

asBIZnesu

Współpracuj z przedsiębiorstwem społecznym



Temat numeru: Zatrudnij przedsiębiorstwo społeczne
Dobre praktyki: Spółdzielnie socjalne KOSS oraz Rydzynianka
Warto wiedzieć: Pozytywna organizacja

Inspirujemy przedsiębiorców

- Tworzymy platformę wymiany doświadczeń w zakresie społecznej odpowiedzialności

- Inicjujemy partnerską współpracę firm z organizacjami pozarządowymi

- Oferujemy fachowe wsparcie – szkoleniowe i doradcze przy planowaniu działań CSR

- Organizujemy wolontariat pracowniczy

Stowarzyszenie Centrum Promocji i Rozwoju Inicjatyw Obywatelskich PISOP

pl. J. Metziga 26/6
64-100 Leszno
tel./fax 65 520 78 86

ul. Chwaliszewo 75
61-104 Poznań
tel./fax 61 851 91 34

e-mail: pisop@pisop.org.pl


**CENTRUM
PISOP**

Zachęcam do współpracy z przedsiębiorstwem społecznym!



Dlaczego? Nie, nie dlatego, że zatrudniają osoby z niepełnosprawnościami, po leczeniu alkoholowym czy po pobycie w więzieniu lub zakładzie poprawczym. Także nie dlatego, że przedsiębiorstwa społeczne cenią pracę jak mało kto, traktują ją nie tylko jako możliwość zarobkowania, ale także reintegrację społeczną,

nabycie i wzmocnienie nawyków, które innym osobom wydają się oczywiste, bo w życiu miały trochę łatwiej, a na swojej drodze szybciej spotkały przyjazne osoby. Ale dlatego warto współpracować z przedsiębiorstwami społecznymi, że do pracy wkładają serce, są elastyczne, często konkurencyjne rynkowo, zwykle dobrze współpracują z wieloma podmiotami społecznymi i publicznymi oraz znają potrzeby lokalne. Przedsiębiorstwo społeczne to dobry kontrahent! Współpraca z przedsiębiorstwami społecznymi to ważny i aktualny temat, stąd w Asie Biznesu przybliżamy, jak taka kooperacja może wyglądać i z czym się wiązać (**Wywiad**). Form współpracy jest wiele – począwszy od podzlecenia, utworzenia przedsiębiorstwa społecznego jako swojego podwykonawcy, wdrożenia franczyzy, poprzez mentoring aż po wspólny klaster. W **Temacie numeru** Marta Szymborska pisze, że *współpraca z podmiotami ekonomii społecznej przynosi wymierne korzyści, jednak związana jest ze zmianą przyzwyczajeń i schematów korporacyjnych działań*. Aby wdrożyć nowe rozwiązania, warto skorzystać ze sprawdzonych praktyk, a te wynieść można z przykładów Spółdzielni Socjalnej Rydzynianka i KOSS (**Dobre Praktyki**). W numerze także dużo miejsca poświęciliśmy budowaniu przyjaznej organizacji. Można ją osiągać na wiele sposobów. Rolę przyjaznego miejsca pracy z punktu widzenia osoby na wózku przybliży Zuzanna Janaszek, zaś Anna Nowak prezentuje założenia pozytywnej organizacji (**Warto wiedzieć**). Któż by nie chciał w takiej pracować? W numerze także wiele innych wątków i inspiracji.

Życzę pasjonującej lektury!

Ewa Gałka

Redaktor naczelna

Spis treści

- 3 Wstęp
- 4 Puls Branży
- 6 Badania: **Kapitał społeczny – klucz do sukcesu firmy**
- 9 **Temat numeru: Zatrudnij przedsiębiorstwo społeczne!**
- 12 Plus/Minus: **Wędki zamiast marchewek**
- 13 Wywiad: **Przedsiębiorczość społeczna musi dać się poznać**
- 16 Dobra praktyka: **Catering od serca**
- 18 Dobra praktyka: **Przedsiębiorstwo społeczne podwykonawcą**
- 20 Odpowiedzialni: **Wolontariusze roku**
- 21 Warto wiedzieć: **Pozytywna organizacja**
- 24 Inny punkt widzenia: **Wózek nie jest barierą w realizacji zadań zawodowych!**
- 26 Prawo: **Reklama a prawo**
- 28 Po godzinach: **Dieta roślinna – coraz częściej wybierana przez sportowców**
- 30 Felieton: **Duży problem niskiej emisji**
- 31 Fotorelacja: **Najciekawsze Działania Godne Uwagi wybrane!**

asbiznesu od 2011 roku

Wydawca: Stowarzyszenie Centrum Promocji i Rozwoju Inicjatyw Obywatelskich PISOP

Adres redakcji Kwartalnika:

ul. Ratajczaka 26/6/96, 61-815 Poznań
tel./faks 61 851 91 34 | e-mail: pisop@pisop.org.pl
NIP: 697-20-53-010 | Regon: 411184520

Redaktor naczelna: Ewa Gałka

Redaktor prowadząca: Agata Robińska, agata.robinska@asbiznesu.pl

Korekta językowa: Maria Gałka

Projekt makiety i skład: ePic, Anna Wardowska

Projekt okładki: ePic, Anna Wardowska

Druk: Zakład Aktywności Zawodowej PROMYK | **Nakład:** 1000 egz.

Magazyn wraz z portalem www.asbiznesu.pl stanowią kompleksowe źródła inspiracji i wiedzy na temat społecznej odpowiedzialności biznesu.

Magazyn As Biznesu w ramach społecznie odpowiedzialnych działań wydawcy drukowany jest w przedsiębiorstwie społecznym – Zakład Aktywności Zawodowej PROMYK w Zerkowie.

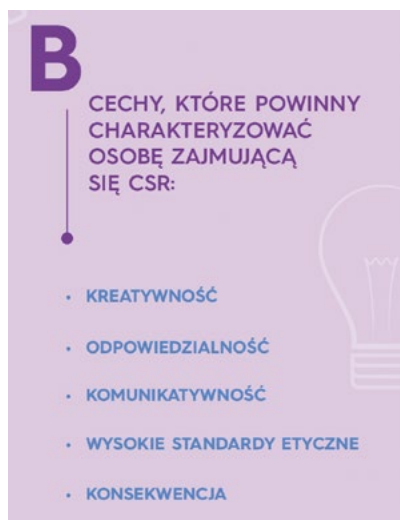
Redakcja Kwartalnika zaprasza do przesyłania swoich opinii, refleksji czy informacji prasowych wszystkich, którzy chcą podzielić się społecznie odpowiedzialną wiedzą i doświadczeniem: redakcja@asbiznesu.pl.

Redakcja nie zwraca materiałów niezamówionych, zastrzega sobie prawo redagowania nadesłanych tekstów, nie odpowiada za treść zamieszczanych reklam i ogłoszeń.

Kwartalnik jest częścią projektu LOWES – Leszczyński Ośrodek Wsparcia Ekonomii Społecznej realizowanego przez Centrum PISOP.



CSR-owiec, czyli kto?



Społeczna odpowiedzialność biznesu coraz bardziej się rozwija. Warto więc podejmować rozmowy na temat zawodu CSR-owca. Celem rozpoczętej w ubiegłym roku dyskusji przez Forum Odpowiedzialnego Biznesu i jej firmy partnerskie jest usystematyzowanie obszarów działań specjalistów od CSR i stworzenie opisu zawodu osoby realizującej działania związane ze społeczną odpowiedzialnością biznesu. Pierwszym etapem było spotkanie z liderami CSR w Polsce – partnerami FOB, z którymi rozmawiano na temat kwalifikacji, zadań i efektów pracy CSR-owca. Kolejny krok polegał na zaproszeniu osób zawodowo zajmujących się społeczną odpowiedzialnością biznesu do wypełnienia anonimowej ankiety na ten temat, w efekcie czego powstała infografika, obrazująca najważniejsze cechy zawodowe osoby zajmującej się odpowiedzialnym biznesem i zrównoważonym rozwojem. Rozwinięciem tematu będzie publikacja poświęcona tej tematyce, stworzona we współpracy z partnerami, a także wniosek o wpisanie zawodu na listę Ministerstwa Rodziny, Pracy i Polityki Społecznej. Grafikę można pobrać ze strony odpowiedzialnybiznes.pl. Źródło: Forum Odpowiedzialnego Biznesu

Planowane zmiany w opłacaniu VAT

Sejm pracuje nad zmianami związanymi z płatnością podatku Vat (druk nr 1864). Chodzi o wprowadzenie nowego mechanizmu podzielonej płatności w celu uszczelnienia systemu podatku od towarów i usług, jak również zapobiegania unikania płacenia podatku.

Głównym założeniem jest podzielenie płatności za dostarczone towary lub usługi na kwotę netto, która wpłacana jest przez nabywcę na konto dostawcy lub usługodawcy oraz kwotę podatku VAT, która trafia na odrębne konto. Z odrębnego konta VAT podatnik opłaca podatek naliczony oraz swoje zobowiązanie podatkowe z tytułu VAT. Mechanizm podzielonej płatności (ang. split payment) uważany jest za jedno z rozwiązań służących przeciwdziałaniu nadużyciom i oszustwom podatkowym. Eliminuje m.in. ryzyko znikania podatników wraz z zapłaconym im przez kontrahentów, a nieodprowadzonym podatkiem VAT. Źródło: gazetapodatnika.pl

III Ogólnopolska Konferencja Naukowa Ekonomia Zrównoważonego Rozwoju

18 kwietnia w Łodzi odbędzie się III Ogólnopolska Konferencja Naukowa Ekonomia Zrównoważonego Rozwoju, która jest inicjatywą koła naukowego SKN Ekobiznes i doktorantów Uniwersytetu Łódzkiego. Odbędzie się po raz trzeci przy wsparciu Katedry Gospodarki Światowej i Integracji Europejskiej Wydziału Ekonomiczno-Socjologicznego UŁ.

Konferencja porusza tematykę szeroko rozumianej ekonomii zrównoważonego rozwoju, która wywołuje częste dyskusje zarówno wśród krajowych, jak i międzynarodowych gremiów naukowo-badawczych. Tegoroczna edycja konferencji skupi się na aspektach zrównoważonego rozwoju dotyczących miast, społeczeństwa oraz przedsiębiorstwa. W konferencji można wziąć udział zarówno jako słuchacz (bezpłatny udział) lub prelegent oraz autor publikacji (2 opcje płatnego udziału). Dodatkowe informacje oraz formularz zgłoszeniowy pod adresem e-mail: konferencja.ezr@gmail.com.

The Global Opportunity Report 2018

Jakie są największe światowe wyzwania, jeśli chodzi o zrównoważony rozwój? Już po raz czwarty opublikowano raport Global Opportunity Report, w którym autorzy DNV GL, UNITED NATIONS GLOBAL COMPACT i organizacja SUSTAINIA szukają odpowiedzi na to pytanie. W poprzednich raportach skupiali się na pięciu największych zagrożeniach na świecie. W tym roku opracowując wyniki, położono nacisk na Cele Zrównoważonego Rozwoju, które na chwilę obecną mają najmniejszą szansę na zrealizowanie do 2030 r. Skupiono się na czterech celach oraz dziesięciu rozwiązaniach/szansach dla tych celów z przykładami 40 organizacji, zaangażowanych w ich realizację. Konieczne jest pilne zwiększenie wysiłków w zakresie realizacji m.in. takich obszarów, jak: przemyślana produkcja i wykorzystanie plastiku, szczególnie w produktach jednorazowego użycia, ponowne przemyślenie procesów konstrukcji, aby skupić się na długowieczności, możliwości naprawy, odzyskiwaniu i ponownym wykorzystaniu materiałów, podwojenie żywotności akumulatorów EV czy zmniejszenie uzależnienia przemysłu żeglugowego od paliw kopalnych. Źródło: Forum Odpowiedzialnego Biznesu



Fot. Global Opportunity Report 2018

Wynajem mebli w IKEA

Jesper Brodin, CEO Grupy IKEA w trakcie panelu w ramach Światowego Forum Ekonomicznego w Davos mówił m.in. o tym, że firma rozważa opcję wdrożenia wynajmu mebli zamiast ich zakupu. Była to jedna z opcji obiegu zamkniętego, o której wspominał Brodin. Firma zauważa, że znaczna część jej klientów troszczy się o środowisko naturalne i nie chce posiadać zbyt wielu przedmiotów. Od 2012 roku polskie sklepy IKEA mają zamknięty obieg papieru i kartonów, czyli 100% trafia do recyklingu. Obecnie analizowany jest obieg odpadów drewnianych i plastikowych w całej działalności, aby zoptymalizować gospodarkę nimi i dostosować ją do modelu GOZ. Realizacja tego celu przewidziana jest na 2025 r. IKEA Polska pracuje także nad poznaniem zmieniających się potrzeb klientów, aby wprowadzić usługi i aktywności, które będą odpowiadać na rosnące oczekiwania i zmieniające się wzorce konsumpcji. W ten sposób firma chce wspierać zaangażowanie indywidualnych osób i zachęcać do przejścia na model gospodarki obiegu zamkniętego. Wygląda na to, że na wynajem mebli w IKEA Polska będzie trzeba jeszcze chwilę poczekać.

Klub Asa w Pakosławiu

Już 17 kwietnia zapraszamy na kolejne spotkanie Klubu Asa Biznesu do pałacu w Pakosławiu. To doskonała okazja, aby podyskutować o działaniach CSR w Wielkopolsce oraz poznać dobre praktyki w tym zakresie. O swoich doświadczeniach opowiedzą: Marta Szymborska z GS1 oraz Joanna Legutko z firmy Legutko. Nie zabraknie także miejsca na przedstawienie inicjatyw podejmowanych przez partnera i jednocześnie gospodarza spotkania – Fundacji Rodziny Duda im. Maksymiliana Duda, reprezentowanej przez Bognę Dudę-Jankowiak. Całość poprowadzi redaktorka naczelna Magazynu As Biznesu – Ewa Gałka. Więcej informacji na stronie www.asbiznesu.pl. Serdecznie zapraszamy!



