

PROPAGANDA

Elk, ul. Małeckich 3 | tel. 87 737 78 45 | www.adelfi.pl



Praktyka czyni mistrza

Spółdzielnie uczniowskie wpisują się w założenia przedsiębiorczości społecznej; łączą ze sobą cele społeczne i gospodarcze. Nic nie zastąpi praktyki, doświadczenia i wiedzy, które daje jedynie prowadzenie własnego biznesu, samodzielne podejmowanie decyzji finansowych, samodzielne analizowanie ryzyka, szacowanie budżetu, planowanie promocji...

str. 3

Ważne, ważniejsze, najważniejsze

Od sprzedaży kilku kawałków sera przywiezionych ze spotkań w Monetach, poprzez nowe miejsca i produkty przynoszące organizację sprzedaży na większą skalę, aż po kampanię fundraisingową pozwalającą Łącznikowi na zbudowanie społecznego sklepu internetowego – to droga, którą przeszliśmy, by być tu i teraz, w tym miejscu, w którym jesteśmy.

str. 2

Jak powinniśmy mówić o ekonomii społecznej?

Często próbujemy promować nasze działania mówiąc to, co sami chcielibyśmy usłyszeć. Jednak w tym wypadku, jako „społecznicy”, mamy inną wrażliwość na słowo „reintegracja” niż „typowy Kowalski”. Ogół społeczeństwa jeszcze nieufnie podchodzi do biznesów prowadzonych przez osoby wykluczone.

str.10

Łącznik w rozwoju

Od sprzedaży kilku kawałków sera przywiezionych ze spotkań w Monetach, poprzez nowe miejsca i produkty przynoszące organizację sprzedaży na większą skalę, aż po kampanię fundraisingową pozwalającą Łącznikowi na zbudowanie społecznego sklepu internetowego – to droga, którą przeszliśmy, by być tu i teraz, w tym miejscu, w którym jesteśmy.



str. 6

Wywiad z Pawłem Bosakiem – prezesem Fundacji TATARAK

Dla nas ważniejsze są jednak małe, codzienne sukcesy, jak np. opinie naszych klientów: „Smaczna kawa, fajni, rozmowni pracownicy”, „To był naprawdę Dobry Dzień. Bardzo dziękuję i czekam na więcej... Organizacja w punkt. Piękna inicjatywa ... Polecam z całego serca.”

str. 7





Ważne, ważniejsze, najważniejsze

Prowadzenie fundacji i stowarzyszeń daje bardzo dużo możliwości. W zasadzie z dostępnych form prawnych prowadzenia działalności, to właśnie podmioty ekonomii społecznej mogą korzystać z najszerszego wachlarza źródeł finansowania, z największej ilości preferencyjnych warunków i zasad funkcjonowania (na przykład z wynajmowania lokali należących do samorządu na preferencyjnych zasadach, z pożyczek o bardzo atrakcyjnym oprocentowaniu, zwolnień z podatku dochodowego, itp.). Dotacje, darowizny, sponsoring, działalność odpłatna i gospodarcza, lokaty, zbiórki publiczne, loterie fantowe – to część sposobów na pozyskiwanie środków dla organizacji pozarządowych. Dodatkowo podmioty te pozwalają na łączenie celów społecznych i ekonomicznych. Pozwalają na realizację pasji, niesienie pomocy,

szerzenie istotnych idei i wartości. Katalog obszarów, w których mogą funkcjonować ngo jest naprawdę pojemny; od edukacji, kultury, sportu, przez turystykę, ochronę zdrowia, ekologię, po działalność na rzecz równych praw kobiet i mężczyzn, aktywizację zawodową i obronność RP. A to tylko ułamek możliwości. Dlatego z pewnością warto rozważyć opcję wejścia w szeregi działaczy ekonomii społecznej.

Jednakże oprócz niewątpliwych korzyści płynących z prowadzenia stowarzyszeń i fundacji dla samych prowadzących oraz dla społeczności w ogóle, pod rękę z nimi idą obowiązki i ograniczenia. Wiele organizacji zdaje się o nich całkowicie zapominać i zupełnie beztrzęsco skupia się na realizacji swoich celów, niekiedy niezgodnie z prawem. I owszem, często podmioty ekonomii społecznej są na uprzywilejowanych

pozycjach; urzędy i instytucje traktują je łagodnie i z przyzwoleniem oka. Co jeszcze bardziej rozleniwią, co powoduje jeszcze większe przyzwolenie samych zarządów organizacji na pewne niedociągnięcia, zaniedbania, zaniechania. Rzadko kiedy pozarządówkę dotyczą kary administracyjne (pieniężne czy zakazu prowadzenia działalności albo pełnienia funkcji), częściej są to zwykłe, niegroźne upomnienia. Ale czy to faktycznie oznacza, że warto działać po łebkach, bez uwzględniania reguł prawnych i dostosowywania się do wymogów płynących z przepisów? Chyba niekoniecznie. Raz, że stawia to organizacje w negatywnym świetle w oczach „cywilów”, napędza czarny PR, budzi niechęć i pytania o poziom etyki w ngo; dwa - warto móc spać spokojnie, zamiast liczyć na ślepy fart i życzliwość urzędników.

Wydanie jest bezpłatne

PROPAGANDA

Adelfi STOWARZYSZENIE
STOWARZYSZENIE  **STOWARZYSZENIE**
ESWIP ORGANIZACJA
POŻYTU PUBLICZNEGO

Wydawca: Stowarzyszenie Adelfi | ul. Armii Krajowej 6/9, 19-300 Elk | Tel. 87 737 78 45 | e-mail: stowarzyszenie@adelfi.pl



Rzeczpospolita
Polska



Zdrowe życie, czysty zysk

Unia Europejska
Europejski Fundusz Społeczny



Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

O CZYM MUSIMY PAMIĘTAĆ?

Prowadząc organizację pozarządową powinniśmy znać nasz statut. Nie musimy obudzeni w środku nocy bez zająknięcia cytować poszczególnych paragrafów, ale absolutną podstawą jest stosowanie się do jego zapisów. Jeśli coś leży w kompetencji zarządu, np. przyjmowanie nowych członków stowarzyszenia, to nie przyjmujemy ich uchwałą walnego. Jeżeli do podjęcia jakiejś decyzji potrzebna jest obecność wszystkich członków danego organu, to uchwały nie może podpisać tylko jeden z nich. Cele, zasady reprezentacji, źródła pozyskiwania majątku – wszystko to zapisane jest w statucie i w jego ramach należy się poruszać. Statut to podstawowy dokument wewnętrzny organizacji.

Kolejna kwestia – zgłaszanie zmian do KRS, CRBR, US. Najlepiej przy okazji jakichś zmian, zajrzeć do dokumentów rejestrowych czy NIP 8 i sprawdzić, czy nie zmieniamy informacji w nich podanych. Jeśli tak, mamy 7 dni na zgłoszenie tego do odpowiednich urzędów. Tak więc zmiany w zarządzie, w organie nadzoru, zmiana nazwy, siedziby, statutu, nr konta – to między innymi dane, które zawsze powinniśmy zaktualizować.

Stowarzyszenia i fundacje muszą prowadzić księgowość. Czy będzie to księgowość pełna, czy tzw. uproszczona to już zależy od przepisów i potrzeb, natomiast każdy przychód i koszt musi zostać zaksięgowany. Sposób księgowania, zasady obiegu dokumentów finansowych, terminy inwentaryzacji, instrukcja kasowa, itp. powinny być zapisane w polityce rachunkowości. Ją również musi posiadać każda organizacja. Politykę przyjmuje uchwałą zarząd.

Jeżeli ngo organizuje loterie fantowe, przyjmuje lub dokonuje płatności w gotówce o wartości równej

lub przekraczającej równowartość 10 000 euro, bez względu na to, czy płatność jest przeprowadzana jako pojedyncza operacja, czy kilka operacji, które wydają się ze sobą powiązane, prowadzi usługi biura rachunkowego – musi spełnić także wymogi wynikające z ustawy o przeciwdziałaniu praniu pieniędzy oraz finansowaniu terroryzmu. Czyli między innymi przyjąć politykę bezpieczeństwa finansowego.

W zasadzie każda organizacja w jakimś zakresie przetwarza dane osobowe (członków, pracowników, wolontariuszy, beneficjentów projektów). W związku z tym powinna posiadać pakiet dokumentów zgodnych z przepisami RODO, np. instrukcję/politykę/regulamin przetwarzania danych osobowych, rejestr czynności przetwarzania, procedurę postępowania w realizacji praw osób, których dane są przetwarzane. Musimy pamiętać, że dane osobowe są dziś walutą; należy właściwie je chronić.

Wszelkie ważne decyzje w podmiotach ekonomicznej powinny być podejmowane w formie uchwały – powinny być dokumentowane i przechowywane. Oryginał uchwały zawsze musi pozostać w naszych teczkach czy segregatorach; jeżeli urząd/instytucja wymaga jakiejś uchwały, najlepiej przygotować ją w dwóch jednobrzmiących egzemplarzach.

Organizacje prowadzące pełną księgowość muszą co roku składać sprawozdanie finansowe. Poza tym co roku trzeba również rozliczyć się z urzędem skarbowym składając CIT 8 (ten obowiązek dotyczy każdej fundacji i stowarzyszenia).

Jeżeli organizacje zatrudniają pracowników, muszą dostosować się do przepisów ogólnych, tj. między innymi do prawa pracy. Opłacają składki i odprowadzają podatki. Szkolą z BHP i współpracują z lekarzami medycyny pracy, jeśli zatrudniają na umowę o pracę. Po przekroczeniu 200 000 zł dochodu na działalności gospodarczej lub odpłatnej, stają się VATowcami. Czasami wejście na VAT spowodowane jest rodzajem

prowadzonej działalności (na przykład usługi prawnicze, doradcze, sprzedaż komputerów).

W wypadku przekroczenia 20 000 zł rocznego obrotu na rzecz osób fizycznych, organizacja musi zakupić kasę fiskalną. Z obowiązku posiadania kasy fiskalnej można zostać zwolnionym, np. jeżeli wszystkie płatności od osób fizycznych nieprowadzących działalności gospodarczej przyjmowane są tylko przelewami, a organizacja posiada ewidencję i dowody dokumentujące zapłatę, z których jednoznacznie wynika, jakiej konkretnie czynności dotyczyła.

