

Spoleczny kontekst rozwoju ekonomii społecznej w Polsce w latach 2005-2007

Raport z badań

Anna Baczko
Agnieszka Ogrocka

**Spółeczny kontekst
rozwoju ekonomii społecznej
w Polsce
w latach 2005-2007**

Raport z badań

© **Stowarzyszenie Klon/Jawor**

Przedruki lub przenoszenie całości lub części tej publikacji na inne nośniki możliwe wyłącznie za zgodą właścicieli praw autorskich.

Autorki: Anna Baczek, Agnieszka Ogrocka

Redakcja: SKRYPTORIUM/Ewa Biernacka

Wydawca:

Stowarzyszenie Klon/Jawor

ul. Szpitalna 5/5, 00-031 Warszawa

tel. (22) 828 91 28, fax (22) 828 91 29

www.klon.org.pl, e-mail: klon@klon.org.pl

Infolinia: 0-801 646 719

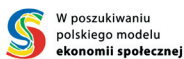


www.ngo.pl portal organizacji pozarządowych **ngo.pl**

Publikację wydano w ramach Projektu eS: „W poszukiwaniu polskiego modelu ekonomii społecznej”.

Projekt realizowany jest przy udziale środków Europejskiego Funduszu Społecznego

w ramach Inicjatywy Wspólnotowej EQUAL.



Niniejszy dokument został opublikowany dzięki pomocy finansowej Unii Europejskiej. Za treść tego dokumentu odpowiada Stowarzyszenie Klon/Jawor, poglądy w nim wyrażone nie odzwierciedlają w żadnym razie oficjalnego stanowiska Unii Europejskiej.

ISBN 978-83-60337-69-1

Warszawa, 2008

Spis treści

Wstęp	3
<hr/>	
1.0.0 ZNAJOMOŚĆ POJĘĆ I DOŚWIADCZENIA POLAKÓW: EKONOMIA SPOŁECZNA I PRZEDSIĘBIORSTWO SPOŁECZNE	4
1.1.0 Znajomość pojęć	5
1.1.1 Organizacje pozarządowe i trzeci sektor	10
1.1.2 Ekonomia społeczna	11
1.1.3 Społeczna odpowiedzialność biznesu	12
1.1.4 Spółdzielnia i spółdzielnia socjalna	13
1.1.5 Przedsiębiorstwo społeczne	16
1.2.0 Znajomość przedsiębiorstw angażujących się w działania społeczne	18
1.3.0 Zachowania konsumenckie	22
<hr/>	
2.0.0 U ŹRÓDEŁ EKONOMII SPOŁECZNEJ – SAMOORGANIZACJA I SKŁONNOŚĆ DO WSPÓŁPRACY W SPOŁECZEŃSTWIE POLSKIM	26
2.1.0 Wspólne działania – deklaracje	26
2.2.0 Wspólne działania – zaangażowanie	28
2.3.0 Kto angażuje się w działania wspólne?	30
2.4.0 Korzystanie z pomocy w codziennych sprawach	34
2.5.0 Lokalni liderzy społeczni i animatorzy współpracy	39
2.6.0 Zaangażowanie w działanie organizacji społecznych – wolontariat, filantropia i członkostwo	41
2.6.1 Wolontariat w organizacjach pozarządowych	41
2.6.2 Filantropia – darowizny na rzecz organizacji pozarządowych	45
2.6.3 Członkostwo w organizacjach pozarządowych, ruchach społecznych i religijnych	47
2.6.4 Wolontariat, filantropia, członkostwo w organizacjach a pomoc wzajemna	50
<hr/>	
3.0.0 EKONOMIA SPOŁECZNA A POSTAWY POLAKÓW	53
3.1.0 Opinie o organizacjach pozarządowych	53
3.2.0 Opinie na temat prowadzenia przez organizacje pozarządowe działalności gospodarczej	55
3.3.0 Postawy wobec grup doświadczających trudności na rynku pracy: jakim grupom należy pomagać?	59
3.4.0 Postawy wobec państwa	63
<hr/>	
Podsumowanie	65

Wstęp

Ekonomia społeczna na dobre zadamowiła się w dyskursie środowisk pozarządowego i akademickiego. O niej i jej rozwoju rozmawiają badacze, liderzy i eksperci. Czy jednak świadczy to o zakorzenieniu idei ekonomii społecznej w świadomości społecznej?

Odpowiedzi na to pytanie poświęcamy niniejszy raport. Podjęliśmy w nim analizę trzech aspektów – zgodnie z tytułem książki – społecznego kontekstu rozwoju ekonomii społecznej w Polsce, każdemu z nich poświęcając osobny rozdział.

Pierwszy omawiany aspekt będzie dotyczył rozumienia przez Polaków pojęć z zakresu ekonomii społecznej. Chcieliśmy poznać orientację badanych w zakresie podstawowych pojęć, takich jak spółdzielnia socjalna, organizacja pozarządowa, trzeci sektor, społeczna odpowiedzialność biznesu, przedsiębiorstwo społeczne, ekonomia społeczna i in. To rozpoznanie wydaje się niezbędne – do jakże pożądanego z naszego punktu widzenia – wyprowadzenia dyskusji o ekonomii społecznej poza wąskie grono środowiska akademickiego i organizacji pozarządowych, i zarazem warunkujące wzięcie w niej udziału „zwykłego obywatela”.

Następnie zajmiemy się oceną spójności idei, na których zbudowana jest koncepcja ekonomii społecznej, z wartościami aktualnie wyznawanymi w społeczeństwie oraz zakorzenionymi w tradycji działaniami. Pozwoli to odpowiedzieć na pytanie, na ile społeczeństwo polskie jest potencjalnie podatne na inicjatywy ekonomii społecznej. Za praktyczne przejawy wartości sprzyjających rozwojowi ekonomii społecznej przyjęliśmy gotowość do podejmowania współpracy i działań raczej wspólnych niż indywidualnych, a także aktywność społeczną (wolontariat, filantropia, członkostwo w organizacjach pozarządowych). Kwestiom tym w raporcie poświęciliśmy sporo uwagi.

Na koniec prześledzimy opinie Polaków na temat funkcjonowania i roli sektora pozarządowego. Z jednej strony interesował nas wizerunek samych organizacji i ocena ich działalności, z drugiej zaś postawy Polaków w kwestii rozwiązywania problemów określonych grup społecznych. Pytaliśmy ich o to, jakie grupy doświadczające trudności na rynku pracy powinno wspierać państwo, a także o to, jakie instytucje powinny być odpowiedzialne za taką pomoc. Dociekaliśmy, jaką rolę w rozwiązywaniu problemów społecznych Polacy przypisują państwu, a jaką organizacjom pozarządowym.

Raport jest podsumowaniem wyników trzech badań – z lat 2005, 2006 i 2007. Zostały one przeprowadzone przez firmę **Millward Brown SMG/KRC** na zlecenie Stowarzyszenia Klon/Jawor. Ich komplementarność pozwala w znacznej mierze na pokazanie dynamiki omówionych wcześniej postaw Polaków wobec ekonomii społecznej, dzięki czemu możliwe jest uchwycenie procesu zakorzeniania się jej zasad w społeczeństwie. Dlatego też we wszystkich możliwych przypadkach będziemy nawiązywać do danych z dwóch lub wszystkich trzech edycji sondaży. W celu uzyskania jak najlepszego obrazu procesu adaptacji idei ekonomii społecznej w naszym kraju będziemy również odwoływać się do innych badań dotyczących tej problematyki, zarówno własnych, jak i prowadzonych przez inne organizacje.

Na koniec prześledzimy opinie Polaków na temat funkcjonowania i roli sektora pozarządowego. Z jednej strony interesował nas wizerunek samych organizacji i ocena ich działalności, z drugiej zaś postawy Polaków w kwestii rozwiązywania problemów określonych grup społecznych. Pytaliśmy ich o to, jakie grupy doświadczające trudności na rynku pracy powinno wspierać państwo, a także o to, jakie instytucje powinny być odpowiedzialne za taką pomoc. Dociekaliśmy, jaką rolę w rozwiązywaniu problemów społecznych Polacy przypisują państwu, a jaką organizacjom pozarządowym.

1.0.0

Znajomość pojęć i doświadczenia Polaków: ekonomia społeczna i przedsiębiorstwo społeczne

Na ziemiach polskich ekonomia społeczna ma długą tradycję, a praktyka sektora ekonomii społecznej sięga okresu zaborów, kiedy to powstały jego pierwsze instytucje. Realizowały one zarówno cele społeczne, jak i ekonomiczne, a jednocześnie związane były z narodowowyzwoleńczymi motywacjami politycznymi. Po odzyskaniu przez Polskę niepodległości działania podejmowane w tym obszarze nie straciły jednak na znaczeniu – w dwudziestoleciu międzywojennym sektor ekonomii społecznej stanowił dużą i ważną część gospodarki narodowej i kultury¹.

Obserwowane w ostatnich latach zainteresowanie zjawiskiem ekonomii społecznej inspirowane jest w dużej mierze przez instytucje międzynarodowe, takie jak Komisja Europejska, programy Unii Europejskiej (przede wszystkim IW Equal), a także docierające do Polski echa dyskusji w krajach Europy Zachodniej nad rolą ekonomii społecznej w rozwiązywaniu współczesnych problemów społecznych.

Dlatego też mimo długiej tradycji funkcjonowania ekonomii społecznej w Polsce, teoretyczna dyskusja nad jej charakterem i modelem często odwołuje się do definicji sformułowanych w Europie, a obecnie dostosowywanych do naszych warunków.

Tak jest w wypadku definicji przedsiębiorstwa społecznego opracowanej przez Europejską Sieć Badawczą EMES – European Research Network. Zawiera ona dziewięć kryteriów (w tym pięć społecznych i cztery ekonomiczne) charakteryzujących przedsiębiorstwo społeczne. Jest to organizacja pozarządowa, w formie fundacji lub stowarzyszenia, która prowadzi stałą sprzedaż dóbr lub usług, jest niezależna od administracji publicznej lub innych osób prawnych, podejmuje ryzyko ekonomiczne (ma przychody z działalności gospodarczej lub odpłatnej na poziomie większym niż 20%). Szacuje się, że w Polsce liczba organizacji zbliżonych do definicji przedsiębiorstwa społecznego to ok. 4 tys. podmiotów, czyli 10% ogółu organizacji non profit.

Najbardziej popularna definicja ekonomii społecznej jest tożsama z definicją szeroko rozumianego trzeciego sektora: obejmuje najczęściej organizacje pozarządowe i o charakterze zawodowym i gospodarczym, spółdzielnie, towarzystwa pomocy wzajemnej oraz partnerstwa (trusts – właściwie nieobecne w Polsce), a także podmioty hybrydowe, łączące różne właściwości wymienionych podmiotów. Takie

¹ J. Herbst, *Kondycja ekonomii społecznej w Polsce 2006*, Klon/Jawor, Warszawa 2006, s. 4.

rozumienie ekonomii społecznej włącza w debatę nad nią w Polsce duży zbiór instytucji (tworzących niejednolite środowisko) – szacuje się, że polski sektor ekonomii społecznej to ok. 100 tys. przedsięwzięć, które zatrudniają ok. 600 tys. ludzi i skupiają 15 mln członków².

Tabela 1. Polski trzeci sektor – podstawowe informacje³

Typy organizacji	Liczba organizacji (zarejestrowanych)
Stowarzyszenia i fundacje	78000
Organizacje sam. gospodarczego	5500
Spółdzielnie	12800
Z tego: spółdzielnie inwalidów	350
Towarzystwa Ubezpieczeń Wzajemnych	9
Inne organizacje wzajemnościowe	880
Spółdzielnie socjalne	145
Zakłady Aktywności Zawodowej	45
Centra Integracji Społecznej	55
Ogółem	ok. 100 000

*dane o liczbie podmiotów pochodzą z rejestru REGON³

Mając ogólne rozeznanie dotyczące charakteru i skali zjawiska ekonomii społecznej w Polsce, pozostawiając na boku spory o naukowe definicje, zajmijmy się odpowiedzią na pytanie, na ile działania i pojęcia związane z ekonomią społeczną są dla Polaków znane i rozpoznawalne, jakie budzą skojarzenia, jak rozumieją je Polacy. Spróbujemy też odpowiedzieć na pytanie o dynamikę rozpoznawalności pojęć czy postrzegania zjawiska ekonomii społecznej w społeczeństwie polskim w latach 2005-2007⁴.

² J. Herbst, *Kondycja...*, s. 6; przywoływany tekst powstał na podstawie wyników badania Kondycja sektora ekonomii społecznej w Polsce 2006, przeprowadzonego 2006 r. na losowo-warstwowej próbie prawie 2000 podmiotów z obszaru ekonomii społecznej – organizacji pozarządowych, spółdzielni, spółdzielni socjalnych, Zakładów Aktywizacji Zawodowej (ZAZ), Centrów Integracji Społecznej (CIS) itp.

³ Ibidem, s. 7.

⁴ Taka próba napotyka jednak na ograniczenia dotyczące materiału badawczego – poza stałym blokiem pytań dotyczącym znajomości pojęć i znajomości przykładów przedsięwzięć, w poszczególnych falach badania zadawano różne pytania, w tym o skojarzenia z różnymi pojęciami (np. w 2005 – spółdzielnia socjalna, a w 2006 – przedsiębiorstwo społeczne). Niestety do tej pory nie dysponujemy wynikami badań, na podstawie których można by poprzeć lub odrzucić intuicje dotyczące rozumienia przez Polaków pojęcia ekonomii społecznej, związanych z nim skojarzeń.

1.1.0 Znajomość pojęć

W badaniach przeprowadzonych przez Stowarzyszenie Klon/Jawor w latach 2005-2007⁵ Polaków pytano o znajomość sześciu pojęć, takich jak spółdzielnia socjalna, organizacja pozarządowa, trzeci sektor, społeczna odpowiedzialność biznesu, przedsiębiorstwo społeczne oraz ekonomia społeczna. Wyniki badań pozwalają oszacować procent badanych „rozpoznających” ww. pojęcia – respondent deklaruje, że spotkał się z pojęciem, ale nie jest pewien jego znaczenia – a także odsetek osób, o których można powiedzieć, że faktycznie je znają – rozpoznają termin i deklarują rozumienie jego znaczenia⁶. Dodatkowo powtarzanie badań w kolejnych latach pozwoliło uchwycić dynamikę badanych zjawisk. Ogólnie można stwierdzić, że znajomość pojęć w społeczeństwie polskim nie jest wysoka i zasadniczo pozostaje na takim samym poziomie na przestrzeni ostatnich trzech lat.

Wyniki badania z 2007 r. świadczą o tym, że tylko 1% Polaków zna i rozumie znaczenie wszystkich sześciu analizowanych pojęć – nieznacznie więcej niż w latach ubiegłych (0,4% w 2006 i 0,6% w 2005 r.). Ponad 60% Polaków nie zna ani jednego z nich – wynik ten jest identyczny z obserwowanym w 2005 r. W 2007 r. prawie połowa Polaków nie rozpoznała też żadnego pojęcia (nie tylko nie rozumie ich znaczeń, lecz nawet nie zetknęła się z nimi) – to 5 pkt proc. więcej niż w 2005 r.