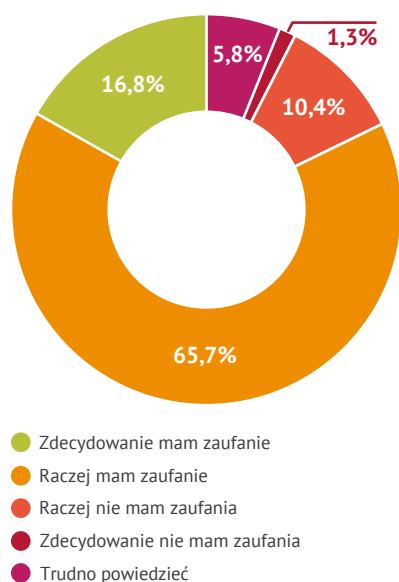
Kapitał społeczny – klucz do sukcesu firmy

Chcesz, żeby Twoja firma się rozwijała, pracownicy byli zmotywowani i działali efektywnie na rzecz wspólnego celu? Postaw na budowę kapitału społecznego w organizacji.

Kapitał społeczny: zaufanie przede wszystkim

Kapitał społeczny to ogół norm i wartości obowiązujących w danej grupie społecznej, relacje z innymi i więzi, jakie budujemy oraz wzajemne zaufanie. Innymi słowy, jest to wszystko, co składa się na umiejętność współpracy między ludźmi w obrębie danej grupy czy

Jakim zaufaniem darzymy ludzi, z którymi na co dzień pracujemy?



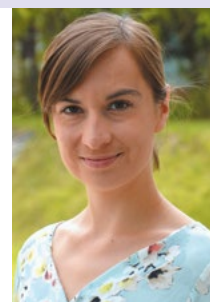
Źródło: Główny Urząd Statystyczny. Wartości i zaufanie społeczne w Polsce w 2015 r.

organizacji i prowadzi do realizacji wspólnych celów. Kapitał społeczny jest ważnym elementem determinującym rozwój społeczeństwa jak i przedsiębiorstw, tym samym przyczyniający się do wzrostu gospodarczego.

Głównym czynnikiem określającym poziom kapitału społecznego w danym kraju jest wysokość zaufania, jakim jego obywatele darzą siebie nawzajem oraz ich stosunek do instytucji państwowych czy współpracowników. Poziom zaufania społecznego w krajach europejskich, począwszy od 2002 roku, jest badany co dwa lata przez Europejski Sondaż Społeczny. Porównując z innymi krajami Unii Europejskiej, Polska z zaufaniem na poziomie 13% niezmiennie znajduje się na końcowych miejscach zestawienia. Przodują w nim kraje skandynawskie z Danią na czele, w której jego poziom przekracza 20%¹. Czy niski poziom zaufania społecznego może wpływać na rozwój przedsiębiorstw, a co za tym idzie – na gospodarkę kraju?

Poziom kapitału społecznego a rozwój przedsiębiorstw

Wraz z rozwojem społeczeństwa, kapitał społeczny – obok rzeczowego,



Alicja Marcinek

Senior Office
& CSR Specialist
Cognifide Polska

ludzkiego i finansowego – stał się ważnym czynnikiem wzrostu i rozwoju gospodarczego. Jak pokazują badania, to właśnie sfera ekonomiczna może czerpać największe korzyści z wysokiego zaufania społecznego. Dlaczego? Jak wskazuje Henryk Domański: Większe zaufanie pociąga za sobą mniejsze koszty transakcyjne, które ponosi się przy zawieraniu i realizacji kontraktów. Polega to między innymi na skróceniu czasu negocjacji i łatwiejszym porozumiewaniu się stron – mniejsza jest również potrzeba monitoringu na etapie realizacji umowy. Zaufanie to również większe prawdopodobieństwo dotrzymywania zobowiązań, a jest to czynnik, który stymuluje wzrost przedsiębiorczości, wyzwala inicjatywę i pobudza aktywność jednostek².

Wspomniany już niski poziom zaufania społecznego w Polsce jest też wyraźny szczególnie w odniesieniu do osób, z którymi pracujemy.

^{1,2} H. Domański, Zaufanie między ludźmi, [w] Polska – Europa. Wyniki Europejskiego Sondażu Społecznego 2002-2012, Wydawnictwo Instytutu Filozofii i Socjologii Polskiej Akademii Nauk, Warszawa 2014 r.

Czynniki, które hamują rozwój kapitału społecznego



Źródło: Wyniki badania: Problemy i wyzwania w organizacjach – znaczenie kapitału społecznego, Komitet Dialogu Społecznego KIG, Forum Odpowiedzialnego Biznesu oraz House of Skills, Warszawa 2017 r.

W wynikach pochodzących z II edycji badania spójności społecznej, zrealizowanych w 2015 roku widać, że na pytanie o zaufanie do osób, z którymi pracujemy na co dzień, tylko 16,8% ankietowanych odpowiedziało, że zdecydowanie im ufa,

atmosferę, motywację, zaangażowanie i efektywność, a co za tym idzie – wyniki osiągane przez pracowników. Deficyt kapitału społecznego występuje w polskich przedsiębiorstwach powszechnie, wskazuje go aż 95% ankietowanych⁴.

Deficyt kapitału społecznego występuje w polskich przedsiębiorstwach powszechnie, wskazuje go aż 95% ankietowanych.

65,7% raczej ma zaufanie, a aż 11,7% nie darzy zaufaniem osób, z którymi współpracuje³. Brak zaufania w miejscu pracy może mieć wiele negatywnych reperkusji. Wpływa na

Z badań Problemy i wyzwania w organizacjach – znaczenie kapitału społecznego, wyłania się obraz zjawisk, które najbardziej hamują rozwój kapitału społecznego,

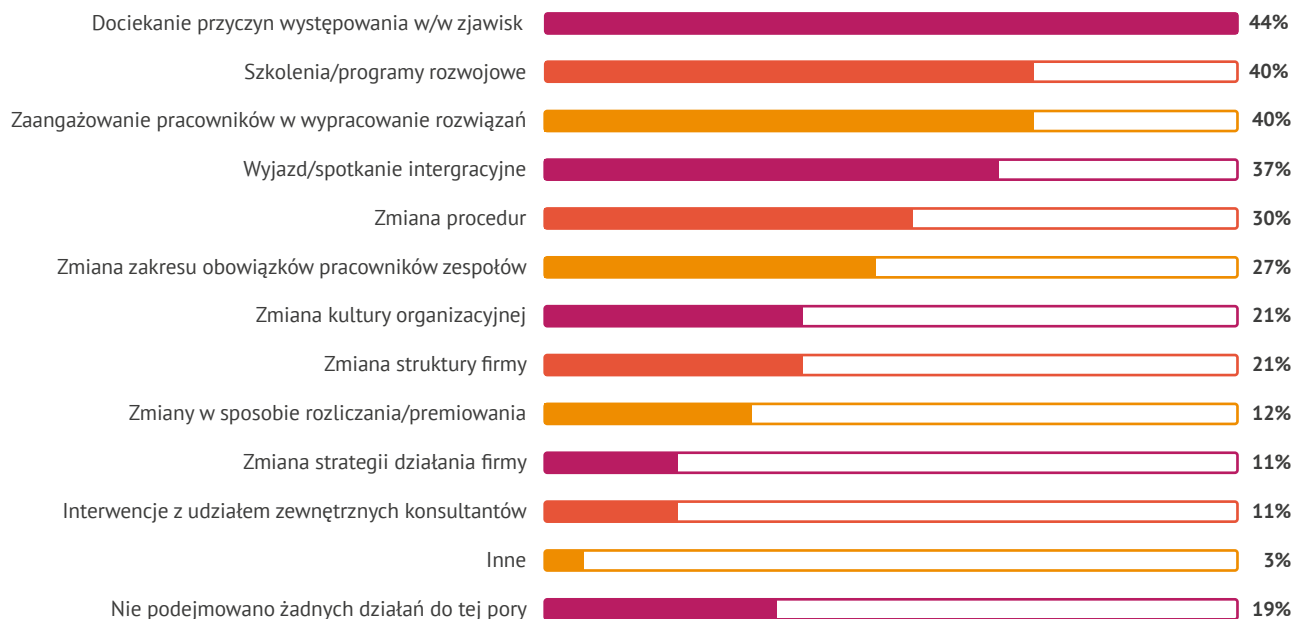
a co za tym idzie – rozwój firmy. Są wśród nich między innymi: niechęć pracowników do brania dodatkowej odpowiedzialności (42%), brak sprawnego przepływu informacji pomiędzy pracownikami i pomiędzy zespołami (41%), skupienie się na realizacji swoich własnych, a nie firmowych celów (40%).

Wskazane bariery mają negatywny wpływ na funkcjonowanie firmy i mogą ograniczać jej rozwój. Brak kapitału społecznego wpływa na gorszą komunikację, osłabia współpracę i demotywuje współpracowników, przyczyniając się do mniejszej konkurencyjności przedsiębiorstwa na rynku i osiągania gorszych wyników finansowych. A jak temu zaradzić?

³ Główny Urząd Statystyczny. Wartości i zaufanie społeczne w Polsce w 2015 r.

⁴ Wyniki badania: Problemy i wyzwania w organizacjach – znaczenie kapitału społecznego, zrealizowanego we współpracy Komitetu Dialogu Społecznego KIG, Forum Odpowiedzialnego Biznesu oraz House of Skills, Warszawa 2017 r.

Najczęstsze działania mające na celu rozwój kapitału społecznego u pracowników



Źródło: Wyniki badania: Problemy i wyzwania w organizacjach – znaczenie kapitału społecznego, Komitet Dialogu Społecznego KIG, Forum Odpowiedzialnego Biznesu oraz House of Skills, Warszawa 2017 r.

Budowa kapitału społecznego w miejscu pracy

Przezwyciężanie wspomnianych barier i budowa kapitału społecznego to proces wymagający zaangażowania na wielu polach. Do czynników związanych z jego kształtowaniem należy zachęcanie pracowników do stawiania sobie ambitnych celów i wynagradzanie ich za osiągnięcia; czynniki

Kapitał społeczny można także budować poprzez działania z zakresu społecznej odpowiedzialności biznesu. Te dwie koncepcje mają bowiem ze sobą wiele wspólnego. Dla obojgu ważni są interesariusze (w tym przypadku będą to głównie pracownicy firmy) i nawiązywane z nimi relacje. Zarówno w CSR, jak i w kapitale społecznym ważne jest angażowanie i włączanie tychże interesariuszy w działania na rzecz

elementem, pojawiającym się w obu koncepcjach jest rola komunikacji i przepływu informacji pomiędzy interesariuszami, która buduje wiedzę i wartość firmy.

Czy warto inwestować w kapitał społeczny?

Kapitał społeczny jest ważnym elementem każdego przedsiębiorstwa, dzięki któremu może się ono rozwijać i warto w niego inwestować. Wpływa na poczucie przynależności pracowników do organizacji, na ich zaangażowanie w obowiązki, motywację, stawianie sobie ambitnych celów. To z kolei przekłada się na efektywność i innowacyjność, które są kluczem rozwoju i osiągniętych wyników każdego przedsiębiorstwa. Umiejętność pracy z innymi i wspólne dążenie do osiągnięcia celów firmy, skuteczna komunikacja i zarządzanie wiedzą w organizacji przyczynią się do znaczącego wzrostu jej konkurencyjności na rynku pracy. ■

Kapitał społeczny można budować poprzez działania z zakresu społecznej odpowiedzialności biznesu. Te dwie koncepcje mają ze sobą wiele wspólnego.

związane z autonomią i wsparciem, a także życzliwość i integralność przełożonego⁵. Dojrzałe organizacje coraz częściej dostrzegają potencjał, tkwiący w rozwijaniu kapitału społecznego, mogący mieć realny wpływ na osiągnięte przez firmę wyniki.

firmy oraz tworzenie dobra wspólnego. Przykładem może tu być wolontariat kompetencyjny pracowników, którzy angażując się na rzecz wspólnej sprawy, integrują się, wymieniają wiedzę, tworzą nowe relacje i więzi. Innym istotnym

⁵ Z. Mockało, Kapitał społeczny w pracy – definicje, idea i przegląd badań, www.ciop.pl

Zatrudnij przedsiębiorstwo społeczne!

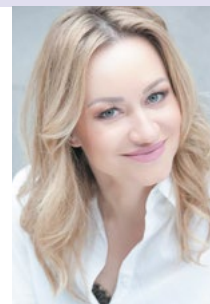
Najnowsze badania wskazują niski poziom bezrobocia i związany z nim brak pracowników. Rozwiązaniem tego problemu oraz działaniem społecznie odpowiedzialnym może być współpraca z podmiotami ekonomii społecznej.

Strategia błękitnego oceanu a CSR

Społeczna odpowiedzialność biznesu zyskuje na znaczeniu. Pobieżna analiza raportów społecznych oraz praktyk zgłoszonych do Raportu Odpowiedzialny Biznes w Polsce, wydawanego przez Forum Odpowiedzialnego Biznesu, obrazuje wiele wspólnych praktyk realizowanych przez firmy. Powtarzają się akcje wolontariatu pracowniczego, sadzenia drzew czy dni różnorodności. Zastanawiający jest brak chęci wyróżnienia się i podjęcia innowacyjnych działań, które

oceanu w działaniach CSR zdaje się nie obowiązywać.

W wydanej w 2004 roku książce „The Fortune at the Bottom of the Pyramid” C.K. Prahalad zdefiniował i rozwinął koncepcję tzw. dołu piramidy (ang. bottom of the pyramid). Opiera się ona na fakcie, że około 2,5 miliarda ludzi na świecie żyje za mniej niż 2,5 dolara dziennie. Dół piramidy tworzony jest przez największą, a jednocześnie najbiedniejszą grupę społeczno-ekonomiczną. Strategiczne kierowanie działań społecznie odpowiedzialnych do jej przedstawicieli może nie tylko realizować cele Organizacji



Marta Szymborska

Head of
Communication,
PR & CSR

GS1 Polska

Strategiczne kierowanie działań społecznie odpowiedzialnych do przedsiębiorstw społecznych może nie tylko realizować cele, takie jak walka z ubóstwem, ale także przyczyniać się do obniżenia kosztów funkcjonowania systemu pomocy społecznej.

wpływają nie tylko na interesariuszy wewnętrznych czy społeczność lokalną, ale także na funkcjonowanie kraju, w którym prowadzą działalność. Koncepcja błękitnego

Narodów Zjednoczonych, takie jak walka z ubóstwem, ale także przyczyniać się do obniżenia kosztów funkcjonowania systemu pomocy społecznej.