CZY TO WSZYSTKO?

Oczywiście nie ☺ Mimo że zasad i obowiązków organizacji pozarządowe wcale nie mają mało, to nadal są jedną z najatrakcyjniejszych form działalności i cieszą się dużym zainteresowaniem. Warto prowadzić je bez nadmiernych kombinacji, w zgodzie z przepisami i pamiętać, że za wszelkie zaniedbania, a nawet za błędy księgowe odpowiada zarząd i to przede wszystkim w jego interesie leży to, żeby organizacja działała nie tylko efektywnie, ale i zgodnie z prawem.

Wszystkich chcących działać w ngo lub już prowadzących swoje stowarzyszenia czy fundacje, a nie mających pewności czy wszystko w ich papierach gra, zapraszamy do korzystania ze wsparcia OWES.



Małgorzata Zając

Praktyka czyni mistrza

Polski system edukacji wymaga od uczniów przyswajania dużej ilości wiedzy, często zupełnie nieadekwatnej do potrzeb, niewykorzystywanej w przyszłości, takiej, którą wyrzuca się z pamięci zaraz po klasówce. Mimo że od 2002 r. w szkołach ponadgimnazjalnych zagościł przedmiot dotyczący podstaw przedsiębiorczości, to trudno oczekiwać, że samo słuchanie i czytanie o przedsiębiorczości, nauka definicji, rozwiązywanie testów, sprawia, że młodzież nagle będzie potrafiła organizować, planować, współpracować, zarządzać, elastycznie odpowiadać na zmiany. Tak samo jak przeczytanie książki o krawiectwie nie sprawi, że od razu usiądziemy przy maszynie, a spod naszych rąk wyjdzie elegancka kreacja na kolację z teściową. Co prawda coraz więcej się mówi o konieczności dostosowania edukacji do zmieniającej się rzeczywistości, ewoluujących rynków pracy. O konieczności bardziej efektywnego przygotowania młodych ludzi do satysfakcjonującego pełnienia ról społecznych i zawodowych, ale pożądane zmiany rodzą się długo i w bólach, przynosząc różne skutki.

Coraz częściej nauka przedsiębiorczości rozpoczyna się już w przedszkolach; powstają programy nauczania najmłodszych, gry i zabawy uczące czym jest pieniądź, współpraca, wymiana usług, itp. Kompetencje ekonomiczne i społeczne wyraźnie zyskują na znaczeniu, stają się docenianymi umiejętnościami. Minister Edukacji

i Nauki planuje nawet wprowadzenie od 2023 roku przedmiotu: biznes i zarządzanie. Miałby on zastąpić obecne podstawy przedsiębiorczości rozszerzając dotychczasową podstawę programową tych zajęć. Szczególny nacisk w ramach BiZ ma być położony na pracę w grupach, analizowanie praktycznych przykładów doświadczeń polskich i zagranicznych przedsiębiorców, a także na rozwijanie kompetencji liderkich. Ma być więcej wiedzy praktycznej, więcej innowacyjnych form nauki. I mimo że są to bardzo dobre informacje, to jednak nic nie zastąpi praktyki; doświadczenia i wiedzy, które daje jedynie prowadzenie własnego biznesu, samodzielne podejmowanie decyzji finansowych, samodzielne analizowanie ryzyka, szacowanie budżetu, planowanie promocji...

I CO Z TYM ZROBIĆ?

No ale jak tu umożliwić praktykę uczniom, bez konieczności wysyłania ich do zewnętrznych firm, poza teren szkoły? Otóż funkcjonującym już od





dawna rozwiązaniem, niestety obecnie zbyt mało popularnym, są spółdzielnie uczniowskie. Początki spółdzielczości uczniowskiej sięgają pierwszych lat XIX wieku, kiedy to rozwijać zaczął się ogólny ruch spółdzielczy. Pierwszą spółdzielnię uczniowską w Polsce utworzyła w 1900 roku Jadwiga Dziubińska, działaczka w obszarze oświaty, członkini Towarzystwa Kooperatystów. Założyła ją razem z proboszczem w szkole gospodarczej dla dziewcząt w Pszczelinie pod Warszawą. Spółdzielnia uczyła zaradności, gospodarowania, uczciwości i szacunku. Cztery lata później Jadwiga Dziubińska założyła kolejną spółdzielnię w Kruszyńku koło Włocławka, w szkole gospodarczej dla dziewcząt wiejskich. Spółdzielnia organizowała całe życie szkoły i internatu. W szkole średniej ogólnokształcącej pierwsza spółdzielnia uczniowska powstała w Warszawie w 1906 roku. Okres wojen i okupacji zahamował rozwój spółdzielczości, jednak po II wojnie światowej nastąpiło jej odrodzenie.

W 1949 roku było zarejestrowanych 14 700 spółdzielni uczniowskich, a w latach siedemdziesiątych polska spółdzielczość uczniowska była zaliczana do najprężniej działających na świecie, obok francuskiej, brytyjskiej, szwedzkiej i duńskiej. Obecnie funkcjonuje ok. 7000 spółdzielni, najwięcej w województwach: małopolskim, śląskim, mazowieckim, warmińsko – mazurskim i świętokrzyskim.

Podejmowanie inicjatyw związanych z rozwojem spółdzielczości uczniowskiej oraz kształtowanie sprzyjających warunków dla jej rozwoju należy do zadań

Krajowej Rady Spółdzielczej; zadanie to zostało nałożone przez ustawę – Prawo spółdzielcze. Rozwój spółdzielczości wspiera również powstała w 1993 roku krakowska Fundacja Rozwoju Spółdzielczości Uczniowskiej oraz Ośrodki Wsparcia Ekonomii Społecznej, które prowadzą lekcje ekonomii społecznej w szkołach, omawiając między innymi tematykę spółdzielczości uczniowskiej i zachęcając samorządy i szkoły do tworzenia spółdzielni; inspirują i edukują, często służą też pomocą przy powoływaniu spółdzielni.

IDEA I PODSTAWY PRAWNE

Spółdzielnie uczniowskie wpisują się w założenia przedsiębiorczości społecznej; łączą ze sobą cele społeczne i gospodarcze. Uczą współpracy, kooperacji, odpowiedzialności. Zyski spółdzielni są najczęściej przeznaczane na cele społeczności szkolnej, czyli mogą wspierać jej integrację, zapewniać większy dostęp do kultury czy zajęć sportowych, mogą być przeznaczane na pomoc

potrzebującym uczniom, itp. Spółdzielnie kształtują umiejętności zespołowego działania i gospodarowania w warunkach gospodarki rynkowej, uczą

postaw przedsiębiorczych, pracy w grupie i odpowiedzialności za nią, samodzielności, szybkiego podejmowania decyzji, szacunku do pieniędzy, mądrego i racjonalnego inwestowania oraz strategicznego myślenia o przyszłości. Rozwijają kreatywność, zaangażowanie, umiejętność wychodzenia z własną inicjatywą. Prowadzenie spółdzielni uczy zmagania się z przeciwnościami i przezwycięzania ich, elastyczności.

W przeciwieństwie do teoretycznych zajęć z przedsiębiorczości, spółdzielczość uczniowska jest doskonałą formą nauki poprzez działanie. Daje możliwość doświadczenia, praktycznego prowadzenia własnej mikrofirmy.

Członkowie spółdzielni zrzeszają się dobrowolnie, na zasadach otwartości, demokratycznej kontroli członkowskiej, ekonomicznego uczestnictwa członków, autonomii, niezależności, troski o lokalną społeczność. Spółdzielnia stanowi swoistą symulację prowadzenia przedsiębiorstwa spółdzielczego, jest formą edukacji w obszarze praktycznego funkcjonowania przedsiębiorstwa oraz wspólnotowego (zespołowego) działania dla realizacji wyznaczonych wspólnie przez członków celów. Pozwala również na propagowanie idei, wartości oraz społecznie istotnych inicjatyw i postulatów wśród młodzieży szkolnej.

Spółdzielnia uczniowska jest organizacją uczniów, prowadzoną przez nich samodzielnie pod opieką nauczyciela - opiekuna i działa na podstawie statutu uchwalonego przez Walne Zgromadzenie Członków - Założycieli (uczniów),

w oparciu o przepisy Prawa spółdzielczego. Ważnym jest, żeby w statucie szkoły znalazł się zapis o tym, że działa w niej spółdzielnia uczniowska.

Spółdzielnie uczniowskie nie mają odrębnego bytu prawnego, nie posiadają osobowości prawnej. Działają w strukturach szkolnych zgodnie z ustawą o systemie oświaty. Członkami spółdzielni mogą być tylko uczniowie, a dokładnie co najmniej 10 uczniów.

Organizacja nie płaci podatków (nawet jeśli prowadzi, np. sklepik); zgodnie z art. 6 ust. 1 ww. ustawy, szkoły (jednostki budżetowe) są zwolnione podmiotowo z opodatkowania podatkiem dochodowym od osób prawnych.

OFERTA SPÓŁDZIELNI

SU (spółdzielnia uczniowska) może prowadzić działalność w zakresie organizowania zakupu i sprzedaży towarów, w szczególności: zdrowej żywności, przyborów szkolnych, podręczników w ramach prowadzonego przez SU sklepu szkolnego, może organizować sprzedaż w ramach okolicznościowych imprez organizowanych przez szkołę (np. sprzedawać wodę i zdrowe przekąski podczas zawodów szkolnych lub maski karnawałowe podczas balu maturalistów), może także realizować inicjatywy dotyczące propagowania idei

zdrowego żywienia, postaw i działań proekologicznych, itp. Rolą spółdzielni może być prowadzenie szkolnej kasy oszczędności pod patronatem instytucji finansowej, prowadzenie drobnej wytwórczości i wykonywanie usług na rzecz placówki oświatowej, w ramach której funkcjonuje spółdzielnia, organizowanie imprez kulturalnych, turystycznych i sportowych z udziałem członków spółdzielni oraz pozostałych uczniów. Tak więc, mimo że najpopularniejszą formą działalności SU są sklepiki szkolne, to wachlarz możliwości jest dużo szerszy i wiele zależy od kreatywności i biznesowej „smykałki” członków spółdzielni.