Jednocześnie wzrósł odsetek tych osób, które rozpoznały (choć nie są pewne ich znaczenia) wszystkie sześć pojęć.

Zarówno rozpoznawalność, jak i znajomość pojęć z zakresu ekonomii społecznej są skorelowane pozytywnie z wykształceniem, ale także z doświadczeniami związanymi z wolontariatem, filantropią i członkostwem w organizacjach.

⁵ W kolejnych badaniach 2005-2007 na pytania dotyczące znajomości pojęć z zakresu ekonomii społecznej odpowiadała ponad 1000-osobowa grupa respondentów reprezentatywna dla populacji dorosłych Polaków.

⁶ M. Gumkowska, J. Herbst, J. Huszcz, *Społeczny kontekst rozwoju ekonomii społecznej w Polsce*, Klon/Jawor, Warszawa 2006.

Tabela 2. Znajomość pojęć z zakresu ekonomii społecznej*

Indeksy znajomości pojęć z zakresu ekonomii społecznej	ZNAJOMOŚĆ			ROZPOZNAWALNOŚĆ		
	<i>Tak, znam pojęcie i wiem, co ono oznacza</i>			<i>Tak, zetknąłem(am) się z pojęciem, ale nie jestem pewny(a), co oznacza</i>		
Liczba wskazanych pojęć	2005	2006	2007	2005	2006	2007
0	62,4	72,9	62,4	43,8	51,8	48,8
1	21,5	15,6	24,7	23,7	23,1	20,5
2	7,4	6,4	6,2	17,4	11,1	12,7
3	4,1	2,5	3,0	8,3	7,1	8,8
4	3,3	1,2	1,5	4,2	4,1	4,0
5	0,8	1,0	1,1	1,5	1,4	2,4
6	0,6	0,4	1,1	1,1	1,4	2,9
RAZEM	100	100	100	100	100	100

*dane w proc.

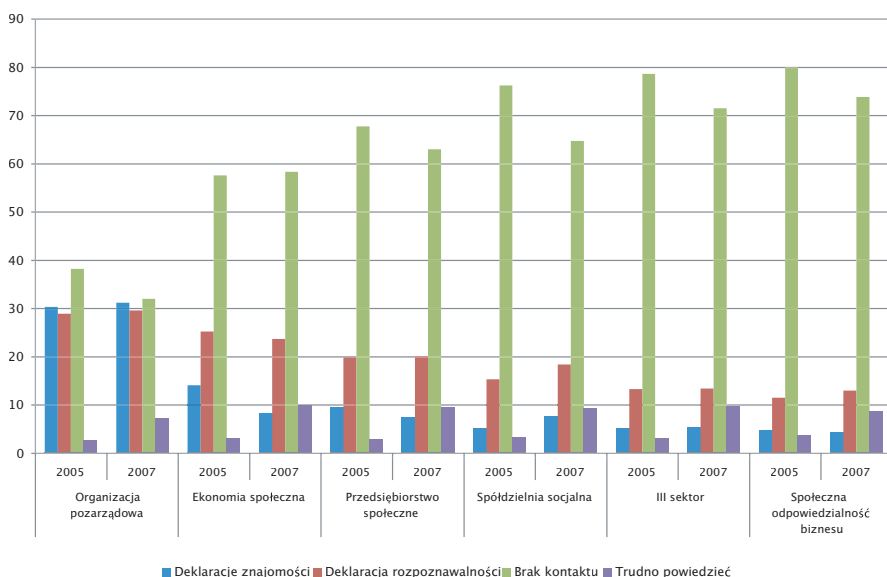
Przechodząc do szczegółowej analizy, można stwierdzić, że znajomość i rozpoznawalność większości pojęć nieznacznie wzrosła w ciągu ostatnich trzech lat. Tylko w wypadku pojęć „przedsiębiorstwo społeczne” i „ekonomia społeczna” zmalał odsetek znających je Polaków. Co ciekawe, mimo że w kręgach zainteresowanych tematem ekonomii społecznej ostatnie lata to okres intensywnej eksploracji tego pojęcia i dostosowywania jego definicji do polskich warunków, z naszych badań wynika, że znajomość tego terminu znacząco się zmniejszyła. W kwestii **rozpoznawalności pojęć** – odsetek Polaków, którzy kojarzą pojęcia „spółdzielnia socjalna”, „organizacja pozarządowa”, „społeczna odpowiedzialność biznesu”, wzrósł w latach 2005 - 2007 o kilka punktów procentowych, zaś w odniesieniu do terminu „trzeci sektor” i „przedsiębiorstwo społeczne” poziom rozpoznawalności pozostaje na stałym poziomie, a nieznacznie spadł on tylko w wypadku pojęcia „ekonomia społeczna”.

Trzeba jednak zaznaczyć, że odnotowane w 2005 r. znajomość i rozumienie pojęcia „ekonomia społeczna” były zaskakująco wysokie – zadeklarowało je aż 14,1% Polaków, a 25% stwierdziło, że się z takim pojęciem zetknęło, choć nie ma pewności co do jego znaczenia. Interpretując te wyniki, autorzy raportu podawali je w wątpliwość. Jak pisali: „nawet biorąc pod uwagę nieuchronne w przypadku pytań «kompetencyjnych» (odwołujących się do wiedzy respondentów) zniekształcenie wyników, spowodowane tym, że część badanych nie jest skłonna przyznać się do nieznajomości danego zagadnienia lub terminu, jest oczywiste, że termin «ekonomia społeczna» brzmi Polakom znajomo, choć prawdopodobnie skojarzenia, jakie budzi, nie mają wiele wspólnego z jego faktycznym znaczeniem. Można przypuszczać, że dominują wśród nich skojarzenia z «ekonomią socjalistyczną», gospodarką uspołecz-

nioną lub po prostu z «ekonomią», jednak zweryfikowanie tych hipotez wymagałoby dalszych (jak się wydaje, potrzebnych) badań”⁷.

Dlatego też komentując spadek znajomości pojęcia „ekonomia społeczna” w społeczeństwie polskim, trzeba zachować ostrożność w zakresie formułowania wniosków. Być może świadczy on, paradoksalnie, o rozpowszechnianiu się wiedzy (choć być może powierzchownej) na temat ekonomii społecznej. Niewykluczone, że do Polaków docierają echa dyskusji na jej temat i dlatego wiedzą już, że pojęcie to nie jest tożsame z np. ekonomią socjalistyczną, jednak nadal ich wiedza nie jest na tyle ugruntowana, aby mogli zadeklarować brak wątpliwości co do znaczenia badanego pojęcia.

Wykres 1. Znajomość pojęć z zakresu ekonomii społecznej w latach 2005-2007*



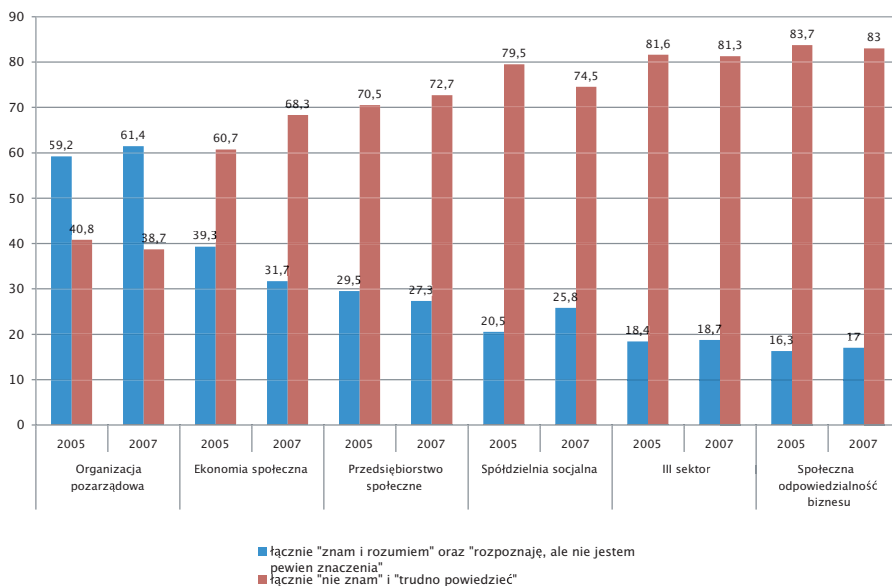
* dane w proc.

Opisaną wyżej dynamikę jeszcze lepiej obrazuje porównanie deklaracji o rozpoznawalności i znajomości danego pojęcia (łącznie) i odpowiedzi świadczące o braku kontaktu z danym pojęciem oraz wybór opcji „trudno powiedzieć”. Odpowiedzi „nie wiem” i „nie, nie znam” (łącznie) uzyskane w badaniu prowadzonym w 2007 r. są podobne do wyników badania z 2005 r. Na przestrzeni ostatnich lat spadł co prawda odsetek osób wprost deklarujących brak znajomości czy nierozpoznawanie pojęć (odpowiedź „nie, jak dotąd nie spotkałem(am) się z takim pojęciem”), ale jednocześnie zwiększył się znacznie odsetek Polaków, którzy udzielili odpowiedzi „nie wiem”/

⁷ Ibidem, s. 6.

„trudno powiedzieć”. Zauważalny także staje się wzrost o 5 pkt proc. znajomości w społeczeństwie polskim pojęcia „spółdzielnia socjalna”. Ilustruje to wykres 2.

Wykres 2. Znajomość pojęć z zakresu ekonomii społecznej w latach 2005-2007*



*dane w proc.

Znajomość wszystkich analizowanych pojęć jest pozytywnie skorelowana z poziomem wykształcenia Polaków – osoby z wyższym i średnim wykształceniem częściej deklarują, że je rozpoznają, a także rozumieją. Co ciekawe, takiej zależności nie można obserwować w odniesieniu do dochodów czy wielkości miejscowości zamieszkania.

Przy okazji warto zauważyć, że wyższe wykształcenie sprzyja zwykle gotowości do utrzymywania „pozorów kompetencji”, a więc częstszego deklarowania znajomości znaczenia danego pojęcia pomimo jego faktycznego niezrozumienia⁸.

Analogicznie jak w latach 2005 i 2006, dane zebrane w 2007 r. pozwalają jednak do pewnego stopnia sprawdzić, czy deklarowana wiedza skutkuje faktyczną znajomością instytucji i zjawisk będących odpowiednikami opisywanych pojęć. Respondenci, którzy rozpoznawali poszczególne terminy, znacznie częściej deklarowali znajomość „przedsiębiorstw wspierających cele charytatywne i osoby potrzebujące”,

⁸ <http://osektorze.ngo.pl/>

a także takich, które „zatrudniają przede wszystkim osoby mające szczególne trudności ze znalezieniem pracy: niepełnosprawne, chore, bezdomne”. Wygląda więc na to, że przynajmniej w pewnym stopniu odpowiedzi na pytania o znajomość terminologii można traktować jako odzwierciedlające rzeczywistość (oczywiście przy założeniu, że deklarując znajomość konkretnych przedsięwzięć należących do ekonomii społecznej, respondenci nie ulegają tej samej potrzebie „udawania kompetentnych”, która wpływa na ich deklaracje dotyczące znajomości pojęć).

Podobnie jak w latach ubiegłych, znajomość analizowanych terminów ma też związek z kontaktami i aktywnością respondentów w organizacjach oraz grupach. Znajomość pojęć „organizacja pozarządowa” i „trzeci sektor” jest większa wśród osób, które w ostatnim roku miały do czynienia z organizacjami lub grupami (zestknęły się z nimi albo korzystały z ich usług), a także wśród tych, którzy są ich członkami, wspierali je swoją nieodpłatną pracą lub pieniędzmi. Analogiczny związek znajomości terminów z podejmowaną działalnością w ramach podmiotów ekonomii społecznej obserwuje się w odniesieniu do pojęć „spółdzielnia socjalna”, „społeczna odpowiedzialność biznesu” i „przedsiębiorstwo społeczne”. Można go jednak uznać za pozorny, wynikający raczej ze związku pomiędzy zaangażowaniem w działalność organizacji a poziomem wykształcenia Polaków .

1.1.1

Organizacje pozarządowe i trzeci sektor

„Organizacje pozarządowe” to przedsięwzięcia, w ramach których obywatele prowadzą działalność społeczną, zwykle na rzecz jakiegoś wycinka rzeczywistości społecznej (ograniczonego ze względu na grupę docelową, terytorium czy zjawisko społeczne), funkcjonujące przede wszystkim w formie prawnej stowarzyszeń i fundacji. Termin akcentuje niezależność tych organizacji od administracji rządowej. Z kolei pojęciem „trzeci sektor” określa się najczęściej ogół organizacji pozarządowych. Pojęcie to pochodzi z języka angielskiego, nawiązuje do podziału dzielącego aktywność społeczno-gospodarczą nowoczesnych państw demokratycznych na trzy sektory. Według tej typologii pierwszy sektor to administracja publiczna (określana także jako sektor państwowy), drugi to sfera biznesu, czyli wszelkie instytucje i organizacje, których działalność jest nastawiona na zysk (nazywany też sektorem prywatnym), a trzeci sektor to ogół prywatnych organizacji, działających społecznie i nie dla zysku, czyli organizacje pozarządowe (organizacje non profit)⁹. Przypomnijmy, że rozmiar sektora szacowano w 2006 r. w Polsce na ok. 100 000 podmiotów.

Mimo iż w uproszczeniu można powiedzieć, że trzeci sektor to po prostu zbiór organizacji pozarządowych, poziomy znajomości obu tych pojęć znajdują się wręcz na przeciwstawnych krańcach osi: termin „organizacja pozarządowa” jest najszerzej znany Polakom, a z kolei pojęcie „trzeciego sektora” wydaje się być pojęciem zdecydowanie „niszowym”, hermetycznym, znanym małej części respondentów – zwykle aktywnym działaczom sektora non profit.

W 2007 r. niemal 1/3 Polaków zadeklarowała znajomość pojęcia „organizacja pozarządowa”, a prawie taka sama część społeczeństwa rozpoznała omawiany termin. Warto jednak zaznaczyć, że ten relatywnie dobry wynik przez ostatnie trzy lata znacząco się nie zmienił – deklarowana rozpoznawalność pojęcia wzrosła zaledwie o 2 pkt proc., a znajomość o 1 pkt proc.

Co nie dziwi, wyniki badania z 2007 r. świadczą o tym, że osoby deklarujące jakąś formę kontaktu z organizacjami pozarządowymi prawie dwukrotnie częściej deklarowały znajomość tego pojęcia niż te, które nie zetknęły się z żadną organizacją (37% vs 19%), a 1/3 spośród osób mających kontakt z organizacjami pozarządowymi zetknęła się z pojęciem, ale nie jest pewna jego znaczenia. Jednocześnie za-

⁹ <http://www.ekonomiaspoleczna.pl/x/167338>

skakuje fakt, że 1/4 osób mających kontakt z organizacjami zadeklarowała, że nie zetknęła się z pojęciem „organizacja pozarządowa”. Podobnie wyglądają deklaracje osób, które przekazały organizacjom jakieś środki finansowe lub wsparły je swoją pracą – co oczywiste, osoby takie częściej znają i rozumieją pojęcie „organizacja pozarządowa” niż te, które nie były filantropami lub wolontariuszami (46% filantropów vs 25% „niefilantropów” i 50% wolontariuszy vs 28% niebędących wolontariuszami), choć jednocześnie aż 20% darczyńców i 15% wolontariuszy nie zna pojęcia „organizacja pozarządowa”.

