorów, przyczyniając się w ten sposób do budowania bardziej zintegrowanego i stabilnego społeczeństwa;
- budowanie poczucia wspólnoty i lokalnej tożsamości – wzajemna współpraca, pomoc i atmosfera sprzyjająca rozwojowi;
- rozwój najwyższych form aktywności społecznej – współdziałanie, współdecydowanie i współodpowiedzialność.¹

Trudno nie zgodzić się z powyżej wylistowanymi korzyściami. Bez wątplenia nie wszystkie obszary działań podlegają w/w prawom, ale tam gdzie pojawia się działalność gospodarczo-społeczna, czyli w obszarze szeroko rozumianej ekonomii społecznej i jej styku ze sferą publiczną oraz biznesem, partnerstwo wydaje się być najbardziej racjonalnym sposobem działania – gwarantem zaangażowania, wymiany doświadczeń, wzmacniania potencjałów, czynnikiem eliminującym dublowanie się działań i redukującym koszty oraz usprawniającym przepływ informacji.

II.II.

Wybrane możliwości współpracy międzysektorowej w świetle polskiego prawa

Partnerstwo publiczno-społeczne

Partnerstwo publiczno-społeczne (PPS) to forma współpracy samorządów z organizacjami pozarządowymi będąca kwintesencją konstytucyjnej zasady pomocniczości (tak mało państwa, jak to jest możliwe, tak dużo państwa, jak to jest konieczne). *Istotą PPS w polskim kontekście jest współdziałanie organizacji pozarządowych lub instytucji kościelnych z jednostkami samorządu terytorialnego w realizacji lokalnych projektów społecznych w oparciu o partnerstwo.* Zasada partnerstwa stawia samorząd terytorialny oraz lokalne organizacje pozarządowe na równorzędnej pozycji, co w dalszej konsekwencji ma pobudzić postawy obywatelskie, społeczną odpowiedzialność za miejsce zamieszkania.

Formalnie zasadę PPS wprowadziła Ustawa o działalności pożytku publicznego i o wolontariacie², w świetle której *„działalnością pożytku publicznego jest działalność społecznie użyteczna, prowadzona przez organizację pozarządową w sferze zadań publicznych określonych w ustawie”*. Główną ideą przyświecającą twórcom ustawy, była budowa trwałych więzi między administracją publiczną, a organizacjami pozarządowymi, a co za tym idzie połączenie inicjatyw oddolnych, obywatelskich w realizacji wspólnych zadań społecznych w oparciu o partnerstwo.

1). Nelson Jane, Zadek Simon, Partnership Alchemy. New Social Partnerships in Europe, The Copenhagen Center, 2000; Przez współpracę do sukcesu. Partnerstwo lokalne na rynku pracy, pod red. A. Sobolewskiego, Departament Rynku Pracy Ministerstwa Pracy i Polityki Społecznej, Warszawa 2007.
2). Z dnia 29 maja 2003 roku, (Dz. U. z dnia 29 maja 2003 r.) z późniejszymi zmianami

Często zdarza się, że administracja publiczna, zwłaszcza na lokalnym szczeblu samorządowym, współpracuje z różnymi podmiotami społecznymi. Nie zawsze jest to jednak formalne partnerstwo publiczno-społeczne. Do czynienia z PPS mamy dopiero w momencie gdy przedstawiciele sektora publicznego i społecznego są gotowi zawrzeć umowę wychodzącą poza jednorazowe zlecenie, zazwyczaj rozległą w czasie lub gdy umowy te są powtarzalne. O partnerskim podejściu świadczy też tworzenie zrębów organizacyjnych włączających podmioty społeczne w procesy zarządzania społecznością lokalną (np. budowę strategii, planów rozwoju, konsultację aktów prawa lokalnego, itp.) poprzez tworzenie różnorodnych rad, grup sterujących, itp.

Tak rozumiane partnerstwo publiczno-społeczne ma na celu przede wszystkim:

1. Umocnienie lokalnych działań, stworzenie warunków dla powstania inicjatyw i struktur funkcjonujących na rzecz społeczności lokalnych;
2. Zwiększenie wpływu sektora obywatelskiego na kreowanie polityki społecznej w gminie / powiecie / województwie;
3. Poprawę jakości życia poprzez pełniejsze zaspokajanie potrzeb społecznych;
4. Integrację podmiotów polityki lokalnej obejmującej swym zakresem sferę zadań publicznych wymienionych w art. 4;
5. Udział zainteresowanych podmiotów przy tworzeniu programu współpracy;
6. Otwarcie na innowacyjność, konkurencyjność poprzez umożliwienie organizacjom pozarządowym indywidualnego

wystąpienia z ofertą realizacji projektów konkretnych zadań publicznych, które obecnie prowadzone są przez samorząd;

7. Wypracowanie rocznego modelu lokalnej współpracy pomiędzy organizacjami pozarządowymi a jednostkami samorządu terytorialnego jako elementu długoterminowego programu współpracy obejmującego okres np. kilku lat.³

Konsorcjum

Konsorcjum jest tworem powołanym w drodze umowy przez przedsiębiorców, w tym społecznych (podmioty prowadzące działalność gospodarczą), które konsolidując się zobowiązują się między sobą wspólnie dążyć do osiągnięcia określonego celu gospodarczego. Celem zawiązania konsorcjum jest najczęściej wspólne działanie w realizacji konkretnego przedsięwzięcia gospodarczego, które ze względu na potencjał finansowy przekracza możliwości jednego podmiotu (budowa autostrady, lotniska, itp.). Utworzenie konsorcjum ma charakter najczęściej tymczasowy, czyli po osiągnięciu celu, do którego zostało powołane, jest rozwiązane.