WAŻNA ROLA

Niezwykle istotną rolę w funkcjonowaniu spółdzielni uczniowskiej odgrywa opiekun. Nauczyciel, który potrafi być liderem, inspirować, zachęcać, angażować, który umiejętnie wykorzystuje zasoby szkoły i uczniów, działa w porozumieniu z dyrekcją, nawiązuje kontakty z lokalnymi przedsiębiorcami, szuka nowych wyzwań, wzmacnia uczniów, ma u nich autorytet – jest w stanie porwać za sobą tłumy i zapewnić powodzenie projektu. Jednak jeśli nauczyciel-opiekun zajmuje się SU niejako za karę, nie ma cech lidera, boi się zmian i ryzyka, zasady oraz formalności traktuje jak barierę, nie buduje relacji opartych na partnerstwie z członkami spółdzielni – będzie tylko hamował rozwój spółdzielni, o ile ostatecznie nie doprowadzi do jej rozpadu.

CO DAJE SPÓŁDZIELNIA UCZNIOM - BADANIA

Przeprowadzone co prawda 7 lat temu, ale nadal aktualne ze względu na metodykę, badania w ramach projektu „Spółdzielczość uczniowska jako instrument wzmacniania postaw przedsiębiorczych i obywatelskich wśród młodzieży” finansowanego z Programu Operacyjnego Fundusz Inicjatyw Obywatelskich, wyraźnie pokazały jak wiele uczniom daje działanie w spółdzielni uczniowskiej. Zespół badawczy w swoim raporcie wymienił pozytywne oddziaływania spółdzielczości uczniowskiej w podziale na: kompetencje miękkie (rozwiązywanie konfliktów, większa pewność siebie i śmiałość, myślenie strategiczne, zarządzanie czasem, asertywność, umiejętność rozwiązywania problemów i poszukiwania wsparcia, poprawa komunikacji, w tym umiejętności interpersonalnych), funkcje wychowawcze (angażowanie w aktywność uczniów ze środowisk dysfunkcyjnych, zagospodarowanie czasu wolnego, umiejętność przyjmowania nowej roli, podział zadań w oparciu o umiejętności i kompetencje, odpowiedzialność za siebie i za grupę, potrzeby przynależności i uznania, postawa demokratyczna - nauka respektowania zasad funkcjonowania społeczeństwa, pracowitość), uzupełnienie wiedzy szkolnej

(działalność społeczna i obywatelska, poprawa umiejętności rachunkowych i matematycznych, rozwój umiejętności sprzedażowych, nauka podstaw ekonomii i zasad funkcjonowania rynku, promowanie egalitaryzmu społecznego, nauka poprzez praktykę - praktyczna nauka ekonomii, zrozumienie zasad w oparciu o które funkcjonuje grupa, społeczeństwo). Wyniki badań są tym donioślejsze, że w zakresie oddziaływania spółdzielni opinie uczniów oraz nauczycieli były spójne.

Warto w tym miejscu przytoczyć jeszcze opinię pani Małgorzaty Święcickiej, opiekunki SU w Zespole Szkół Zawodowych nr 4 w Ostrołęce, która po 3 latach działalności spółdzielni napisała: „Po pierwsze wzrosła zdawalność egzaminu zawodowego. Nasi uczniowie klas handlowych i ekonomicznych, którzy prowadzą sklepik szkolny i bieżącą rachunkowość, w 100% zdają egzamin zawodowy, a ponadto zdobywają 100% punktów na egzaminie. Po drugie wielu też absolwentów zakłada własną działalność gospodarczą i nie mają żadnych problemów z załatwieniem formalności z tym związanych.”

PRZYKŁADY Z ŻYCIA WZIĘTE

To tyle z teorii. A gdzie i jak działają spółdzielnie uczniowskie w Polsce? Na przykład w Poznaniu, w Zespole Szkół Mechanicznych im. KEN działa Spółdzielnia Uczniowska Vzór. SU realizuje wiele projektów z bardzo różnych obszarów, np. opracowała komiksy promujące recykling, zorganizowała zbiórkę przyborów szkolnych dla potrzebujących, kiermasz używanych książek, konkurs na nietypową prezentację ulubionej książki, międzypokoleniowy karnawał, we współpracy ze schroniskiem organizowała wirtualne adopcje zwierząt. Uczniowie działają w spółdzielni w ramach wolontariatu, a zarobione środki przekazują na wsparcie najbardziej potrzebujących uczniów.

W Tarnowie, w II Liceum Ogólnokształcącym funkcjonuje spółdzielnia „Hetmanka”. W jej strukturach działa kilkudziesięciu uczniów, którzy wspólnie organizują akcje, mające stanowić odskocznnię od zajęć szkolnych, ale też zachęcają do udziału w przedsięwzięciach charytatywnych. Nagrywają filmy edukacyjne, propagują zdrowe żywienie, sprzedają rogaliki w ramach uczniowskiej akcji „Dzień Rogalika”, organizują kiermasze, koncerty, konkursy.

W Zespole Szkół Zawodowych w Gołdapi działa SU Młodzi Handlowcy prowadząca sklepik szkolny ROCKEFELER. Spółdzielnia prowadziła między innymi akcję pt. „Zjedz drugie śniadanie”, konkurs pod nazwą „STOP 18” dotyczący odpowiedzialnej sprzedaży, organizowała Dzień Handlowca i Gastronoma.

Spółdzielnia Uczniowska „Talarki” prowadzi sklepik w Zespole Szkół Powiatowych w Łysych. SU liczy 20 członków, posiada Zarząd i Radę Nadzorczą. Główna działalność to sprzedaż pieczywa

(przede wszystkim bułeczek, pączków i pizzy), słodczy i napojów w sklepiku na terenie szkoły. Do oferty SU wprowadza też produkty dla osób dbających o zdrowie i formę. Rocznie spółdzielnia sprzedaje towar za kilkadziesiąt tysięcy złotych, osiąga więc niemałe zyski, które są przeznaczone na wycieczki, zakup prowiantu dla szkolnych zawodników, organizację szkolnych uroczystości i imprez rozrywkowych. SU organizuje również zbiórki żywności dla najuboższych, zbiórki plastikowych nakrętek, itp.

„Nie ma Lipy” to SU działająca przy Zespole Szkół im. Jana Pawła II w miejscowości Lipka. Firma uczniowska organizuje warsztaty o różnej tematyce, np. filmowej, skierowane do uczniów szkoły i nie tylko. Członkowie spółdzielni wydają gazetkę szkolną, w której poruszają różną tematykę, zwracając uwagę na problemy nie tylko uczniów, ale i społeczności lokalnej. Przez spółdzielnię organizowane są imprezy integracyjne dla młodzieży i dorosłych. Członkowie spółdzielni biorą udział w projektach o charakterze edukacyjnym,

jak np. konferencje. Bardzo istotny jest też wkład uczniów w rozwój społeczności lokalnej i pomoc w rozwiązywaniu problemów mieszkańców gminy. Członkowie spółdzielni „Nie ma Lipy” organizują zbiórki rzeczowe dla najuboższych, biorą także udział w pracach o charakterze fizycznym, np. świadczą pomoc przy budowie chodników.

To tylko kilka przykładów spółdzielni uczniowskich. Jako pracownicy Ośrodka Wsparcia Ekonomii Społecznej mamy nadzieję, że będzie ich coraz więcej. Podczas prowadzonych przez nas lekcji ekonomii społecznej staramy się zachęcać do tworzenia tych uczniowskich mikrofirm, do nauki przedsiębiorczości w praktyce i tym samym przygotowywania do wejścia na rynek przyszłych mistrzów biznesu, być może społecznego.



Małgorzata Zając





Łącznik w rozwoju

Inicjatywa Łącznik powstała z potrzeby wspierania i pomagania rolnikom oraz wytwórcom żywności w sprzedaży ich produktów odbiorcom z miasta.

Wynikało to z mojej pracy animacyjnej, w której spotykając osoby wytwarzające dobre jedzenie, widziałam od razu potencjał dzielenia się z innymi i poszukiwałam sposobu, by im to dzielenie ułatwić. Starałam się zmobilizować rolników do promowania swoich produktów, pokazywania jak są wytwarzane i do nawiązywania kontaktów z klientami. Bardzo zależało mi na rozwoju inicjatywy, ponieważ jest to dobra idea dla dobrych ludzi. Niebawem dołączyła do mnie Agnieszka oraz inni wolontariusze.

Tworzenie lokalnego rynku zbytu nie jest łatwe. Na początku bazujemy na swoich znajomych, poczcie pantoflowej. U nas zaczęło się od sera przywożonego od Cecylii z Monet i jajek z Jagodnego Wielkiego, które sprzedawały się w nieprawdopodobnych ilościach. Każde gospodarstwo rolne ma nadwyżki, które chciałoby sprzedawać, ale nie ma na to czasu; nie ma też czasem pomysłu jak ten produkt przedstawić i zareklamować. Wiele osób chętnie kupi warzywa czy przetwory od lokalnych wytwórców, ale również nie ma czasu ani wiedzy jak i gdzie tych produktów

szukać. Pokonanie tych przeszkód wzięliśmy na siebie, promując lokalnych wytwórców, tworząc stronę, organizując targi i spotkania z rolnikami. Stworzyliśmy system, który pomaga w cotygodniowych zakupach, opracowałyśmy plan łącznikowych zamówień i dostaw.