Powyższe dane z jednej strony potwierdzają dość oczywisty fakt, że osoby posiadające jakieś kontakty z sektorem pozarządowym lepiej niż pozostali Polacy rozpoznają pojęcie „organizacja pozarządowa”. Co jednak ważniejsze, pokazują one jednocześnie, że traktowanie danych o rozpoznawalności danego pojęcia jako wskaźnika najszerszej rozumianej znajomości danego zjawiska czy kontaktu z danym typem instytucji może być obciążone błędem – jak wynika z powyższych analiz, 15% wolontariuszy i 20% darczyńców, którzy kontaktowali się z organizacjami, mimo tego nie rozpoznaje terminu „organizacja pozarządowa”.

Pojęcie „trzeci sektor”, jak już zostało powiedziane, jest w społeczeństwie polskim zdecydowanie słabiej rozpoznawane – ponad 70% respondentów zadeklarowało w 2007 r., że go nie zna – i choć w porównaniu z wynikami z 2005 r. odsetek odpowiedzi „nie znam” zmalał, to nie zarejestrowano równoległe zwiększenia świadomości znaczenia terminu „trzeci sektor”, ale wzrost odpowiedzi „trudno powiedzieć”. Pojęcie jest słabo znane zarówno wśród osób, które zetknęły się z organizacjami, jak i wśród tych, które takiej styczności nie miały, choć oczywiście widać różnice między oświadczeniami tych dwóch grup – darczyńcy dwukrotnie częściej niż osoby, które nie przekazały pieniędzy/darów rzeczowych na rzecz organizacji czy grup, deklarują znajomość pojęcia (9% vs 4%), podobnie jak wolontariusze (13% vs 4% niebędących wolontariuszami) i członkowie organizacji (9% vs 5% nienależących do organizacji). Ogólnie rzecz biorąc, pojęcie „trzeci sektor” jest prawie zupełnie nieznanie w społeczeństwie polskim i nawet osoby, które mają styczność z organizacjami, nie rozpoznają go i nie rozumieją.

1.1.2

Ekonomia społeczna

Jak już wspomniano, wokół definicji pojęcia ekonomii społecznej cały czas trwa ją w Polsce dyskusje, choć panuje dość powszechna zgoda co do tego, jakie przedsięwzięcia można zaliczyć do „sektora ekonomii społecznej”, a mianowicie: organizacje pozarządowe (stowarzyszenia i fundacje), spółdzielnie (ruch spółdzielczy), towarzystwa pomocy wzajemnej, przedsiębiorstwa społeczne oraz nieformalne ruchy i przedsięwzięcia służące współpracy ekonomicznej i zwiększeniu potencjału ekonomicznego lub poprawie sytuacji społecznej określonych grup¹⁰. Oznacza to, że „ekonomia społeczna” jest pojęciem o zasięgu najszerszym – skupiającym większość pozostałych analizowanych terminów.

Mimo sygnalizowanych problemów definicyjnych i niejasności pojęcia, pod względem rozpoznawalności i znajomości „ekonomia społeczna” znalazła się na drugim miejscu wśród analizowanych terminów: jego rozumienie deklaruje co dwunasty Polak (8%), a co czwarty (23%) pojęcie to rozpoznaje. Jest to wynik zaskakująco dobry, choć obydwa wskaźniki są znacząco niższe niż w 2005 r., kiedy pojęcie znało 14,1% Polaków (zatem tegoroczny wynik wskazuje na spadek o prawie 6 pkt proc.), a rozpoznawało je 25% społeczeństwa.

Jak już podkreślano, wyniki z 2007 r., a tym bardziej dane z 2005 r. budzą sporo wątpliwości. Można postawić zasadnicze pytanie o faktyczne znaczenie tego pojęcia dla Polaków – czym innym jest bowiem deklaracja znajomości pojęcia, czym innym podanie przykładów/desygnatów pojęcia czy związanych z nim skojarzeń.

Podobnie jak w 2005 r., w 2007 r. 40% respondentów deklarujących nieznaną znajomość pojęcia „ekonomia społeczna” stwierdziło, że zetknęło się osobiście z przykładem lub słyszało o przedsiębiorstwach zatrudniających głównie osoby mające szczególne trudności ze znalezieniem pracy (niepełnosprawne, chore, bezdomne itp.), czyli deklaroowało *de facto* znajomość podmiotów ekonomii społecznej.

Próbując odpowiedzieć na pytanie, kim są osoby znające to pojęcie, można wskazać ponownie, że są one jakoś związane z organizacjami pozarządowymi – wolontariusze (16% vs 7% niebędących wolontariuszami), członkowie organizacji (14% vs 7% nienależących do organizacji) oraz darczyńcy (w 2007 r. prawie dwukrotnie częściej niż osoby niebędące darczyńcami wskazują na znajomość pojęcia: 12% vs 7%). Znajomość pojęcia „ekonomia społeczna” jest też związana z wykształceniem – im jest ono wyższe, tym częstsze jest rozpoznawanie tego terminu.

¹⁰ www.filantropia.org.pl



1.1.3

Spółeczna odpowiedzialność biznesu

Przejęty z języka angielskiego termin Corporate Social Responsibility (CSR) oznacza filozofię działania firmy, która przy dążeniu do osiągnięcia celów ekonomicznych zakłada dobrowolne uwzględnianie przez nią interesów społecznych, czyli podejmowanie decyzji i działań, takich jak dbałość o zasady etyczne, prawa pracowników i prawa człowieka, otoczenie społeczne i środowisko naturalne¹¹. Choć pojęcie „społeczna odpowiedzialność biznesu” wydaje się należeć do zjawisk trochę innego rodzaju niż dotychczas omawiane terminy, to jednak łączy w sobie dwa interesujące nas aspekty; ekonomiczny i kluczowy dla zakresu ekonomii społecznej – czyli społeczny.

Omawiane pojęcie jest najmniej znane spośród wszystkich terminów analizowanych w badaniu podobnie jak w 2005 r., co dwudziesty Polak je zna, a tylko co ósmy je rozpoznaje (w 2005 r. termin rozpoznawał co dziesiąty Polak). Podobnie jak w wypadku pozostałych badanych pojęć, jest ono częściej rozpoznawane przez osoby, które w ostatnim roku miały styczność z organizacjami (6% vs 3%, które nie zetknęły się z nimi), były darczyńcami (9% vs 3%, które nie przekazywały środków/darów na rzecz organizacji), wolontariuszami (13% vs 3% osób niepodjęających działalności wolontarystycznej) oraz członkami organizacji (9% vs 4% nienależących do organizacji).

Oczywiście niski wskaźnik znajomości pojęcia „społeczna odpowiedzialność biznesu” nie oznacza, że konkretne akcje i przedsięwzięcia zwykle opisywane za pomocą tego terminu nie są rozpoznawane. Trzeba zauważyć, że w 2005 r. niemal połowa badanych deklarujących brak zetknięcia się z pojęciem „społeczna odpowiedzialność biznesu”, jednocześnie twierdziła, że zna osobiście lub ze słyszenia przykłady przedsiębiorstw wspierających cele charytatywne i osoby potrzebujące – w 2007 r. można było zaobserwować nawet nieznaczny wzrost takich wskazań (52%).

¹¹ M. Gumkowska, J. Herbst, J. Huszcz, *Spółeczny kontekst...*, s. 7.

1.1.4

Spółdzielnia i spółdzielnia socjalna

Spółdzielnia to instytucja stanowiąca rdzeń tradycyjnej ekonomii społecznej, w warunkach polskich przez wielu uznawana jest za instytucję zdegenerowaną, relikw przeszłości¹². Z kolei spółdzielnie socjalne są instytucjami o wiele młodszymi – ustawa o nich, będąca formalną podstawą ich funkcjonowania, została podpisana 27 kwietnia 2006 r. (choć pierwsze tego typu instytucje powstały w Polsce już w 2005 r.). Koncepcja funkcjonowania spółdzielni socjalnych, odwołująca się do włoskich wzorców wskazuje, iż mają one za zadanie łączyć integrację społeczną osób wykluczonych z działalnością gospodarczą i zawodową swoich członków – osób doświadczających trudności na rynku pracy. Dane z końca I kwartału 2008 r. potwierdzają funkcjonowanie w Polsce 145 takich podmiotów.

Choć rozumienie pojęcia „spółdzielnia socjalna” zadeklarowało w 2007 r. tylko 7% Polaków, a z terminem zetknęło się mniej niż 20%, to wyniki te świadczą o rosnącej świadomości na temat znaczenia pojęcia – w 2005 r. jedynie 5% deklarowało znajomość i 15% jego rozpoznawalność (co ważne – wtedy zarejestrowanych było w Polsce zaledwie 30 spółdzielni socjalnych). Mając na uwadze krótki okres funkcjonowania spółdzielni socjalnych w Polsce oraz ich małą liczebność, można by uznać omawiany rezultat za wynik dobry.

W ramach prowadzonych sondaży nie pytano o znajomość czy rozpoznawalność pojęcia „spółdzielnia”, ale w 2005 r. zadano otwarte pytanie o skojarzenia z nim związane.

Na pytanie to odpowiedziało niespełna 70% uczestników badania (685 osób). Rozkład wyników pozwala stwierdzić, że mniej więcej co drugiemu Polakowi pojęcie „spółdzielnia” przychodzi na myśl po prostu jakiś konkretny typ spółdzielni. Dominują skojarzenia związane ze spółdzielniami mieszkaniowymi – jest tak w wypadku jednej na trzy osoby (czasem z „blokowskiem” lub „opłatą za czynsz”). Jedynie 3% wszystkich badanych kojarzy spółdzielnie z „pracą” lub ze „spółdzielniami pracy”. Przy tym mniej więcej jednej na 100 osób spółdzielnie kojarzą się z „pracą osób niepełnosprawnych” lub ze „spółdzielniami inwalidów”. Na drugim miejscu znajdują się (wskazane przez ok. 16% Polaków, czyli prawie 25% respondentów, którzy odpowiedzieli na pytanie) skojarzenia z „organizacjami zrzeszającymi ludzi”,

¹² Ibidem, s. 7-9.

„wspólnotą”, „zrzeszeniem”, „współpracą”, „pomocą” lub podobnymi określeniami – z tym wszystkim, co decyduje o społecznym charakterze spółdzielni i co czyni je przedmiotem uwagi osób zainteresowanych koncepcją ekonomii społecznej. Jest to ważne, pozwala bowiem sformułować tezę, że niezależnie od rzeczywistych problemów dzisiejszych spółdzielni i wciąż istniejącej kontrowersji wokół kontynuowania (lub nie) przez te podmioty tradycji samoorganizacji sięgających XIX w., w społecznej świadomości funkcjonują one wciąż jako ciała społeczne. Naturalnie można się zastanawiać, czy przekonanie o ich społecznym charakterze nie jest jedynie elementem szerszego światopoglądu politycznego respondentów lub czy też owe przekonania same w sobie nie są spuścizną epoki socjalizmu. Trzeba jednak pamiętać, że wyobrażenia o spółdzielniach są bardzo zróżnicowane i że często nie budzą one pozytywnych skojarzeń. Mniej więcej 10% ankietowanych (ok. 15% spośród tych, którzy odpowiedzieli na pytanie) utożsamia je z czymś negatywnym – czy to z komunizmem (ok. 4%), czy z „oszustwem”/„przekrętem”/„wykorzystywaniem” (ok. 3%), czy wreszcie z nieefektywnością („moloč”, „biurokracja”, „bankructwo”, „niekompetencja” – ok. 1,5%)¹³.

To, jakie skojarzenia przychodzą na myśl w związku z pojęciem „spółdzielnia”, zależy od życiowych doświadczeń¹⁴, a także od tego, z jakimi typami takich zrzeszeń stykamy się na co dzień. Osoby starsze częściej niż ludzie młodzi kojarzą spółdzielnie ze wspólną pracą, grupową aktywnością, organizacją, współpracą czy wspólnotą. W grupie osób powyżej 55 roku życia takie skojarzenia wskazywało ok. 30% badanych, podczas gdy wśród młodszych od nich ankietowanych odsetek ten oscylował wokół 20%. Z kolei najmłodszym pytanym respondentom wyraźnie częściej spółdzielnie kojarzą się po prostu ze „spółdzielniami mieszkaniowymi” lub „blokowiskami” (55% osób poniżej 25 roku życia vs 40% powyżej 55 roku życia). Osoby powyżej 45 roku życia częściej odwoływały się także do skojarzeń związanych z rolnictwem czy też spółdzielniami wiejskimi („spółdzielnie rolne”, „RSP” itp.).

Inną informację przynosi analiza różnic związanych z poziomem wykształcenia badanych. Im niższe wykształcenie, tym częstsze są skojarzenia „spółdzielni” z biznesem, sklepem, zakładem gospodarczym czy spółką, a rzadsze z obszarem grupowej aktywności czy współpracy (wskazało na nie niespełna 20% ankietowanych z wykształceniem podstawowym vs około 30% badanych z wykształceniem wyższym). Dla osób wykształconych spółdzielnie zdecydowanie częściej znaczą tyle co „spółdzielnie mieszkaniowe” – prawdopodobnie na takie wyniki wpływa fakt, iż większość z nich stanowią mieszkańcy miast.

¹³ Analizy ukazujące zróżnicowanie opinii na temat spółdzielni bazowały na stosunkowo niewielkiej liczbie danych, dlatego możliwości ich przeprowadzenia były ograniczone, zaś wyniki należy traktować ostrożnie.

¹⁴ K. Herbst, *Tezy do Ekspertyzy w zakresie wzmocnienia instytucji ekonomii społecznej*, za: <http://www.ekonomiaspoleczna.pl/x/167338>

Tabela 3. Skojarzenia z pojęciem „spółdzielnia”*

Skojarzenia	N odp.	Odsetek Polaków	Odsetek odpowiedzi
spółdzielnie mieszkaniowe, blokowiska	332	33,0	38,0
organizacja, grupa, wspólnota, zrzeszenie, współpraca, pomoc	163	16,2	18,7
spółdzielnie rolnicze, wiejskie	58	5,8	6,6
handel, gospodarka, sklep, zakład, spółka, biznes	52	5,1	5,9
„PRL”, „komuna”, „PGR”, „kołchoz”, skojarzenia z przeszłością	39	3,8	4,4
inne konkretne przykłady spółdzielni (pozamieszk., roln. itp.)	33	3,3	3,8
„oszustwo”, „przekręt”, złe skojarzenia	32	3,2	3,7
„bank spółdzielczy”, bank	30	3,0	3,4
praca, spółdzielnie pracy	30	2,9	3,4
spółdzielnie produkcyjne, produkcja	22	2,2	2,6
inne skojarzenia	21	2,1	2,4
„trzeba zapłacić”, „z optatami”	14	1,4	1,6
„biurokracja”, „bankructwo”, „niekompetencja”, problemy itp.	13	1,3	1,5
inne dobre skojarzenia (np. „coś fajnego”)	10	1,0	1,2
skojarzenia z pieniędzmi, dochodami, dywidendą, podziałem	9	0,9	1,0
praca ludzi niepełnosprawnych, „spółdzielnia inwalidów”	8	0,8	0,9
z „prezesem”	6	0,6	0,7
z dobrą przeszłością („należały do społeczeństwa”, „były dobre”)	3	0,3	0,4

*dane w proc.