Najnowsze badania i analizy wskazują niski poziom bezrobocia oraz związany z nim brak kadry pracowniczey. Rozwiązaniem tego problemu oraz działaniem społecznie odpowiedzialnym może być współpraca z podmiotami ekonomii społecznej, czyli takimi podmiotami, których głównym celem jest maksymalizacja zysku społecznego, a nie finansowego, a także przyczynianie się do zrównoważonego i sprawiedliwego rozwoju lokalnego. Jednym z ich głównych celów działania jest aktywizacja zawodowa osób zdefiniowanych w ustawie o zatrudnieniu socjalnym i ustawie o spółdzielniach socjalnych:

- bezdomni,
- uzależnieni od alkoholu, po zakończeniu programu psychoterapii,
- uzależnieni od narkotyków lub innych środków odurzających, po zakończeniu programu terapeutycznego,

- chorzy psychicznie,
- zwalniani z zakładów karnych,
- uchodźcy,
- osoby niepełnosprawne,
- długotrwale bezrobotni.

Zyski muszą natomiast przeznaczać na cele społeczne bez możliwości podziału między np. członków zarządu.

Współpraca z podmiotami ekonomii społecznej przynosi wymierne korzyści, jednak związana jest ze zmianą przyzwyczajeń i schematów korporacyjnych działań. Zwykle produkty i usługi stowarzyszeń, fundacji i spółdzielni socjalnych mają lepsze stawki, ale czas realizacji, ze względu na ograniczone zasoby zespołu lub niepełnosprawność jego członków, może być wydłużony. Potwierdzenie mogą znaleźć też obawy związane z jakością dostarczanych towarów i usług. Wydaje się jednak, że łatwiej jest sprawdzić zamówienie realizowane przez podmioty ekonomii społecznej zlokalizowane w kraju, niż firmy oddalone o tysiące kilometrów w Chinach.

Rzecz o korzyściach

Współpracując z podmiotami ekonomii społecznej, nie tylko walczymy z wykluczeniem, ale także wspieramy rehabilitację osób zrze-

przyczyniają się do obniżenia kosztów funkcjonowania systemu pomocy społecznej.

W publikacji „Zrób biznes – jak współpracować z podmiotami ekonomii społecznej” wskazano następujące korzyści, które zyskują firmy dzięki współpracy z przedsiębiorstwami społecznymi:

- Nowe możliwości biznesowe w ramach synergicznej współpracy oraz połączenia wiedzy i zasobów obu podmiotów.
- Dostęp do nowych rynków i informacji. Inwestując w partnerstwo z przedsiębiorstwem społecznym, mającym wiedzę na temat danych

realiów społecznych, firma szybciej zyskuje informacje. Zaoszczędza nakłady finansowe i czasowe potrzebne do zdobycia tych informacji tradycyjnymi metodami, np. poprzez organizację grup fokusowych czy badania rynku.

- Dostęp do konkretnej społeczności i zdobycie o niej wiedzy.
- Możliwość zawierania kontraktów, korzystania z funduszy unijnych/grantów, nawiązywanie relacji biznesowych, które w innej sytuacji nie byłyby dostępne.
- Możliwość zyskania dostępu do specjalistycznych umiejętności i kompetencji w określonych dziedzinach.
- Wsparcie w mierzeniu się z wyzwaniami, jakie stają przed daną firmą lub branżą.
- Możliwość tworzenia strategicznych sojuszy z partnerem, który umie posługiwać się językiem rynku lub społeczności, do których firma planuje dotrzeć.



Wpisanie w politykę zakupową firmy odpowiedzialnych zakupów, dokonywanych u podmiotów ekonomii społecznej, może realizować jedno z zadań polityki CSR.

szonych w spółdzielniach socjalnych i stowarzyszeniach bądź działających w fundacjach i spółkach non-profit. Poprawiamy jakość ich życia, a także zmniejszamy ryzyko ich powrotu do ubóstwa. W szerszej perspektywie przedsiębiorstwa współpracujące z podmiotami ekonomii społecznej

- Możliwość obniżenia opłat na rzecz PFRON (w przypadku kooperacji z przedsiębiorstwami społecznymi zatrudniającymi osoby niepełnosprawne).
- Możliwość zyskania wyspecjalizowanych i zmotywowanych pracowników poprzez skorzystanie ze społecznie odpowiedzialnego outsourcingu (ang. socially responsible outsourcing) oraz możliwość zlecenia pewnych działań, procesów biznesowych do przedsiębiorstw społecznych bez ponoszenia nakładów na dostosowywanie miejsc pracy lub obniżanie ryzyka zatrudnienia osób mających specjalne wymagania.
- Możliwość zyskania wizerunku firmy odpowiedzialnej społecznie, która strategicznie buduje swoje zaangażowanie i która w innowacyjny sposób podchodzi do kwestii odpowiedzialności.
- Możliwość nawiązywania pozytywnych relacji ze społecznościami lokalnymi oraz z potencjalnymi partnerami biznesowymi lub administracją publiczną.¹

Przedsiębiorstwa społeczne coraz częściej funkcjonują jak firmy. Przy wyborze najrzetelniejszych i najbardziej wiarygodnych warto zwrócić się o radę do regionalnych ośrodków, takich jak Stowarzyszenie Centrum PISOP lub Stowarzyszenie na Rzecz Spółdzielni Socjalnych. Dowiemy się wtedy, jakim potencjałem dysponuje podmiot oraz jakie referencje wystawili mu poprzedni zleceniodawcy. Kluczowe jest ustalenie zasad współpracy, wskazanie ważnych terminów oraz zaplanowanie kroków kryzysowych na wypadek gdyby współpraca nie została zrealizowana wg ustaleń. PwC zdefiniowało 5 kluczowych czynników sukcesu współpracy firm z podmiotami ekonomii społecznej:

1. wzajemne zrozumienie kultury organizacyjnej,
2. wysoki poziom zaufania i otwarta komunikacja,

3. wymiana doświadczeń i wiedzy,
 4. mierzalne wskaźniki wspólnie wyznaczonych celów,
 5. jasne zasady współpracy.²
- Firmy zlecają podmiotom ekonomii społecznej produkcję i podwykonawstwo (43%) oraz outsourcing (17%). Najczęściej jednak firmy współpracują z podmiotami ekonomii społecznej, zlecając jednorazowe zakupy okolicznościowe (67% firm), jednak te działania nie mają charakteru długofalowego i strategicznego. Wpisanie w politykę zakupową firmy odpowiedzialnych zakupów, dokonywanych u podmiotów ekonomii społecznej, może

na rynku brakowało pracowników magazynowych, ale także zwiększyła zaangażowanie pracowników, którzy byli odpowiedzialni za nadzorowanie pracy członków spółdzielni, którejienne normy pracy wcale nie odbiegały od tych, które założono osobom zatrudnionym na co dzień w firmie Raben. Należy stanowczo podkreślić, że biznes za sprawą współpracy z przedsiębiorcami społecznymi może eksplorować nowe sektory rynku, dowiedzieć się więcej o potrzebach szerokich grup osób wykluczonych lub zagrożonych wykluczeniem społecznym. Taka współpraca może stanowić bodziec

Biznes za sprawą współpracy z przedsiębiorcami społecznymi może eksplorować nowe sektory rynku, dowiedzieć się więcej o potrzebach szerokich grup osób wykluczonych lub zagrożonych wykluczeniem społecznym.

realizować jedno z zadań polityki CSR. Badanie przeprowadzone przez Stowarzyszenie na Rzecz Spółdzielni Socjalnych pokazuje, iż 63% firm uwzględnia wartości społeczne, w tym możliwość współpracy z przedsiębiorstwami społecznymi, w swoich politykach zakupowych. Trzeba teraz zrobić krok w przód i prócz planowania, zacząć realizację.

Siła promocji

Wciąż mówi się o korzyściach, jakie ze współpracy biznesu z podmiotami społecznymi odnoszą te drugie. Czas jednak zerwać ze stereotypami. Grupa Raben, która współpracowała ze spółdzielnią socjalną KOSS, zlecając usługi co-packingu, dzięki kooperacji nie tylko zrealizowała zlecenia klientów w czasie, gdy

do innowacji w firmie, otwierając jej pracowników na nowe obszary i nowe grupy społeczne. Dlatego kluczowe jest dziś podejmowanie tego typu kooperacji, pokazywanie wymiernych korzyści wpisujących się w długofalową politykę firm nie tylko tych, które mają zdefiniowaną i spisaną strategię CSR, ale również tych, które myślą wyłącznie o maksymalizacji zysku. Współpraca z właściwymi przedsiębiorstwami społecznymi to czysty zysk. Dużo jednak jeszcze pracy przed promotorami tego rodzaju kooperacji, gdyż wg badań 61% polskich firm nigdy nie współpracowało z ich przedstawicielami, a reszta jedynie okazjonalnie. Praca leży po obu stronach. Warto ją podjąć, ponieważ obustronne korzyści są wymierne, a pole do innowacji duże. Wysiłek powinien się opłacić. ■

^{1,2} <http://www.ekonomiaspoleczna.pl/files/ekonomiaspoleczna.pl/public/Biblioteka/2012.9.pdf>



PLUS



MINUS

Wędkę zamiast marchewek

Jesteśmy sceptyczni. Większość polskich firm nie współpracuje z podmiotami ekonomii społecznej, choć przedsiębiorcy deklaratorywnie są otwarci na taką współpracę.

Dlaczego tak się dzieje? I czy takie biznesowe partnerstwo jest odpowiednie dla wszystkich? A może wystarczy sama deklaracja i wpisanie tego w kodeks etyczny, strategię CSR czy SIWZ (Specyfikację Istotnych Warunków Zamówienia)? Zegarmistrz nie podejmie współpracy z warsztatem terapii zajęciowej zrzeszającym osoby chore na epilepsję, a bank nie podpisze umowy ze spółdzielnią socjalną zatrudniającą byłych więźniów skazanych za włamania czy napady. Jednak już producent piwa może zlecać i zleca szycie toreb reklamowych ze starych banerów, a wielka grupa budowlana zamawiać druk biuletynu firmowego w zakładzie aktywności zawodowej. Każda organizacja i firma musi indywidualnie rozważyć korzyści i zagrożenia płynące z kooperacji ze społecznymi przedsiębiorstwami.



Joanna Skatuba

doradca CSR
Fundacja CSR Res Severa

Każda organizacja i firma musi rozważyć korzyści i zagrożenia płynące z kooperacji ze społecznymi przedsiębiorstwami.

na zysk, dobrą prasę i wejście w niezagospodarowaną niszę. Największy portal poświęcony ekonomii społecznej (www.ekonomiaspoleczna.pl) pokazuje bardzo wyraźnie obecne dysproporcje – przykłady 42¹ dobrych praktyk podmiotów społecznych i tylko 3² wzorcowe działania CSR firm.

Niemniej jednak dużego przedsiębiorstwa nie przekonają do współpracy wymieniane w literaturze fachowej długofalowe korzyści, jakimi są mniejsze koszty systemu opieki społecznej, które ponosi państwo na rzecz grup wykluczonych. To zysk przede wszystkim dla administracji państwowej, w mniejszym zaś stopniu dla przedsiębiorców. Korporacja

czy koncern chcą szybkiej maksymalizacji profitów tu i teraz. Tym większa musi być rola edukacyjna i upowszechniająca firm z wdrożoną strategią CSR. Taka firma winna wspierać społeczną przedsiębiorczość, będąc jednocześnie

prekursorem dobrych praktyk. A potem być może zadziała efekt kuli śniegowej. Trzeba jednak pamiętać, jak wspomniano wyżej – Podmioty Ekonomii Społecznej (PES) są nie dla wszystkich firm. Wszyscy jednak mogą kupować ciasta i pierogi w kawiarni – spółdzielni socjalnej zatrudniającej osoby niepełnosprawne umysłowo. Co zatem robić, by PES-y dostały to, co dla nich najważniejsze – godną pracę czy należne miejsce w strukturze zatrudnienia? Odpowiedź jest prosta – zadaniem nas wszystkich; ekspertów: CSR, osób zarządzających czy mediów jest upowszechnianie, edukowanie i wdrażanie dobrych praktyk współpracy. A pracownicy spółdzielni czy stowarzyszeń – gdy dostaną wędkę, sami się utrzymają, zaś filantropijne marchewki można przekazać tym, którzy naprawdę nie mogą pracować. ■

Korporacja czy koncern chcą maksymalizacji profitów tu i teraz. Tym większa musi być rola edukacyjna i upowszechniająca firm z wdrożoną strategią CSR.

W biznesowych kontaktach z podmiotami ekonomii społecznej tkwi ogromny potencjał – przede wszystkim dlatego, że obszar ten jest jeszcze bardzo mało rozpoznany przez przedsiębiorstwa, a być pierwszym to prócz dużego ryzyka szansa

^{1,2} <http://www.ekonomiaspoleczna.pl>

Przedsiębiorczość społeczna musi dać się poznać

Biznes nie zna ekonomii społecznej. Brakuje przygotowanych – z myślą o przedsiębiorcach – źródeł informacji na ten temat. Na razie nieliczne przykłady współpracy podmiotów komercyjnych z przedsiębiorstwami społecznymi pokazują, że może ona przynosić korzyści obu stronom – mówi Tomasz Schimanek, ekspert ds. organizacji pozarządowych i programów społecznych Akademii Rozwoju Filantropii w Polsce.

Znawcy tematu podkreślają, że mądra współpraca biznesu z podmiotami ekonomii społecznej to sytuacja win-win; korzystają obie strony. Jak ocenia Pan tego rodzaju współpracę w polskich warunkach?