Z pojedynczych rolników zrobiło się ponad dwudziestu dostawców. W ramach pracy w Ośrodku Wsparcia Ekonomii Społecznej założyłam więc grupę rolników, producentów żywności, którzy promują swoje produkty, ale również szerzą ideę krótkich łańcuchów dostaw i sprzedaży bezpośredniej. To grupa ludzi, dla których najważniejsze jest dbanie o jakość, mobilizowanie siebie nawzajem w podnoszeniu standardów produkcji oraz wsparcie w poszerzaniu swojej oferty. Wszystkim nam zależy na tym, by to co dostarczają było najwyższej jakości, smaczne, zdrowe i sezonowe. Sezonowość jest bowiem bardzo ważnym aspektem naszej pracy. Sprzedaż jest uwarunkowana porami roku; mamy dostępne tylko te produkty, które obecnie dostarczają nam zwierzęta (mleko, sery, jaja, miody) i ziemia (warzywa, owoce). Ciężkim czasem dla naszej inicjatywy jest

przedwiośnie, gdy czekamy na mleko i nowalijki. Oferujemy wtedy przetwory, miody, zioła czy pieczywo. Nie wszyscy klienci są z tego zadowoleni, ale my jednak czujemy, że pracujemy w zgodzie z naturą i nie nadwyrażamy zasobów ziemi i zwierząt, które w tym czasie mają czas odpoczynku. Pod koniec wiosny kończą się nam zapasy warzyw korzeniowych, co świadczy o bardzo dużym zapotrzebowaniu naszych odbiorców. Nasi rolnicy z roku na rok przygotowują coraz więcej produktów, ale też rynek mamy coraz większy; klientów ciągle przybywa i nasza kooperatywa się rozrasta. Pozwala nam to otwierać się na nowe, dlatego od pewnego czasu poszukujemy dobrych dostawców, organizujemy spotkania z kołami gospodyń, poszukując chętnych do współpracy rolników i wytwórców. Zależy nam na osobach zaangażowanych, które chcą się edukować i poświęcić współdziałaniu w Łączniku.

Dbamy też o rozwój samej inicjatywy ulepszając naszą tabelę, wyposażając miejsce odbiorów czy też pracując nad społecznym sklepem internetowym i formalnościami związanymi z prowadzeniem kooperatywy. Od sprzedaży kilku kawałków sera przywiezionych ze spotkań w Monetach, poprzez nowe miejsca i produkty przynoszące organizację sprzedaży na większą skalę, aż po

kampanię fundraisingową pozwalającą Łącznikowi na zbudowanie społecznego sklepu internetowego – to droga, którą przeszliśmy, by być tu i teraz, w tym miejscu, w którym jesteście.

Znajdujemy się w przededniu uruchomienia sklepu internetowego z prawdziwego zdarzenia. Platformy, która nie tylko ułatwi naszym odbiorcom robienie zakupów, a rolnikom sprzedaż, ale też będzie źródłem wiedzy i inspiracji o tym co dobre, zdrowe, lokalne i sezonowe. Nie chcemy być tylko „sklepem ze zdrową żywnością”. Łącznik to zdecydowanie więcej. Umożliwia wymianę doświadczeń, pogłębiania swojej wiedzy na temat np. pochodzenia warzyw, sezonowości, niemarnowania jedzenia, edukuje o żywności regionalnej, tradycyjnej, ekologicznej. To miejsce dobrych spotkań, wydarzeń, warsztatów, targów. Rozwijamy się, by lepiej i skuteczniej robić to, czego się podjęliśmy. Jeśli chcesz wesprzeć nasze działania, to będziemy Ci ogromnie wdzięczni. Wszystkie informacje na temat tego, co aktualnie robimy, możesz znaleźć na naszej stronie na Facebooku – Inicjatywa Łącznik.



Kamila Guzewicz

Wywiad z Pawłem Bosakiem

– prezesem Fundacji TATARAK

Paweł przedstaw się czytelnikom i powiedz kilka słów o sobie.

Można to zamknąć w jednym słowie – społecznik. Jestem człowiekiem, który blisko dwadzieścia lat pracował w administracji publicznej, a od sześciu lat całkowicie zaangażował się w sektor pozarządowy. Na etacie dyrektora Centrum Integracji Społecznej w Białej Piskiej, dbający o osoby zagrożone wykluczeniem społecznym, po godzinach prezes Fundacji TATARAK z Pizy, będącej jednocześnie przedsiębiorstwem społecznym.

Jaka jest Twoja rola w Fundacji Tatarak?

Jako prezes dbam, aby przedsiębiorstwo społeczne funkcjonowało tu i teraz, ale cały czas staram się też patrzeć dwa, trzy kroki naprzód, starając się dostrzegać nowe możliwości, ale także zagrożenia czyhające po drodze.

Ile osób zatrudnia Wasze przedsiębiorstwo społeczne?

Obecnie fundacja zatrudnia sześć osób, w tym pięć osób zatrudnionych jest na podstawie umowy o pracę w sklepie ze zdrową żywnością, w galerii rękodzieła i mobilnej kawiarni, a jedna osoba w oparciu o zatrudnienie socjalne.

Czym jako przedsiębiorstwo społeczne się zajmujecie?

Zaczynaliśmy działać równo rok temu, startując z mobilną kawiarnią pod marką Social Cafe Pisz, która jest pierwszą franczyzą społeczną w naszym województwie. Równocześnie wystartowała galeria rękodzieła, gdzie powstają głównie produkty ze sklejk i makrama, ale wykonujemy także spersonalizowane kubki, torby, długopisy, czapki, itp. W tym roku poszerzyliśmy swoją działalność o warsztaty, głównie



manualne. Miesiąc temu wystartował nasz sklep ze zdrową żywnością. Oprócz mobilnej kawiarni, która obecnie stacjonuje na placu Daszyńskiego, pozostała działalność ulokowana jest w naszej siedzibie w centrum Pizy, przy ul. Rybackiej 3a.

Dlaczego stworzyliście Fundację Tatarak?

Szukając genezy powstania fundacji, należy dostrzec przede wszystkim dwa czynniki. Po pierwsze kierowana przeze mnie organizacja pozarządowa funkcjonowała „od grantu do grantu”. Trzy lata temu zadaliśmy sobie pytanie – czy działamy tak jak obecnie, czy idziemy krok dalej? Tym krokiem była oczywiście ekonomizacja organizacji. I zdecyd-

dowaliśmy się na tę drugą opcję. Drugą kwestią była chęć stworzenia podmiotu, który dawałby szansę choćby części uczestników centrum integracji społecznej, na znalezienie zatrudnienia po zakończeniu uczestnictwa w centrum.

Jakie było Wasze największe wyzwanie?

Patrząc z obecnej perspektywy, największym wyzwaniem było doprowadzenie od początku do końca procesu tworzenia przedsiębiorstwa społecznego, gdzie jako koniec rozumiemy rozpoczęcie funkcjonowania na otwartym rynku. Jednak czuję, że to największe wyzwanie tak naprawdę jest jeszcze przed nami, choć dziś nie potrafię jeszcze określić czego ono będzie dotyczyć.

Jaki jest największy sukces waszego PS?

Największe wyzwanie to jednocześnie nasz największy sukces. Dla nas ważniejsze są jednak małe, codzienne sukcesy, jak np. opinie naszych klientów: „Smaczna kawa, fajni, rozmowni pracownicy”, „To był naprawdę Dobry Dzień. Bardzo dziękuję i czekam na więcej... Organizacja w punkt. Piękna inicjatywa... Polecam z całego serca”, „Fantastyczne warsztaty manualno-kulinarne w Galerii Tatarak, tworzymy ekologiczne, pyszne słodycze, parzymy kawę na kilka sposobów, robimy makramy i ozdoby do wystroju wnętrza – kilka godzin we wspólnym towarzystwie, to jest to co lubię”.

Jak widzisz Tatarak za 10 lat?

Fundacja istnieje zbyt krótko, aby precyzyjnie określać to, co będzie za dziesięć lat. Jednak w naszej strategii nastawiamy się w najbliższych latach na oferowanie usług społecznych dla społeczności lokalnej i za dekadę wyobrażam sobie fundację jako rzetelny i wiarygodny podmiot działający w tej sferze.

Jaką radę byś dał sobie z przeszłości?

Ufaj ludziom – nie instytucjom.



Damian Strzała



Kulturalne przemyslenia

Koncepcja zarządzania kulturą nieustannie się zmienia. Jest ona zależna od systemu, w którym żyjemy, jak również od tego przez kogo jest zarządzana. Ostatnimi czasy zauważamy tendencję do dostosowywania jej do trendów współczesnego rynku. Czyli sprowadzania kultury do roli „produktu”. Dlatego mamy do czynienia z importowanymi sztukami, filmami, itd. Dzieje się tak, ponieważ kiedy zaczynamy patrzeć na kulturę przez pryzmat rynku, jak na inne elementy gospodarki – wymagamy od niej, by generowała dochód.

Na pierwszy rzut oka nie jest to zła koncepcja, ponieważ utrzymanie instytucji kultury w mieście kosztuje. Jednak jeżeli zaczniemy analizować ją głębiej, okaże się, że takie podejście ma wpływ na jakość produkowanych wydarzeń; jakość często wątpliwą.

Finansowane przez samorząd instytucje kultury stają przed nie lada wyzwaniem. Po pierwsze wymaga się od nich rentowności, by władze dokładały do ich budżetu jak najmniej albo wcale. Dodatkowo traktowane są często jako kolejny element promocyjny rządzących. I tak dyktowana „użyteczność” instytucji z kultury tworzy rozrywkę, ta z kolei z prawdziwą sztuką ma minimalne powiązanie.

Zarządzający instytucjami kultury w dzisiejszych realiach mają zwykle dwa rozwiązania:

1. Produkcja lekkich, rozrywkowych repertuarów.
2. Wynajęcie „profesjonalnych artystów”, import gotowych spektakli, koncertów i wydarzeń.

Po co więc nam instytucje kultury? Czy potrzebujemy ich, by organizować masowe koncerty znanych nazwisk, tworzyć proste rozrywki dla znudzonych mieszkańców miast lub wspierać promocję rządzących polityków? Bez wątpienia tak (oprócz wspierania promocji polityków, z którym kompletnie się nie zgadzam). Takie wydarzenia dają możliwość kontaktu z jakąkolwiek formą ekspresji; nierzadko importowane, komercyjne festiwale dostosowane są do formy rozrywkowej, co sprawia, że są łatwiejsze w odbiorze, mają wysoką jakość estetyczną, wizualną (między innymi ze względu na ogromne budżety), budują w pewien sposób wrażliwość odbiorcy, dostarczają przeżyć i otwierają na inny rodzaj sztuki. Jednak ten sposób funkcjonowania ośrodków kultury jest już dzisiaj niewystarczający.