1.1.5

Przedsiębiorstwo społeczne

Eksperci zainteresowani zjawiskiem ekonomii społecznej za przedsiębiorstwo społeczne uznają instytucję prowadzącą działalność gospodarczą, z której zyski przeznaczane są na realizację celów społecznych lub inwestowane we wspólnotę, w ramach której przedsiębiorstwo działa, zamiast kierować się potrzebą osiągnięcia maksymalnego zysku dla akcjonariuszy lub właścicieli¹⁵. Tak rozumiane pojęcie wydaje się być kluczowe dla zjawiska ekonomii społecznej.

Pojęcie to jest jeszcze krócej obecne w polskiej debacie publicznej niż „ekonomia społeczna”, nie dziwi więc, że rozpoznaje je niewielu Polaków – znajomość deklaruje 7,5% (o ponad 2 pkt proc. mniej niż w 2005 r., kiedy znał je co dziesiąty Polak), zeknęło się z nim (ale nie jest pewne znaczenia) kolejne 20%, a więc mniej więcej tyle samo co w 2005 r.

Podobnie jak w wypadku pojęć analizowanych wcześniej, „aktywność społeczna” wydaje się mieć związek z tym, czy jest znane/rozpoznawane pojęcie „przedsiębiorstwo społeczne”. W 2007 r. znajomość tego pierwszego terminu częściej deklarują wolontariusze (16% vs 6% niebędących wolontariuszami), członkowie organizacji (14% vs 6% nienależących do organizacji), osoby, które przekazały środki lub rzeczy na rzecz organizacji (13% vs 5% niebędących darczyńcami).

Jednak nie można wykluczyć, że związek znajomości analizowanego pojęcia z aktywnością społeczną respondentów jest wtórny i wynika z jego pierwotnej zależności od wykształcenia. Na potwierdzenie tej tezy można przytoczyć fakt, iż osoby z wyższym wykształceniem, niezaangażowane w działalność społeczną (wolontariat, filantropia, członkostwo w organizacjach) częściej niż osoby zaangażowane deklarowały znajomość pojęcia „przedsiębiorstwo społeczne”. Być może jest to przejaw wspomnianego wcześniej mechanizmu utrzymywania „pozorów kompetencji”, charakterystycznego dla osób z wyższym wykształceniem, choć ze względu na niewielką liczbę danych stanowiących podstawę wnioskowania, do wyników tych zasadniczo należy podchodzić ostrożnie.

Innych informacji na temat rozumienia przez Polaków terminu „przedsiębiorstwo społeczne” dostarcza analiza spontanicznych odpowiedzi - skojarzeń odnoszą-

¹⁵ <http://mlodykonsument.pl/>

cych się do pojęcia.. W 2006 r. tylko co piąty respondent potrafił wymienić skojarzenia odnoszące się do tego terminu, co w oczywisty sposób ogranicza możliwość wnioskowania, czy stawia pod znakiem zapytania sensowność analizowania odpowiedzi ze względu na zmienne socjodemograficzne. Jednak zebrane dane pozwalają nakreślić mapę konotacji terminu „przedsiębiorstwo społeczne”.

Wśród skojarzeń z pojęciem „przedsiębiorstwo społeczne” dominują pozytywne, odwołujące się do wspólnego działania na rzecz dobra wspólnego/pomocy innym (łącznie blisko 70% skojarzeń, wymienianych przez co dziesiątego Polaka). Przywodzi na myśl także różne „instytucjonalne” formy gospodarcze czy społeczno-gospodarcze: łącznie prawie 4% społeczeństwa polskiego przedsiębiorstwa społeczne kojarzy ze spółdzielniami i spółkami czy firmami oraz przedsiębiorstwami państwowymi (28% udzielonych odpowiedzi). Osobnym tropem idą skojarzenia z rynkiem pracy i zatrudnieniem (wymieniło je 1,6% Polaków) oraz z pomocą społeczną – zapomogami dla ludzi (około 1%).

Tabela 4. Skojarzenia Polaków z pojęciem „przedsiębiorstwo społeczne”*

Skojarzenia	N odp.	Odsetek Polaków	Odsetek odpowiedzi
Na rzecz wspólnego dobra, pomaganie, praca społ., nieodpłatna	60	5,8	33,2
Wspólnie, społecznie, grupa, razem, na rzecz społeczności	48	4,6	26,5
Spółdzielnia, organizacja, kółko rolnicze, spółka społeczna	20	1,9	11,1
Zatrudnienie, praca dla ludzi	17	1,6	9,2
Państwowe	16	1,5	9,1
Zysk, firma	15	1,4	8,0
Coś złego, komuna, korupcja, nieuczciwość	12	1,2	6,8
Zapomoga, pomoc społeczna	8	0,8	4,4
Inne	15	1,4	8,1

*Odpowiedzi sortowane według częstości ich udzielenia, dane w proc.

W podsumowaniu zagadnienia znajomości i rozpoznawalności pojęć z zakresu ekonomii społecznej w społeczeństwie polskim chcemy zwrócić uwagę na słabą znajomość tych pojęć oraz na jednoczesne zróżnicowanie poziomu wiedzy na temat znaczenia poszczególnych z nich (najlepiej znane „organizacja pozarządowa” vs najrzadziej wymieniane „społeczna odpowiedzialność biznesu”), w zależności od przynależności do grup wyodrębnionych ze względu na cechy społeczno-demograficzne (zmienną różnicującą świadomość pojęć jest w szczególności wykształcenie) oraz zaangażowanie w pracę czy fakt wspierania organizacji związanych z trzecim sektorem czy obszarem ekonomii społecznej.

Tabela 5. Znajomość pojęć związanych z pojęciem ekonomii społecznej (2005-2007)*

	Tak, znam to pojęcie i wiem, co ono oznacza			Tak, zetknąłem(am) się z tym pojęciem, ale nie jestem pewny(a), co oznacza			Nie, jak dotąd nie spotkałem(am) się z takim pojęciem			Trudno powiedzieć		
	2005	2006	2007	2005	2006	2007	2005	2006	2007	2005	2006	2007
Czy kiedykolwiek zetknął(ęta) się Pan(i) z pojęciem.....												
Spółdzielnia socjalna	5,2	3,9	7,4	15,3	14	18,4	76,2	74,9	64,8	3,3	7,2	9,7
Organizacja pozarządowa	30,3	24	31,2	28,9	29,7	30,2	38,2	38,7	31,4	2,6	7,2	7,3
III sektor	5,1	5,2	5,2	13,3	11,9	13,5	78,6	74,5	71,5	3	8,3	9,8
Społeczna odpowiedzialność biznesu	4,8	3,4	4,6	11,5	8,6	12,4	79,9	80	73,8	3,8	8	9,2
Przedsiębiorstwo społeczne	9,6	3,8	7,5	19,9	14,7	19,8	67,7	72,9	63	2,8	8,6	9,7
Ekonomia społeczna	14,1	7,7	8,3	25,2	19,3	23,4	57,6	64,7	58,2	3,1	8,2	10,1

*dane w proc.

1.2.0

Znajomość przedsiębiorstw angażujących się w działania społeczne

W badaniach przeprowadzanych w latach 2005–2007 poza znajomością i rozpoznawalnością terminów oraz skojarzeń z pojęciami z zakresu ekonomii społecznej, pytano o znajomość przykładów dwóch rodzajów przedsiębiorstw – wspierających cele charytatywne i osoby potrzebujące oraz zatrudniających głównie osoby mające szczególne trudności ze znalezieniem pracy: niepełnosprawne, chore czy bezdomne. Pierwszy typ ma związek z pojęciem społecznej odpowiedzialności biznesu, drugi zaś odnosi się bezpośrednio do ekonomii społecznej, w szczególności do spółdzielni socjalnych i przedsiębiorstw społecznych. Analiza odpowiedzi Polaków być może pozwoli zweryfikować dane na temat znajomości sektora ekonomii społecznej – choć trzeba jednocześnie zaznaczyć, że było to kolejne pytanie odwołujące się raczej do deklaracji, a nie weryfikujące doświadczenia Polaków związane z przedsięwzięciami ekonomii społecznej.

W 2007 r. niemal co piąty Polak (18%) zadeklarował, że zetknął się z przedsiębiorstwami wspierającymi cele charytatywne, a 1/3 społeczeństwa słyszała o istnieniu takich podmiotów, ale nie pamiętała konkretnych przykładów. Procent osób, które wprost zadeklarowały, iż nie znają takich przedsiębiorstw, zmalał w stosunku do 2005 r., ale można tę zmianę interpretować jako „pozorny” spadek, jako że wzrosła proporcja osób udzielających odpowiedzi „trudno powiedzieć”. Jeśli potraktować łącznie odpowiedzi „nie znam” i „trudno powiedzieć”, można stwierdzić, że o ile w 2005 r. 45% Polaków nie znało przykładów przedsiębiorstw, to w 2007 r. procent ten był wyższy – ponad 47%. Udział osób, które osobiście znają przykłady takich przedsiębiorstw, zmalał o niemal 2 pkt proc. Natomiast procent Polaków, którzy kojarzą nazwę, a nie pamiętają przykładów przedsiębiorstw, jest taki sam jak w 2005 r.

Podobnie jak w wypadku terminów opisywanych w poprzedniej części raportu, wiedza o funkcjonowaniu przedsiębiorstw udzielających wsparcia osobom potrzebującym jest związana z poziomem wykształcenia respondentów – osoby z wyższym wykształceniem znacznie częściej deklarują znajomość konkretnych przykładów tego typu instytucji, częściej też kojarzą je, nawet jeśli nie pamiętają przykładów (w 2007 r. co czwarta osoba z wyższym wykształceniem, czyli dwukrotnie częściej niż osoby z wykształceniem zawodowym, deklarowała „tak, znam osobiście takie przykłady”). Wśród respondentów znających pojęcie „społeczna odpowiedzialność biznesu”, 78% przyznało, że zna przykłady lub kojarzy firmy charakteryzujące się takim działaniem, a 73% kojarzyło/rozpoznało pojęcie, ale nie było pewne jego zna-

czenia. Jednocześnie ponad połowa osób twierdzących, że nie zna pojęcia „społeczna odpowiedzialność biznesu”, deklaruje znajomość przykładów działań przedsiębiorstw charytatywnych lub wiedzę o podobnych działaniach firm. Opisane powyżej dane (zarówno te o rozpoznawalność pojęcia „społeczna odpowiedzialność biznesu”, ale przede wszystkim dotyczące znajomości konkretnych przykładów tego zjawiska) mogą świadczyć z jednej strony o małej świadomości społecznego zaangażowania biznesu, a z drugiej strony o niedużej skali tego typu działań.

Tylko co siódmy Polak (14%) zadeklarował w 2007 r. znajomość przykładów przedsiębiorstw zatrudniających osoby mające trudności na rynku pracy. Co więcej, jest to wynik gorszy niż w 2005 r., kiedy znajomość przykładów takich przedsiębiorstw zadeklarował co piąty mieszkaniec Polski. Co trzeci badany słyszał w 2007 r., że takie firmy istnieją, ale nie pamiętał żadnego konkretnego przykładu, a połowa w ogóle nie słyszała o takich przedsiębiorstwach (łącznie odpowiedzi „nie znam” i „trudno powiedzieć”). Wyniki te nie zmieniły się od 2005 r.

Także i to pytanie o znajomość przedsiębiorstw zatrudniających osoby „wykluczone” koreluje z poziomem wykształcenia respondentów – im wyższe, tym częściej badani deklaruowali osobistą znajomość ich przykładów. Jest prawdopodobne, że wobec tego jest to efekt większego zainteresowania tego typu przedsięwzięciami przez osoby lepiej wykształcone, albo też „zawyżania” przez nie odpowiedzi z powodu chęci potwierdzenia swoich kompetencji. Warto zaznaczyć, że tylko ok. 70% osób, które zadeklarowały rozumienie pojęć „spółdzielnia socjalna” i „przedsiębiorstwo społeczne”, oraz 70% tych, które je rozpoznały, stwierdziło, że zna konkretne przykłady lub słyszało o przedsiębiorstwach wspierających osoby mające trudności ze znalezieniem pracy. Jednocześnie ponad 40% osób, które nie znały i nie rozpoznały obu tych pojęć, wskazało, że zna przykłady lub kojarzy tego typu działania, ale nie pamięta przykładów. Podobnie jak w wypadku interpretacji danych o znajomości społecznych działań biznesu, także w odniesieniu do tych wyników można przypuszczać, że świadczą one o niskiej świadomości społecznej, ale zarazem o niewielkiej jeszcze skali działalności tego typu podmiotów.

