



Wrocław, 09.06.2017 r.

Spotkanie branżowe pn. „Ekonomia społeczna i społecznie odpowiedzialny biznes” – sprawozdanie

Zrealizowane w ramach 1. Kongresu Wrocławskich organizacji pozarządowych spotkanie poświęcone ekonomii społecznej i społecznie odpowiedzialnemu biznesowi służyło przede wszystkim diagnozie potrzeb, problemów, barier i możliwości istotnych z punktu widzenia organizacji pozarządowych, biznesu i Gminy Wrocław.

Tematyka spotkania dotyczyła takich wątków jak:

1. Profesjonalizacja i ekonomizacja Podmiotów Ekonomii Społecznej (PES).
2. Wykorzystanie społecznych aspektów w zamówieniach publicznych do wzmocnienia polityki społecznej i wzrostu zatrudnienia wśród grup defaworyzowanych na rynku pracy.
3. Zaangażowanie NGO do tworzenia przedsiębiorstw społecznych.
4. Wprowadzenie Lokalnego Programu Rozwoju Ekonomii Społecznej.
5. Korzyści społeczno-gospodarcze dla Gminy Wrocław z tworzenia i funkcjonowania PES.
6. Zwiększenie kooperacji samorządu i podmiotów ekonomii społecznej w zakresie realizacji usług użyteczności publicznej.
7. Tworzenie warunków do rozwoju lokalnych podmiotów ekonomii społecznej aktywizujących osoby w najtrudniejszej sytuacji na rynku pracy.
8. Organizacje pozarządowe jako usługodawcy dla Gminy Wrocław i biznesu.
9. Model współpracy organizacji pozarządowych z biznesem.

Spotkanie zostało przygotowane i poprowadzone przez przedstawicieli organizacji pozarządowych: Mirosławę Hamerę (Regionalne Centrum Wspierania Inicjatyw Pozarządowych), Joannę Warecką (Stowarzyszenie Żółty Parasol), Damiana Wojciecha Dudałę (Fundacja Instytut Badań i Rozwoju Lokalnego) oraz Gminy Wrocław: Annę Józefiak-Maternę (Dyrektor Miejskiego Ośrodka Pomocy Społecznej), Jadwigę Góralewicz (Dyrektor Wrocławskiego Centrum Integracji Społecznej), Ewę Żmudę (Wrocławskie Centrum Integracji Społecznej) i Urszulę Wanat – radną Rady Miejskiej Wrocławia.

Podsumowanie spotkania branżowego, łączącego problematykę ekonomii społecznej i społecznie odpowiedzialnego biznesu, stanowi Rekomendację do Strategii Rozwoju Współpracy Miasta Wrocławia z Organizacjami Pozarządowymi na lata 2018-2022, w tym elementem tej Strategii jest Lokalny Program Ekonomii Społecznej oraz wstęp do pracy nad Wrocławskim Modelem Współpracy Organizacji Pozarządowych z Biznesem. W wyniku spotkania branżowego powstała Grupa Dialogu Społecznego ds. ekonomii społecznej

i społecznie odpowiedzialnego biznesu, która będzie kontynuować pracę nad diagnozą i możliwościami współpracy.

NOTATKI WARSZTATOWE

Potrzeby i problemy w codziennych relacjach samorządu z podmiotami ekonomii społecznej, w tym z organizacjami pozarządowymi z punktu widzenia reprezentantów samorządu:

1. Potrzeba bieżącej komunikacji i rozwoju relacji partnerskich.
2. Potrzeba wspólnych celów wobec odbiorców (usług świadczonych przez samorząd jak i przez organizacje).
3. Potrzeba współpracy branżowych organizacji ze sobą.
4. Potrzeba podmiotów ekonomii społecznej - zleceniobiorców usług według listy, m.in. promocyjnych, cateringowych.
5. Potrzeba bazy podmiotów ekonomii społecznej (usługobiorców) zawierającej bieżący kontakt, aktualną ofertę.
6. Zaprezentowanie się podmiotów ekonomii społecznej na targach NGO - Jesień 2017 + radni + JST.
7. PES/Organizacje pozarządowe jako pracodawca we Wrocławiu.
8. PES/Organizacje pozarządowe posiadające silną reprezentację.
9. PES/Organizacje pozarządowe jako odpowiedzialni realizatorzy zadań.