Te wzajemne relacje do tej pory były mocno zaniedbane. Środowisko związane z przedsiębiorczością społeczną, a także same przedsiębiorstwa społeczne bardzo silnie budowały współpracę z państwem, z samorządami. Nie próbowano natomiast tworzyć relacji z biznesem. To doprowadziło do takiej sytuacji, że co prawda biznes może gdzieś słyszał o ekonomii społecznej, ale w ogóle jej nie znał, nie rozumiał tej idei. Z niewiedzy wypływają negatywne stereotypy. W wielu miejscach słyszę od przedsiębiorców, że ekonomia społeczna to dla nich nieuczciwa konkurencja, bo korzysta z ogromnej pomocy państwa, również finansowej, której nie mają inni przedsiębiorcy. Stąd przedsiębiorstwa społeczne mogą oferować niższe ceny, a jeszcze na dodatek psują rynek, bo zaniżają jakość świadczonych usług.

Obecnie określiłbym relacje biznesu i ekonomii społecznej jako szczątkowe: lokalnie podejmowane są próby budowania kooperacji, ale to są na razie pierwsze jaskółki.

Czy można w takim razie określić skalę tej współpracy i podać kilka przykładów?

Tam, gdzie się udaje nawiązać wzajemne kontakty i wytłumaczyć, czym jest idea przedsiębiorczości społecznej, tam ta współpraca z reguły jest nawiązywana. Oczywiście ważne jest to, co przedsiębiorstwa społeczne mają do

z Łomży, która kooperuje z firmami rynkowymi, dostarczając im wyroby pościelowe produkowane przez 15 pań zatrudnionych w spółdzielni. Pomogły w tym bezpośrednie kontakty, aczkolwiek Alexis kooperuje z biznesem głównie dzięki rzetelności i wysokiej jakości. Ciekawy jest też przykład z Wrześni, gdzie Spółdzielnia Socjalna Rozwojowo weszła z sukcesem w system franczyzy restauracji United Chicken. System franczyzowy jest użyteczny przy niewielkim kapitale i braku pomysłów na własny biznes, a to dotyczy większości spółdzielni socjalnych.

Podmioty ekonomii społecznej mają szansę być podwykonawcami dla dużych firm, robiąc rzeczy, których wykonywanie dużym firmom się nie opłaca, bo są zbyt kosztochłonne.

zaoferowania – mówimy przecież o biznesie, ale na początku najważniejsze są relacje międzyludzkie. Dobrym przykładem jest chociażby spółdzielnia socjalna Alexis

Przedsiębiorstwa społeczne mogą być dostawcami usług czy produktów dla firm rynkowych, ale relacje mogą przebiegać również w drugą stronę – przedsiębiorstwo społeczne

samo może, w miarę rozwoju działalności, szukać kooperantów i znakomicie tworzyć rynek dla wielu firm komercyjnych. Takie przypadki już są na Mazurach, gdzie pod Nidzicą od 10 lat działa Przedsiębiorstwo Społeczne Garncarska Wioska, nastawione w dużej mierze na obsługę turystów. Gdy zaczęli się oni pojawiać w Garncarskiej Wiosce, okazało się, że muszą gdzieś spać, coś zjeść, chętnie jakieś swoje przysmaki zabraliby do domu. Okazało się, że Garncarska Wioska napędza klientów również okolicznym firmom, oferującym np. miód czy noclegi. Tutaj bardzo pomocna jest formuła tzw. klastrów tematycznych, gdzie przedsiębiorstwa społeczne i firmy rynkowe zawierają porozumienie, żeby wzajemnie się wspierać a nie konkurować o klienta.

Atutem jest dobra jakościowo oferta, cena i elastyczność, czyli możliwość dopasowania się przedsiębiorstwa społecznego z ofertą do potrzeb i oczekiwań klienta biznesowego.

Na ile korzystny dla obu stron, zwłaszcza dla podmiotu komercyjnego, może być mentoring czy franczyza?

Oczywiście franczyzodawca odnosi zyski, bo ma franczyzobiorcę, który wnosi opłaty franczyzowe, ale podstawową korzyść z tej relacji ma przedsiębiorstwo społeczne. To ono dostaje coś, czego samo nie byłoby w stanie osiągnąć. Z kolei mentoring, przekazywanie doświadczeń może być cenną rzeczą dla obu stron, a to wciąż rzadkość. Może jest takich przypadków więcej, ja kojarzę jeden: Biłgorajskie Przedsiębiorstwo Społeczne, które powstało przed laty w bardzo specyficznej formule. Jest to spółka, której udziałowcami są lokalni przedsiębiorcy i miasto

Biłgoraj. I tam rzeczywiście niektórzy udziałowcy nie dość, że przekazywali wiedzę przedsiębiorcom społecznym, to jeszcze pełnili funkcję mentorów już w trakcie działania przedsiębiorstwa.

Która strona częściej wychodzi z inicjatywą współpracy?

Aktywność zwykle leży po stronie przedsiębiorców społecznych, którzy docierają do potencjalnych partnerów biznesowych. Jestem obecnie zaangażowany w badanie przedsiębiorców w kilku powiatach w województwie warmińsko-mazurskim. Większość z nich nie wie, czym jest przedsiębiorczość społeczna, ale wszyscy deklarują potencjalną możliwość współpracy. Wskazują przy tym, że najskuteczniejszą formą jej



Tomasz Schimanek. Fot. archiwum Akademii Rozwoju Filantropii

realizuje cele społeczne. To może mieć znaczenie np. przy wyborze kooperanta przez firmę rynkową. Czasami, zwłaszcza u przedsiębiorców lokalnych, wchodzi również w grę świadomość, że działalność biznesowa, a przede wszystkim korzyści społeczne są są udziałem ich społeczności lokalnej.

nawiązania jest osobisty kontakt. Przedsiębiorstwa społeczne same muszą więc go szukać. Oczywiście warto się wspierać technologiami. Powinny powstać strony internetowe z ofertą, ale nic nie zastąpi bezpośredniego spotkania.

Jakie są pierwszoplanowe korzyści dla firmy, wynikające ze współpracy z przedsiębiorstwem społecznym?

Z punktu widzenia przedsiębiorcy szansą jest po prostu dobra jakościowo oferta, cena i elastyczność, czyli możliwość dopasowania się przedsiębiorstwa społecznego z ofertą do potrzeb i oczekiwań klienta biznesowego. Dodatkowo atutem jest też fakt, że przedsiębiorstwo społeczne

Czy czynnikiem hamującym współpracę z przedsiębiorstwami społecznymi może być fakt, że są tam np. wychodzący z bezdomności, byli więźniowie, leczeni z alkoholizmu?

Ludzie, którzy dowiedzą się, na czym polega przedsiębiorczość społeczna, często posługują się stereotypami, negatywnymi wyobrażeniami dotyczącymi zatrudnionych tam osób. Najczęściej nie są one prawdziwe. Osoby z trudną przeszłością, dostając szansę na pracę, na usamodzielnienie się, z reguły starają się ze wszelkich sił ją wykorzystać. Mają o wiele silniejsze motywacje niż przeciętny pracownik również dlatego, że wiedzą, iż tracąc pracę, będą mieli ogromne problemy ze

znalezieniem jej w innym miejscu. Dlatego jest często tak, że starają się wykonywać ją o wiele sumienniej, dokładniej niż inni.

Jest wiele budujących historii ludzi, którzy byli już kompletnie na marginesie, ale dzięki przedsiębiorstwom społecznym stanęli na nogi – oni i ich rodziny. To jest istota przedsiębiorczości społecznej. Dotyczy to także osób z grup w bardzo trudnej sytuacji, np. więźniów i osób opuszczających zakłady karne, których usamodzielnia życiowo Fundacja Sławek z Warszawy, osób ze schizofrenią zatrudnionych w pensjonacie

wręcz przyciągającym klientów, jak w przypadku wspomnianego wcześniej Przedsiębiorstwa Społecznego Garncarska Wioska.

Wiele firm w sytuacji spiętrzenia zamówień chętnie skorzystałoby z pracowników przedsiębiorstw społecznych. Może to powinien być pierwszy krok współpracy?

Zdecydowanie dla pracowników przedsiębiorstw społecznych jest to dobra forma nabywania praktyki zawodowej i nowych umiejętności. Stowarzyszenie Niepełnosprawni

w tych ramach podejmować działania, na które mają finansowanie z Europejskiego Funduszu Społecznego. Realizatorem tych działań w dużej mierze powinny być Ośrodki Wsparcia Ekonomii Społecznej.

Kluczem do budowania relacji jest dostarczanie rynkowym firmom wiedzy na temat tego, czym jest ekonomia społeczna, no i oczywiście konkretnych ofert przedsiębiorstw społecznych.

Na ile istotne są kwestie wizerunkowe przedsiębiorstwa społecznie odpowiedzialnego? Czy taki wizerunek ma już w Polsce znaczenie dla potencjalnych klientów firmy?

Biznes i przedsiębiorstwa społeczne przełamują pewne wewnętrzne i zewnętrzne bariery, otwierając się na współpracę z podmiotami ekonomii społecznej.

Trzeba mówić o społecznej odpowiedzialności biznesu, pokazywać przykłady i konkretne korzyści płynące z niej dla ludzi i dla samych firm, bo one najlepiej działają na wyobraźnię. Pozytywne jest też to, że po latach lekceważenia biznesu środowiska przedsiębiorczości społecznej dojrzały do świadomości, że biznes jest ważny jak partner, kooperant – mniej jako wspierający tę działalność w ramach społecznej odpowiedzialności biznesu. Upowszechnienie tej wiedzy będzie stanowić wyzwanie na najbliższe lata. ■

Po latach lekceważenia biznesu, środowiska przedsiębiorczości społecznej dojrzały do świadomości, że biznes jest ważny jak partner.

"U Pana Cogito" czy też autystyków pracujących w Pracowni Rzeczy Różnych SYNAPSIS.

Jak należy rozwijać przedsiębiorczość społeczną i jej związki z biznesem?

Przedsiębiorstwa społeczne powinny aktywniej wychodzić z ofertą do biznesu, ofertą dobrej jakości, z dobrą ceną. I wsłuchiwać się w to, czego oczekuje biznes. Mają one szansę na przykład być podwykonawcami dla dużych firm, robiąc rzeczy, których wykonywanie dużym firmom się nie opłaca, bo są zbyt kosztochłonne. Są na to dowody, niestety na razie z zagranicy, gdzie firmy społeczne dostarczają kierownice ręcznie owijane skórą do luksusowych aut, klawisze do najlepszych fortepianów, które muszą być ręcznie szlifowane i dopasowywane czy patyczki do lodów znanej firmy. Dla wielu mniejszych firm przedsiębiorstwo społeczne może być partnerem uzupełniającym ich ofertę albo

dla Środowiska EKON z Warszawy od lat realizuje swój model zatrudniania osób niepełnosprawnych: przygotowuje do pracy osoby z upośledzeniem umysłowym, zatrudnia je i oddelegowuje do pracy np. w dużych sieciach handlowych. Z korzyścią dla wszystkich, przede wszystkim dla swoich pracowników, aczkolwiek korzystają na tym sklepy, mogąc zmniejszać opłaty na PFRON.

Czyli możemy zatem stwierdzić, że relacje idą w dobrym kierunku?

Tak, choć na razie nie oczekuję rewolucji. Cały czas głównym klientem ekonomii społecznej jest państwo, to ono dysponuje największymi środkami. To odciąga ekonomię społeczną od zainteresowania rynkiem, utrudnia budowanie relacji biznesowych.

Plusem jest to, że samorządy regionów w swoich planach rozwoju ekonomii społecznej założyły wsparcie rozwoju współpracy przedsiębiorstw społecznych z biznesem. Mogą więc

Tomasz Schimanek – polityk społeczny, związany ze środowiskiem organizacji pozarządowych w Polsce, członek i współpracownik wielu organizacji pozarządowych, na stałe związany z Akademią Rozwoju Filantropii w Polsce. Trener, doradca organizacji pozarządowych oraz administracji publicznej w zakresie współpracy z podmiotami III sektora i ekonomii społecznej.

Catering od serca

Restauracja serwująca domowe posiłki oraz świadcząca usługi cateringowe dla pobliskich firm i instytucji. Na pozór to miejsce nie różni się od innych.

Także dla wielu klientów, którzy często są przekonani, że jest to po prostu zwykła restauracja. Nic bardziej błędnego. Rydzynianka to spółdzielnia socjalna z Rydzyny w województwie wielkopolskim, która powstała kilka lat temu w wyniku desperacji i uporu 50-letniej kobiety poszukującej bezskutecznej pracy.

Plan B

Wszyscy byli mili, zapewniali, że w najbliższym czasie odpowiedzą na moje podanie, ale myśleli jedno – 10 młodszych jest na pani miejsce – tak ten czas wspomina wiceprezes i zarazem założycielka spółdzielni socjalnej Rydzynianka, Liliana Szewczyk. Postanowiła więc odwrócić złą passę i przejąć inicjatywę. Dzięki temu, że pełniła funkcję

sołtyski i wielokrotnie współpracowała z Centrum PISOP przy realizacji projektów, pani Lila zdobyła już wcześniej wiedzę na temat programów finansujących i pomagających utworzyć spółdzielnie socjalne. Śledziła projekt i gdy ruszył, zebrała zespół Rydzynianki, w skład którego weszły koleżanki i znajome obecnej pani wiceprezes, które miały podobne perturbacje ze zdobyciem zatrudnienia. Jak wspomina, najtrudniejsze było wytrwać przy postanowieniu i cierpliwie przeczekać długą drogę urzędową związaną z utworzeniem spółdzielni i otrzymaniem dofinansowania.

Kobiety znały dobrze lokalne środowisko i dlatego były przekonane, że ich plan się powiedzie.