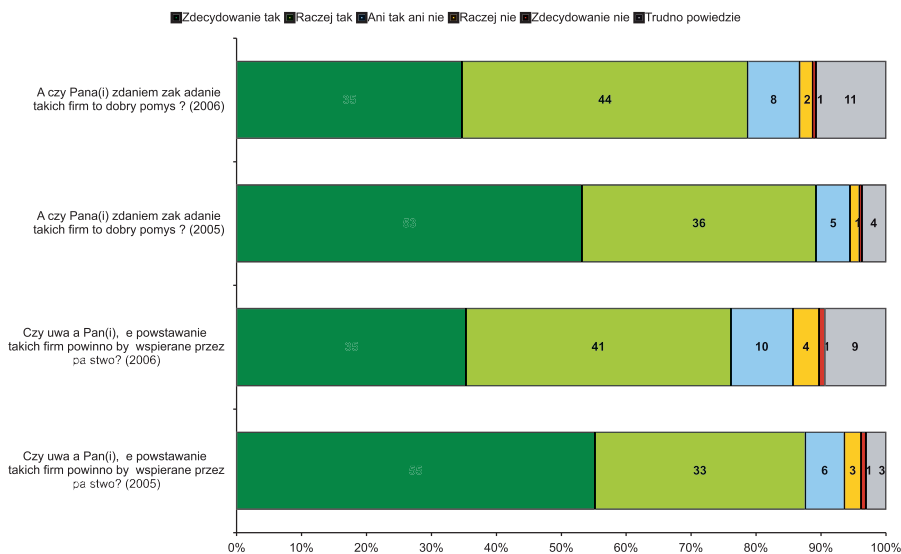
Tabela 6. Znajomość przykładów przedsiębiorstw podejmujących działania charytatywne i zatrudniających osoby mające trudności na rynku pracy*

Czy zna Pan(i) osobiście lub ze słyszenia przykłady takich przedsiębiorstw w Polsce, które...	Wspierają cele charytatywne, osoby potrzebujące			Zatrudniają głównie osoby mające szczególne trudności ze znalezieniem pracy (niepełnosprawne, chore, bezdomne itp.)		
	2005	2006	2007	2005	2006	2007
Tak, znam osobiście takie przykłady	20,2	10,9	18,4	19,2	10,3	14,5
Słyszałem, że takie firmy istnieją, choć nie pamiętam konkretnych przykładów	34,7	33,3	34,3	31	32,1	32,8
Nie	42,4	47,6	37,7	47,5	51,1	42,6
Trudno powiedzieć	2,7	8,2	9,7	2,3	6,5	10,2

**dane w proc.*

Odpowiedzi na pytanie o społeczną akceptację przedsięwzięć związanych z działaniami charytatywnymi i wspierającymi osoby wykluczone z życia społecznego może dostarczyć analiza pytań zadanych w badaniu z lat 2005 i 2006. Polaków zapytano, czy dobrym pomysłem jest powstawanie takich firm (wspierających cele charytatywne i osoby potrzebujące lub zatrudniających przede wszystkim osoby mające szczególne trudności ze znalezieniem pracy: niepełnosprawne, chore, bezdomne etc.). O ile w 2005 r. można było zaobserwować powszechną (blisko 90%) zgodę co do tego, że istnienie takich przedsiębiorstw jest dobrym pomysłem, to w kolejnym roku pomysł ten akceptowało ponad 3/4 obywateli, a zatem społeczna aprobata dla przedsięwzięć związanych z działaniami charytatywnymi i wspierającymi osoby wykluczone z życia społecznego spadła o ponad 10 pkt proc. Zdecydowana większość Polaków stwierdziła także, że państwo powinno wspierać zakładanie takich firm (blisko 88% w 2005 i 76% w 2006 r.). W 2005 r. Polacy zadeklarowali też, że świadomość tego, że dane przedsiębiorstwo wspiera cele charytatywne lub zatrudnia przede wszystkim osoby mające szczególne trudności ze znalezieniem pracy, miałyby pozytywny wpływ na ich decyzje konsumenckie – ponad 60% z nich chętnie kupiłoby produkty wyprodukowane przez taką firmę.

Wykres 4. Akceptacja dla przedsiębiorstw wspierających osoby wykluczone z rynku pracy oraz dla wspierania takich przedsiębiorstw przez państwo (2005-2006)



*dane w proc.

1.3.0

Zachowania konsumenckie

Dzięki ruchom konsumenckim nabywcy towarów coraz częściej traktowani są jako pozytywna siła mająca znaczny wpływ na rzeczywistość przez dokonywanie świadomych wyborów podczas codziennych zakupów. Odpowiedzialny konsument to taki, który kupuje mądrze i etycznie – czyli który oprócz zaspokajania potrzeb materialnych, jednocześnie wspomaga odpowiedzialne przedsiębiorstwa kierujące się nie tylko zasadami ekonomicznymi, ale także ekologicznymi, społecznymi czy etycznymi¹⁶. Wyniki prowadzonych w Polsce badań nad postawami konsumenckimi wskazują jednak, że przy wyborze produktów Polacy kierują się przede wszystkim kryteriami ich ceny i jakości. Zdecydowanie mniej są dla nich ważne czynniki charakterystyczne dla tzw. świadomych wyborów konsumenckich, czyli wspierających firmy odpowiedzialne, wykazujące troskę o konsekwencje społeczne i środowiskowe prowadzonej przez siebie działalności. Zatem deklaracje na temat gotowości Polaków do zakupów produktów pochodzących z przedsiębiorstw zatrudniających osoby wykluczone (przyczozone w poprzednim rozdziale) należy traktować rozważnie. Nie ulega wątpliwości, że chociażby w imię zasady konsekwencji (która – jak wynika z badań psychologów społecznych – jest istotnym motywem naszego działania) respondenci, którzy zadeklarowali swoją aprobatę i poparcie dla przedsiębiorstw wspierających cele charytatywne lub zatrudniających osoby wykluczone, stwierdzili w odpowiedzi na kolejne pytanie, że własnym działaniem (w tym wypadku wyborem konsumenckim) są gotowi je udowodnić. Przyszło im to tym łatwiej, że było to stwierdzenie na poziomie deklaracji, a pytanie o gotowość zakupu nie było obwarowane żadnymi warunkami – np. wyższą ceną tego typu produktu.

Dlatego chcąc poznać potencjalny popyt na produkty ekonomii społecznej, w badaniach zadano jeszcze jedno pytanie o zachowania konsumenckie. Respondentów poproszono o wybranie do pięciu ważnych dla nich kryteriów, które biorą pod uwagę podczas robienia zakupów¹⁷. Udzielone odpowiedzi wskazują na fakt, iż polscy konsumenci wybierają produkty przede wszystkim na podstawie ich ceny

¹⁶ W latach 2005 i 2006 pytano respondentów o to, czym w ostatnim czasie najczęściej kierowali się przy podejmowaniu decyzji o zakupie, natomiast w 2007 r. zapytano o to, czym w ostatnim czasie kierowali się podejmując decyzje o zakupie. Mimo zmiany akcentu w pytaniu nie zauważono znaczących różnic w odpowiedziach.

¹⁷ M. Gumkowska, J. Herbst, J. Huszcz, *Spółeczny kontekst...*

(90% w 2005 i 85% w 2007 r.) i jakości (75% w 2005 i 2007 r., odsetek wskazań udzielonych przez osoby lepiej wykształcone, między 26 a 45 rokiem życia, o wyższych dochodach, jest jeszcze wyższy). Dla połowy Polaków istotnym czynnikiem decydującym o zakupie jest marka produktu (znacznie marki wzrosło od 2005 r. o 2 pkt proc., kryterium to wymieniane jest częściej przez osoby młode i lepiej wykształcone). Co trzeci Polak przyznaje, że ważne dla niego jest to, czy produkt został wytworzony w Polsce (37% w 2005 i 33% w 2007 r.). Jest to jedyne w miarę powszechne kryterium o charakterze społecznym, najczęściej wymieniane przez osoby starsze – można więc przypuszczać, że preferencja ta nie wynika z celowego czy świadomego wpierania producentów z Polski ze względów społecznych, ale z przywiązania do pewnych tradycyjnych produktów czy marek dobrze znanych. Analogiczny wniosek nasuwa się w odniesieniu do kryterium „lokalnej produkcji” produktu, którego znaczenie w ciągu ostatnich trzech lat niewiele wzrosło (z 5,7% w 2005 do 7% w 2007 r.), choć częściej kierują się nim osoby mieszkające na wsi niż w dużych miastach; niekoniecznie jest to związane z większą świadomością społeczną, a raczej z dostępnością i znajomością kupowanych produktów. Bardziej jednoznaczne wydają się wyniki mówiące o wyborze produktu ze względu na jego przyjazność dla środowiska – kryterium to przy zakupie bierze pod uwagę co 12 Polak (około 9% osób, głównie z wyższym wykształceniem). Pozostałe kryteria wyboru produktów, czyli etyczne i odpowiedzialne społecznie postępowanie producentów, zaangażowanie w działalność charytatywną, a także szanowanie pracowników, podobnie jak w 2005 r., mają marginalne znaczenie i nie wpływają na decyzje zdecydowanej większości konsumentów. W odniesieniu do tych kryteriów nie obserwuje się w społeczeństwie polskim też istotnych statystycznie zależności i różnic.

Można stwierdzić, iż przywoływane tu wyniki z badań 2005-2007 świadczą o deklaratywności formułowanych w sondażach opinii oraz ilustrują rozdzwiek między przekonaniami a sferą rzeczywistych działań Polaków. Wprawdzie popierają oni powstawanie przedsiębiorstw zaangażowanych społecznie i twierdzą, że chętnie kupowaliby produkty przez nie wytworzone, jednak w sytuacji realnego wyboru raczej nie biorą pod uwagę czynników innych niż cena, jakość i marka. Ten dysonans pomiędzy deklaracjami i rzeczywistością niekoniecznie obciąża badanych. Dla wyznaczanych priorytetów w zakresie kryteriów zakupowych nie bez znaczenia jest zamożność społeczeństwa (w stosunkowo biednym społeczeństwie kryteria społeczne czy etyczne zawsze będą przegrywały z ceną) oraz edukacja dotycząca świadomych wyborów konsumenckich. Znaczenie mają tu zarówno kampanie ruchów konsumenckich, jak informowanie przez producentów o prowadzonej przez siebie działalności charytatywnej czy działaniach na rzecz ochrony środowiska naturalnego. Liczba kampanii reklamowych, w których te kwestie są poruszane, zwiększa się, jednak w dalszym ciągu wydają się one być na marginesie celów działań marketingowych przedsiębiorstw. Jeśli zaś producenci nie eksponują swojego społecznego zaangażowania, trudno oczekiwać, by kupujący brał je pod uwagę, ponieważ po

prostu nie ma wiedzy na ich temat¹⁸. Dopiero dotarcie do konsumentów z informacją o uwzględnieniu pozaekonomicznych celów w procesie produkcji danego dobra czy usługi pozwoli na wzrost ich świadomości i stworzy szanse na zweryfikowanie preferowanych kryteriów wyboru produktów, docenienie przedsiębiorstw „wspierających cele charytatywne i osoby potrzebujące lub zatrudniających osoby o szczególnych trudnościach ze znalezieniem pracy”.

Tabela 7. Czynniki wpływające na decyzje Polaków o zakupach*

Czynniki	Wskazania		
	2005	2006	2007
Cena	90,5	86,8	85,1
Jakość	74,8	69,9	74,8
Marka	47,8	47,3	50,0
To, czy produkt jest polski	36,1	28,5	32,8
To, czy producent szanuje środowisko	9,7	7,6	8,6
To, czy produkt wyprodukowano tu w okolicy	5,7	5,2	7,0
To, czy producent postępuje etycznie (np. nie zatrudnia dzieci, nie łamie prawa)	5,8	4,1	5,7
To, czy producent działa charytatywnie	5,7	3,4	4,5
To, czy producent szanuje swoich pracowników	5,4	4,7	4,1
To, czy producent zatrudnia osoby wymagające szczególnego wsparcia na rynku pracy	6,6	3,0	2,1
Inne	0,9	0,9	2,0
Trudno powiedzieć	1,4	6,0	5,8

* dane w proc.

¹⁸ Por. M. Gumkowska, J. Herbst, J. Huszcz, *Spółeczny kontekst...*

2.0.0

U źródeł ekonomii społecznej – samoorganizacja i skłonność do współpracy w społeczeństwie polskim

Próba stworzenia spójnego obrazu społecznego kontekstu ekonomii społecznej wymaga przyjrzenia się najpierw gruntowi, z jakiego ona wyrasta. Bez zakorzenienia w wartościach i działaniach obecnych w społeczeństwie przedsięwzięcia ekonomii społecznej nie będą miały szans na powodzenie. Źródłem takich wartości są niesformalizowane akty wzajemnej pomocy, w których ludzie mieszkający w bliskiej okolicy pomagają sobie nawzajem, robią coś razem, współpracują dla wspólnej korzyści.

Respondentom zadano szereg pytań dotyczących wzajemnego pomagania sobie nawzajem. Pytano o 1) udział w takich działaniach, jak wspólne zakupy sprzętów, wzajemna pomoc w organizowaniu opieki czy pożyczaniu sobie nawzajem pieniędzy, 2) o korzystanie z różnych form pomocy i o to, kim byli pomagający, 3) o instytucje, do których należy się zwrócić, chcąc coś w społeczności zorganizować (np. jakieś wydarzenie lub akcję).

2.1.0

Wspólne działania – deklaracje

Polacy uważają, że współpracować jest warto. W 2005 r. badanych poproszono o wskazanie najbliższej im opinii na siedmiopunktowej skali, na której „1” oznaczała „działając wspólnie, można zwykle osiągnąć więcej niż samemu”, zaś „7” odpowiadała pogładowi, że „angażowanie się we wspólne działania przynosi zwykle więcej strat niż pożytku”. W odpowiedzi na to pytanie zdecydowana większość badanych poparła pierwszy pogląd – aż 48,3 wskazało odpowiedź „1”, zaś łącznie 77,5% wskazało odpowiedzi 1, 2 lub 3 potwierdzające mniemanie, że działając wspólnie, można osiągnąć więcej, niż działając samemu. Jedynie 7% Polaków jest zdania przeciwnego. Wynik ten nie jest zróżnicowany w podgrupach wyróżnionych ze względu na cechy demograficzne, takie jak wiek i miejsce zamieszkania. Jest za to skorelowany z przekonaniem o uczciwości i dobrych intencjach innych ludzi (o ile wśród wszystkich badanych zdecydowanie przekonanie o tym, że „działając wspólnie można osiągnąć więcej, niż działając samemu”, deklaruje 48%, to wśród tych, którzy jednocześnie zdecydowanie zgadzają się ze stwierdzeniem, że „zwykle zakładam, że ludzie, których spotykam na swojej drodze, są uczciwi i mają dobre intencje”, deklarację taką składa 68%)¹⁹.

Powyższe wnioski są zgodne z wynikami innych sondaży. Centrum Analiz Społeczno-Ekonomicznych CBOS prowadzi od 2002 r. badanie dotyczące więzi społecznych i współpracy z innymi ludźmi²⁰, w ramach którego respondentom zadawane są w zasadzie identyczne pytania, jak w badaniu Klon/Jawor z 2005 r. Tu pogląd, że „działając wspólnie, można osiągnąć więcej niż samemu”, wyraziło w latach 2002, 2004 i 2006 odpowiednio 78%, 74% i 77% pytanym, zaś przeciwnego zdania („współpraca z innymi ludźmi to na ogół marnowanie czasu”) było 9%, 14% i 11%.

¹⁹ Więzy społeczne i współpraca z innymi ludźmi, komunikat z badań CBOS, Warszawa 2006.

²⁰ W badaniu CBOS pytanie brzmiało: „Przeczytam Panu(i) dwie opinie dotyczące życia społecznego w Polsce. Chcielibyśmy, żeby wybrał(a) Pani te opcje, która jest bliższa Pana(i) poglądom: (1) Działając wspólnie, można osiągnąć więcej niż samemu, (2) Współpraca z innymi ludźmi to na ogół marnowanie czasu”.

W badaniu Klon/Jawor pytanie miało treść następującą: „Niektórzy mówią, że zwykle działając wspólnie, można osiągnąć więcej niż działając samemu. Inni uważają, że z reguły angażowanie się we wspólne działania przynosi więcej strat niż pożytku. Biorąc pod uwagę Pana(i) własne doświadczenia, proszę pokazać na karcie, która z tych opinii jest Panu(i) bliższa? – (1) Działając wspólnie, można zwykle osiągnąć więcej niż działając samemu, czy (2) Angażowanie się we wspólne działania przynosi zwykle więcej strat niż pożytku”.