W nowoczesnym sposobie myślenia, kultura staje się jedną z dziedzin, która współuczestniczy w rozwoju miasta i powinniśmy spojrzeć na nią jako na narzędzie służące rozwojowi lokalnych społeczności.

Oczywiście ogromnym wyzwaniem jest to, by skłonić dzisiejszego odbior-

cę do zapłacenia za cokolwiek innego, niż tylko znaną mu do tej pory rozrywkę. Dlatego rolę samorządu i instytucji zewnętrznych jest wspieranie działań oddolnych, często eksperymentalnych, autentycznych, które pozwalają współuczestniczyć w kulturalnych wydarzeniach.

Świetnym przykładem takiego myślenia jest Poznański Program dla Kultury 2019-2023. Możemy w nim przeczytać, że obecnym wyzwaniem dla nowoczesnych ośrodków miejskich nie jest kwestia organizacji wydarzeń. Bo na te wystarczy posiadać budżet. Wyzwaniem nie jest też to, jak spowodować, aby dobre pomysły i inicjatywy pojawiały się w naszym mieście - problemem jest to, jak zatrzymać twórczych ludzi, jak wspierać ich działalność, współpracę między nimi, jak stwarzać im dogodne warunki do działania.

Kolejną ciekawą kwestią, którą przybliży poznański program, jest pojęcie „kultury relacji”, która jest odpowiedzią na pytanie, jaką rolę powinna pełnić profesjonalna działalność kulturalna. Rolę tę można określić jako udział sektora kultury w procesach uspołecznienia życia w mieście. Podwyższanie kompetencji społecznych mieszkańców i mieszkańców, budowanie więzi, podejmowanie wspólnych działań, inicjowanie otwartej, rzeczowej debaty publicznej, wspieranie wolności wypowiedzi i krytycznego myślenia – to wszystko można osiągnąć umiejętnie dobierając ofertę kulturalną. Kultura relacji niszczy też perspektywę obrazu kultury jako czegoś zarezerwowanego dla uprzywilejowanych pozycji klasycznych i współczesnych, otwiera na oddolne inicjatywy, nieformalne i ludyczne. Uwzględnia fakt, na który wskazują też badania – zmieniły się motywacje do uczestniczenia w kulturze oraz tradycyjny model „człowieka

kulturalnego”. To już nie uczestnictwo w wybranych praktykach uznawanych

za przejaw kultury „wyższej” (wcześniej główna cecha człowieka kulturalnego) zachęca nas do obcowania ze sztuką, teraz liczy się samorozwój poprzez różnicowane aktywności i współuczestnictwo. Wniosek jest jeden - następuje przewartościowanie; ze zwykłego konsumowania dóbr kultury na rzecz własnej aktywności i twórczości. Dzięki temu jesteśmy w stanie aktywnie i świadomie wytwarzać relacje między znaczeniami, przedmiotami materialnymi, technologiami i między sobą nawzajem.

Poznański Program dla Kultury zakłada też zmianę modelu miasta; z roli zarządcy w kierunku miasta w roli partnera. Jak możemy w nim przeczytać: relacje muszą rozwinąć się wewnątrz instytucji samorządu, usprawniając komunikację, czyniąc struktury i programy wsparcia bardziej transparentnymi dla środowiska twórców i mieszkańców. Rozwijać się muszą również relacje z innymi podmiotami – instytucjami kultury i edukacji, sektorem pozarządowym i sektorem komercyjnym, z inicjatywami nieformalnymi.

Tylko czy władza jest gotowa do rezygnacji ze swoich prerogatyw na rzecz współpracy oraz samoorganizujących się obywateli? Rezygnacja z własnej pozycji, współpraca, współodpowiedzialność za swoje małe ojczyzny zbliża nas do ideału demokracji. Ciekaw jestem ile lat musi minąć, by osoby odpowiedzialne za instytucje w końcu to dostrzegły

i zrezygnowały z poczucia bezpieczeństwa oraz zastanych schematów na rzecz rozwoju i zmiany na lepsze.

Elk posiada unikatowy kapitał społeczny, który przy realnym wsparciu może stworzyć krajobraz kulturalny, jakiego do tej pory nie doświadczyliśmy. Powstają organizacje pozarządowe, kolektywy, grupy nieformalne, które – napędzane pasją – tworzą wspaniałe, oddolne, niezależne inicjatywy. Prywatne środki inicjatorów i artystów w końcu się jednak wyczerpują. Na naszych oczach umiera mnóstwo ambitnych projektów z powodu pozostawienia ich samym sobie. Otwarcie władz miasta na oddolnie budowany kapitał społeczny, wsłuchanie się w jego głos, dofinansowanie jego działań, realna współpraca na warunkach partnerskich – to remedium na obecny stan kultury w Elku oraz długofalowa inwestycja w rozwój miasta. Importowana festiwalozna, organizacja komercyjnych, żywiących się budżetem miasta eventów, zabiera pieniądze tym, którzy codziennie ciężko na rzecz naszego miasta pracują. Takie praktyki to przeciwieństwo inwestowania we własny kapitał społeczny. Pamiętajmy o tym. Nie da się tworzyć wolnej kultury bez realnej współpracy.



Damian Strzała

Wywiad z Małgorzatą Zając – doradcą kluczowym

Jak wyglądało Twoje życie przed pracą w Ośrodku Wsparcia Ekonomii Społecznej w Elku i jak zaczęła się Twoja przygoda z projektem?

Moje życie wyglądało wręcz bajkowo. [śmiech]

Na ostatnim roku studiów zdecydowałam, że wbrew aktualnym w sumie do dziś trendom, najpierw urodzę dziecko, a dopiero później „poświęcę się karierze”. Przez prawie cztery lata zajmowałam się córką, która była cudownym, spokojnym dzieckiem. Później córka poszła do przedszkola, a ja... porządnie się wysypiałam, mogłam pół dnia spędzić w stajni albo na czytaniu książek. Wieczorami pisałam artykuły do elckich Wieści z Ratusza. Wiodłam najprawdziwszy slow life, bez presji, pośpiechu, sztywnych celów. Delektowałam się niemal pełną swobodą, zbierałam siły na OWES. [śmiech] Po przeprowadzce z Warszawy było mi to chyba bardzo potrzebne. No ale w końcu przyszedł i czas na prawdziwą pracę. Najpierw trochę leniwie i bez przekonania rozglądałam się po Elku; nie było na tamtą chwilę żadnych ciekawych ogłoszeń. Zaczęłam rozważać powrót do stolicy, ale z polecenia znajomej poszłam jeszcze do Biura Organizacji Pozarządowych na rozmowę z Maćkiem Juchniewiczem. On skierował mnie do Adelfi. Okazało się, że akurat rozglądali się za przyszłymi pracownikami. Zaczęłam od wolontariatu, potem był staż i pierwszy etat w wówczas jeszcze OWIESie. Przeszłam dość bogatą ścieżkę zawodową; od organizatorki szkoleń, przez osobę zajmującą się informacją i promocją, opiekuna – konsultanta Inkubatora Przedsiębiorczości Społecznej, doradcę organizacji pozarządowych w Elckim Centrum Organizacji, po doradcę kluczowego OWES.

Kim jesteś w Ośrodku Wsparcia Ekonomii Społecznej i na czym polega Twoja praca?

W Ośrodku obecnie zajmuję się doradztwem kluczowym. Moja praca polega na przygotowywaniu grup do założenia i prowadzenia organizacji pozarządowych, głównie z działalnością gospodarczą, na wspieraniu ngo w ekonomizacji ich działalności, na pomaganiu w zakładaniu spółdzielni socjalnych. Jest to praca z ludźmi i dla ludzi. Wymagająca wszechstronnej wiedzy, budowania relacji, prowadzenia procesu, elastyczności. Zależy mi na tym, żeby każdy klient był jak najlepiej przygotowany do rzetelnego, efektywnego i zgodnego z prawem prowadzenia swojej organizacji. Żeby umiał planować, analizować, dostosowywać się do zmiennych realiów. Żeby potrafił zbudować dobry zespół, wyznaczać cele i tworzyć strategię, żeby te cele osiągać. Na szczęście nie muszę robić tego wszystkiego sama; jako doradca kluczowy mogę kierować swoich klientów na doradztwa specjalistyczne, szkolenia, seminaria. Mogę korzystać z całego wachlarza ekspertów, którzy doskonale uzupełniają wiedzę i kompetencje moich grup.

Jakie kursy/szkolenia/warsztaty czy doświadczenie zawodowe wsparły Twój rozwój i pomogły w pełnieniu obecnych funkcji?

Na pewno dużo mi dały same studia – na politologii było i trochę prawa, i socjologii, i psychologii, i marketingu. Dodatkowo ukończyłam szkolenia związane z logiką projektową, źródłami finansowania ngo, aspektami prawnymi funkcjonowania organizacji, organizowaniem



konsultacji społecznych, RODO, itd. Posiadam tytuł księgowej, chociaż kurs ukończyłam z ciekawości i niejako na przekór moim totalnie humanistycznym zamiłowaniom. Także tytuł mam, wiedzy trochę też, ale umiejętności absolutnie żadnych. [śmiech] Te trochę wiedzy przydaje się jednak bardzo w mojej pracy. Ważne dla mnie były także studia podyplomowe na warszawskiej Akademii Sztuk Pięknych – studia o mieście, o jego rozwoju, o społecznikach i miejskich artystach oraz aktywistach. Na pewno dały mi szersze horyzonty i wyraźnie pokazały jak daleko Elkowi do ideału. [śmiech] W rozwoju wspiera mnie także cały zespół OWES; wszyscy razem jako grupa i każdy z osobna. Od każdego czegoś się uczę. Sam zarząd stowarzyszenia również bardzo dba o to, żebyśmy wszyscy podnosili nasze kompetencje, nieustannie poszukiwali i dążyli do autentycznej eksperckości.