Potrzeby i problemy podmiotów ekonomii społecznej, w tym z organizacji pozarządowych:

1. WOLONTARIAT PRACOWNICZY.
2. Baz przedsiębiorstw chętnych do wolontariatu pracowniczego.
3. Strategia wolontariatu pracowniczego.
4. POZYSKIWANIE ZLECENÍ od samorządu, firm, osób prywatnych (działalność odpłatna/gospodarcza) i FINANSOWANIE ZADAŃ PUBLICZNYCH (dotacje).
5. Skomplikowane formuły finansowania, w niektórych przypadkach wymagające zabezpieczeń.
6. Skomplikowania strona formalna wniosków i rozliczeń w ramach trybu OPP - potrzeba uproszczenia.
7. Środków na administrację.
8. Księgowości - zarówno środków na jej sfinansowanie, jak i poleconych, profesjonalnych osób do jej prowadzenia.
9. Brak ciągłości finansowania projektów, m.in. w obszarze zdrowia - potrzeba projektów wieloletnich.
10. Potrzeba stałego źródła finansowania.
11. Potrzeba środków na bieżącą działalność
12. Brak dobrze wycenionych usług/zleceń.

- Potrzeba równego traktowania - panuje przekonanie, że oferta z NGO musi być tańsza niż wartość rynkowa.

RELACJE i WSPÓLPRACA

- Potrzeba przyjaznej polityki wobec podmiotów ekonomii społecznej.
- Brak współpracy z urzędem miasta w realizacji konkretnych programów.
- Potrzeba dialogu i poznania się.
- Więcej empatii we współpracy ze strony urzędników.
- Chęci współpracy.

LUDZIE I WSPARCIE

- Brak dostępu do wykwalifikowanej kadry, np. medycznej.
- Potrzeba ludzi - członków, kadry, wolontariuszy.
- Potrzeba doradztwa specjalistycznego.
- Potrzeba osób do promocji i środków na jej utrzymanie.
- Potrzeba wiedzy prawnej know-how w zakresie prowadzenia spółdzielni socjalnej.
- Problem zwiększenia ilości podejmowanych ryzykownych decyzji.
- Potrzeba wiedzy o pozyskiwaniu środków.

INNE

- Potrzeba miejsca.
- Potrzeba czasu.
- Brak środków transportu dla osób i towarów.