Widać zatem, że wnioski z obydwu badań są zbieżne, różnice wynikają głównie z innego sformułowania pytania („angażowanie się we wspólne działania przynosi zwykle więcej strat niż pożytku” vs „współpraca z innymi ludźmi to na ogół marnowanie czasu”). Jednocześnie należy podkreślić stały poziom poparcia dla wspólnych działań.

Tabela 8. Deklaracje poparcia dla wspólnych działań”

Dane z badania ²¹ :	CBOS	CBOS	Klon/Jawor	CBOS
	2002	2004	2005	2006
Tak	78	74	78	77
Nie	9	14	7	11
Trudno powiedzieć	13	12	4	12

*dane w proc.

W badaniach CBOS dotyczących skłonności Polaków do współpracy i pracy społecznej zadano również pytanie o wiarę w skuteczność działania na rzecz społeczności lokalnej²². Tu widać pewne różnice – od 2002 r. stale rośnie liczba osób twierdzących, że „Ludzie tacy jak ja, działając wspólnie z innymi, mogą pomóc potrzebującym lub rozwiązać niektóre problemy swojego środowiska, osiedla, wsi lub miasta”. Odsetek ten wynosił 50% w 2002, 54% w 2004, 63% w 2006 oraz 65% w 2008 r. Analogicznie malał odsetek osób podzielających pogląd: „Ludzie tacy jak ja, nawet działając wspólnie z innymi, nie są w stanie pomóc potrzebującym ani rozwiązać problemów swojego środowiska, osiedla, wsi lub miasta” – z 38% w 2002 do 26% cztery lata później. Według wyników badania ze stycznia 2008 r. odsetek ten spadł o kolejny punkt procentowy. Poglądy te są silnie związane z wysoką pozycją zawodową i wykształceniem badanych. Wyjątkiem są rolnicy – jedna z grup najbardziej przekonanych o skuteczności wspólnego działania (być może mają najwięcej związanych z tym doświadczeń). Omawiane wyniki świadczą o zmniejszającym się poczuciu bezradności obywatelskiej. Fakt ten jest godny odnotowania, ponieważ przekonanie o własnym „sprawstwie” jest kluczowym czynnikiem niezbędnym dla rozwoju wszelkich form aktywności obywatelskiej czy społecznej²³. Szczególnie interesujący ze względu na kwestie ekonomii społecznej jest wzrost odsetka osób gotowych do współpracy przy prowadzeniu działalności gospodarczej. W 2002 r. – 39%, w 2004 – 47%, a w 2006 – 42% badanych stwierdziło, że zna osobę spoza rodziny, którą byłoby gotowe wziąć na współnika w interesach²⁴.

²¹ Czy Polacy mają predyspozycje do pracy społecznej na rzecz swojej społeczności? Komunikat z badań CBOS, Warszawa 2008, http://www.cbos.pl/SPISKOM.POL/2008/K_014_08.PDF

²² Za: M. Gumkowska, J. Herbst, J. Huszcz, *Społeczny kontekst...*

²³ Więzy społeczne i współpraca z innymi ludźmi, komunikat...

²⁴ W 2007 r. została zmieniona treść pytania na „wzajemna pomoc w pracach gospodarskich (np. remont domu, przeprowadzki, prace rolne)” – została usunięta opcja „lub zawodowych”.

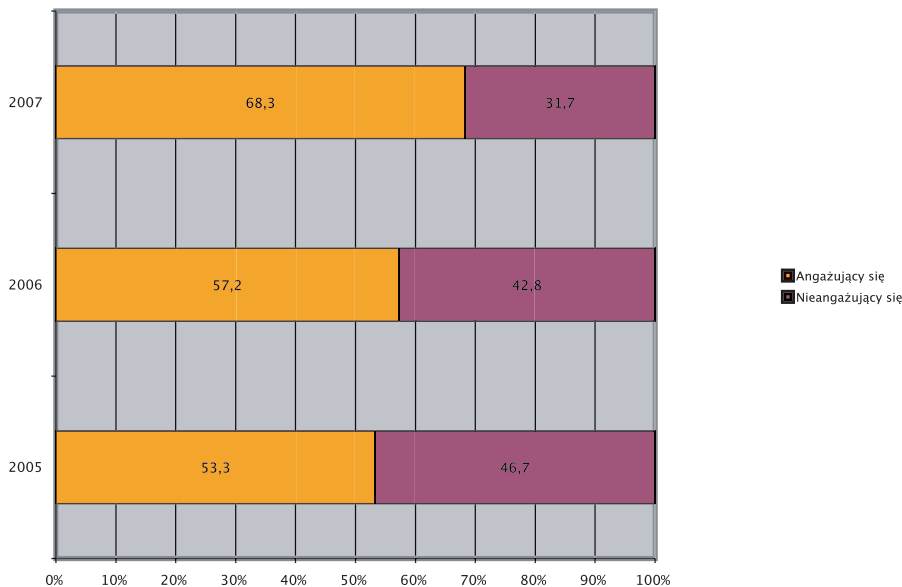
2.2.0

Wspólne działania – zaangażowanie

Przy tak pozytywnych deklaracjach zaskakuje fakt, że tak mało osób wprowadza je w życie. Badanych zapytano o podejmowanie w ciągu ostatniego roku wspólnie z grupą innych osób (sąsiadów, znajomych, współpracowników) różnych rodzajów działań. Co istotne być może dla wyników tych badań, pytaliśmy w nich o bardzo konkretne obszary/typy współpracy i mimo starań o sporządzenie ich jak najbardziej wyczerpującej listy, na pewno nie ujęliśmy w niej wszystkich możliwych form takiego współdziałania (por. wykres 4 i tabela 10). Dlatego też wskaźnik mówiący o ogólnej skłonności Polaków do współpracy z innymi może być zaniżony, zaś omawiane w kolejnym podrozdziale (2.3) charakterystyki osób częściej deklarujących zaangażowanie się w działania wspólne mogą być częściowo przynajmniej wynikiem wspomnianej metodologii.

Pamiętając o powyższych zastrzeżeniach, trzeba stwierdzić, że odpowiedzi pozytywnej na pytanie o zaangażowanie się w ciągu ostatniego roku dobrowolnie we wspólne działania udzieliło 32% respondentów. Większość się w nie nie angażowała. Wynik ten unaocznia kontynuację tendencji spadkowej (której nie można tłumaczyć niepełną kafeterią wymienionych w pytaniu działań, jako że niemal nie zmieniała się ona w kolejnych latach). W 2005 r. aż 47% badanych zadeklarowało, że angażowało się we wspólne działania. Rok później odsetek ten był niższy o 5 pkt proc. i wynosił 42,3%. W tej chwili obserwujemy spadek znacznie większy – aż o 10 pkt proc.

Wykres 5. Odsetki osób angażujących i nieangażujących się we wspólne działania w latach 2005-2007*



*dane w proc.

Badanych pytaliśmy również o konkretne rodzaje pomocy wzajemnej, w jakiej uczestniczyli. W 2007 r. największa grupa badanych deklarowała udział we wzajemnej pomocy w pracach gospodarskich, takich jak remont domu, przeprowadzki i prace rolne. Te osoby stanowią 21,5% osób deklarujących angażowanie się w jakiegokolwiek formy wzajemnej pomocy oraz 6,8% wszystkich Polaków. Częstość pomocy jest pomoc finansowa, pożyczki. Deklaruje je 15,7% osób angażujących się we wzajemną pomoc, czyli 5% ogółu Polaków. Popularne jest angażowanie się w remont lub budowę lokalnej infrastruktury (odpowiednio 14,7% angażujących się, 4,7% ogółu Polaków). Jednocześnie warto zwrócić uwagę, że w tym wypadku działania dotyczą zarówno poświęcania czasu, jak i pieniędzy, czyli dotyczą też np. pieniędzy zbieranych po mszy na remont kościoła. Dość popularne są też organizacje festynów (13% i 4,1%), a także stała pomoc w organizowaniu opieki nad dziećmi (12,55% angażujących się i 4% ogółu Polaków).

Wykres 6. Odsetki osób angażujących się w poszczególne rodzaje wspólnych działań w 2007 r.



Ze względu na bardzo wyraźny spadek odsetka osób deklarujących zaangażowanie we wspólne działania spadki w poszczególnych kategoriach w porównaniu z poprzednimi latami nie są zaskakujące. Największy zanotowano odnośnie do wzajemnej pomocy w pracach gospodarskich – aż o 5,2 pkt proc. O 3,4 pkt spadł odsetek Polaków biorących udział w stałej wzajemnej pomocy finansowej. Rządziej też deklarują wspólny zakup jakiegoś sprzętu (2,8 pkt proc. różnicy). Jednocześnie poza omówionymi spadkami nie zaszły zmiany w hierarchii najczęściej wskazywanych typów wspólnych działań.

Tabela 9. Podejmowanie działań z grupą innych osób w latach 2005-2007*

Działania	2005	2007	
		Odsetek ogółu Polaków	Odsetek osób angażujących się w działania wspólne
Wzajemna pomoc w pracach gospodarskich lub zawodowych (np. remont domu, przeprowadzki, prace rolne) ²⁵	12	6,8	21,5
Stała wzajemna pomoc finansowa, regularne pożyczanie sobie nawzajem pieniędzy	8,4	5	15,7
Wspólne zaangażowanie (poświęcenie czasu lub pieniędzy) w budowę / remont lokalnej infrastruktury, np. drogi, sali gimnastycznej, szkoły, kościoła itp.	6,8	4,7	14,8
Wspólna organizacja imprez, festynów ²⁶	–	4,1	13

Wzajemna stała pomoc w organizowaniu opieki nad dziećmi	5,1	4	12,5
Wspólny zakup jakiegoś sprzętu (np. urządzeń, maszyn) lub usług (np. usług internetowych), po to, żeby razem z nich korzystać	5,8	3	9,5
Wzajemna stała pomoc w organizowaniu transportu (np. przejazdów do miejsca pracy itp.)	4,5	2,8	8,9
Wspólne działania związane z usuwaniem skutków jakiejś nieprzewidzianej, groźnej sytuacji (np. usuwanie szkód, walka z powodzią, pożarem)	3,9	2,1	6,6
Wspólne wpłacanie składek na specjalny fundusz, z którego wpłacający mogliby skorzystać w razie potrzeby / problemów ²⁷	2,3	-	
Inne wspólne działania, które miały przynieść korzyść wszystkim uczestnikom ²⁸	2,2	0,5	1,5
Nie pamiętam	15,8	11,5	36,5
Procent osób, które podjęły w ostatnim roku co najmniej jedno wspólne działanie			100%

**Odpowiedzi sortowane według częstości ich udzielania*

²⁵ Pytanie dodane w 2007 r.

²⁶ Pytanie nie zadane w 2007 r.

²⁷ W 2007 r. została zmieniona treść pytania na „inne wspólne działania”.

²⁸ Por. Por. M. Gumkowska, J. Herbst, *Wolontariat, filantropia i 1% – raport z badania 2006*, Stowarzyszenie Klon/Jawor, Warszawa.

2.3.0

Kto angażuje się w działania wspólne?

Przyjrzyjmy się bliżej osobom, które deklarowały udział w jakimkolwiek działaniu wspólnym.

Najczęściej są to osoby w wieku 36-45 lat (wśród nich 36,9% deklaruje udział w działaniach wspólnych i jest to od 5,4 do 6,6 pkt proc. więcej niż w pozostałych kategoriach wiekowych), mające wykształcenie wyższe (36,9% przy odsetku w populacji wynoszącym 31,7%). Podobnie jak w innych badaniach aktywności społecznej, nie widać dużego związku między gotowością do pomocy i współpracy dla wspólnej korzyści a płcią – nieco rzadziej deklarują ją kobiety, ale różnica jest bardzo mała – wynosi 2 pkt proc.

Tabela 10. Kto brał w 2007 r. udział w działaniach wspólnych?

Cechy społeczno-demograficzne		Odsetek
płeć	mężczyzna	32,7
	kobieta	30,7
wiek	poniżej 25 lat	30,3
	26-35 lat	30,4
	36-45 lat	36,9
	46-55 lat	30,3
	powyżej 55 lat	31,5
wykształcenie	podstawowe	29,4
	zawodowe	30,2
	średnie	31,1
	wyższe	36,3

Ciekawe wnioski przynoszą dane dotyczące zależności między angażowaniem się we współpracę a dochodami. Wyraźnie najchętniej angażują się w działania wspólne osoby z najniższej kategorii dochodowej – do 400 zł. Dane te wydają się zgodne ze zdroworozsądkowym przypuszczeniem, że to właśnie osoby o niedużych dochodach potrzebują różnego rodzaju wsparcia – nie stać ich bowiem na zakup „pomocy” (w postaci różnego rodzaju usług oferowanych na rynku), są więc gotowe angażować się w różnego rodzaju działania polegające na obopólnej pomocy lub współdziałaniu. Warto przy okazji podkreślić, że powyższa interpretacja zakłada, jaką motywacją kierują się osoby podejmujące współpracę – jest to postawa, którą charakteryzuje stwierdzenie „jeśli ja pomogę innym, to oni pomogą mnie”

(skądinąd wiadomo, że jest to często wskazywany przez Polaków powód pracy na rzecz innych²⁹).

Co istotne, również w omawianym już badaniu CBOS osoby o najniższym dochodach (do 300 zł na członka gospodarstwa domowego) najczęściej deklarowały, że byłyby gotowe włączyć się w dobrowolną i nieodpłatną pracę na rzecz środowiska, osiedla, wsi, miasta albo na rzecz potrzebujących, kiedy zaś zapytano je, czy zdarzyło im się angażować w tego typu działania, odpowiedzi pozytywne były znacznie powyżej średniej (częściej tego typu aktywność deklarowały tylko osoby o największych dochodach – powyżej 1200 zł na osobę w gospodarstwie domowym). Ponieważ w badaniu CBOS pytanie nie dotyczyło zaangażowania we współpracę czy działania polegające na świadczeniu sobie nawzajem pomocy, ale o dobrowolną i nieodpłatną pracę na rzecz wspólnego dobra, więc dane te mogą świadczyć o tym, że osoby niezamożne są zasadniczo bardziej skłonne angażować się w dobrowolne działania na rzecz otoczenia i osób potrzebujących i nie musi to być wcale związane z pragmatyczną motywacją i oczekiwaniem rewanżu.

Tabela 11. Kto brał w 2007 r. udział w działaniach wspólnych? C.d.