Konsorcjum umożliwia wzięcie udziału w procedurze zamówienia publicznego. Zdarzyć się może bowiem, że z różnych przyczyn podmiot zainteresowany realizacją zamówienia nie jest w stanie wykonać go samodzielnie. W tej sytuacji ma dwa wyjścia – albo zrezygnować z ubie-

³ „Partnerstwo publiczno-społeczne jako „przystępna” forma partnerstwa międzysektorowego” <http://www.prawoipartnerstwo.pl/PDF/3.pdf> (30 XI. 2010).

gania się o zamówienia, albo przekonać inny podmiot do współpracy, a co za tym idzie, do wspólnego złożenia oferty. W tym celu tworzone jest konsorcjum. W praktyce z tworzeniem konsorcjów mamy najczęściej do czynienia, gdy występuje:

1. Wysokie skomplikowanie techniczne przedmiotu zamówienia;
2. Zamówienia jest duże i/lub skomplikowane;
3. Koszty realizacji zamówienia są wysokie;
4. Zbyt krótki czas na realizację zlecenia.

W przypadku przedsiębiorstw społecznych często występuje obawa przed samodzielnym ubieganiem się o realizację zleceń. Stąd konsorcjum z dużym, doświadczonym i stabilnym finansowo przedsiębiorstwem może być dużą szansą zaistnienia na rynku dla nowopowstałych PS oraz rozwoju pozostałych.

Klauzula społeczna

Klauzula społeczna to instrument polityki społecznej, który pozwala instytucjom zamawiającym określić wymagania o charakterze społecznym lub środowiskowym związane z realizacją zamówienia. Warunki te nie mogą pośrednio ani bezpośrednio dyskryminować żadnej z grup społecznych, ale mogą zachęcać m.in. do zatrudniania osób mających trudności z integracją społeczną i zawodową.

Zamawiający może zatem określić w zamówieniu, że chce, by było ono realizowane przez osoby bezrobotne, młodociane

w celu przygotowania zawodowego, osoby niepełnosprawne, bezdomnych, uzależnionych od alkoholu lub narkotyków po zakończeniu przez nie terapii, chorych psychicznie, zwalnianych z zakładów karnych czy uchodźców. Z racji funkcji, jakie pełnią podmioty ekonomii społecznej (zatrudnienie grup zagrożonych wykluczeniem społecznym) zastosowanie klauzuli społecznej w realizacji zadań publicznych jest dla nich dużą szansą.

Jeśli zamawiający zdecyduje się na zastosowanie klauzuli społecznej, powinien w specyfikacji zamówienia określić liczbę osób np. bezrobotnych czy niepełnoprawnych, których zatrudnienie jest wymagane, minimalny okres ich pracy, sposób dokumentowania ich zatrudnienia, uprawnienia zamawiającego w zakresie kontroli spełnienia przez wykonawcę wymagań w zakresie zatrudnienia oraz sankcję z tytułu ich niespełnienia.



Wykonawca może zostać również zobligowany do utworzenia lub zwiększenia wpłat na fundusz szkoleniowy dla swoich pracowników do co najmniej 1% funduszu płac swoich pracowników. Zamawiający powinien również wskazać: sposób dokumentowania przez wykonawcę utworzenia lub zwiększenia funduszu szkoleniowego, sposób kontroli, którą może przeprowadzić w związku z spełnianiem tego warunku oraz sankcję, które wykonawca poniesie za jego niespełnienie.

Dodatkowe wymagania powinny znaleźć się w ogłoszeniu o zamówieniu lub gdy ogłoszenie nie jest wymagane w zaproszeniu do negocjacji w części zamówienia dotyczącej informacji dodatkowych. Wykonawca w ofercie składa oświadczenie, iż wykona zamówienie zgodnie z wymogami zamawiającego, a spełnienie tego warunku zostanie skontrolowane dopiero na etapie realizacji zamówienia.

Biorąc pod uwagę, że przedsiębiorstwa społeczne w Polsce dopiero rozwijają swoją działalność, nie posiadają koniecznego doświadczenia oraz zaplecza finansowego, tworzenie konsorcjów z firmami prywatnymi, partnerstw publiczno społecznych z instytucjami publicznymi, czy realizacja zadań publicznych w ramach klauzuli społecznej jest dla przedsiębiorstw społecznych szansą na rozwój, zdobycie doświadczenia oraz polepszenia sytuacji finansowej. Niezbędne jest jednak poszerzanie wiedzy na temat tych instrumentów prawnych, zarówno u przedstawicieli sektora publicznego, pry-

watnego jak społecznego. Bardzo trudno jest znaleźć dobre przykłady wykorzystywania wyżej opisanych narzędzi we współpracy międzysektorowej, które mogłyby zachęcić do szerszego stosowania tych zasad w życiu społecznym, tak jak to ma miejsce w krajach, w których sektor przedsiębiorczości społecznej jest bardziej rozwinięty.

KILKA SPOSTRZEŻEŃ PO WARSZTATACH

Warto podkreślić, że stosowanie klauzuli społecznej obecnie nie jest tanie z punktu widzenia samorządu, jest to związane m.in. z rozumieniem racjonalności wydatków jako minimalizacji kosztów bezpośrednich, bez ujęcia kosztów pośrednich z globalnego budżetu gminy (np. poprzez to, że samorząd zastosuje klauzulę społeczną, zmniejszy liczbę osób korzystających ze świadczeń pomocy społecznej, a to z kolei zmniejszy wydatki z budżetu gminy – na zasiłki jak również na obsługę administracyjną itd.).

Obecnie klauzula społeczna może być odbierana zarówno przez zamawiającego jak i wykonawcę jako instrument mnożący koszty: jej stosowanie wiąże się m.in. z częstszą kontrolą ze strony zamawiającego wynikającą ze stosowania tego instrumentu (np. kontrola ilości zatrudnienia osób niepełnosprawnych, osób bezrobotnych) ze strony wykonawcy – dodatkowe zatrudnienie osób na umowę o pracę, prowadzenie dodatkowej dokumentacji itd.).