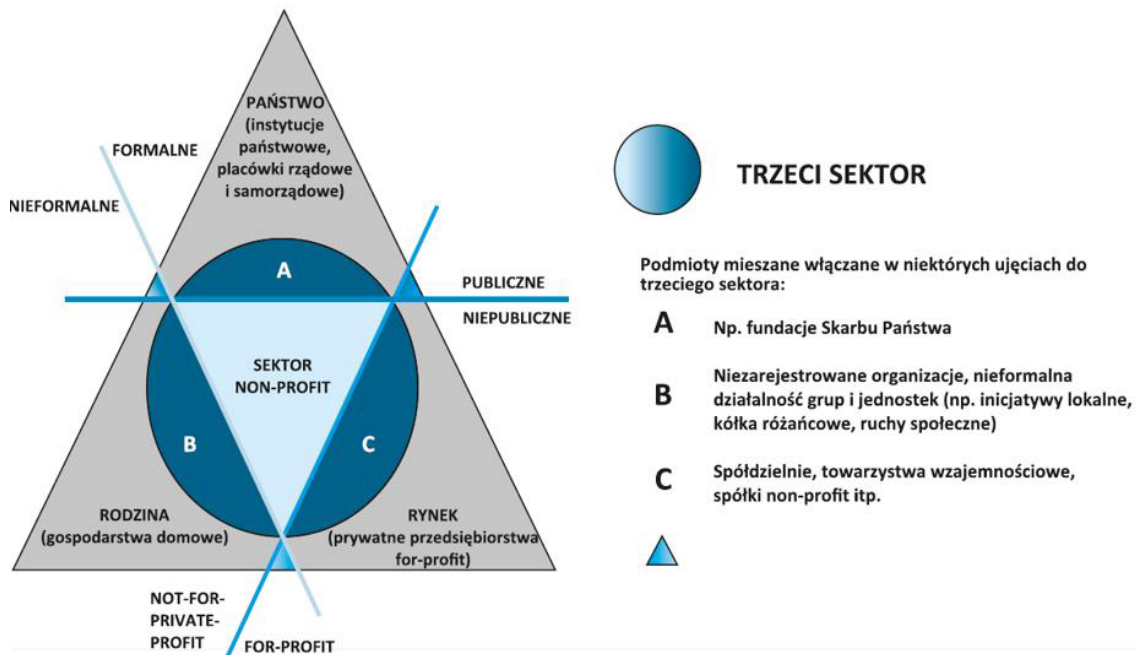
BIZNES – PROBLEMY I POTRZEBY W CODZIENNEJ PRACY

A. OPERACYJNE	B. ZWIĄZANE Z DOBROSTANEM KADRY
<ol style="list-style-type: none"> Niedostateczna ilość klientów. Niekorzystne opodatkowanie. Brak/niedostateczna ilość pracowników <ol style="list-style-type: none"> z wysokimi kwalifikacjami (w tym szczególnie z umiejętnościami miękkimi, właściwymi dla sektora 3 np. wysoki poziom empatii i otwartości, naturalna życzliwość), z niskimi kwalifikacjami np. pracownicy sezonowi w niektórych sektorach produkcyjnych, turystyce, hostingu itp., 	<ol style="list-style-type: none"> Przedwczesne wypalenie zawodowe. Brak poczucia „wyższego” sensu wykonywanej pracy (korporacje) a zatem brak motywacji. Potrzeba rozwoju (często osobistego bardziej niż zawodowego). Brak efektywnego odpoczynku. Niedostateczna ilość czasu spędzanego z rodziną/przyjaciółmi. Problemy z opieką nad dziećmi szczególnie w sytuacjach nagłych typu L-4, wakacje szkolne, ferie itp. (potrzeba

- c. kreatywnych.
4. Kłopoty z utrzymaniem dobrego wizerunku.
 5. Nieumiejętność zarządzania pomysłami.
 6. Brak czasu/nieefektywne kadry.
 7. Potrzeba „przyciółków wiedzy”.
 8. Potrzeba synergii w spojrzeniu na biznes
potrzeba dialogu między sektorami.

- zaufanych osób).
7. Problemy z opieką nad starzejącymi się rodzicami (potrzeba zaufanych osób).
 8. Problemy z opieką nad zwierzętami w czasie urlopu (potrzeba zaufanych osób).
 9. Potrzeba zrobienia czegoś dla społeczności.

SEKTOR NON-PROFIT – RODZINA / RYNEK / PAŃSTWO





JEDNOSTKI PAŃSTWOWE

1. Organizacja miejsc opieki dla dzieci w wieku 1-3.
2. Rehabilitacja dzieci z niepełnosprawnością.
3. Wsparcie przedsiębiorczości akademickiej i preinkubacja.
4. Edukacja – profilaktyka raka jądra.
5. Edukacja kulturowa, różnorodność kulturowa miasta.