Doświadczenia zawodowe, hmm. Praca w Adelfi była i jest moją pierwszą pracą „na serio”, dającą realne doświadczenia. Dzięki pracy na różnych stanowiskach mogłam rozwinąć się w różnych obszarach i posmakować różnych ról. I zdecydowanie dla mnie najbardziej rozwijające jest bycie właśnie doradcą kluczowym. Obecna funkcja daje mi możliwość stałego kontaktu z ludźmi, z ich osobowościami, potrzebami, marzeniami. Pozwala mi na bycie nauczycielem i przewodnikiem, na kreatywność, na doświadczanie wciąż czegoś nowego.

Co najbardziej lubisz w swojej pracy?

No właśnie, trochę już o tym powiedziałam. Najbardziej lubię stykanie się z ciągle nowymi pomysłami, nowymi grupami i towarzyszenie w realizacji tych pomysłów. Lubię pracę z ludźmi, możliwości, które daje prowadzenie organizacji pozarządowej i całą tematykę związaną z ngo, lubię swoich współpracowników. Właściwie dużo trudniejsze pytanie byłoby o to, czego nie lubię. Bo poza tym, że czasami w swojej pracy chyba wszyscy w OWES i ngo stykamy się z bezdusznością i głupotą systemu oraz brakiem kompetencji

i dobrej woli ze strony osób decyzyjnych (np. referendarzy KRS), to cała reszta jest co najmniej okej.

Czy jest coś, co byś chciała w niej (pracy) zmienić?

W samej pracy nie, ale sam system finansowania rozwoju ekonomii społecznej, poziom współpracy instytucji i biznesu z ngo, elastyczność systemu wsparcia podmiotów ekonomii społecznej – tak.

Co uważasz za swój największy sukces na polu zawodowym?

Każda utworzona i działająca organizacja, każdy zrealizowany biznesplan przedsiębiorstwa społecznego, każdy krok moich klientów zbliżający ich do osiągnięcia celów i realizacji planów, każda pozytywna zmiana, która nastąpiła dzięki założonemu ze mną podmiotowi – to są największe sukcesy.

Jak spędzasz swój wolny czas? Czy masz jakieś hobby lub pasję?

Wolny czas dość mocno mi się skurczył. Raz ze względu na angażującą pracę, dwa z powodu małego dzikuska, który pojawił się w moim życiu – syna ☺ Ale jeśli już znajdę jakąś naprawdę wolną chwilę, to poświęcam ją na relaks – z książką, serialem, koniem. Konie to moja największa pasja od wczesnego dzieciństwa. Konie i pisanie wierszy, opowiadań.

Plany na przyszłość?

Na pewno planuję więcej podróżować. Schudnąć. [śmiech] Znaleźć więcej czasu na swoje pasje. No i dalej rozwijać się i wspierać w rozwoju. Generalnie bardziej skupiam się na tu i teraz.



Małgorzata Kratynska-Ćwikowska

Jak powinniśmy mówić o ekonomii społecznej?

Witajcie drodzy czytelnicy. Od kilku lat z ramienia Adelfi, staram się przybliżyć Wam ekonomię społeczną (ES). Zadanie nie jest łatwe, bo trudno mówić prostym językiem o pojęciu tak bardzo rozbudowanym, zwłaszcza że na co dzień w naszych biurach panuje „język projektowy”. Przedsiębiorstwo społeczne, wykluczeni, kwalifikowalni, reintegracja, wykluczenie społeczne, podmiotowość, sfera pożytku publicznego – to tylko niektóre słowa pojawiające się w pierwszej z brzegu definicji ES w Google. Od lat wszyscy mówimy się jak o niej mówić, by było to dla Was interesujące i zrozumiałe (mam nadzieję, że w jakimś stopniu nam się to udaje). Staramy się również być z Wami w nieustannym kontakcie – w tym celu organizujemy różnego rodzaju wydarzenia, szkolenia, jesteśmy dla Was na facebooku, posiadamy biura, do których zawsze możecie zajrzeć, a nasi animatorzy są nieustannie w „terenie”. Język jakim mówimy, bez przerwy się zmienia, tak jak zmienia się projekt OWES (który prowadzimy jako Stowarzyszenie Adelfi), jak również zmieniają się przedsiębiorstwa społeczne.

Od momentu kiedy ekonomia społeczna na stałe „pojawiała się w naszych domach”, sposób jej promocji nie był jednorodny. Na początku termin ten próbowano popularyzować dużo mówiąc o osobach, które są zatrudniane w przedsiębiorstwach społecznych (PS). Czyli o wykluczonych społecznie; niepełnosprawnych, bezrobotnych i o ludziach, którzy znajdują się w wyjątkowo trudnej sytuacji życiowej. I bez wątpienia nie było ani nie ma w tym żadnego kłamstwa, bo PS powstają często po to, by zatrudniać właśnie takie osoby. Z doświadczenia jednak wiem, jak ta narracja często bywa bolesna dla osób prowadzących takie przedsiębiorstwa. W mojej ocenie społecznie jeszcze nie jesteśmy gotowi na postrzeganie tego aspektu ekonomii społecznej, jako dobrego powodu do zakupu produktu czy usługi. Często próbujemy promować nasze działania mówiąc to, co sami chcielibyśmy usłyszeć. Jednak w tym wypadku, jako „społecznicy”, mamy inną wrażliwość na słowo „reintegracja” niż „typowy Kowalski”. Ogół społeczeństwa jeszcze nieufnie podchodzi do biznesów prowadzonych przez osoby wykluczone. Zawsze pojawia się obawa, czy taka osoba lub przedsiębiorstwo jest w stanie wykonać usługę bądź produkt poprawnie i czy jest on na pewno wart swojej ceny. Sam prowadząc parę lat temu



przedsiębiorstwo społeczne, spotkałem się z sytuacją, w której dostawca zaczął mieć obawy co do współpracy w momencie, kiedy padło zdanie: „Jesteśmy spółdzielnią socjalną”. Spotkałem się też z tym, że pracując za barem w PS, podchodziły do mnie osoby, które mówiły: „My wiemy, że jesteście uzależnieni, czytaliśmy o spółdzielniach socjalnych”. Po tych sytuacjach zastanawiałem się dlaczego z całego wachlarza pozytywnych aspektów ekonomii społecznej, narracje zaczyna się właśnie od tej strony, od podkreślania, że w przedsiębiorstwach społecznych pracują osoby zagrożone wykluczeniem społecznym.

Na szczęście wiele od tamtego czasu się zmieniło. Promocyjnie stawiamy teraz na bardziej obrazowy sposób, w którym mówi się bezpośrednio o przedsiębiorstwach i ich usługach, pokazuje się ludzi i pozytywne zmiany jakie generują przedsiębiorstwa społeczne. Powstała również budząca moje ogromne nadzieje inicjatywa. Daje ona szansę na globalną zmianę koncepcji promocji ekonomii społecznej. Mowa tu o stworzeniu „brandu ekonomii społecznej”.

MARKA EKONOMII SPOŁECZNEJ

Inicjatorem tej koncepcji jest Regionalny Ośrodek Polityki Społecznej w Olsztynie. I zanim zacznę wyjaśnianie całej idei, warto byśmy powiedzieli sobie parę słów na temat tego, czym jest „brand” i „marka”.

Marka jest werbalnym lub graficznym sposobem oznaczenia produktu lub usługi, czyli nazwą, symbolem, terminem, wzorem, znakiem graficznym lub ich kombinacją stworzoną w celu oznaczenia i odróżnienia dóbr lub usług od innych produktów konkurencyjnych.

Brand natomiast to świadomość marki, czyli cały system wyobrażeń, który jej towarzyszy. Jest obietnicą składaną klientowi, że kupując produkt danej marki wybiera jednocześnie korzyści, których potrzebuje (np. jakość, cena) oraz wartości, które podziela (np. wolność, radość, rodzinność).

Jak wspominałem, z inicjatywy Regionalnego Ośrodka Polityki Społecznej w Olsztynie ma powstać wspólny brand, na który będą pracowały chętne przedsiębiorstwa społeczne z Warmii i Mazur. Inspiracją koncepcji są **Klunkry Wielkopolskie**, które wypracowały wspólne portfolio designerskich przedmiotów użytku codziennego, wyprodukowanych przez PS-y. Tworzona przez nich marka silnie nawiązuje do regionalizmu Poznania i okolic. W swojej ofercie, jak sami określają, posiadają „ładne i pożyteczne pamiątki” z designerskimi wzorami związanymi z tradycją regionu. W ich sklepie internetowym znajdziecie torby, fartuchy, breloczki i inne gadzety turystyczne z regionalnymi tekstami typu „gzik”, „chaps” i „pyry” oraz

„koziółkowymi” wzorami stworzonymi przez niezależnych projektantów.

Koncepcja promocji ekonomii społecznej opiera się na stworzeniu wcześniejszego wspomnianego brandu, wygenerowaniu sprzedaży, zbudowaniu świadomości niepowtarzalnej marki, a na samym końcu na mówieniu o pozytywnych aspektach samej ekonomii społecznej.

DLACZEGO UWAŻAM, ŻE TAKA KONCEPCJA TO DOBRY POMYSŁ?

Bo ujednolici to sposób promowania ekonomii społecznej, zintegruje przedsiębiorstwa społeczne, sprawi, że urzędy i przedsiębiorstwa będą grały do jednej bramki, a my (pracownicy OWES) będziemy mogli później pochwalić się świetnym produktem wytwarzanym w ramach ekonomii społecznej. Będziemy prowadzili narrację, w której to osoby wykluczone i niepełnosprawne mogą stworzyć brand i produkt przewyższający jakością i formą produkty znajdujące się już na rynku, produkowane przez prywatne przedsiębiorstwa.





„Podkładowca”



„Suseł i nietoperz”



„Kablojad”

Jeżeli to osiągniemy, z dumą będziemy mogli powiedzieć: spójrzcie, to właśnie jest ekonomia społeczna i jest to coś więcej niż tylko biznes.