III. Opis dobrych praktyk

MAŁOPOLSKI PAKT NA RZECZ EKONOMII SPOŁECZNEJ – został zawarty 1 marca 2008 roku, jako pierwsza tego inicjatywa w Polsce łącząca przedstawicieli trzech sektorów, którzy zobowiązali się działać na rzecz rozwoju ekonomii społecznej w Polsce. Uczestnikami Paktu są podmioty ekonomii społecznej, przedstawiciele samorządu terytorialnego zarówno na poziomie lokalnym jak i regionalnym, sektora pozarządowego, środowisk akademickich, sektora prywatnej przedsiębiorczości, media. Obecnie Pakt zrzesza blisko 30 instytucji.

Podstawowe obszary działania partnerów paktu to:

- wymiana informacji;
- współdziałanie, podejmowanie wspólnych inicjatyw (w tym wzmocnienie relacji pomiędzy odpowiedzialnym biznesem a sektorem ES);
- upowszechnianie i promocja dobrych praktyk: krajowych i ponadnarodowych;
- inicjatywy na rzecz regulacji prawnych – rozpoznawanie problemów wymagających zmian prawnych, rekomendowanie rozwiązań;
- konsultowanie i lobbowanie zmian prawnych;
- uruchamianie instrumentów finansowania przedsiębiorstw społecznych;

- inicjowanie badań i analiz (w tym proponowanie obszarów badań);
- działania na rzecz rozwoju edukacji w obszarze ES i wzmocnienia kompetencji w sektorze;
- inicjowanie i wspieranie społecznej przedsiębiorczości oraz partnerstw, jako efektywnej formy współpracy dla rozwoju lokalnego;
- rozwój profesjonalnego wsparcia dla przedsiębiorstw społecznych, w tym doradztwa;
- tworzenie marki małopolskiej ES.

Dużym osiągnięciem wypracowanym na płaszczyźnie Paktu było stworzenie podstaw systemu wsparcia w Małopolsce opierającego się na uspołnieniu wszystkich projektów 7.2.2 (Wsparcie ekonomii społecznej) realizowanych w ramach POKL. Realizatorzy projektów stworzyli ośrodki wsparcia ES rozmieszczone równomiernie we wszystkich pięciu subregionach województwa. W każdym z subregionów jest zagwarantowane profesjonalne wsparcie dla spółdzielni, w tym socjalnych i osób chcących je założyć oraz organizacji pozarządowych. Ponadto, realizatorzy projektów zrezygnowali z realizacji działań mających na celu promocję wiedzy o ES przenosząc „ciężar” na jednego z projektodawców o najwięk-

szym doświadczeniu w tym zakresie. Dzięki wyżej opisanym zasadom zminimalizowane zostało ryzyko dublowania wsparcia i innych działań w zakresie tematycznym oraz geograficznym. Ponadto, w ramach Paktu powołana została grupa robocza ds. systemu wsparcia ES, w której zasiadają przedstawiciele realizatorów projektów 7.2.2 – dokonuje się wymiana informacji, wiedzy i doświadczeń, poszukiwanie wspólnych rozwiązań.

Więcej informacji na:
www.wortales.rops.krakow.pl

MAŁOPOLSKI FUNDUSZ EKONOMII SPOŁECZNEJ (MFES) –

Jest to fundacja powstała 19 maja 2009 roku z inicjatywy Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie, reprezentowanego przez Małopolską Szkołę Administracji Publicznej oraz Katedrę Gospodarki i Administracji Publicznej. MFES jest odpowiedzią na problem podmiotów ekonomii społecznej związany z brakiem dostępnych dla tego typu podmiotów mechanizmów finansowania zwrotnego (kredyty, pożyczki) oraz trudnościami z uzyskaniem poręczeń kredytu, pożyczki, dotacji, w tym na wkład i wyposażenie spółdzielni socjalnej, zobowiązań wynikających z transakcji handlowych, finansowania wadium przetargowego, finansowania pomostowego dla projektów finansowanych ze środków UE.

MFES jest partnerską, międzysektorową inicjatywą powstałą dzięki pięciu Fundatorom, którymi są: Bank Gospodarstwa Krajowego

S.A., Małopolska Agencja Rozwoju Regionalnego S.A., Krakowski Bank Spółdzielczy, Towarzystwo Inwestycji Społeczno-Ekonomicznych S.A. oraz Fundacja Gospodarki i Administracji Publicznej. Zawiązanie w/w partnerstwa zaowocowało zgromadzeniem kapitału w wysokości 510 001 złotych.

Dzięki inicjatywie MFES większość powstających w Małopolsce spółdzielni socjalnych nie boryka się już z uzyskaniem poręczenia niezbędnego przy aplikowaniu o jednorazowe środki dla członków założycieli na wkład do spółdzielni socjalnej np. z Funduszu Pracy.

Więcej informacji na:
www.mfes.pl



BELGIA – PRZYKŁAD WSPÓŁPRACY PODMIOTÓW EKONOMII SPOŁECZNEJ Z PRZEDSTAWICIELAMI BIZNESU – („Management guidance and support in the social profit sector of the Province of East-Flanders”).