SAMORZĄD

1. Praktyczna nauka zawodu.
2. Mycie przystanków.
3. Sprzątanie pustostanów.
4. Wsparcie osób wykluczonych społecznie.
5. Organizacja wydarzeń promujących rodzicielstwo, macierzyństwo, pieczę zastępczą.
6. Szkolenia dla opiekunów i asystentów seniorów i osób z niepełnosprawnością.
7. Wsparcie dla seniorów i opiekunów rodzinnych.
8. Edukacja o prawach człowieka i wielokulturowości w szkołach.
9. Model usług pozarządowych w DPS – sprzątanie, malowanie, utrzymywanie w czystości terenów zielonych.
10. DDD.
11. Warsztaty – zdrowe gotowanie.
12. Organizacja konsultacji społecznych i innych form włączania mieszkańców.

13. Pomoc w pozyskiwaniu rodziców zastępczych.
14. Edukacja dzieci, młodzieży i dorosłych w obszarze wolontariatu.
15. Organizacja grup wsparcia dla opiekunów seniorów.
16. Organizacja warsztatów edukacyjnych dla uczniów szkół nt. nowinek technicznych.

BIZNES

1. Szkolenia z zarządzania i rozwijania umiejętności miękkich.
2. Pomoc rodzinom zastępczym i organizacja czasu wolnego dla dzieci.
3. Pomoc w przygotowaniu treści publikowanych w social media.
4. Usługi przeprowadzki.
5. Agencja eventowa/marketingowa.
6. Szkoła fundraiserów.
7. Pielęgnacja terenów zielonych.
8. Wolontariusze do pracy z dziećmi i opiekunami zastępczymi.
9. Udostępnianie sal szkoleniowych.
10. Badania społeczne/marketingowe.
11. Usługi remontowe.
12. Możliwość zaangażowania pracowników w prowadzenie warsztatów edukacyjnych w ramach wolontariatu pracowniczego.
13. Organizacja warsztatów rękodzieła w ramach spotkań integracyjnych.
14. Organizacja imprez.
15. Organizacja i promocja projektów CSR dla przedsiębiorstw.
16. DDD.
17. Produkcja gadżetów, materiałów promocyjnych.
18. Szkoła komunikacji i wystąpień publicznych.
19. Usługi sprzątania wewnętrznego i zewnętrznego.
20. Szkolenia w zakresie umiejętności miękkich.
21. Usługi pośrednictwa pracy.
22. Międzynarodowa szkoła językowa.
23. Szkoła trenerów.
24. Produkcja rękodzieła.
25. Katering u klienta.
26. Strefy edukacyjne dla dzieci podczas szkoleń/konferencji.
27. Pomoc w tworzeniu spotów promocyjnych/kampanii społecznych.

RODZINA

1. Szkolenia, warsztaty, działania motywacyjne dla oddalonych od rynku pracy.
2. Usługi porządkowe.
3. Aktywizacja zawodowa osób wykluczonych.
4. Reintegracja zawodowa osób z niepełnosprawnością intelektualną oraz chorych psychicznie.
5. Konsultacje medyczne dzieci przewlekle chorych.
6. Usługi pralnicze.
7. Zajęcia ruchowe dla osób z chorobą nowotworową.

8. Warsztaty arteterapii.
9. Animacja i organizacja działań na rzecz środowiska lokalnego.
10. Zajęcia językowe prowadzone przez zagranicznych wolontariuszy.
11. Naprawy – usługi złotej rączki.
12. Szkoła dla rodzin – dzieci 0-6.
13. Działania na rzecz walki z tzw. „Zespołem seniora” i depresją u seniorów i ich opiekunów.
14. Realizacja nietypowych potrzeb „Marzeń seniorów”.
15. Renowacja mebli.

NIE CHCĄ KUPIĆ. KTO CHCE?

1. Warsztaty edukacyjne z tzw. „szoku kulturowego” dla osób oddelegowanych do pracy za granicą.
2. Prowadzenie zajęć edukacyjnych na tematy społecznie potrzebne, np. cyberbulling.
3. Zajęcia edukacyjne z tolerancji, zdrowia psychicznego dla szkół i służb publicznych.
4. Wystawa w przestrzeni miejskiej o wielokulturowości.
5. Szkoła tutorów.
6. Organizacja debat oksfordzkich.