Agata Robińska
redaktor prowadząca

Spełnienie wszystkich formalności miało jednak sens. Rydzynianka otrzymała wsparcie finansowe na start. Polegało ono na zapewnieniu pierwszych pensji dla 5 pracowników oraz dofinansowanie ich miejsc pracy w kwocie ponad 20 tysięcy złotych na osobę. Dzięki temu udało się utrzymać zespół w początkowym,



Założycielka Rydzynianki miała komfort stworzenia zespołu spółdzielni, tj. zapraszania do niego osób w podobnej sytuacji, z którymi chciała pracować

najtrudniejszym okresie i zakupić niezbędne urządzenia oraz zapewnić wystrój lokalu. *Znalazłyśmy idealne miejsce dla naszej działalności. Właściciele budynku planowali remont tego miejsca i gdy pojawiłyśmy się z naszym pomysłem na restaurację, przeprowadzili renowację pod tym kątem i przy naszym nadzorze – wspomina pani Lila.*

Dream team

Bardzo ważny jest zespół, na który pani Lila nie może narzekać. Koleżankę Anię – osobę dokładną,

skrupulatną i odpowiedzialną od razu widziała w funkcji prezeski. Ona sama nie lubi papierów, przelewów i obliczeń a pani Ania świetnie sprawdza się w tej ważnej funkcji. Obie panie nie miały żadnych doświadczeń w profesjonalnym gotowaniu. Wcześniej przygotowywały posiłki jedynie dla swoich rodzin. Wielkim skarbem okazała się pani Mariola – kucharka z talentem kulinarnym i dużym doświadczeniem gastronomicznym także w przygotowywaniu imprez, która została szefową kuchni Rydzynianki. Kobiety znały dobrze lokalne środowisko i dlatego były przekonane, że ich plan się powiedzie. *Wielu ludzi nas podziwia za przedsiębiorczość i kreatywność mimo naszego wieku. Te zalety przypisuje się ludziom młodym – jesteśmy dumne, że przełamałyśmy ten stereotyp* – mówi z dumą pani Lila. Dla przykładu pani wiceprezes samo-



Ciekawy wystrój uzyskano dzięki zdolnościom założycielki spółdzielni, która własnoręcznie odnowiła meble

czy Miejsko-Gminnego Ośrodka Pomocy Społecznej w Rydzynie. Klientami są także firmy z lokalnej strefy przemysłowej, takie jak Budimex – wytwórnia mas bitumicznych w Kaczkowie, Pompax – Centrum Serwisowe w Rydzynie, ViaCon – produkcja konstrukcji z blach falistych. Spółdzielnia dowozi też

już na to uwagę, ale nie poskutkowało. Wygląda na to, że Rydzynianka karmi panów pracujących często z dala od miejsca zamieszkania i bliskich po domowemu, od serca.

Na pytanie, czy zdaje sobie sprawę, że to nie jest zwykła restauracja, tylko spółdzielnia socjalna, odpowiada: *Ktoś mi o tym wspomniał, ale dla mnie liczy się przede wszystkim jakość posiłków, terminowość, elastyczność, po prostu dobra współpraca. Za to najbardziej ich cenię* – dodaje pan Paweł.

Spółdzielnia socjalna chwali sobie współpracę z biznesem i w najbliższym czasie planuje rozszerzyć usługi cateringowe dla firm. Ma już za sobą także negatywne doświadczenia z niewypłacalnością klientów. Jedna firma uregulowała zapłatę za posiłki po wielu miesiącach rozmów i upomnień, obecnie od drugiej Rydzynianka odzyskuje pieniądze z pomocą komornika.

Ryzyko wpisane jest niestety w biznes i spółdzielczynie muszą sobie radzić także z takimi wyzwaniami. Rydzyniance zależy jednak, żeby pracować w aktualnym zespole i na utrzymaniu działalności na obecnym poziomie. *Nie chcemy się zapracowywać ani powiększać zespołu, bo uważamy, że klient najbardziej docenia naszą jakość i dla niej wraca* – sumuje pani Lila. ■

Przykładem kreatywności Rydzynianki jest wysyłanie wiadomości SMS do stałych klientów cateringowych z wyborem menu.

dzielnie odnowiła meble restauracyjne, które dostała od znajomych. Nie stanowi to dla niej problemu, gdyż zna się na rękodziele. Usunęła kilka warstw, potem je wyszlifowała i pomalowała. Efekt końcowy jest zaskakujący. Innym przykładem kreatywności jest wysyłanie wiadomości sms do stałych klientów cateringowych z wyborem menu.

Klienci

Oprócz obsługi indywidualnych i regularnych klientów – dzięki ofercie abonamentu miesięcznego – spółdzielnia socjalna świadczy usługi cateringowe m.in. dla pobliskich szkół podstawowych

codziennie posiłki dla firm pracujących przy budowie trasy S5. Jednym z klientów jest pan Paweł, kierownik ciężarówki z firmy Trans-drog, pracujący przy budowie trasy S5, który koordynuje zamówienia na obiady od podwykonawców. *Dystrybucja jest świetnie zorganizowana. Zamawiam codziennie kilkanaście posiłków. Rano dostaję od restauracji SMS z kilkoma opcjami dań, dokonujemy wyboru i następnie panie z Rydzynianki przywożą obiad do nas. Bardzo cenimy sobie to, że dostarczają one posiłki nie tylko w jedno miejsce, ale w kilka, można powiedzieć, że na terenie całej budowy* – sumuje pan Paweł. Jakże wady? Posiłki są często zbyt obfite. Pan Paweł zwracał

Przedsiębiorstwo społeczne podwykonawcą

Czy przedsiębiorstwo społeczne może być rzetelnym i wiarygodnym partnerem? Jakie korzyści niesie to dla obu stron?

Odpowiedzi na powyższe pytania dostarcza przykład Kościańskiej Operatywnej Spółdzielni Socjalnej (KOSS), która prowadzona jest przez prezeski: Janinę Szumińską i Magdalenę Czeczott-Maćkowiak. Tworzą one dynamiczne i innowacyjne przedsiębiorstwo społeczne, zatrudniające osoby z niepełnosprawnościami, które charakteryzuje się nieustannym poszukiwaniem nowych rozwiązań i źródeł przychodu. Działania prezesek doprowadziły do poszerzenia działalności spółdzielni o nowe usługi świadczone w ramach popularnego na rynku zleceń podwykonawstwa.

Jak duży jest rynek, w którym wykonawca przekazuje zlecenie podwykonawcy świadczy fakt, że w samej tylko branży budowlanej jest od 75-90% zleceń realizowanych przez podwykonawców. W innych branżach równie powszechne jest zlecanie prac podwykonawcom, jednak wciąż traktowane jako innowacyjne jest zlecanie prac podmiotom ekonomii społecznej. Model ten jest praktykowany w szczególności przy okazji dużych zleceń i przetargów, w których skomplikowane procedury i wysokie wymagania, stawiane wykonawcom przez inwestorów, skutecznie udaremniają możliwości aplikowania mniejszym

przedsiębiorstwom, w tym przedsiębiorstwom społecznym. Bez względu na branżę taka kooperacja daje zarówno jednej, jak i drugiej stronie wiele wymiernych korzyści.

Korzyści dla przedsiębiorstw społecznych w roli podwykonawcy

Spółdzielnia KOSS powstała w lutym 2014 roku z inicjatywy dwóch stowarzyszeń. Na początku zatrudniała 8 pracowników. Wraz z rozwojem



Maciej Nowicki
doradca
Centrum PISOP

i pracami manualnymi przy produkcji części metalowych oferowanych przez przedsiębiorstwo. W 2014 roku miała także miejsce współpraca z Grupą Raben, która zleciła pra-

Sektor prywatny wspiera przedsiębiorstwa społeczne, angażując wykluczone grupy w wejście na otwarty rynek i w życie gospodarcze oraz społeczne.

spółdzielni liczba ta wzrosła do 18. Spółdzielnia rozpoczęła swoją działalność, zajmując się pielęgnacją terenów zielonych dla Kościańskiej Spółdzielni Mieszkaniowej i Gminy Wiejskiej Kościan. Szukając możliwości dywersyfikacji źródeł finansowania, prezeski w sierpniu 2014 r. rozpoczęły współpracę z firmą 2Handle Polen. W ramach tej kooperacji 3 pracowników spółdzielni wykonuje szereg czynności związanych z zarządzaniem

pracownikom spółdzielni wykonywanie prac związanych z pakowaniem, etykietowaniem i konfekcjonowaniem. Kooperacja z przedsiębiorstwami daje szereg dobrodziejstw dla spółdzielni KOSS, jednak dla Janiny Szumińskiej najważniejszą i najbardziej atrakcyjną korzyścią dla spółdzielni byłoby podpisanie długoterminowej umowy, co dałoby stałe i stabilne zatrudnienie swoich pracowników oraz zredukowanie ryzyka związanego z pozyskiwaniem

nowych klientów. Dzięki temu spółdzielnia mogłaby skoncentrować się tylko i wyłącznie na optymalizacji pracy. W przypadku umów krótkookresowych istnieje ryzyko utrzymania stabilności finansowej, co w konsekwencji może się wiązać z redukcją etatów i zwolnieniami pracowników, którzy nie będą w stanie znaleźć sobie innej pracy ze względu na niepełnosprawność.

Pani Janina dodaje, że dzięki umowie długoterminowej: *w dużej mierze mogłybyśmy zrezygnować z zadań związanych z reklamą, marketingiem i kontaktem z nowymi klientami, czym dotychczas cały czas się zajmujemy i musimy godzić te zadania z obowiązkami związanymi z bieżącym i strategicznym zarządzaniem organizacją. Dałoby to nam więcej czasu na możliwość rozwinięcia nowego wachlarza usług i zoptymalizowanie funkcjonowania naszego przedsiębiorstwa, spowodowałoby dynamiczny rozwój spółdzielni.*

Korzyści dla przedsiębiorstw prywatnych – wykonawców

Istotne korzyści leżą także po stronie sektora prywatnego, który korzysta z roli przedsiębiorstwa społecznego jako podwykonawcy. Najważniejszą jest ta związana z włączeniem się przedsiębiorstwa w innowacyjny model biznesu. Takimi działaniami sektor prywatny wspiera przedsiębiorstwa społeczne, angażując wykluczone grupy w wejście na otwarty rynek i w życie gospodarcze oraz społeczne.

Model ten jest praktykowany przez firmę 2Handle Polen, która współpracuje ze spółdzielnią KOSS. *Nasza firma została założona przez Tona Knapen, który przeniósł holenderski model zarządzania przedsiębiorstwem do nas i przywiązuje dużą wagę do społecznej odpowiedzialności naszego przedsiębiorstwa. Dlatego od 3 lat współpracujemy ze*



KOSS nie tylko porządkuje tereny zielone, ale także wykonuje czynności manualne przy częściach metalowych oferowanych przez firmę 2Handle Polen

spółdzielnią KOSS. Widzimy w niej duży potencjał, ponieważ praca wykonywana przez osoby zatrudnione w spółdzielni stoi na bardzo wysokim poziomie, jednak sam proces wdrażania mógłby zostać bardziej zoptymalizowany przy możliwości podpisania umowy długoterminowej. Byłoby to szczególnie korzystne w obecnej sytuacji rynku pracowniczego, gdzie brakuje wykwalifikowanej kadry. Jest to duża szansa dla spółdzielni

Podsumowanie

Spółdzielnia KOSS pokazuje, że możliwa i skuteczna jest współpraca pomiędzy sektorem prywatnym a społecznym w zakresie podwykonawstwa zleceń. Każda ze stron czerpie wymierne i atrakcyjne korzyści, jednak ważne jest, aby kooperacja opierała się na czytelnych zasadach czy strategicznym wymiarze. Idealnym rozwiązaniem

Pracownicy podchodzili do swoich obowiązków rzetelnie, a wykonywane przez nich prace powtarzalne osiągały wysoką jakość.

na jej rozwój – opowiada Bartosz Winkler, kierownik produkcji firmy. Podkreśla też, że często poruszanym tematem wśród przedsiębiorców z sektora prywatnego są obawy związane z jakością wykonywanych zadań przez pracowników przedsiębiorstwa społecznego, jednak ich doświadczenia są zupełnie odmienne. Pracownicy podchodzili do swoich obowiązków rzetelnie, a wykonywane przez nich prace powtarzalne osiągały wysoką jakość.

dla obu stron byłoby zawarcie umowy długoterminowej, która z jednej strony pozwoli na stabilizację i zabezpieczenie działań podmiotu ekonomii społecznej, a z drugiej umożliwi optymalizację procesu produkcji przedsiębiorstwa prywatnego. Ważna jest także korzyść sektora prywatnego, który aktywnie włącza się w model społecznej odpowiedzialności biznesu i angażuje osoby zagrożone wykluczeniem w życie społeczne i zawodowe. ■

Wolontariusze Roku

Dodają życia do dni, inspirują do działań, kochają to, co lubią i tym zarażają innych! Nic dziwnego, że firmy, instytucje, w których pracują, otrzymały tytuł Poznański Wolontariusz Roku. Aż trudno opisać ich aktywności tylko na jednej stronie...