We Flandrii realizowany był interaktywny program dla menadżerów przedsiębiorstw społecznych, którzy mieli się uczyć jak zarządzać przedsiębiorstwem społecznym od swoich doświadczonych kolegów, menadżerów przedsiębiorstw komercyjnych. Punktem wyjścia było zaprezentowanie przedsiębiorcom komercyjnym podstawowych informacji odnośnie sektora społecznego i idei ekonomii społecznej (co to są przedsiębiorstwa społeczne, na jakich zasadach funkcjonują, jacy są ich interesariusze, jakie formy prawne pozwalają na prowadzenie PS, itp.). Menadżerowie społeczni oprócz wzięcia udziału w biznesowych szkoleniach, mieli możliwość uczyć się jak zarządzać przedsiębiorstwem społecznym pod okiem doświadzonego mentora. Każdy miał swojego indywidualnego opiekuna w trakcie trwania projektu. Warsztaty oparte były na wymianie doświadczeń pomiędzy uczestnikami, dyskusji nad najlepszymi stosowanymi rozwiązaniami itp. Mentorzy pomagali uczestnikom we wdrożeniu nowych technik i narzędzi (np. Strategiczna Karta Wyników). Zapewniali wsparcie w przypadku różnorodnych problemów związanych z funkcjonowaniem na rynku. Przedsiębiorcy, którzy zechcieli się włączyć w program, oferowali swoje usługi i pomoc bezpłatnie.

WIELKA BRYTANIA – PRZYKŁAD WSPÓŁPRACY SOCIAL ENTERPRISE EUROPE LT. (SEE LT.). Innym przykładem międzysektorowej współpracy zagranicznej jest współpraca SEE Lt z The British Council, organizacją promującą kulturę i język angielski na świecie (wspieraną przez brytyjską Królową) oraz z irlandzką firmą Guinness, produkującą słynne piwo. Firma powołała Fundusz Artura Guinnessa, w formie charity. Jako, że założyciel firmy, Artur Guinness był kimś na miarę dzisiejszego przedsiębiorcy społecznego, fundusz wspiera finansowo projekty, których celem jest rozwijanie przedsiębiorczości społecznej. W tym partnerstwie realizowane są projekty w m.in. w Indonezji. Szkolenia, konsultacje i inspirowanie Indonezyjczyków do tworzenia przedsiębiorstw społecznych przyniosło już wiele ciekawych inicjatyw. A firma Guinness buduje swoją markę społecznie odpowiedzialnej oraz ma okazję do promocji.

Więcej na:
www.socialentreprise.co.uk



PRZEDSIĘBIORSTWO SPOŁECZNE CAFE HAMLET

– Krakowska Fundacja Hamlet powstała w 1992 roku z inicjatywy brytyjskiej organizacji Hamlet Trust oraz pracowników Krakowskiej Kliniki Psychiatrii.

Fundacja zajmuje się pomocą osobom cierpiącym na zaburzenia psychiczne poprzez animowanie grup samopomocy, aktywizację zawodową, pomoc socjalną, promocję sztuki i artystów niepełnosprawnych psychicznie i intelektualnie oraz organizację i prowadzenie mieszkań chronionych. Od 1994 roku Fundacja prowadzi przedsiębiorstwo społeczne w formie niewyodrębnionej działalności gospodarczej – Cafe Hamlet na krakowskim Kazimierzu (ul. Miodowa 9).

Krakowska Fundacja Hamlet od lat współpracuje zarówno z biznesem, jak i instytucjami publicznymi. Jednym z przykładów jest utworzenie Konsorcjum JiR – Hamlet, w skład którego wchodziły firma – JiR S.c., jako Lider oraz Krakowska Fundacja Hamlet jako Partner. Konsorcjum zostało utworzone w celu przystąpienia do zamówienia publicznego na świadczenie usług cateringowych w ramach szkoleń, warsztatów, spotkań i konferencji dla Regionalnego Ośrodka Polityki Społecznej w Krakowie. Umowa Konsorcjum określała podział zadań pomiędzy Liderem i Partnerem, sposób przepływu informacji, dokumentów i płatności. Innym przykładem współpracy ze środowiskiem biznesu jest umowa z renomowaną restauracją na krakowskim Kazimierzu, gdzie od lat osoby współpracujące z Fundacją, chorujące psy-

chicznie, mogą uczyć się zawodu i nabywać praktykę podczas stażu organizowanego w restauracji. Restauracja dzieliła się też swą wiedzą i doświadczeniem w branży restauratorskiej w początkowym okresie funkcjonowania Cafe Hamlet.

Współpraca z instytucjami publicznymi to przede wszystkim partnerskie relacje z Miejskim Ośrodkiem Pomocy Społecznej w Krakowie, m.in. podczas tworzenia jednych z pierwszych mieszkań chronionych dla osób chorujących psychicznie.

Więcej na:

www.cafehamlet.krakow.pl

Podczas warsztatów przeprowadzonych w ramach projektu kilku przedsiębiorców zaoferowało podobną pomoc. Tak więc może warto wykorzystać wiedzę innych, którzy bardzo chętnie chcą dzielić się swoim doświadczeniem i jak okazuje się nie odbiegają od przedsiębiorstwa społecznego jako konkurenta, lecz jako partnera na rynku.

IV. Wnioski i rekomendacje z warsztatów oraz pomysły na współpracę

IV.1. Wnioski i rekomendacje z warsztatów biznes – przedsiębiorstwa społeczne

Warsztaty opierały się na założeniu, że równa liczba przedstawicieli biznesu i przedsiębiorstw społecznych będzie umożliwiały wymianę doświadczeń i pracę w grupach mieszanych, stanie się to podstawą do wy-

pracowania płaszczyzn współpracy i konkretnych projektów w drugim dniu warsztatów B2B.⁴

Podczas warsztatów zostały zdiagnozowane podstawowe różnice między firmami prywatnymi, a przedsiębiorstwami społecznymi:

PRZEDSIĘBIORSTWA KOMERCYJNE	PRZEDSIĘBIORSTWA SPOŁECZNE
MISJA I ROLA PRACOWNIKA	
<ul style="list-style-type: none">- misja odzwierciedla potrzeby rynku, jest ciągle aktualizowana w celu maksymalizacji zysków;- pracownik postrzegany jest w kategoriach rynkowych, ma wypracowywać zysk dla firmy;	<ul style="list-style-type: none">- misją jest pozytywna zmiana społeczna, zysk ma znaczenie drugorzędne, jest dostosowana do potrzeb osób zatrudnionych (szukanie branży i zakresu działania przedsiębiorstwa pod kątem możliwości pracowników – taktyka ryzykowna, powoduje częste niedostosowanie oferty PES-ów do potrzeb rynku;- pracownik jest celem samym w sobie (np. reintegracja społeczna i zawodowa grup marginalizowanych). W przypadku PES mających dofinansowanie (CIS, ZAZ) efektywność pracownika nie jest tak ważna jak w spółdzielni lub Sp. z o.o.;