Cechy społeczno-demograficzna		Odsetek
Status społeczny	Pracuje na stałe lub dorywczo	32,6
	Bezrobotny	28,6
	Emeryt/ rencista	30,6
	Uczeń/ student	32,8
	Nie pracuje/ zajmuje się domem	29,4
Dochód netto	Brak dochodu	29,3
	do 400 zł	35,0
	Od 401 do 600 zł	28,0
	Od 601 do 1000 zł	28,8
	Powyżej 1000 zł	30,7

Ciekawe wnioski przynosi analiza zróżnicowań regionalnych, choć niestety można ją przeprowadzić tylko na poziomie makroregionów, a nie województw. Na podstawie analizy zbiorczego wskaźnika angażowania się w którekolwiek ze wspólnie podejmowanych działań można powiedzieć, że zdecydowanie najaktywniejsi są mieszkańcy Polski Wschodniej i Zachodniej oraz w nieco mniejszej mierze Południowo-Wschodniej. Najrzadziej angażują się osoby z Polski Południowej i Południowo-Zachodniej. Różnice są dość duże – najaktywniejsza Polska Wschodnia różni się od najmniej aktywnej Polski Południowej aż o 11,9 pkt proc. Warto przyrzeć się też regionalnemu zróżnicowaniu skłonności do angażowania się w poszczególne typy wspólnych działań. Analiza taka potwierdza, że regionem, w którym ludzie najczęściej współpracują, jest Polska Wschodnia – jej mieszkańcy najczęściej podej-

²⁹ Więzy społeczne i wzajemna pomoc (społeczno-psychologiczny kontekst życia Polaków), CBOS, Warszawa, luty 2008, http://www.cbos.pl/SPISKOM.POL/2008/K_024_08.PDF

mują sześć na 11 wymienionych w badaniu typów/obszarów wspólnego działania. Przewagę tego regionu Polski widać szczególnie w działaniach takich, jak: wspólny zakup jakiegoś sprzętu lub usług, po to, żeby razem z nich korzystać oraz stała wzajemna pomoc finansowa, regularne pożyczanie sobie nawzajem pieniędzy. Ponadto na wschodzie częściej też wspólnie organizuje się imprezy, festyny, wspólnie zaangażuje w budowę / remont lokalnej infrastruktury (drogi, sali gimnastycznej, szkoły, kościoła itp.), a także świadczy wzajemną pomoc w pracach gospodarskich (remont domu, przeprowadzki, prace rolne i in.) – jednak te formy wspólnego działania są też wyraźnie bardziej (niż w pozostałych regionach) popularne w Polsce Zachodniej i Południowo-Zachodniej. Ostatni obszar wspólnego działania, którego podejmowanie jest w sposób znaczący związane ze zróżnicowaniem regionalnym, to wzajemna stała pomoc w opiece nad dziećmi – najczęściej deklarują ją mieszkańcy Polski Południowej, Południowo-Wschodniej i Zachodniej, jednak w tym wypadku różnica między tymi a pozostałymi regionami nie jest duża.

Warto też podkreślić, że zaangażowanie mieszkańców Polski Wschodniej (i Zachodniej) widać również w badaniach bardziej zinstytucjonalizowanych form aktywności społecznej – wolontariatu, filantropii czy członkostwa, które osiągnęły tam w 2007 r. poziom znacznie powyżej średniej.

Tabela 12. Kto brał w 2007 r. udział w działaniach wspólnych? Region zamieszkania osób zaangażowanych w działania wspólne

Region zamieszkania respondenta	Odsetek
Polska Wschodnia	38,4
Polska Zachodnia	38,1
Polska Południowo-Wschodnia	34,2
Polska Centralna	29,8
Polska Północna	28,9
Polska Południowo-Zachodnia	27,7
Polska Południowa	26,5

Pewnym przyczynkiem do wyjaśnienia specyfiki Polski Wschodniej mogą być też dane na temat związku skłonności do angażowania się we wspólne działania z miejscem zamieszkania. Okazuje się, że najczęściej współpracę deklarują mieszkańcy wsi, a przecież właśnie na wschodzie Polski najwięcej jest terenów wiejskich. Jednak bez odpowiedzi pozostaje pytanie, dlaczego to właśnie na wsi ludzie są najbardziej skłonni sobie pomagać i ze sobą współpracować. Być może nie bez znaczenia jest tu wybór typów/obszarów wspólnego działania, o które pytaliśmy – bez wątplenia wzajemną pomoc w pracach gospodarskich budzi skojarzenia z pracami w gospodarstwie rolnym, choć remonty i przeprowadzki dotyczą tak samo mieszkańców miast. Może więc prawidłowość ta nie ma przyczyn w metodologii badania, a świadczy o faktycznie większej skłonności mieszkańców wsi do współdziałania. Ich „społeczne nastawienie” potwierdzają zresztą wyniki badania wolontariatu, fi-

lantropii czy członkostwa z tego samego roku, z których wynika, że mieszkańcy wsi charakteryzują się również najwyższym poziomem aktywności (najczęściej wspierają organizacje swoją pracą i pieniędzmi i najczęściej są ich członkami).

Być może analiza danych na temat wzajemnej pomocy opisanych w kolejnym rozdziale pozwoli sformułować bardziej jednoznaczne wnioski na temat różnic między wsią a miastem, zanim jednak do niej przejdziemy, zwróćmy uwagę na odpowiedzi udzielone przez mieszkańców Warszawy, które pokazują, że ustalenie czynników sprzyjających gotowości do współpracy jest bardziej skomplikowane i, być może, należy osobno rozpatrywać te charakterystyczne przede wszystkim dla wsi i te, które mają większe znaczenie w środowiskach wielkomiejskich.

Tabela 13. Kto brał w 2007 r. udział w działaniach wspólnych? Wielkość miejscowości zamieszkania osób zaangażowanych w działania wspólne

Wielkość miejscowości zamieszkania	Odsetek
Wieś	36,5
Miejscowość do 50 tys.	28,9
Miasto od 50 do 200 tys.	28,5
Miasto powyżej 200 tys.	28,6
Warszawa	30,0

2.4.0

Korzystanie z pomocy w codziennych sprawach

W poprzednim rozdziale akcent był położony na wspólnie podejmowane działania, ew. na obopólną pomoc. W tej części kontynuować będziemy diagnozowanie jakości/gęstości funkcjonujących w polskim społeczeństwie sieci wsparcia, ale być może ze względu na to, że kwestia ta została ujęta nieco szerzej, można mieć nadzieję, że zebrane dane rzucą więcej światła na pytania pozostawione bez odpowiedzi w poprzedniej części.

Respondenci zostali zapytani o korzystanie w ciągu ostatniego roku z pomocy osób spoza ich gospodarstwa domowego w kilku codziennych sprawach:

- gotowanie, robienie zakupów, sprząatanie, prace domowe,
- domowe naprawy i remonty (np. instalacji, sprzętów, domu, samochodu itp.),
- opieka nad dzieckiem / dziećmi,
- opieka nad osobami chorymi lub starszymi,
- załatwianie spraw w urzędach,
- pomoc finansowa lub rzeczowa.

Dzięki temu uzyskano informacje nie tylko na temat aktywnego udziału we wspólnych działaniach, ale też korzystania z nich jako elementu pomocy. Istotne wydaje się też, do kogo badani zwracają się w przypadku wymienionych problemów – czy głównie do instytucji (a jeśli tak, to czy są to instytucje państwowe lub samorządowe, czy raczej organizacje społeczne lub kościelne), czy raczej do sieci kontaktów nieformalnych.

Zasadniczo Polacy z pomocy korzystają rzadko – twierdząco na powyższe pytanie w wymienionych kategoriach odpowiedziało tylko 22,1%.

Częściej z pomocy korzystają kobiety – o 4 pkt proc. częściej niż mężczyźni. Nie widać wyraźnego zróżnicowania ze względu na wiek badanych, z wyjątkiem tego, że nieco częściej do korzystania z pomocy przyznają się osoby w wieku 26-35 lat – przypuszczalnie chodzi tu o pomoc w opiece nad dziećmi. Co do statusu społecznego wyraźnie częściej twierdząco na omawiane pytania odpowiadały osoby bezrobotne oraz emeryci. Ma to związek ze zróżnicowaniem osób korzystających z pomocy według dochodów – częściej są to osoby z dwóch najniższych kategorii dochodowych. Pod względem miejsca zamieszkania zróżnicowanie w zasadzie nie występuje – wyjątkiem jest Warszawa w której odsetek wskazań jest o 3-4 pkt proc. wyższy niż w pozostałych lokalizacjach. Bardzo ciekawe są różnice regionalne. Zdecydowanie najczęściej z pomocy korzystali mieszkańcy Polski Zachodniej, a najrzadziej Połu-

dniowej, co częściowo pokrywa się z wynikami zróżnicowania regionalnego dla kategorii gotowości do współpracy.

Tabela 14. Charakterystyka osób korzystających z pomocy*

Ogółem		22,1
Płeć	mężczyzna	20,1
	kobieta	24,0
Wiek	poniżej 25 lat	20,9
	26-35 lat	23,1
	36-45 lat	21,7
	46-55 lat	21,6
	powyżej 55 lat	23,1
Wykształcenie	podstawowe	24,3
	zawodowe	19,4
	średnie	22,4
	wyższe	23,4
Status społeczny	pracuje na stałe lub dorywczo	21,7
	bezrobotny	24,6
	emeryt/ rencista	23,8
	uczeń/ student	19,8
	nie pracuje/ zajmuje się domem	20,8
Dochód netto	brak dochodu	20,8
	do 400 zł	28,2
	od 401 do 600 zł	27,0
	od 601 do 1000 zł	23,2
	powyżej 1000 zł	22,5
	nie wiem, odmowa odpowiedzi	19,5
Wielkość miejscowości zamieszkania	wieś	21,8
	miejscowość do 50 tys.	21,9
	miasto od 50 do 200 tys.	22,8
	miasto powyżej 200 tys.	21,6
	Warszawa	24,9
Region zamieszkania	Polska Centralna	23,1
	Polska Wschodnia	20,3
	Polska Południowo-Wschodnia	23,4
	Polska Południowa	18,4
	Polska Południowo-Zachodnia	21,6
	Polska Zachodnia	25,1
	Polska Północna	21,9

**dane w proc.*

Wśród osób korzystających z pomocy zdecydowana większość wybrała nieformalne formy pomocy – 52,8% zwróciło się do przyjaciół, znajomych lub sąsiadów, niemal tyle samo (51,4%) skorzystało z pomocy kogoś z rodziny nienależącego do wspólnego gospodarstwa domowego. Znacznie mniej osób wybrało zinstytucjonalizowaną formę wsparcia – 5,4% pomagał ktoś z pomocy społecznej, 3% z parafii zaś jedynie 2,1% zwróciło się do urzędu gminy, dzielnicy, powiatu lub miasta. 6,7% zdecydowało się na zatrudnienie płatnej pomocy domowej lub pielęgniarstwa.

Tabela 15. Do kogo Polacy zwracali się o pomoc?

	Odsetek
Ktoś z rodziny nienależący do gospodarstwa domowego	51,4
Przyjaciele, sąsiedzi, znajomi	52,8
Płatna pomoc domowa lub pielęgniarstwa	6,7
Ktoś z instytucji pomocy społecznej	5,4
Ktoś z parafii / kościoła	3
Ktoś z urzędu gminy, dzielnicy, powiatu lub miasta	2,1
Ktoś inny	4,1

Odpowiedzi sortowane według częstości ich udzielenia

W poszczególnych typach sytuacji „wymagających pomocy” rozkład odpowiedzi jest bardziej zróżnicowany, jednakże powyższa tendencja zostaje zachowana. Omówmy je po kolei.

W wypadku czynności gotowania, robienia zakupów, sprzątanania i prac domowych zdecydowana większość badanych (81,6%) nie korzystała z pomocy – w tym 58% jej nie potrzebowało, 20% ze względu na to, że nie wykonuje takich czynności. W pierwszej grupie przeważają kobiety, w drugiej zaś jest więcej mężczyzn (różnice te nie są duże – odpowiednio o 3,6 i 3,4 pkt proc.). Osób korzystających z pomocy w pracach domowych jest w rezultacie niewiele – łącznie 8,5%, czyli ok. 2,6 mln Polaków. Wśród nich blisko połowie (41,2%) pomagał ktoś z rodziny nienależący do gospodarstwa domowego. 36,7% korzystało z pomocy przyjaciół, sąsiadów i znajomych, jedynie 5% z płatnej pomocy domowej. Pozostałe formy pomocy wskazywano bardzo rzadko.

Najczęściej potrzebujemy pomocy w domowych remontach i naprawach – w ciągu ostatniego roku korzystało z niej 14,2% respondentów, choć warto zaznaczyć, że dla zdecydowanej większości z nich była to pomoc sporadyczna (10,5% Polaków, czyli 74% korzystających z takiej pomocy). Ponad połowie pomagali przyjaciele, znajomi i sąsiedzi (55% wskazań), a 41,2% otrzymało wsparcie od rodziny spoza ich gospodarstwa domowego.

Z pomocy w opiece nad dziećmi korzystało 7,7% badanych. Dla połowy z nich były to jednorazowe przypadki, pozostałe 50% korzystało z pomocy wielokrotnie. Jak łatwo się domyślić, były to głównie kobiety i osoby raczej młode – 26-35 lat (odpowiednio o 2,8 oraz 7,7 pkt proc. więcej niż wynosi odsetek osób korzystających z tej formy pomocy w całej populacji). 57,7% tych osób wskazywało na wsparcie kogoś z rodziny, 36,1% pomagali przyjaciele, znajomi lub sąsiedzi. I w kontekście tego omawianego kontekstu pomocy niski odsetek badanych wskazał płatną pomoc domową lub pielęgniarkę (3,4%). Pozostałe źródła pomocy wymieniano jeszcze rzadziej.

Z opieki nad osobami chorymi lub starszymi z pomocy skorzystało w ostatnim roku 4,9% badanych. Co ciekawe, przeważają tu osoby z dużych miast – spośród ogółu ich mieszkańców 7,7% korzystało z takiej pomocy. Nie dziwi tu wysoki odsetek osób po 55 roku życia – 7,9% z tej grupy odpowiedziało na pytanie twierdząco. Spośród wszystkich typów sytuacji wymagających pomocy, o które pytano respondentów, opieka nad osobami chorymi lub starszymi wskazywana była najrzadziej. Badani korzystali tu przede wszystkim z pomocy kogoś z rodziny (42,6%) oraz przyjaciół, znajomych i sąsiadów (45%) 5,7% wskazało płatną pomoc domową lub pielęgniarską. Relatywnie często badanym pomagał ktoś z instytucji pomocy społecznej (4,8%) lub parafii (2,6%), jednak w ocenie bezwzględnej odsetki te są bardzo niskie.

Wydawać by się mogło, że proporcje odsetek wskazanych odpowiedzi o udzielonej pomocy między wskazywanymi źródłami pomocy przy „załatwianiu spraw w urzędach” powinny być inne niż w pozostałych typach problemów, a jednak wydają się podobne. Ogólnie z pomocy korzystało 7,3% respondentów, których wspierali przede wszystkim członkowie rodziny nienależący do gospodarstwa domowego lub przyjaciele, znajomi, sąsiedzi (odpowiednio: 44,4% i 41,7%). 3,9% pomagała płatna pomoc domowa lub pielęgniarska, a 4% zwróciło się do pomocy społecznej. Ktoś z urzędu gminy, dzielnicy, powiatu lub miasta pomagał zaledwie 2,7% osób załatwiających sprawy w urzędach. Może to świadczyć o braku kontaktu między urzędami a petentami, o niewychodzeniu przez urzędy naprzeciw ich potrzebom. Jednocześnie nie można zapominać, że na pytanie sformułowane dosyć ogólnikowo odpowiadano równie ogólnikowo, co uniemożliwia wyciąganie zbyt daleko idących wniosków.