Inicjatorem wdrożenia koncepcji w naszym województwie jest Dariusz Józwiak. Podzielił on proces tworzenia marki na dwa etapy:

1. Konsultacyjno – doradczy, który został zrealizowany w 2021 roku. W jego ramach przez kilka miesięcy spotykaliśmy się online z ekspertem - ewaluatorem. Dzięki spotkaniom została stworzona koncepcja nowego produktu, została ustalona strategia promocji i sprzedaży. Otrzymała się również wizyta w dwóch przedsiębiorstwach: we wspomnianych wcześniej **Klunkrach Wielkopolskich** oraz w **Well Done**, która powstała w 2009 roku z inicjatywy Fundacji Rozwoju Przedsiębiorczości Społecznej „Być Razem”, a zajmuje się sprzedażą designerskich przedmiotów codziennego użytku, które oprócz tego, że świetnie wyglądają, to są bardzo funkcjonalne. Ich hitem sprzedażowym jest „podkładowca” – czyli drewniano-filcowa

owca, która po rozłożeniu służy jako podkładki pod kubki, kablojad – czyli organizator na kable w kształcie mrówkojady, czy suseł i nietoperz – pieprznica i solniczka w kształcie zwierząt. Well Done wypracowało bardzo inspirujący model funkcjonowania. Współpracując z uczelniami, organizując otwarty konkurs na koncepcje produktu użytkowego, a zwycięski projekt otrzymuje nagrodę oraz zostaje wdrożony do produkcji. Samo przedsiębiorstwo zatrudnia osoby wykluczone i niepełnosprawne, i to właśnie one tworzą te niezwykle przedmioty. Za sukcesem promocyjnym marki stoi Laura Andrukiewicz, która de facto prowadzi proces tworzenia marki ekonomii społecznej na Warmii i Mazurach. To Laura również pomagała ten proces przejść Klunkrom Wielkopolskim.

2. Opracowanie znaku graficznego wraz z hasłami oraz stworzenie katalogu produktów - ten proces jest jeszcze przed nami. Do stworzenia są logotypy i ogólna koncepcja wizualna. Mimo tego, że po części mamy już zarys katalogu produktów, to teraz jesteśmy w trakcie tworzenia identyfikacji wizualnej. Otrzymało się również spotkanie, by przeanalizować produkt testowy i określić jego koszt produkcji.

PODSUMOWANIE

Pokładam ogromną nadzieję w koncepcji tworzenia marki ES. Oby proces szczęśliwie dotarł do końca i odmienił postrzeganie ekonomii społecznej w naszym regionie. Jeśli wszystko pójdzie zgodnie z założeniami, zmieni też na zawsze model pokazywania ekonomii społecznej jako czegoś nieudolnego, ryzykownego, tworzonego przez ludzi, którzy są w trudnej sytuacji życiowej, a pokaże inny aspekt ES; jej profesjonalne, biznesowe oblicze, wysoką jakość, kreatywność, za którą stoją ludzie i ich czasami trudne historie. Udowodni wszystkim, że osoby, którym zdarzyło się trafić na bariery w życiu, które nie miały okazji uruchomić całego swojego potencjału, kiedy dostaną szansę, to dzięki życiowym doświadczeniom, potrafią tworzyć rzeczy wykraczające poza myślenie przeciętnego przedsiębiorcy. Udowodni też, że można z powodzeniem łączyć atrakcyjną, rentowną, zyskującą uznanie ofertę z działalnością społeczną, że ekonomia społeczna opłaca się podwójnie i zainspiruje kolejne grupy do sięgania po biznesowo – społeczne sukcesy.



Damian Strzała

Gospodarka Nowego Pokolenia

PROGNOZY SĄ BRUTALNE

W 2050 roku Ziemia będzie miejscem trudnym do życia. Mowa tu o zmianach klimatycznych jakie nastąpią. Strefa międzyzwrotnikowa osiągnie zawrotne temperatury 50 stopni i przestanie być miejscem nadającym się do życia. Nastąpią migracje ludności. Zasoby wody pitnej skurczą się, a co za tym idzie, zmniejszy się ilość miejsc zdalnych do uprawy roślin. To wpłynie na mniejszą ilość jedzenia. Wyginą niektóre gatunki roślin, więc zmieni się nasza dieta, co będzie miało wpływ na nasze zdrowie. Brzmi jak scenariusz filmu sci-fi? To są realne prognozy przedstawione w raporcie The Boston Consulting Group oraz Fundacji WWF Polska.

ŚWIAT REAGUJE

W reakcji na powyższe prognozy ONZ w 2015 roku przyjęło Agendę 2030, która przedstawia 17 celów do osiągnięcia w ciągu 15 lat. Zaangażowany w ich realizację jest praktycznie cały świat. Dokument zakłada zrównoważony rozwój we wszystkich dziedzinach życia i ludzkiej działalności. Ma on zaspokajać podstawowe potrzeby wszystkich ludzi oraz zachować, chronić i przywracać zdrowie oraz integralność ekosystemu Ziemi bez zagrożenia możliwości zaspokajania potrzeb przyszłych pokoleń i bez przekraczania długookresowych granic pojemności ekosystemu Ziemi.

CELE AGENDY

Cel 1. Wyeliminować ubóstwo we wszelkich jego formach, na całym świecie.

- Cel 2.** Wyeliminować głód, osiągnąć bezpieczeństwo żywnościowe, zapewnić lepsze odżywianie, promować zrównoważone rolnictwo.
- Cel 3.** Zapewnić wszystkim ludziom, niezależnie od wieku, zdrowe życie i dążyć do zapewnienia dobrostanu.
- Cel 4.** Zapewnić wszystkim edukację włączającą na wysokim poziomie i promować uczenie się przez całe życie.
- Cel 5.** Osiągnąć równość płci i wzmocnić pozycję kobiet i dziewcząt.
- Cel 6.** Zapewnić wszystkim ludziom dostęp do wody i odpowiednie warunki sanitarne, poprzez zrównoważone gospodarowanie zasobami wody.
- Cel 7.** Zapewnić wszystkim ludziom dostęp do stabilnych, zrównoważonych i nowoczesnych źródeł energii w przystępnej cenie.
- Cel 8.** Promować inkluzyny, zrównoważony model wzrostu gospodarczego oraz pełne, efektywne zatrudnienie i godną pracę dla wszystkich.
- Cel 9.** Budować trwałą infrastrukturę, odporną na skutki katastrof, promować zrównoważony, inkluzyny model rozwoju gospodarczego oraz wspierać innowacyjność.
- Cel 10.** Zmniejszyć nierówności rozwojowe pomiędzy krajami i w obrębie poszczególnych krajów.
- Cel 11.** Tworzyć bezpieczne, zrównoważone, odporne na skutki klęsk żywiołowych miasta i osiedla ludzkie.
- Cel 12.** Wypracować zrównoważone modele konsumpcji i produkcji.
- Cel 13.** Podjąć pilnie działania mające na celu zahamowanie zmian klimatycznych i przeciwdziałanie ich skutkom.

- Cel 14.** Zapewnić ochronę oceanów i mórz oraz zrównoważone korzystanie z ich zasobów.
- Cel 15.** Chronić i odbudować lądowe ekosystemy oraz promować zrównoważone metody ich wykorzystywania i gospodarowania lasami, przeciwdziałać pustoszczeniu, powstrzymać i odwrócić procesy degradacji gleby oraz powstrzymać straty różnorodności biologicznej.
- Cel 16.** Promować pokojowe, inkluzywne, zrównoważone modele rozwoju społecznego, zapewnić wszystkim ludziom jednakowe szanse i sprawiedliwe traktowanie oraz dostęp do wymiaru sprawiedliwości; budować na wszystkich szczeblach efektywne, odpowiedzialne instytucje.
- Cel 17.** Wzmocnić narzędzia wdrażania i odbudowywania globalnego partnerstwa na rzecz zrównoważonego rozwoju.

PRZYSZŁOŚĆ POD ZNAKIEM ZAPYTANIA

Przez lata wiele się zmieniło. Coraz głośniejsze są głosy o wpływie człowieka na planetę. Aby czarny scenariusz się nie ziścił, musi nastąpić jeszcze wiele przemian społecznych i politycznych. Odnosi się do nich powyższa Agenda. Uogólniając; najbardziej efektywne będą zmiany polityczne, które powstrzymają drenaż zasobów naturalnych i produkcję CO2. Istotną jest też zmiana naszych indywidualnych nawyków, w szczególności konsumenckich.

Kluczowa jednak wydaje się rola firm o zasięgu ponadnarodowym. Uwzględniając w swoich działaniach kwestie społeczne i środowiskowe na każdym etapie łańcucha dostaw, mogą wyznaczać trendy i kierunki

działań w sektorach, w których są aktywne. Powyższe zmiany bardzo często są postrzegane przez właścicieli firm z przymrużeniem oka i budzą obawę o stratę finansową. Jednak w dłuższej perspektywie tworzą one ogromną szansę na rozwój. Bowiem to ubóstwo, nierówności społeczne, niedobory wody, zmiany klimatyczne i degradacja zasobów naturalnych będą generowały w przyszłości coraz większe straty. W interesie firm powinno leżeć przeciwdziałanie tym zjawiskom. Tak zwany „rozwój” opiera się obecnie głównie na konkurencji oraz pogoni za zyskiem, prowadząc do licznych kryzysów, których nie sposób zażegnać bez stworzenia nowego wzorca społecznego¹.

Dlatego idea zrównoważonego rozwoju to nadzieja na większą ilość miejsc pracy, wyższe zyski, oszczędności (w dłuższej perspektywie), a także poprawa wizerunku firmy. Inwestowanie w wypełnienie zobowiązań dotyczących celów zrównoważonego rozwoju może także otworzyć nowe rynki oraz zabezpieczyć długoterminowo rozwój poszczególnych sektorów gospodarki. Nie jest już czymś nowym, że bardziej świadome, wielkie firmy tworzą działy i dokumenty CSR (ang. Corporate Social Responsibility – CSR), czyli strategię zarządzania, zgodnie z którą w działaniach dobrowolnie uwzględniają interesy społeczne, aspekty środowiskowe czy relacje z różnymi grupami interesariuszy, w szczególności z pracownikami. Bycie społecznie odpowiedzialnym oznacza inwestowanie w zasoby ludzkie, w ochronę środowiska, relacje z otoczeniem firmy i informowanie o tych działaniach.