⁴ Warsztaty B2B polegają na nawiązaniu współpracy pomiędzy przedsiębiorcami komercyjnymi, a przedsiębiorstwami społecznymi. Przy okrągłych stołach zasiada taka sama liczba przedsiębiorców społecznych i komercyjnych. W mieszanych parach rozmawia się o przedmiocie działalności każdego podmiotu i nad ewentualnymi obszarami współpracy.

ŹRÓDŁA FINANSOWANIA

- „Przedsiębiorcy, którzy nastawieni są na zysk – od początku myślą w jaki sposób go zdobyć niż w jaki sposób zdobyć dotację” – (wypowiedź jednego z przedsiębiorców);
- przedsiębiorcy są zainteresowani pozyskiwaniem dotacji dla swoich firm, ale raczej w kategoriach nowej możliwości pozyskania dodatkowych środków, a nie jako podstawowej działalności, jak to ma miejsce w wielu PES;
- aby starać się o dotację potrzebny jest duży wkład własny;
- powszechnym zjawiskiem jest korzystanie z kredytów: inwestycyjnych na dalszy rozwój przedsiębiorstwa; konsolidacyjnych; kredytów na rachunku bieżącym, jak również z różnych form leasingu. Często stosowanie tych instrumentów finansowych pozwala przetrwać okres przestoju firmy;
- podmioty ekonomii społecznej są skłonne w znacznie większym stopniu poszukiwać źródeł finansowania swej organizacji w grantach, dotacjach, projektach;
- banki komercyjne nie chcą udzielać kredytów przedsiębiorstwom społecznym. Uzależnione jest to od posiadanego kapitału. W Polsce większość PS nie posiada żadnej zdolności kredytowej, dlatego nie jest traktowana jako potencjalny partner dla banków;
- możliwość leasingu zastępuje trudności dostępu do kredytów;
- stałe dotacje, z racji zatrudnienia osób niepełnosprawnych (PFRON), dotacje na edukację i inne w zależności od działalności PS;
- PES otrzymują darowizny od osób fizycznych i prywatnych (jeżeli mają statut Organizacji Pożytku Publicznego mogą korzystać z 1 % podatku dochodowego);

ZARZĄDZANIE ZASOBAMI LUDZKIMI

- duży nacisk na profesjonalną rekrutację, zwłaszcza w przypadku zatrudnienia specjalistów – wykorzystuje się profesjonalne agencje rekrutacyjne (poszukuje się najlepszych na rynku specjalistów);
- firmy korzystają z bezpłatnej pracy stażystów, przyuczając ich równocześnie do zawodu (spore zainteresowanie absolwentów stażami i pracą w sektorze biznesowym);
- firmy zatrudniając pracowników zarejestrowanych w urzędach pracy korzystają z dofinansowań np. na wyposażenie stanowiska pracy;
- pracownicy przedsiębiorstw społecznych, to często osoby mające problemy na rynku pracy; rekrutacja pracowników z grup docelowych, z którymi współpracują NGO, CISów, ośrodków pomocy społecznej i powiatowych urzędów pracy;
- Zarząd/Manager PES to często członek organizacji pozarządowej, która powołała dane PES (nie konieczne z biznesowym doświadczeniem);
- korzystają z nieodpłatnej pracy wolontariuszy;

ROLA MENADŻERA

- każdy dział w dużej firmie prywatnej posiada własnego menadżera, dyrektora, zastępcę, który bierze odpowiedzialność za rezultaty;
- walne zgromadzenie jest formalnością, musi odbyć się co najmniej raz w roku, decyzje podejmuje największy udziałowiec;
- w małych firmach o wszystkim decyduje właściciel;
- zasada partycypacyjnego zarządzania (w zależności od formy prawnej PES). Obowiązek zbierania walnego zgromadzenia (spółdzielnie, stowarzyszenia);
- menadżer poszukuje rynków zbytu, promuje PS, ale też poszukuje sponsorów, dba o pozyskiwanie pozarynkowych źródeł finansowania;
- menadżerowie często nie mają doświadczenia w zarządzaniu PS, rekrutując się z kadry NGO są zazwyczaj „społecznikami” a w przypadku spółdzielni socjalnej – osobami zagrożonymi wykluczeniem społecznym.

PROMOCJA I MARKETING

- istnieją działy/osoby, które zajmują się stricte promocją i marketingiem;
- przedsiębiorstwo promuje się, korzysta z nowoczesnych technologii (e-marketing, Facebook, kampanie reklamowe);
- najczęściej brak działu promocji i marketingu, częściowe działania promocyjne przejmuje Zarząd/Manager;



Identyfikacja korzyści ze współpracy sektora biznesu i przedsiębiorstw społecznych

Korzyści, jakie czerpie biznes ze współpracy z PES:

1. Korzyść w skali makro- zmniejszenie wydatków Państwa (z podatków) na transfery socjalne;
2. Zderzenie dwóch spojrzeń na biznes – kreatywność, efekt synergii;
3. Zlecenie konkretnych zadań – PS mogą być konkurencyjne jakościowo i cenowo;
4. Budowa konsorcjów społeczno-prywatnych oraz wspólne ubiegania się o zamówienia publiczne;
5. Możliwość zawierania kontraktów i korzystanie z funduszy unijnych, niedostępnych dla biznesu bez podjęcia współpracy z PS;
6. Integracja zespołu, kanalizowana część konfliktów, tzw. PR wewnętrzny- wzrost motywacji do pracy oraz satysfakcji pracowników;
7. Poznanie innych środowisk, zetknięcie się z problemami innych ludzi, zbliżenie się do społeczności lokalnej, będącej często klientem danej firmy prywatnej;
8. Zakup usług/produktów tańszych, o równej lub lepszej jakości (choć należy wspomnieć, że nie jest regułą iż produkty PES są tańsze i nie takie jest założenie – ona mają być konkurencyjne);
9. Promocja firmy (np. zamieszczanie loga firmy), budowa PR firmy, jako „społecznie odpowiedzialnej” i zaangażowanej w problemy lokalne;
10. Ulgi we współpracy z Zakładami Pracy Chronionej (firma nie płaci „kary” za PFRON);

Korzyści jakie czerpią przedsiębiorstwa społeczne ze współpracy z biznesem:

1. Profesjonalizacja działania, nabycie specjalistycznej wiedzy z zakresu funkcjonowania na komercyjnym rynku;
2. Budowa konsorcjum – możliwość zaistnienia na szerszym rynku, wyrobienia renomy, marki;
3. Biznes jest postrzegany jak „duży klient” – rynek zbytu produktów, usług PS;
4. Możliwość „urealnienia” wyobrażeń o biznesie, o konkurencji na rynku, uczenie się realiów gospodarczych;
5. Możliwość uczenia się jak lepiej i efektywniej zarządzać przedsiębiorstwem.

Identyfikacja barier we współpracy PS z biznesem oraz sposobów na ich przewyciężanie

Bariera we współpracy

1. Bariery ze strony sektora biznesu:

- brak wiedzy o istnieniu PS, brak promocji, reklamy sektora społecznego, prezentacji dobrych praktyk oraz lokalnych, wspólnych inicjatyw sektora prywatnego ze społecznym;
- brak pewności co do profesjonalizmu przedsiębiorstw społecznych, jakości usług, terminowości zamówień itp.;
- obawa, że PS w pierwszej kolejności koncentrują się na pomocy grupom wykluczonym, a jakość usług stawiają na drugim miejscu;

- uprzedzenia i stereotypy funkcjonujące na temat przedsiębiorstw społecznych jako reliktu PRL-u (głównie dot. spółdzielni);
- poczucie funkcjonowania w innych realiach i ustrojach, biznes odnajduje się i rozwija w warunkach liberalizmu i kapitalizmu, a przedsiębiorstwa społeczne kojarzą się z socjalizmem i zasadami solidarnościowymi (socjalistycznymi?);
- PES zamykają się we własnym środowisku, nie występują z inicjatywą współpracy z sektorem prywatnym;
- przedsiębiorstwa społeczne mogą być postrzegane, jako niezdrowa konkurencja dla biznesu (z racji ulg, jakie im przysługują);
- PS działają w imię innych wartości niż biznes, przedstawiają się od nieatrakcyjnej strony, podkreślając społeczną misję przedsiębiorstwa, a nie atrakcyjność swojej oferty;
- PS reprezentują postawę roszczeniową, nie robią nic, by zachęcić do siebie biznes.

2. Bariery ze strony przedsiębiorstw społecznych:

- trudności z dotarciem ze swoją ofertą do przedstawicieli biznesu, brak możliwości wybicia się ponad firmy prywatne;
- poczucie, że przedstawiciele biznesu nie traktują poważnie działalności i misji przedsiębiorstw społecznych;
- brak doświadczenia sektora społecznego w prowadzeniu przedsiębiorstwa w warunkach konkurencji wolnorynkowych;
- w opinii PS, w społeczeństwie dopiero bogacącym się, brakuje podstaw prospołecznych u przedstawicieli biznesu (cena gra rolę decydującą, przedsiębiorcy wybierają najtańszych oferentów, nie tych, którzy równocześnie spełniają misję społeczną);
- problemy w komunikacji między tymi sektorami spowodowane kulturą organizacyjną: np. innymi celami prowadzenia działalności gospodarczej, podejściem do pracowników, przeznaczaniem zysku, itd.;
- negatywny stereotyp prywatnych przedsiębiorców jako „krwiożerczych” kapitalistów, nie liczących się z pracownikami.



Proponowane rozwiązania, rekomendacje

- stworzenie platformy/pośrednika, miejsca współpracy PS i biznesu, pomocnego w organizowaniu konsorcjów, promocji dobrych praktyk dot. współpracy itp.;
- organizacja profesjonalnych szkoleń na temat działalności gospodarczej, prawa, badań rynku, tworzenia biznes planu oraz zarządzania firmą dla przedsiębiorstw społecznych, by mogły być konkurencyjnym podmiotem na rynku;
- włączanie się PS (prowadzących działalność gospodarczą) do organizacji skupiających biznes i pracodawców, typu Małopolski Związek Pracodawców;
- stworzenie bazy gromadzącej informacje o PS-ach, rodzaju działalności, branży;
- wypracowanie skutecznych inicjatyw ustawodawczych, mających na celu zachęcenie biznesu i przedsiębiorstw społecznych do współpracy;
- przełamywanie barier między dwoma sektorami poprzez kampanie w mediach, w prasie lokalnej i ogólnokrajowej;
- stworzenie platformy internetowej dla biznesu z ofertami konkretnych PS, rodzajami usług i produktów z informacją o cenie, zdjęciami produktów, forum z ofertami, itp.;
- zaangażowanie młodych ludzi/wolontariuszy/kół naukowych studentów do kampanii promującej PS;
- PS powinny skupić się na pokazaniu jakości konkretnych usług czy produktów, nie tylko podkreślać społeczną rolę przedsiębiorstwa;
- edukacja od najmłodszych lat nt. etycznego/świadomego konsumeryzmu;

- zaznajomienie PS o filozofii biznesu, jego wartościach oraz z drugiej strony, zaznajomienie biznesu z wartościami ekonomii społecznej;
- wypracowanie metod komunikowania się tych dwóch sektorów, opierające się na zrozumieniu ich specyfiki.