Fot. archiwum prywatne

Barbara Grochal – przez 15 lat była zaangażowaną wychowawczynią w szkole podstawowej, przez kolejne 10 lat pracowała w różnych firmach. Gdy skończyła 50 lat, przyjaciele sprezentowali jej podróż do Ziemi Świętej, która odmieniła jej życie i sprawiła, że została wolontariuszką Hospicjum Palium, a po 2 latach pełnoetatową koordynatorką wolontariatu. Dzięki niej liczba ochotników posługujących chorym zwiększyła się z kilku do około 100 oraz prawie do 2500 motylech wolontariuszy. *Stworzenie motylego wolontariatu, dzięki inspiracji jednej pacjentki, zdecydowanie zmieniło moją motywację do włączania młodych ludzi w działania na rzecz hospicjum* – podkreśla Grochal. Codziennie zderza się z brakiem wystarczającej liczby miejsc dla chorych. Na wolne łóżko czeka często 30-40 osób. *Dlatego walczymy o kolejny, końcowy etap rozbudowy. Stąd też tak ważne są działania, które pracownicy firm realizują dla nas i z nami.* Dzięki pierwszym działaniom z Kompanią Piwowarską nabrała odwagi i pewności, jak wiele można wspólnie zrobić dla podopiecznych. Do współpracy dołączyło się wiele firm (Aquanet, Nivea Beiersdorf, Energomiary, Enea, Wrigley, GSK, Mars, Ikea, UPS, Castorama, Selgros, WPIP). Ich liczba stale wzrasta, bo potrzeby są coraz większe. A hospicjum ma być dla wszystkich – obecnych i przyszłych pacjentów – domem na czas choroby. *Zapewniamy nie tylko ładne wnętrza, kwiaty, ogród, koncerty w holu, ale przede wszystkim przełamujemy strach związany ze słowem hospicjum, bo hospicjum to też życie* – sumuje Barbara Grochal. ■



Fot. archiwum prywatne

Przemysław Miłosz – ukończył towaroznawstwo na Uniwersytecie Ekonomicznym w Poznaniu, w BZ WBK jest kierownikiem obsługi klientów poznańskiego oddziału banku. Przygodę z wolontariatem w banku rozpoczął w 2015 r. od udziału w wewnętrznym programie rozwojowym, podczas którego zaraził się bakcyłem pomagania. Działa wspólnie z koleżanką Anną Zapłątą z działu restrukturyzacji i co ważne, otrzymują duże wsparcie od Fundacji Banku Zachodniego WBK. Rozpoczynali od zbiórek na rzecz domów dziecka, potem była edukacja ekonomiczna w ramach gry Liderzy Europy, której celem było m.in. propagowanie wiedzy z zakresu finansów i przedsiębiorczości młodzieży. Dzięki akcji Wolontariuszu, zgłosz się oraz szkoleniom udało się im stworzyć sieć około 56 ochotników, którzy inicjują i realizują projekty na terenie całej Polski. Dobrze wspomina prowadzenie warsztatów dla przyszłych wolontariuszy Fundacji Mimo Wszystko Anny Dymnej. *Do projektów angażują partnerów biznesowych, np. do rewitalizacji ogrodu w Domu Dziecka na Swobodzie włączyła się firma Abrys i Enea. W pracach ogrodowych brały też udział dzieciaki z placówki.* Najbliższe plany? Gra Eko-rozgrywka, czyli rozszerzenie edukacji o ekologię oraz rewitalizacja ogrodu dla poznańskiej Szkoły Specjalnej, do którego zaproszą inne firmy. Przez 3 lata z rzędu byli z koleżanką nagradzani jako najaktywniejsi wolontariusze, a w marcu pan Miłosz otrzymał nagrodę – One Team Star za największe zaangażowanie w działania społeczne w 2017 r. oraz promowanie idei wolontariatu. *Wolontariat nauczył mnie niesamowitej organizacji pracy, budzenia potencjału w każdym człowieku, podchodzenia do każdego bez etykiet* – dodaje Przemysław Miłosz. ■

Pozytywna organizacja

W dobie braku bezrobocia ważne jest, by zarządzając organizacją, uwzględniać kapitał psychologiczny pracownika.

Anna Agata Nowak

psycholog pracy
4 HR Anna Nowak

Psychologia posiada twarde dowody naukowe na to, że czynniki psychologiczne mają znaczenie dla efektywności biznesowej. Teraz czas świadomie i skutecznie implementować je do organizacji. Szczególnie, że stoi przed nami wyzwanie – będziemy żyli dłużej, a tym samym będziemy pracowali dłużej i będziemy mieli szansę uczynić tę pracę bardziej satysfakcjonującą. Zdaniem wybit-

kapitału psychologicznego (ang. PsyCap²), a także podążające za nią, a może równoległe z nią działania edukacyjne.

Kapitał psychologiczny

Nowy nurt psychologii pozytywnej został zapoczątkowany przez Martina Seligmana, wybitnego amerykańskiego psychologa, który na

W pracy nastawienie pełni bardzo istotną rolę. Wpływa na efektywność wykonywanych zadań oraz na atmosferę, w jakiej praca jest wykonywana.

nego polskiego profesora Zbigniewa Pietraszińskiego wraz ze zmianami cywilizacyjnymi niezbędne są zmiany w zakresie kształcenia. Zmiany te przybierają formę ekspansji nauki i gospodarki opartej na wiedzy. Zdaniem eksperta w perspektywie kolejnych lat wyzwaniem stanie się kształcenie promujące dociekliwe myślenie i wysoką kulturę poznawczą. Menadżerowie będą nie tylko kształtowali organizacje w kierunku doskonalenia wiedzy zawodowej, ale będą musieli kreować zachowania własne oraz organizacyjne, w tym osobowość swoją i charakter organizacji. Organizacji rozumnej¹. Odpowiedzią na wyzwanie obecnych czasów staje się koncepcja

początku nowego stulecia sugerował, że bardzo dużo, zdecydowanie więcej niż myślimy, zależy od nas

Istotne jest wyposażanie pracowników w narzędzia pozwalające im sprawniej radzić sobie z problemami i codziennymi trudnościami zarówno zawodowymi, jak i osobistymi.

samych, od naszego nastawienia³. W pracy nastawienie pełni bardzo istotną rolę. Wpływa na efektywność wykonywanych zadań oraz na atmosferę, w jakiej praca jest wykonywana. Czym jest kapitał psychologiczny? To pojęcie, stanowiące

dorobek psychologii pozytywnej, definiowane jest jako zasoby człowieka przejawiające się poczuciem skuteczności, optymizmem, nadzieją na sukces oraz umiejętnością powrotu do stanu równowagi po wyczerpanym wysiłku. Zasoby te są niezwykle istotne w efektywnym funkcjonowaniu ludzi w środowisku pracy, jak też wpływają na efektywność biznesową. Dla organizacji stawiającej na kapitał psychologiczny istotne jest wspieranie pracowników w dostarczaniu im narzędzi pozwalających na budowanie poczucia własnej skuteczności, regulowania emocji w sytuacjach zawodowych w kierunku pozytywnych emocji, a także budowania w nich nadziei poprzez uczenie stra-

tegi osiągnięcia celu dla celu, a niekoniecznie nagrody zewnętrznej. Podejmowanie działań organizujących pracę w nowym kierunku jest odpowiedzią na nadal charakterystyczną dla Polaków normę negatywności, przejawiającą się poprzez

narzekanie⁴. W tym narzekanie na pracę, pracodawców i organizację pracy. Przed 20 laty – 51% Polaków sądziło, że ich rodacy lubią narzekać bez powodu. Stanowisko o tym, że należy głośno mówić o swoim szczęściu podzielało 23% respondentów, a opinię, że nie należy się chwalić – 28%⁵. Jak jest dzisiaj? Zmiany są widoczne, ale niewystarczające.

Dobrostan pracowników

Dowody naukowe pokazują, że ekspresja niezadowolenia zdecydowanie nam nie służy. Szczególnie jeśli nabiera kolektywnego wymiaru w środowisku pracy. Nie służy także budowaniu naszego kapitału. Dlatego warto ją demaskować. Nie oznacza to braku czujności na

problemy, jest natomiast zachętą do odróżnienia narzekania od zmagania się z rzeczywistymi trudnościami, także zawodowymi. Istotne jest wyposażanie pracowników w narzędzia pozwalające im sprawniej radzić sobie z problemami i codziennymi trudnościami zarówno zawodowymi, jak i osobistymi. Działania te mają szansę na budowanie dobrostanu

Jak budować kapitał psychologiczny w organizacji?

01

Pomysły na wspieranie poczucia skuteczności w organizacji:

- Sprawdzanie na etapie rekrutacji, jaki poziom poczucia skuteczności ma przyszły pracownik.
- Przypominanie o znaczeniu słowa dziękuję za dobrze wykonaną pracę.
- Prowadzenie systematycznych rozmów rocznych, które wspierają poczucie skuteczności, a nie są wyłącznie oceną polegającą na wypunktowaniu niedociągnięć z przeszłości i wyznaczeniu celu na kolejny rok.
- Określanie stopnia trudności zadania z punktu widzenia pracownika, a nie eksperta. Klasyczne mówienie niedoświadczonej osobie, że to jest proste jak budowa cepa, nie buduje poczucia skuteczności.
- Trenowanie umiejętnego wyrażania bieżącej krytyki i pochwały w odniesieniu do wykonanych zadań z uwzględnieniem ich wpływu na poczucie skuteczności pracownika.



02

Pomysły na wspieranie optymizmu w organizacji:

- Sprawdzanie na etapie rekrutacji, jaki poziom optymizmu ma pracownik.
- Prowadzenie z pracownikami rozmów na temat wyciągania konstruktywnych wniosków z negatywnych zdarzeń, ich przyczyn i skutków.
- Celebrowanie pozytywnych zdarzeń, nie wyłącznie poprzez bodźce materialne, ale przede wszystkim wartości.
- Nauczenie się metod regulowania emocji – optymizmu.
- Umiejętne eliminowanie polskiej normy negatywności w organizacjach, czyli skłonności do narzekania.

03

Pomysły na wspieranie odporności psychicznej w organizacji:

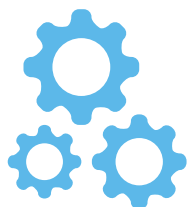
- Analizowanie wskaźników przepracowania, uważne reagowanie na pierwsze symptomy przepracowania.
- Analizowanie wskaźników absencji chorobowej.
- Organizowanie szkoleń z zakresu budowania odporności na stres dla pracowników.
- Prowadzenie rozmów z pracownikami powracającymi po dłuższej nieobecności w pracy w celu udzielania im wsparcia (w tym młodym matkom).
- Udzielanie wsparcia w sytuacjach trudnych dla pracownika, zachęcanie do korzystania z pomocy psychologicznej.

04

Pomysły na wspieranie nadziei w organizacji:

- Wzmacnianie w dążeniu do celu.
- Informowanie pracowników o planach/strategiach bez nadmiernych obietnic, lecz w sposób pokazujący korzyści rozwojowe także dla nich.
- Dostarczanie wiedzy o sile woli, szczególnie osobom odpowiedzialnym za sprzedaż, zamiast przekonania, że sprzedaje się wyłącznie na fali entuzjazmu.
- Zmiana celu/strategii w sytuacji, gdy pracownik działa wytrwale, a okoliczności zewnętrzne uniemożliwiają jego realizację.

Co można zyskać, wspierając pracowników w budowaniu ich pozytywnego kapitału psychologicznego, a tym samym organizacji?⁷



Korzyści dla organizacji i biznesu w zakresie zarządzania pracownikami:

- przywiązanie do organizacji, zadowolenie z pracy i chęć pracy w organizacji w kolejnych latach,
- chęć wkładania większego wysiłku w pracę i lepszego wypełniania obowiązków,
- redukcja zamiaru odejścia z pracy,
- zwiększanie poziomu partycypacji i odpowiedzialności pracowników,
- zmniejszanie wypalenia zawodowego w zawodach szczególnie obciążających emocjonalnie.

Korzyści dla organizacji/biznesu w zakresie ekonomicznym to wzrost efektywności organizacji i innowacyjności:

Kapitał psychologiczny wpływa na:

- lepsze zdrowie i samopoczucie, a także szczęście ludzi,
- ogólny dobrostan poprzez redukcję stresu,
- sprawne i satysfakcjonujące relacje w zespołach,
- zmniejszanie dylematów decyzyjnych związanych z poszukiwaniem innych miejsc pracy.

pracowników. Pionierka badań nad dobrostanem pracowników polskich przedsiębiorstw definiuje termin ten jako poznawczą i emocjonalną ocenę swojego życia przyjemnego i wartościowego⁶. Jeśli wysoki kapitał psychologiczny sprzyja człowiekowi i jego dobrostanowi, a także rozwojowi biznesu, a dodatkowo go wspierać i rozwijać, to na co czekać?

Korzyści

Dobra wiadomość jest taka, że pozytywny kapitał psychologiczny pracowników i organizacji można budować choćby poprzez udział menadżerów w szkoleniach lub kursach on-line. Mam przypuszczenia, że umiejętność budowania pozytywnego kapitału psychologicznego stanie się kompetencją przyszłości polskich firm. Przed Asami Biznesu – menadżerami stoją nowe

wyzwania związane z zarządzaniem. Mocno wierzę, że skorzystają oni z dorobku nauki, która wychodzi naprzeciw potrzebom zarówno organizacji, jak i człowieka.

Z punktu widzenia psychologii, także psychologii pracy, pozytywny kapitał psychologiczny może wnieść do organizacji wiele cennych korzyści, a w szerszym znaczeniu – wartości. Jego wzmacnianie i świadome budowanie pozwoli nam żyć długo, mądrze i szczęśliwie, funkcjonując w pozytywnych organizacjach, wspierających zarówno dobrostan pracujących w nim ludzi, jak i klientów i szerszego otoczenia. Dbajmy zatem o poczucie skuteczności zatrudnionych, zapewniamy i pielęgnujemy ich nadzieję na sukcesy, zapraszamy do regulowania emocji w kierunku pozytywnym, jednocześnie demaskując polską kulturę narzekania i troszczymy się

o ich umiejętności zmagania się ze sterem, wspierając w budowaniu odporności psychicznej. Stwarzamy sobie szanse na budowanie pozytywnych organizacji. ■

¹ Z. Pietrański, Ekspansja pięknych umysłów. Nowy renesans i ożywcza autokreacja. Wydawnictwo CiS, 2008 r.

² Luthans F, Youssef, C.M., Avolio B.J. Psychological Capital: Investing and Developing Positive Organizational Behavior. [w:] Positive Organizational Behavior. Nelson D.L., Cooper C.L. (red.). Sage Publications, Londyn, 2007:9-25

³ <http://www.pursuit-of-happiness.org/history-of-happiness/martin-seligman-psychology>

⁴ W. Baryła, Jak Polacy przegrywają? Jak Polacy wygrywają? Wydawnictwo: Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, 2005 r.

⁵ J. Czapiński, Polski Generalny Sondaż Dobrostanu Psychicznego. Warszawa: Instytut Studiów Społecznych UW, 1998 r.

⁶ A. Czerw, Well-being at work – the essence, causes and consequences of the phenomenon: Well-being at work. 2014 r.

⁷ Z. Mockało, Kapitał psychologiczny w środowisku pracy – indywidualny zasób pracownika. Bezpieczeństwo Pracy – Nauka i Praktyka, 8/2016, s. 20-23, DOI: 10.5604/01377043.1214372, 2016 r.