ZRÓWNOWAŻONY ROZWÓJ, A NASZE CODZIENNE WYBORY

Zmieniamy się my i nasze nawyki. Pociągające jest to, że jako konsumenci coraz większą wagę zaczynamy przywiązywać do postaw społecznych i odpowiedzialności firm, których produkty nabywamy. Największy udział w tym zjawisku mają osoby z generacji Z, czyli z pokolenia ludzi urodzonych od roku 1995 do roku 2010. Badania pokazują, że są oni skłonni zapłacić więcej za produkt pochodzący od przedsiębiorstwa wspierającego lokalne społeczności i inicjatywy, jak również produkt wytworzony zgodnie z ideą sprawiedliwego handlu. Można określić je jako pokolenie „the Re-generation” od angielskich słów: „responsibility, renewable energy, recycling, reducing carbon emissions and resource limitations” (odpowiedzialność,

energia odnawialna, recykling, redukcja emisji dwutlenku węgla i ograniczenia zasobów). Zauważalne jest również zjawisko, w którym młode osoby popierają ideę CSR i oczekują od pracodawcy działań w tym zakresie. Oczekują również sprawiedliwej oceny pracowniczej i tego, że nie będą dyskryminowani w zakresie wynagrodzeń i awansów. To całkowicie zmienia konwencje prowadzenia biznesu. Weźmy pod uwagę, że pokolenie Z jest tym pokoleniem, które za parę lat będzie miało największy wpływ na kształtującą się rzeczywistość. Jest to również pokolenie, które jako pierwsze ma świadomość, że dożyje czasów, na które zakładany jest czarny scenariusz.

EKONOMIA SPOŁECZNA, CZYLI ODPOWIEDŹ NA ZMIENIAJĄCY SIĘ ŚWIAT

Scenariusz na 2050 rok to jedno, świadomość jakiego rodzaju zmiany trzeba przeprowadzić to drugie. Co jednak z realizacją tych założeń? Wyzwania jakie stawia nam przyszłość, idealnie wpisuje się ekonomia społeczna. Łączy ona w sobie wcześniej założone cele społeczne, z działaniami na wolnym rynku. Tworząc przedsiębiorstwo społeczne określamy, na jaki cel spożytkowana zostanie nadwyżka finansowa. Dlatego w swoich strategiach przedsiębiorstwa mają uwzględnione interesy społeczne, aspekty środowiskowe czy relacje z różnymi grupami interesariuszy, w szczególności z pracownikami. Nie muszą tworzyć wewnętrznych dokumentów CSR. Sam cel powstania takiego przedsiębiorstwa determinuje jego społeczny charakter. Przedsiębiorstwo społeczne posiada całą gamę praw (i obowiązków) charakterystycznych dla sektora pozarządowego, a przy okazji działa jak tradycyjny biznes – zarabia, zatrudnia ludzi, konkuruje na wolnym rynku z innymi przedsiębiorstwami. Co różni je od tradycyjnego biznesu? Aby zyskać status przedsiębiorstwa społecznego, trzeba spełnić kilka warunków.

Kryteria ekonomiczne²:

- planowanie i prowadzenie działalności w sposób ciągły, oparty na zasadach ekonomii,
- niezależność działalności od instytucji publicznych,
- ponoszenie ryzyka ekonomicznego,
- istnienie płatnego personelu.

Kryteria społeczne:

- posiadanie celów pożytecznych również dla społeczeństwa,

- oddolny, obywatelski charakter inicjatywy,
- specyficzny, możliwie demokratyczny system zarządzania,
- możliwie wspólnotowy charakter działania,
- ograniczona rozporządzalność zyskami.

Widzicie pewne podobieństwo do Agendy wydanej przez ONZ? Nie bez powodu w obliczu nadchodzących przemian, w ekonomii społecznej dostrzega się receptę na realizację niezbędnych zmian. „Zgodnie z opinią grupy zadaniowej ONZ na temat ekonomii społecznej i solidarnej skuteczny rozwój ekonomii społecznej i solidarnej mógłby w znaczący sposób wspomóc realizację wszystkich Celów Zrównoważonego Rozwoju. Wierzymy, że ekonomia społeczna i solidarna może służyć prywatnemu sektorowi jako model postępowania, który będzie inspirował przedsiębiorców do działania na rzecz zrównoważonej gospodarki.”³

Dlatego Unia Europejska postanowiła dofinansować ekonomię społeczną i powstawanie Ośrodków Wsparcia Ekonomii Społecznej. Mają one na celu poszerzać wiedzę o ekonomii społecznej, jak również wspierać jej rozwój. Dysponują zespołem specjalistów, którzy pomagają przejść proces formalny tworzenia przedsiębiorstwa, jak również zajmują się opieką nad istniejącymi przedsiębiorstwami. Do tego na powstające miejsca pracy przeznaczone są dotacje (w województwie warmińsko-mazurskim w kwocie 24 000 zł), jak również wsparcie pomostowe. Tworzenie przedsiębiorstw społecznych w naszym regionie (i w całej Polsce) staje się coraz popularniejsze. Wszystkie prognozy wskazują również na to, że trend ten będzie wzrastał.

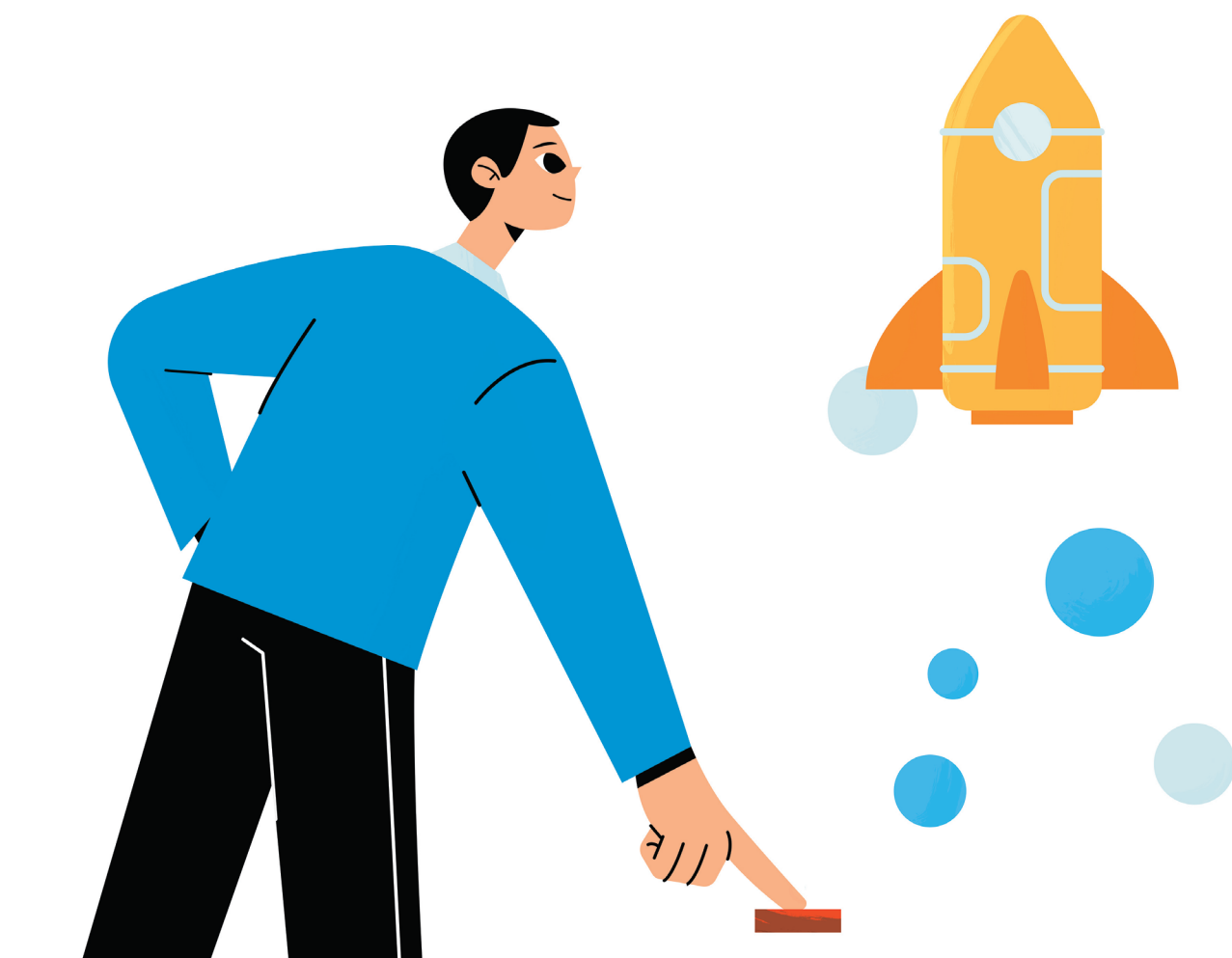
SKĄD CZERPAĆ INFORMACJE O EKONOMII SPOŁECZNEJ?

Jeżeli nie słyszałeś o ekonomii społecznej, nie wiesz czym jest i jakie korzyści ze sobą niesie (oprócz tych opisanych w tym artykule), polecam odezwać się do lokalnego Ośrodka Wsparcia Ekonomii Społecznej. W naszym subregionie znajduje się on **w Elku przy ul. Małeckich 3 lok.1 i 24**. Warto wspomnieć jednak, że nasi konsultanci docierają w miejsca na terenie całego subregionu. Czyli w powiecie: elckim, giżyckim, oleckim, piskim, gołdapskim, węgorzewskim. Bieżące informacje znajdziecie na stronie: **www.adelfi.pl** w zakładce aktualności OWES i na naszym facebooku Stowarzyszenia Adelfi.

Możecie skontaktować się również pod numerem telefonu: **87/737 78 45**



Damian Strzała



1. http://pl.solidarityeconomy.eu/fileadmin/Media/_Global/PositionPaper/Ekonomia-spoeczna-i-solidarna_stanowisko_Fairtrade_Polska.pdf
 2. https://mfiles.pl/pl/index.php/Ekonomia_spo%C5%82eczna
 3. http://pl.solidarityeconomy.eu/fileadmin/Media/_Global/PositionPaper/Ekonomia-spoeczna-i-solidarna_stanowisko_Fairtrade_Polska.pdf