REZULTATY WARSZTATÓW:

1. Firma Freshmail zaoferowała prowadzenie darmowego mailingu dla NGO (po dostarczeniu przez NGO baz danych) Przedstawiciel firmy Freshmail, specjalizującej się w e-marketingu, zaoferował Stowarzyszeniu Środowisko i My możliwość bezpłatnej wysyłki ogłoszeń. Firma specjalizuje się w masowej wysyłce materiałów marketingowych przez Internet. Na podstawie wcześniej wyselekcjonowanej bazy, istnieje możliwość rozesłania w sposób profesjonalny reklam i ogłoszeń;
2. Kancelaria Radcy Prawnego Jacek Kogut – zakupiła u Spółdzielni Socjalnej „Republika Marzeń” kartki świąteczne dla swoich klientów;
3. Spółdzielnia socjalna Ratel – nawiązała współpracę z firmą konsultingową InterActive w zakresie dostarczania cateringu na szkolenia;
4. „Ognisko” Sp. z o.o. – nawiązała współpracę z siecią krakowskich hosteli Travelers Inn na usługi sprzątające.

IV.II. Wnioski i rekomendacje z warsztatów administracja – podmioty ekonomii społecznej

Podczas każdego z warsztatów uczestniczyło ok. 15 przedstawicieli administracji i ok. 5 przedstawicieli podmiotów ekonomii społecznej. Przedstawiciele obu tych grup poprzez wspólną dyskusję, zdiagnozowali główne bariery we współpracy, jak również sposoby ich przewyciężenia.

Bariery we współpracy między administracją a PES:

Główne zdiagnozowane bariery wynikają z braku wiedzy o sobie nawzajem. Podmioty ekonomii społecznej wciąż kojarzą administrację z dużą biurokracją – nastawieniem na procedury, a nie na cel który można osiągnąć, uważają sektor publiczny za oddalony od potrzeb lokalnej społeczności.

1. **Niezrozumienie, inna kultura organizacyjna.**
 - SEKTOR PRZEDSIĘBIORCZOŚCI SPOŁECZNEJ, to dla administracji głównie sektor społeczny, mało profesjonalny, nastawiony na pomoc, a nie na produkcję i świadczenie usług o wysokiej jakości. Stąd produkty i usługi PES są postrzegane nierzadko jako droższe i o niższej jakości niż oferowane przez biznes;
 - ADMINISTRACJA TO SEKTOR O ROZBUDOWANEJ BIUROKRACJI i niezrozumiałych procedurach – charakteryzuje się zbyt małą

elastycznością w działaniu, każdą decyzję podjętą przez pracownika administracji publicznej ograniczają reguły i procedury, a to z kolei wiąże się z czasem, zbyt długim oczekiwaniem na podjęcie ostatecznej decyzji (bariera dla PES, ale też dla samej administracji).

2. **Problemy definicyjne dotyczące przedsiębiorstwa społecznego** – w jaki sposób definiować i jakie podmioty zaliczać do przedsiębiorstw społecznych, jakie stosować kryteria. Czy kontrola nie zakwestionuje danego wyboru. Brak jednoznacznych interpretacji odpowiednich instytucji kontrolnych. Stąd też duża obawa dotycząca zlecenia zadań, stosowania klauzuli społecznej w procedurze zamówień publicznych, czy też wyodrębniania w konkursach zadań dla organizacji pozarządowych i dla przedsiębiorstw społecznych.
3. **Duża anonimowość przedsiębiorstw społecznych w dużych miastach, brak lub bardzo mały kontakt z samorządem.**
4. **Brak świadomości lub bardzo niska świadomość** wśród pracowników administracji, o tym że współpraca z PES jest formą pomocy osobom marginalizowanym, chorym, bezrobotnym (brak świadomości, że zarówno pracownikom PES, jak i administracji, przyświecają podobne cele).
5. **Mentalność pracowników administracji**, preferujących stare i sprawdzone metody pracy z osobami marginalizowanymi,

które są bierne i często sprowadzają się do wypłacania zasiłków, kierowania na szkolenia nie dające żadnych szans na rynku pracy.

6. Klauzula społeczna – brak wiedzy, jak ją zastosować, brak dobrych praktyk, obawa przed zakwestionowaniem przez organa kontrolne.

Sposobem na przezwyciężenie w/w barier może być:

- organizacja spotkań, imprez edukacyjnych, szkolenia i warsztaty oraz debaty społeczne;
- dbanie o klienta – wysoką jakość usług i produktów, wdrożenie zasad działania na wolnym rynku przez PES;
- ustalenie wspólnych zasad działania, wypracowanie procedur przyjaznych dla PES, jak również dla pracowników administracji, np. ułatwiona procedura zlecania usług do 14 tys. dla przedsiębiorstw społecznych;
- promocja ekonomii społecznej na wszystkich szczeblach administracji (województwo, powiat, gmina), ale przede wszystkim w jednostkach pomocniczych (sołectwa, dzielnice, osiedla), poprzez prezentację dobrych praktyk, korzyści ze współpracy z PES;
- organizacja dni otwartych PES (wizyty studyjne w przedsiębiorstwach społecznych dla urzędników);
- nauczenie PES, jak mają funkcjonować na rynku - podejścia biznesowego, przedsiębiorczego, w tym również umiejętności współpracy w tym zakresie z administracją;

- otwarcie PES na inne podmioty ekonomii społecznej, szukanie nowych pomysłów na przyszłość, analiza rynku, wspólna polityka promocyjna, w tym poprzez tworzenie konsorcjum do realizacji wspólnych zadań na rzecz administracji publicznej;
- wprowadzenie do samorządów i PES narzędzi mierzenia wpływu społecznego.