Wózek nie jest barierą w realizacji zadań zawodowych!

Wśród osób z niepełnosprawnością, które poszukują pracy, panuje przekonanie, że bariery architektoniczne i techniczne są najłatwiejsze do usunięcia.

Magda ma 26 lat i kłopoty z poruszaniem się. Coraz częściej używa wózka. Pracuje jako tłumaczka języka niemieckiego w dużej firmie optymalizującej procesy produkcji, która współpracuje ze światowymi koncernami motoryzacyjnymi. Jeszcze rok temu nie wyobrażała sobie, że mogłaby żyć samodzielnie, a teraz świat stoi przed nią otworem.

Tomasz ma 27 lat. Po tragicznym wypadku przez 5 lat leżał w domu bez nadziei i pomysłu na przyszłość... Właśnie rozpoczyna staż zawodowy jako młodszy programista. I nie byłoby w tym nic dziwnego, gdyby nie fakt, że komputer obsługuje ustami! Eryk miał 23 lata i przekonanie, że nie ma takich przeszkód, których by nie pokonał. Nieprzemyślany

Zuzanna Janaszek-Maciaszek

prezes Fundacji im. Doktora Piotra Janaszka PODAJ DALEJ

Do listy grzechów pracodawców można dodać zatrudnianie osób z niepełnosprawnością na mniej ambitnych stanowiskach, brak wiary w ich umiejętności, uniemożliwienie rozwoju kariery.

skok do wody spowodował uraz kręgosłupa. Pracuje zdalnie dla firmy, która projektuje strony internetowe i portale handlowe. Chce zdobyć doświadczenie, a potem założyć własną firmę, żeby syn był z niego dumny. Co ich łączy? Spotkali się w Akademii Życia w Koninie i przez kilka miesięcy uczyli się samodzielności w mieszkaniach treningowych. To miejsce, gdzie osoby niepełnosprawne wskutek wypadku lub choroby uczą się żyć od nowa i odyskują niezależność.

Jak to się stało, że Magda, Tomasz i Eryk zdecydowali się podjąć pracę?

Tu potrzebne jest wsparcie wielu osób i praca nie tylko nad fizycznym usamodzielnianiem, ale również nad nastawieniem na nowe cele, wyzwania, na nowe życie – życie na wózku. Coach, psycholog, asystenci i instruktorzy niezależnego życia wykonują niesamowity trud, aby ludzie z którymi pracują, rzeczywiście byli gotowi podjąć pracę, a nie tylko składali deklarację. Często wymaga to przekwalifikowania, nauki obsługi



Fot. archiwum Fundacji im. Doktora Piotra Janaszka PODAJ DALEJ

komputera i programów, które umożliwią zatrudnienie. Dopiero taka dawka motywacji, samodzielności i kompetencji zwiększa szanse na rynku pracy.

Jak to możliwe, że firmy chciały zatrudnić Magdę, Tomasza i Eryka?

Po pierwsze, drugie i trzecie – kompetencje, kompetencje, kompetencje i chęć zatrudnienia pracownika, który jest gotowy wykonywać samodzielnie powierzoną mu pracę! Po czwarte – dofinansowanie do zatrudnienia osoby z niepełnosprawnością i poprawienie wskazanika zatrudnienia. Coraz częściej znaczenie ma też polityka CSR-owa, mniej nierówności i dobra praca jako wartości nadrzędne.

Co zatem jest największą barierą z punktu widzenia pracownika?

Problemy w komunikacji i bariery psychologiczne, nieumiejętność naturalnego zachowania się w obecności osoby z niepełnosprawnością, okazywanie litości. Tu pokutuje wiele stereotypów, wśród których królują dwa: skoro niepełnosprawny, to na pewno potrzebuje we wszystkim pomocy, skoro na wózku, to na pewno ma też coś z głową. Oba są bardzo krzywdzące.

Do listy grzechów pracodawców można dodać również zatrudnianie osób z niepełnosprawnością na mniej ambitnych stanowiskach, brak wiary w ich umiejętności, brak planowania ścieżki kariery. Często dochodzi strach przed tym, jak ocenić pracę niepełnosprawnego pracownika, aby go nie urazić, jak mu delikatnie powiedzieć, żeby się nie spóźniał. Tymczasem wprowadzanie taryfy ulgowej i traktowanie pracowników z niepełnosprawnością w odmienny sposób niż tych w pełni

8 KROKÓW DO OWOCNEJ WSPÓŁPRACY OSOBY Z NIEPEŁNOSPRAWNOŚCIĄ I PRACODAWCY

1. Nie bój się zatrudniać osoby z niepełnosprawnością. To taki sam człowiek jak ty, czasem tylko „opakowany” w mniej sprawne ciało.
2. Przygotuj się do zatrudnienia osoby z niepełnosprawnością. Dowiedz się, co jest dla niej ważne lub wręcz konieczne, aby efektywnie pracować.
3. Dostosuj zadania i termin ich wykonania do tempa pracy, które może być wolniejsze z powodu ograniczonej sprawności.
4. Dopasuj zadania do kompetencji i zadbaj o rozwój zawodowy pracownika z niepełnosprawnością na takich samych zasadach jak innych pracowników.
5. Wymagaj respektowania zasad panujących w firmie. Nie stosuj taryfy ulgowej dla pracowników z niepełnosprawnością!
6. Nie wykluczaj pracownika z niepełnosprawnością z działań, które mają miejsce w niedostosowanej przestrzeni. Pomyśl, jak to zmienić, aby wszyscy mieli jednakowe szanse.
7. Jeśli praca nie wymaga obecności w firmie i zarówno ty, jak i pracownik jesteście gotowi na pracę zdalną, zadbaj o to, aby pracownik miał odpowiednio wyposażony home office.
8. Zbadaj wszystkie możliwości wsparcia, aby odpowiednio dostosować i wyposażać stanowisko pracy dla osoby z niepełnosprawnością, zapewnić jej asystenta, jeśli jest potrzebny i używać dofinansowanie do wynagrodzenia. Pamiętaj jednak, aby to nie był cel zatrudnienia osoby z niepełnosprawnością, a jedynie sposób na stworzenie jak najlepszych warunków do pracy i stabilności zatrudnienia.

Najbardziej przykrą rzeczą dla potencjalnego pracownika z niepełnosprawnością jest chęć „zarobienia” na jego zatrudnieniu.

zdrowych, upokarza i powoduje niechęć. Najbardziej przykrą rzeczą dla potencjalnego pracownika z niepełnosprawnością jest chęć „zarobienia” na zatrudnieniu go i sprowadzanie rozmowy kwalifikacyjnej do kalkulowania korzyści z Państwowego Funduszu Rehabilitacji Osób Niepełnosprawnych...

Jakie są grzechy pracowników z niepełnosprawnością?

Dużą blokadę stanowi zamartwianie się, jak będę odbierany i postrzegany przez szefa i kolegów z pracy. Dotkliwym problemem jest spadek motywacji spowodowany nawet drobnymi niepowodzeniami, brak

wiary w siebie i obawa przed powolnym tempem pracy. Warto od początku szacować, ile czasu zajmie dane zadanie i nie bać się, jeśli potrzebne będzie większe zaangażowanie niż kolegów zza biurka. Każdy ma swój rytm pracy, uzależniony również od sprawności. Są to jednak z pewnością zaangażowani i odpowiedzialni pracownicy. ■

Więcej: Poradnik o relacjach sprawni – niepełnosprawni: <https://podajdalej.org.pl/darmowe-publicacje/>

W 2017 r. fundacja wydała pierwszy raport oddziaływania społecznego w oparciu o indeksy GRI (<https://podajdalej.org.pl/o-nas/o-fundacji>)

Reklama a prawo

Agencje reklamowe, działy marketingu lub sami przedsiębiorcy wpadają na świetne pomysły, by wypromować towar lub usługę. Na co trzeba zwrócić uwagę, planując tego typu akcję?

Realizacja pomysłów marketingowych nie może wiązać się z naruszeniem praw innych osób – na przykład twórców. W tym artykule wskażemy, na co trzeba zwracać uwagę, planując akcję reklamową. Jedną z technik reklamy jest skojarzenie produktu z rozpoznawalnym tworem kultury, funkcjonującym już w przestrzeni publicznej lub wywołującym określone emocje – najczęściej pozytywne, choć nie

przedmiotem obszernych analiz. Trzeba jednak powiedzieć, że jest ona bardzo szeroka i obejmuje rozmaite dzieła – od obszernych książek, przez arcydzieła filmowe, po piosenki, choćby były obiektywnie słabej jakości (stąd definicja utworu zawiera zwrot „niezależnie od wartości”, co można rozumieć w ten sposób, że o gustach się nie dyskutuje na gruncie prawnym). Co więcej, ponieważ utwory mogą być



Piotr Właż

aplikant radcowski

Rosicki Purski
i Wspólnicy Ecdf
Kancelaria Radców
Prawnych sp. k.

Ochronie podlegają prywatne zdjęcia lub filmy, które publikujemy w mediach społecznościowych.

tylko – w końcu np. strach również może mieć potencjał marketingowy. Często takimi utworami są np. piosenki wykorzystywane w reklamach, a także obrazy, fotografie, fragmenty filmów – są to utwory chronione przez prawa autorskie. Taka ochrona ma na celu zabezpieczenie interesów twórców – skoro autor danego dzieła włożył w nie swoją pracę i talent, to powinien mieć prawo do korzyści płynących z takiego utworu.

Polskie prawo autorskie definiuje utwór jako *każdy przejaw działalności twórczej o indywidualnym charakterze, ustalony w jakiejkolwiek postaci, niezależnie od wartości, przeznaczenia i sposobu wyrażenia*. Ta dość enigmatyczna definicja była

wyrażone w jakiejkolwiek postaci i w dowolny sposób, to nie ulega wątpliwości, że ochronie podlegają także prywatne zdjęcia lub filmy, które publikujemy w mediach społecznościowych.

Jeżeli ktoś wykorzystuje utwory w sposób nieuprawniony, wówczas osoba uprawniona może dochodzić swoich roszczeń, a naruszenie może zostać uznane za przestępstwo.

Utwory są chronione przez dwa rodzaje praw autorskich: autorskie prawa osobiste (w tym prawo do oznaczania utworu swoim nazwiskiem czy decydowania o pierwszym

udostępnieniu utworu) oraz autorskie prawa majątkowe (w szczególności prawo do korzystania z utworu i rozporządzania nim). W kontekście działań marketingowych najważniejszy jest aspekt wykorzystywania utworu jako przejawu autorskiego prawa majątkowego.

Zgodnie z normami dotyczącymi autorskich praw majątkowych – co do zasady – nie można wykorzystywać utworów bez zgody uprawnionej osoby (przede wszystkim twórcy, ale niekoniecznie, o czym dalej). Prawo do wykorzystywania utworu może zostać przyznane innej osobie umownie, poprzez przenie-

sienie autorskich praw majątkowych lub poprzez udzielenie licencji. Przeniesienie praw autorskich ma zasadniczo trwały charakter (analogicznie do oddania lub sprzedania

innej osobie materialnej rzeczy na własność). Z kolei licencja polega na zachowaniu przez daną osobę praw autorskich przy jednoczesnym wyrażeniu zgody na wykorzystywanie utworu w określony sposób (analogicznie do najmu np. samochodu, przy czym z natury rzeczy zarówno właściciel praw autorskich, jak i licencjodawca może korzystać z utworu jednocześnie

• Pola eksploatacji, na których licencjodawca może korzystać z utworu. Pole eksploatacji jest to sposób, w jaki może być wykorzystywany dany utwór. Przykładem pola eksploatacji jest wytwarzanie egzemplarzy utworu określoną techniką (np. nagrywanie ich na płytach CD) lub publiczne odtworzenie (np. w reklamie). Z punktu widzenia przedsiębiorcy jako

o prawie autorskim i prawach pokrewnych, zgodnie z którą jeżeli w umowie nie określono wysokości wynagrodzenia, jego wysokość określa się z uwzględnieniem zakresu udzielonego prawa oraz korzyści wynikających z korzystania z utworu. Strony mogą też wyrazić wyłączenie prawa licencjodawcy do wynagrodzenia.

- Prawa zależne – to prawa do rozporządzania i korzystania z opracowania utworu, takiego jak tłumaczenie, przeróbka, adaptacja. Jeżeli umowa nie będzie przewidywała inaczej, twórca zachowa wyłączne prawo zezwalania na wykonywanie zależnego prawa autorskiego. Jeśli więc chcemy wykorzystać piosenkę w reklamie w zmienionej formie (na przykład jako tzw. remiks), wówczas musimy to prawo określić w umowie licencji.
- Obowiązek rozpowszechnienia utworu – strony mogą postanowić, że licencjodawca będzie miał nie tylko prawo, ale także obowiązek rozpowszechnić dany utwór. Twórca może bowiem zależeć na promocji jego twórczości, znamy bowiem szereg twórców, którzy

Przed wykorzystaniem utworu w akcji reklamowej należy upewnić się, czy mamy do tego prawo.

w ten sam lub różny sposób – na przykład zespół muzyczny może wykonywać piosenkę na koncercie, podczas gdy jednocześnie jest ona wykorzystywana w reklamie). Jeżeli ktoś wykorzystuje utwory w sposób nieuprawniony, wówczas osoba uprawniona może wobec takiej osoby dochodzić swoich roszczeń (np. wynagrodzenia za korzystanie z utworu bez umowy), a naruszenie może zostać uznane nawet za przestępstwo.