Analizując powyższe przykłady można stwierdzić, że jest zapotrzebowanie na usługi i produkty ze strony JST oraz biznesu. Natomiast po stronie organizacji pozarządowych/podmiotów ekonomii społecznej jest cała paleta usług i produktów, które mogą zostać zakupione. Trzeci sektor ma zatem możliwości, aby się rozwijać i dywersyfikować swoje źródła dochodów m.in. poprzez prowadzenie działalności gospodarczej. Jest to szczególnie ważne w sytuacji, kiedy liczba potencjalnych beneficjentów pomocy publicznej rośnie, konkurencja tym samym jest większa i możliwości uzyskania dofinansowania maleją. Należy też podkreślić, że środki unijne w obecnej perspektywie kończą się w 2020 i na chwilę bieżącą nie przewiduje się kontynuacji wsparcia. W takiej sytuacji organizacje pozarządowe powinny podejmować działania w kierunku profesjonalizacji, podnoszenia jakości usług i dywersyfikacji dochodów.

Warto także zastanowić się nad lokalnym – wrocławskim modelem współpracy organizacji pozarządowych z biznesem. Społecznie odpowiedzialny biznes¹ coraz częściej kupuje usługi organizacji pozarządowych i wspiera trzeci sektor w różnorodnych działaniach

¹ Jak wskazują badania „CSR w praktyce - barometr Francusko-Polskiej Izby Gospodarczej (CCIFP), 64% firm decyduje się na prowadzenie działań społecznie odpowiedzialnego biznesu ze względu na wzmocnienie wizerunku organizacji. Dla 44% badanych, CSR skutecznie pomaga w pozyskiwaniu lojalnych pracowników i nowych talentów. Prowadzenie przedsiębiorstwa wynikające z potrzeby i świadomości poszanowania otoczenia, okazało się ważne dla 42% ankietowanych. Najwięcej firm (91%) realizuje działania dla pracowników, drugą kluczową grupą są klienci (89%). Dodatkowe świadczenia socjalne wprowadzane przez przedsiębiorców są już niemal standardem – jak wynika z badań wdrożyło je 92% ankietowanych firm. Podobnie wysoki odsetek (82%) dba o rozwój zawodowy pracowników, a 68% prowadzi politykę różnorodności. W przypadku klientów, przedsiębiorcy kładą nacisk na wielokanałową komunikację (80%), transparentność przekazu informacji (71%) i regularne badania satysfakcji (69%). Nie zapominając o partnerach biznesowych, firmy tworzą specjalne kodeksy współpracy (79%), dzięki czemu oni wdrażają pewne standardy CSR'owe do swoich działań. W odniesieniu do społeczności lokalnej firmy realizują najczęściej projektów na rzecz ochrony środowiska (84%), oraz prowadzą aktywność filantropijną, wpierając potrzebujących i lokalne organizacje pozarządowe. Źródło: <https://ceo.com.pl/druga-firma-odnotowuje-korzysci-dzialan-csr-12775> z 7.06.2017 r.

społecznych, budując tym samym swój wizerunek w środowisku lokalnym. Zachodnie trendy w obszarze CSR wskazują, że odchodzi się od tzw. raportów społecznych i budowania działów CSR w dużych przedsiębiorstwach na rzecz ścisłej współpracy z organizacjami pozarządowymi, wymiany kapitału społecznego – zasobów kadrowych, wolontariatu społecznego i konkursów na poziomie społeczności lokalnych.

Opracowanie:

- Damian Wojciech Dudała (Fundacja Instytut Badań i Rozwoju Lokalnego).
- Mirosława Hamera (Regionalne Centrum Wspierania Inicjatyw Pozarządowych).
- Joanna Warecka (Stowarzyszenie Żółty Parasol).