Obecna sytuacja na rynku m.in. dostępność funduszy europejskich, nowe przepisy dot. tworzenia PPP i PPS, wymuszają na przedstawicielach trzech sektorów; współpracę w rozwiązywaniu szeregu problemów społecznych i gospodarczych. To właśnie dzięki takiej współpracy, możliwe jest dokonanie trwałych zmian w sytuacji społeczno – gospodarczej naszej gminy, powiatu, regionu czy też kraju. Podczas warsztatów uczestnicy wymienili kilka korzyści płynących ze współpracy sektora publicznego z podmiotami ekonomii społecznej.



Korzyści jakie może odnieść administracja ze współpracy z PES:

- efektywniejsze rozwiązywanie problemów społecznych takich jak: bezrobocie, wykluczenie społeczne, wyuczona bezradność, bierność, brak motywacji do poprawy własnego losu;
- zaangażowanie mieszkańców, samorządu i lokalnego biznesu na rzecz rozwoju danej społeczności (skuteczna aktywizacja społeczna);
- wzrost atrakcyjności regionu, powiatu, gminy;
- mniejsza liczba osób korzystających z pomocy społecznej;
- wzrost budżetu gminy w związku z efektywniejszą redystrybucją środków publicznych (mniejsze kwoty zasiłków, zwiększenie wpływów z podatków do budżetu);
- odciążenie administracji publicznej – niektóre zadania może realizować PES w formie zadania publicznego;
- miejsca pracy dla osób, które do tej pory miały problemy z odnalezieniem się na rynku pracy lub które w ogóle nie pracowały spełniające jednocześnie funkcje re-integracji społecznej i zawodowej;
- budowanie dobrego, pozytywnego wizerunku sektora i pracowników administracji (biały PR, społeczna odpowiedzialność administracji);
- dokładniejsza diagnoza lokalnych problemów oraz lepsze lokowanie środków publicznych na pomoc;
- innowacyjność działań (PES działają bardziej elastycznie);
- przedsiębiorstwa społeczne wpływają na

budowanie postaw obywatelskich, ludzie i samorząd zaczynają utożsamiać się ze swoją społecznością;

- poczucie wpływu przez mieszkańców na otoczenie;
- nawiązanie współpracy pomiędzy instytucjami, rozwój dialogu i współpracy między nimi;
- wymiana doświadczeń, dobrych praktyk, nowych metod działania;
- większa transparentność i kontrola społeczna administracji.

Korzyści jakie niesie dla PES współpraca z administracją publiczną:

- zlecenie usług przed administracją, która może być silnym i regularnym partnerem w interesach;
- wzrost poziomu zaufania do przedsiębiorstw społecznych, jako aktorów na lokalnym rynku (wiarygodność, terminowość, jakość);
- profesjonalizacja przedsiębiorstw społecznych – poprzez współpracę z administracją muszą nauczyć się obowiązujących reguł, przygotowania niezbędnej dokumentacji, przestrzegania terminów, jakości itp.;
- większa skuteczność realizacji zamierzonych celów przedsiębiorstwa społecznego;
- uczenie się współpracy z innymi podmiotami komercyjnymi w celu wspólnej realizacji zadań publicznych, na rzecz administracji publicznej;
- poprzez kontakt z administracją PES mają do-bry dostęp do informacji na temat grantów, możliwych źródeł finansowania, zleceń w innych jednostkach organizacyjnych itp.

Obszary współpracy

Współpraca przedsiębiorstw społecznych z administracją publiczną może przybierać różne formy, o czym pisaliśmy szerzej w rozdziale II. Podczas warsztatów wypracowane zostały poniższe pomysły na współpracę uczestników między sobą:

1. Kontraktowanie realizacji zadań publicznych w formie zlecenia lub powierzenia ich przedsiębiorstwom społecznym (zgodnie z ust. o działalności pożytku publicznego i o wolontariacie, o pomocy społecznej, o promocji zatrudnienia i rynkach pracy itp.);
 - sprzątanie obiektów należących do instytucji publicznych;
 - sprzątanie parków, zielenicy należących do administracji;
 - usługi komunalne;
 - organizowanie czasu wolnego dla dzieci;
 - opieka nad osobami starszymi i zależnymi;
 - prowadzenie przedszkoli, punktów przedszkolnych;
 - prowadzenie agencji zatrudnienia;
 - szkolenia zawodowe i społeczne;
 - organizacja imprez sportowych;
 - organizacja wspólnych imprez (dni dzielnicy, miasta);
 - prowadzenie punktów obsługi turystycznej.
2. Udzielanie przedsiębiorstwom społecznym zamówień publicznych, z wykorzystaniem klauzuli społecznej;
 - obsługa cateringowa spotkań, szkoleń, konferencji, spotkań sesji rady gminy;

- obsługa promocyjno – marketingowa gminy np. drukowanie i rozdawanie ulotek, przygotowywanie materiałów promujących gminę;
 - prace biurowe – np. kserowanie dokumentów, skanowanie;
 - prace budowlane.
3. Realizacja wspólnych projektów społecznych (np. w ramach POKL, FIO).

V. Fundacja Social Enterprise Poland, czyli krótko o nas

Fundacja Social Enterprise Poland działa na rzecz promocji i rozwoju przedsiębiorczości społecznej. Poprzez warsztaty, szkolenia, doradztwo i realizację różnych projektów wspieramy osoby i podmioty w tworzeniu przedsiębiorstw społecznych. Zachęcamy do tworzenia partnerstw na rzecz ekonomii społecznej. Fundacja SEP ma podpisaną licencję społeczną z brytyjską organizacją Social Enterprise Europe Ltd. (www.socialenterprise.co.uk), od której czerpie wiedzę, doświadczenie i inspiracje dla działań w Polsce.

Zapraszamy na stronę:
www.fundacjasep.pl