Przed wykorzystaniem utworu w akcji reklamowej należy zatem upewnić się, czy mamy do tego prawo. Jeżeli chcemy zamieścić w reklamie fragment piosenki znanego zespołu, powinniśmy się zwrócić do niego (lub też jego agenta, wydawcy lub organizacji zarządzającej jego prawami autorskimi) w celu zawarcia umowy licencji. Prawidłowo sporządzona umowa licencji (tj. taka, która zabezpiecza interesy obu stron i jest zgodna z ich intencjami) powinna zawierać m.in. następujące postanowienia:

- Dokładne określenie utworu, który ma być jej przedmiotem, a jeżeli taki utwór jeszcze nie powstał – możliwe dokładne określenie jego rodzaju.

reklamodawcy bardzo ważne jest, aby szczegółowo i wyczerpująco określić w umowie licencji pola eksploatacji, zgodnie bowiem z ustawą o prawie autorskim i prawach pokrewnych umowa taka obejmuje tylko pola eksploatacji wyraźnie w niej wymienione. Innymi słowy, jeżeli np. w umowie licencji nie znajdzie się postanowienie, że licencja jest udzielana w zakresie publicznego odtworzenia piosenki, wówczas nie będzie

Dobrze przemyślana strategia marketingowa umożliwia dotarcie do większej liczby odbiorców i zaistnienia w ich świadomości, ale powinna szanować dorobek i prawa autorskie twórców.

my mogli jej zamieścić w reklamie (reklama siłą rzeczy jest bowiem odtwarzana publicznie), a zatem nie osiągniemy celu umowy.

- Wynagrodzenie – jeżeli umowa nie zawiera żadnych postanowień dotyczących wynagrodzenia licencjodawcy, nie oznacza to, że licencjodawca nie będzie musiał go uiścić. Wręcz przeciwnie: zastosowanie znajdą tutaj przepisy ustawy

stali się popularni w wyniku wykorzystania ich utworów w reklamach.

Dobrze przemyślana strategia marketingowa daje możliwość dotarcia do większej liczby odbiorców i zaistnienia w ich świadomości, ale powinna także szanować dorobek i prawa autorskie twórców. Inaczej nawet najbardziej kreatywny pomysł może zakończyć się fiaskiem. ■

Dieta roślinna jest coraz częściej wybierana przez sportowców

Wyobraźcie sobie, że macie do przebiegnięcia maraton. Co oprócz dobrze zaplanowanego treningu może wzmocnić wasz organizm i pokazać na co was stać?

Izabela Turba

magazyn Moja Harmonia Życia

Wielu światowej sławy sportowców, a także zwykłych śmiertelników uprawiających sport dla zdrowia i przyjemności przekonało się na własnej skórze, że pełnowartościowa, zbilansowana dieta roślinna jest odpowiedzią na powyższe pytanie. Większość z nich nie była w stanie uwierzyć, że można intensywnie trenować i osiągać wyniki, nie jedząc białka odzwierzęcego. Ze

wszystkich stron jesteśmy bombardowani mitem o niewyobrażalnej ilości białka, które potrzebne jest do zbudowania silnych mięśni. Wśród męskiej części sportowców panuje stereotyp prawdziwego mężczyzny, który odżywia się mięsiwem i dzięki temu jest mocny. Ci, którzy odważyli się spróbować diety roślinnej, zauważyli jednak, że ich wyniki diametralnie się poprawiły.

Ci, którzy odważyli się spróbować diety roślinnej, zauważyli, że ich wyniki diametralnie się poprawiły.

Weganizm sam w sobie ma bardzo pozytywny wpływ na poprawę zdrowia.

Spożywając więcej warzyw i owoców, dostarczamy naszemu organizmowi błonnik, który przyspiesza przemianę materii. Na strawienie i wydalenie produktów odzwierzęcych potrzeba dużo więcej czasu niż w przypadku roślin. Te pierwsze mogą przyczyniać się również do stanów zapalnych. Jelita, które szybciej się oczyszczają, nie są narażone na niepotrzebne toksyny, stąd większa odporność na przeziębienia i szybszy powrót do zdrowia po drobnych kontuzjach. Każdy organizm potrzebuje czasu na regenerację po wyczerpującym wysiłku fizycznym. Sportowcy wegańscy zauważyli, że ten czas wyraźnie im się skrócił, odkąd odrzucili mięso, jajka i produkty mleczne. Ich organizm nie musi zajmować się długotrwałym trawieniem. Dzięki temu mogą trenować więcej, szybciej się regenerować i osiągać lepsze wyniki. Bogactwo roślin dostarcza dodatkowo ogromnej ilości witamin i mikroelementów, które potrzebne są do optymalnego zdrowia. Stąd też wspomnianą większą ilość energii wegan.





Scott Jurek zaczynał karierę sportową jako typowy mięsożerca. Kiedy przeszedł na weganizm, przekonał się, ile więcej może osiągnąć. Fot. Wikipedia, Windriverwild

Kto więc przeszedł już na roślinną stronę mocy?

Przedstawię wam troje światowej sławy sportowców. Są oni przedstawicielami dużo większej i stale rosnącej grupy.

Scott Jurek, którego książkę „Jedz i biegaj” polecam gorąco nie tylko sportowcom, ma na swoim koncie udział i zwycięstwa w licznych ultrabiegach na dystansach 100 lub 135 mil (160 i 217 km). Swoją karierę sportową zaczynał jako typowy

mięsożerca, ale dopiero kiedy przeszedł na weganizm, przekonał się, o ile więcej może osiągnąć. Jest roślinożercą od 1999 r.

Venus Williams, amerykańska tenisistka, zdobywczyni czterech złotych medali olimpijskich, a także pięcio-

Jak mówią specjaliści od diety roślinnej, złego odżywiania nie można wybiegać i spodziewać się wspaniałej formy. Najpierw zadbajmy o to, czym karmimy nasze ciało, a wtedy zwiększymy swoje szanse, by przez długie lata uprawiać ulubione dyscypliny. ■

Bogactwo roślin dostarcza ogromnej ilości witamin i mikroelementów, które potrzebne są do optymalnego zdrowia.



Venus Williams przeszła na dietę wegańską w 2001 roku. Fot. Wikipedia

krotna zwyciężczyni turnieju Wimbledon, na dietę wegańską przeszła w 2001 r., by wyleczyć chorobę autoimmunologiczną. Odkąd odrzuciła produkty odzwierzęce, czuje się o wiele lepiej zarówno na korcie tenisowym, jak i w życiu codziennym.

Meagan Duhamel jest łyżwiarką figurową. Zdobyła między innymi srebrny medal olimpijski w 2014 r. Z jedzenia produktów pochodzenia zwierzęcego zrezygnowała w 2008 r. i bardzo się z tego cieszy.

A zwykli śmiertelnicy, którzy uprawiają sport dla zdrowia i przyjemności? Czy sam sport wystarczy, by utrzymać nas przy zdrowiu? I jak długo będziemy mogli żyć aktywnie?



Magazyn „Moja Harmonia Życia” popularyzuje ideę zgodnego z naturą, światowego i aktywnego życia. Tworzony jest przy udziale ekspertów i praktyków z wielu dziedzin, jak psychologia filozofia, medycyna naturalna, medycyna konwencjonalna, dietetyka, kulturoznawstwo, rozwój osobisty. Ukierunkowany jest na poprawę jakości życia i zdrowia z poszanowaniem natury oraz otaczającego nas świata.

Duży problem niskiej emisji

W czasie grzania zimowego dymią wszyscy i narzekają wszyscy. Mija sezon grzewczy – temat znika. Przestają o nim mówić politycy i samorządowi decydenci. Do pierwszego dymu w listopadzie...

Krzysztof Mączkowski

Problem smogu to sprawa zaniechań ekologicznych, społecznych i ekonomicznych. Zanieczyszczenie powietrza po latach komunistycznych zaniedbań w tej mierze ponownie stało się – tym razem nie za sprawą wielkiego przemysłu, ale niskiej emisji, pochodzącej z niewysokich kominów domowych kotłowni – czynnikiem wzrostu śmiertelności.

Zadziwia mnie brak polskiej wrażliwości – już nie w kwestii ekologicznej, ale ochrony zdrowia. Wydawało mi się to najlepszym argumentem na rzecz zwalczania smogu w Polsce. Palenie odpadów w piecach domowych to ogromny problem nie tylko z obszaru ochrony środowiska, ale także – a może przede wszystkim – zdrowotny. Powoduje to (przy rela-

oddechowego. Rocznie z jego powodu umiera w Polsce ok. 40 tysięcy ludzi!

Nie do końca przekonują mnie głosy, że niska emisja to efekt "ubóstwa energetycznego", bo palą nie tylko ubodzy, a również – i to w dużej mierze – ludzie majątni, mający swe firmy. W przypadku biednych ludzi nie doczekaliśmy się jakiegoś modelowego mechanizmu dopłaty do zakupu dobrej jakości węgla, o innych „czystszych” paliwach nie wspominając. Dopoki nie zostanie on wprowadzony w życie, wielokrotnie dyskusję o eliminacji niskiej emisji politycy będą zamykali troską o najuboższych. A maraton wyborczy dopiero się zaczyna. To też problem moralny, bo okazuje się, że (prawie) nikt odpowiedzialny za narodową moralność i religijność nie zauważa,

Rocznie z powodu smogu umiera w Polsce ok. 40 tysięcy ludzi!

Problem ma też wymiar społeczny i ekonomiczny – w wielu wypadkach odpadami i złej jakości węglem palą ludzie biedni, a nikt dotąd się nimi nie zainteresował.

Winni zaniedbań są i politycy, i samorządowcy. Ci pierwsi już dawno powinni wprowadzić regulacje prawne ograniczające sprzedaż starych pieców albo zakaz handlu złej jakości węglem. Samorządowcy z kolei długo nie reagowali wystarczająco aktywnie, by nie przesadzić i nie narazić się na przegrane wybory. Bo plastikami, lakierowanymi meblami i butelkami po starych olejach nie pali jakiś anonimowy trucieli, ale konkretny Władek, Kaziu, Jarek, Zdzisia i Gosia, a każda taka osoba, jej rodzina i znajomi to konkretny głos w wyborach. To szansa na wygraną albo scenariusz na przegraną.

tywnie niskiej temperaturze spalania, bez odpowiednich filtrów) emisję między innymi dioksyn i furanów, najbardziej niebezpiecznych dla naszego zdrowia i życia chemikałów. W połączeniu z mgłami mamy efekt smogu – jaki kiedyś występował jedynie w dużych aglomeracjach – prawie w każdym polskim mieście

Niska emisja to nie tylko efekt "ubóstwa energetycznego", bo palą nie tylko ubodzy, ale – też w dużej mierze ludzie majątni, mający firmy.

i wsi. Jazda po Polsce jesienią i zimą, kiedy wszyscy palą wszystkim, jest zdrowotnym horrorem. Smog jest jednym z głównych czynników najpoważniejszych chorób układu krążenia, serca i układu

że ktoś, kto truje siebie i sąsiadów, występuje przeciwko piątemu przykazaniu Bożemu...

Julian Tuwim swego czasu napisał "Kwiaty polskie". Wyczekuję poety, który napisze "Smród polski". ■

Najciekawsze Działania Godne Uwagi wybrane!

13 grudnia w Poznaniu odbyła się uroczysta gala konkursu Działania Godne Uwagi na najciekawsze inicjatywy zrealizowane przez organizacje społeczne z Wielkopolski.

Konkurs Działania Godne Uwagi ma na celu promowanie aktywności podejmowanych przez wielkopolskie organizacje pozarządowe, spółdzielnie socjalne oraz grupy nieformalne. To jedyny konkurs pozwalający wyróżnić działaczy społecznych z całego województwa.

Z nadesłanych do udziału w konkursie 93 zgłoszeń kapituła wyłoniła 10 laureatów. Trzech zwycięzców wskazali także internauci w głosowaniu na portalu społecznościowym. Konkurs pokazał, jak wielki potencjał drzemie w sektorze społecznym. Zgłoszone inicjatywy zaskakiwały pomysłowością i zaangażowaniem mieszkańców. Wszystkie zostaną opisane w publikacji Działania Godne Uwagi, od kwietnia dostępnej na stronie www.pisop.org.pl.



Gałę otworzyli Ewa Gałka – prezeska Zarządu Centrum PISOP oraz Wojciech Zarzycki – dyrektor Regionalnego Ośrodka Polityki Społecznej w Poznaniu



Zwycięzcy otrzymali pamiątkowe dyplomy oraz statuetki



Laureaci wyłonieni zostali w 5 kategoriach oraz w 5 subregionach



Gałę uświetnił koncert zorganizowany przez Fundację Pro Musica



W skład kapituły weszli: widoczne na zdjęciu: Ewa Gałka – Centrum PISOP, Aleksandra Kowalska – Stowarzyszenie Na Tak, Wanda Wasilewska – Radio Poznań, Monika Olszewska – Winkhaus Polska, Ewa Superczyńska – Ośrodek Doskonalenia Nauczycieli, Marzena Wodzińska – Zarząd Województwa Wielkopolskiego, Jarosław Kędzierski – TVP Poznań, Jakub Krzewina – Raben Group, Marcin Wesołek – Gazeta Wyborcza, Wojciech Zarzycki – ROPS w Poznaniu

PARTNERZY

asBIZnesu

OPINIOTWÓRCZY KWARTALNIK O SPOŁECZNEJ ODPOWIEDZIALNOŚCI



WIELKOPOLSKA IZBA
PRZEMYSŁOWO-HANDLOWA



BUDOWY
PRZEWAGI
KOMUNIKACYJNA
NASZYCH
KLIENTÓW



POZnań
convention bureau



Pracodawcy RP
WIELKOPOLSKA



WORLD TRADE CENTER®
POZNAŃ



The European Law Students' Association

CITY PARK
HOTEL & RESIDENCE
★★★★★



UNIwersYTET EKONOMICZNY
W POZNANIU

Moja
Harmonia Życia
CIAŁO-DUSZA-UMYSŁ



NICKEL TECHNOLOGY
PARK POZNAŃ



Rosicki Purski
Wspólnicy Ecdf
KANCELARIA RADCOŃ PRAWNYCH



WYŻSZA SZKOŁA BANKOWA
w Poznaniu



WYŻSZA SZKOŁA
LOGISTYKI



Sheraton
Poznań
HOTEL



rehasport
clinic



POLAND
IAESTE

ILONNHOTEL
POZNAŃ



TRENERZY.ORG.PL
Polskie Towarzystwo
Trenerów Biznesu



inonecar.com



CIENISTA OFFICE

Szukaj inspiracji i dobrych praktyk
na www.asbiznesu.pl