Z pomocy finansowej lub rzeczowej w ostatnim roku korzystał co dziesiąty Polak (9,9%). Połowa z tej grupy prosiła o pieniądze lub wsparcie rzeczowe rodzinę, zaś 43% przyjaciół, sąsiadów i znajomych. Świadczy to o tym, że i w tym zakresie korzystania z pomocy dominują kontakty nieformalne. Warto jednak zaznaczyć, że dość duża grupa (6,7%) zwróciła się o wsparcie do pomocy społecznej.

Podsumowując powyższe rozważania, należy stwierdzić, że Polacy, o ile w ogóle korzystają z pomocy, o tyle zwracają się o nią przede wszystkim do rodziny i znajo-

mych, czyli do nieformalnej sieci pomocy. W rzadkich przypadkach w roli pomagającego występuje ktoś z instytucji pomocy społecznej, a wówczas dotyczy to wyłącznie opieki nad starszymi osobami i pomocy finansowej lub rzeczowej. Do urzędów badani nie zwracają się praktycznie nigdy. Co ciekawe, rzadko pomoc pochodzi z kościoła lub parafii.

Tabela 16. Częstotliwość korzystania z pomocy osób spoza gospodarstwa domowego w poszczególnych typach spraw

	Odsetek odpowiedzi o korzystanie z pomocy osób spoza gospodarstwa domowego w poszczególnych typach spraw					
	Gotowanie, robienie zakupów, sprzątanie, prace domowe	Domowe naprawy i remonty (np. instalacji, sprzętów, domu, samochodu itp.)	Opieka nad dzieckiem	Opieka nad osobami chorymi lub starszymi	Załatwianie spraw w urzędach	Pomoc finansowa lub rzeczowa
Tak, wiele razy	3,7	3,7	3,9	1,8	2,0	3,0
Tak, raz lub kilka razy	4,8	10,5	3,8	3,1	5,2	6,9
Nie, choć przydałaby się taka pomoc	2,8	4,7	2,2	3,0	4,0	7,2
Nie, bo sam(i) daję(my) sobie z tym dobrze radę	58,5	48,9	38,6	37,4	57,7	49,5
Nie, bo w ogóle tego nie robię(imy)	20,3	21,8	41,6	44,6	21,2	22,8
Nie pamiętam \ trudno powiedzieć	9,9	10,5	9,9	10,2	9,8	10,6

*dane w proc.

Tabela 17. Osoby, do których zwracano się o pomoc w poszczególnych typach spraw*

	Gotowanie, robienie zakupów, sprzątanie, prace domowe	Domowe naprawy i remonty	Opieka nad dziećmi	Opieka nad osobami chorymi lub starszymi	Załatwianie spraw w urzędach	Pomoc finansowa lub rzeczowa
Ktoś z rodziny nienależący do gospodarstwa domowego	50,7	41,2	57,7	42,6	44,4	50,0
Przyjaciele, sąsiedzi, znajomi	36,2	55,9	36,1	45,7	41,7	43,5
Płatna pomoc domowa lub pielęgnarska	5,0	4,4	3,4	5,7	3,9	3,7
Ktoś z instytucji pomocy społecznej	1,7	0,9	1,9	4,8	4,0	6,7
Ktoś z parafii \ kościoła	1,5	1,7	1,4	2,6	2,4	1,4
Ktoś z urzędu gminy, dzielnicy, powiatu lub miasta	1,0	1,0	0,5	1,2	2,7	1,5
Ktoś inny	1,4	3,1	2,0	2,2	1,7	2,6
Nie pamiętam \ trudno powiedzieć	11,8	5,1	6,4	8,6	9,5	5,6

*dane w proc.

Warto zwrócić uwagę na wynik sondy zawierającej niemal identyczne pytania zadane w badaniu Centrum Badania Opinii Społecznej w styczniu 2008 r.³⁰ Wyniki są nieco inne, co najprawdopodobniej związane jest ze sformułowaniem pytania – w badaniu CBOS zbierano informacje o całych gospodarstwach domowych, w badaniu Klon/Jawor zaś o pojedynczych osobach, wyniki obu są równie ciekawe, a ponadto sondaż CBOS pozwala szerzej spojrzeć na omawiany problem. Otóż według niego z pomocy korzystało w ciągu ostatniego roku aż 37% gospodarstw domowych – jedna trzecia polskiego społeczeństwa żyje w gospodarstwach korzystających z pomocy. Wyniki dotyczące gospodarstw potwierdzają wcześniejsze obserwacje – najczęściej korzystamy z pomocy w remontach i naprawach (26%) oraz przy gotowaniu, zakupach i sprzątaniu – 19%. Na pomoc w pozostałych rodzajach problemów zapotrzebowanie jest mniejsze – w 9% gospodarstw korzystano z pomocy przy załatwieniu spraw w urzędach, w 8,5% przy opiece nad dziećmi, zaś w 4,2% nad osobami starszymi.

³⁰ Por. M. Gumkowska, J. Herbst, *Wolontariat, filantropia i 1%...*

2.5.0

Lokalni liderzy społeczni i animatorzy współpracy

Przedstawione wyżej wyniki kontrastują z deklaracjami Polaków na temat osób i instytucji, do których należy się zwracać o pomoc przy organizowaniu w miejscu zamieszkania jakiegoś wydarzenia, np. festynu, zbiórki pieniędzy na cel charytatywny lub akcji sprzątnięcia okolicy. Blisko połowa badanych udałaby się do urzędu miasta lub gminy. 18,2% wybrałoby kościół lub parafię, niewiele mniej lokalną organizację społeczną. Sąsiedzi i znajomi są tu dopiero na czwartym miejscu (15,4%).

Tabela 18. Osoby i instytucje, do których należy się zwracać o pomoc przy organizowaniu jakiegoś wydarzenia w miejscu zamieszkania

Osoby i instytucje	
urzędu miasta / gminy	46,1
kościół, parafia	18,2
lokalnej organizacji społecznej	17,8
sąsiadów, znajomych	15,4
ośrodka pomocy społecznej	14,1
lokalnych przedsiębiorców	10,8
szkoły	9,1
kogoś innego (kogo?)	2,6
nie pamiętam / trudno powiedzieć	22,0

**Odpowiedzi sortowane według częstości ich udzielenia, dane w proc.*

Widać też pewne zróżnicowanie odpowiedzi ze względu na cechy społeczno-demograficzne oraz miejsce zamieszkania respondentów. Do urzędu miasta zgłosiliby się przede wszystkim mieszkańcy wsi, uczniowie, osoby niepracujące oraz mieszkające w Polsce Centralnej. Kościół wskazywały częściej osoby powyżej 55 roku życia, emeryci, pochodzący raczej z miasta niż ze wsi, zamieszkujący w Polsce Północnej lub Południowo-Wschodniej. Lokalną organizację społeczną wskazało wyraźnie więcej kobiet, osób w średnim wieku i starszych, emerytów, często mieszkających na wsi i osób pochodzących z Polski Wschodniej (te dwie ostatnie grupy często się pokrywają). Wybór pomocy sąsiadów i znajomych to domena głównie osób pracujących, mieszkających w dużych miastach, a wśród nich przeważają mieszkańcy Polski Wschodniej i Południowo-Zachodniej.

Tabela 19. Osoby i instytucje, do których należy się zwracać o pomoc przy organizowaniu jakiegos wydarzenia w miejscu zamieszkania – różnicowanie społeczno-demograficzne

		Osoby i instytucje						
		urzędu miasta/gminy	kościół, parafia	lokalnej organizacji społecznej	sąsiadów, znajomych	ośrodka pomocy społecznej	lokalnych przedsiębiorców	szkoły
Ogółem		46,1	22	18,2	17,8	15,4	14,1	10,8
Płeć	mężczyzna	44,2	23,6	15,8	17,6	16,5	13,7	11,0
	kobieta	47,1	21,4	20,5	17,8	14,8	14,2	11,0
Wiek	poniżej 25 lat	46,5	23,6	15,4	16,4	14,8	12,3	12,6
	26-35 lat	47,6	21,4	16,2	20,5	16,2	14,1	12,2
	36-45 lat	47,1	20,6	17,7	20,4	18,4	15,8	14,3
	46-55 lat	45,4	20,0	21,1	18,2	16,9	16,1	10,1
	powyżej 55 lat	42,8	25,2	20,6	14,6	13,3	12,7	7,2
Status społeczny	pracuje na stałe lub dorywczo	45,3	21,7	17,5	20,1	16,9	14,9	12,7
	bezrobotny	44,9	22,8	14,1	15,3	16,5	14,7	11,4
	emeryt/ rencista	44,4	23,6	22,0	14,9	13,6	13,2	7,9
	uczeń/ student	49,0	21,7	18,0	17,7	15,1	12,9	11,4
	nie pracuje/ zajmuje się domem	48,8	25,0	13,6	11,7	13,3	10,8	9,0
Wielkość miejscowości zamieszkania	wieś	48,2	19,1	21,1	16,4	15,4	10,4	9,4
	miejscowość do 50 tys.	50,7	21,9	17,5	16,0	18,5	17,2	12,5
	miasto od 50 do 200 tys.	42,7	27,6	16,0	17,4	16,8	13,7	13,0
	miasto powyżej 200 tys.	38,2	25,4	16,5	22,6	10,9	16,4	11,6
	Warszawa	37,7	22,5	12,3	20,3	14,8	18,6	7,2
Region zamieszkania respondenta	Polska Centralna	42,1	20,5	14,6	17,8	13,5	12,7	8,5
	Polska Wschodnia	53,0	23,5	25,0	19,6	16,5	10,8	12,5

	Polska Południowo-Wschodnia	47,2	16,7	17,8	17,7	16,3	12,8	8,1
	Polska Południowa	48,4	20,7	19,0	14,6	13,5	15,2	11,4
	Polska Południowo-Zachodnia	44,0	25,6	18,8	20,9	19,8	22,3	11,9
	Polska Zachodnia	48,3	19,3	17,6	16,9	19,5	12,5	14,7
	Polska Północna	40,5	32,6	18,1	17,4	13,3	13,7	12,5

**dane w proc.*

Wyniki te świadczą o tym, że z codziennymi problemami Polacy zwracają się raczej do rodziny i znajomych, a ze sprawami bardziej złożonymi, wymagającymi zorganizowania, np. festynu czy sprzątnięcia okolicy, raczej do instytucji. Na wynikach i wynikającym z nich tym wniosku może jednak zaważyć tryb zadania obu pytań – to dotyczące korzystania z pomocy w codziennych problemach odnosiło się do realnych doświadczeń otrzymania pomocy, a to organizowania wydarzeń rozgrywało się w sferze deklaracji. Prawdopodobnie gdybyśmy zapytali o faktyczne załatwianie spraw, odsetek osób wskazujących na kontakty nieformalne byłby wyższy. Potwierdza to też bardzo wysoki odsetek odpowiedzi „trudno powiedzieć” – aż 22% Polaków nie wiedziałoby, dokąd się udać. Świadczy to o dużym zdezorientowaniu i małej wiedzy o możliwościach działania.

2.6.0

Zaangażowanie w działanie organizacji społecznych – wolontariat, filantropia i członkostwo

Respondenci zostali poproszeni o wypowiedzi na temat swojego zaangażowania w działanie organizacji społecznych w obrębie działalności wolontariackiej, filantropijnej oraz członkostwa w organizacjach. Należy zwrócić tu uwagę przede wszystkim na zaangażowanie w obszarach kluczowych dla rozwoju ekonomii społecznej w Polsce. Chodzi tu o zadawane w latach 2005 i 2006 pytania o organizacje bezpośrednio związane z dziedziną ekonomii społecznej, (organizacje i grupy producentów, grupy służące współpracy gospodarczej, np. producentów rolnych, organizacje przedsiębiorców, hodowców, plantatorów, oraz banki spółdzielcze, spółdzielcze kasy oszczędnościowe lub pożyczkowe itp.). Ze względu na niewielką aktywność respondentów w tego typu organizacjach w badaniu z 2007 r. zawężono zakres organizacji na liście pytań, jednakże również te okrojone dane pozwoliły na przesłanie interesujących zmian w zaangażowaniu w organizacje.

Na potrzeby badania przyjęto następujące definicje wolontariatu i filantropii.

Wolontariatem nazywamy nieodpłatne, dobrowolne poświęcenie czasu na pracę społeczną w organizacjach pozarządowych, ruchach społecznych i religijnych.

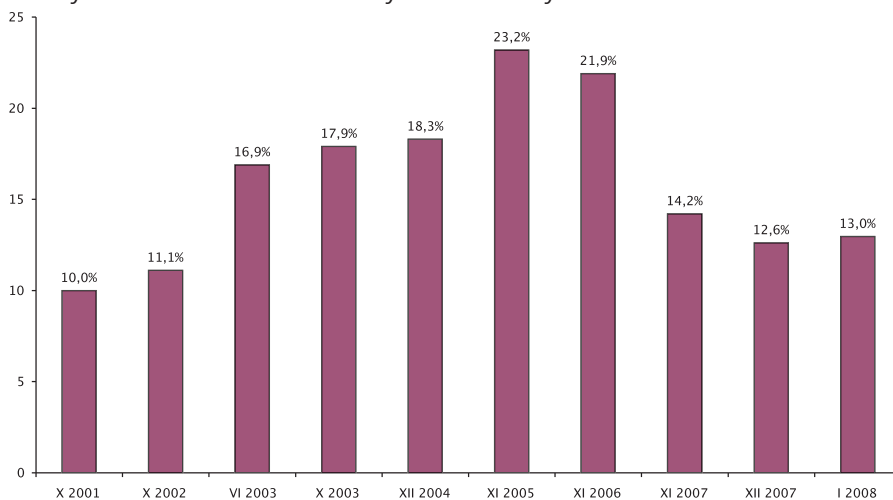
Filantropia to przekazanie pieniędzy lub darów rzeczowych na rzecz organizacji pozarządowych, grup, ruchów społecznych lub religijnych.

2.6.1

Wolontariat w organizacjach pozarządowych

Wyniki badania sygnalizują wyraźny kryzys wolontariatu – w 2007 r. jedynie 13,2%, czyli ok. 4 mln dorosłych Polaków, poświęciło czas na bezpłatną pracę na rzecz organizacji grup, ruchów społecznych lub religijnych. W porównaniu z rokiem poprzednim oznacza to blisko dziewięciopunktowy spadek odsetka wolontariuszy. Zmiana ta jest szczególnie widoczna w porównaniu z poziomem wolontariatu w ciągu ostatnich siedmiu lat. Co prawda w dwóch pierwszych badaniach (w latach 2001 i 2002) odsetek osób, deklarujących poświęcenie czasu lub pracy na rzecz co najmniej jednej organizacji pozarządowej, był niski i wynosił odpowiednio 10 i 11,1%. Począwszy od 2003 r. odsetek wolontariuszy wzrósł o ponad połowę, a tendencja ta utrzymywała się do 2005 r., gdy odsetek wolontariuszy osiągnął 23,2%. Aktualnie mamy do czynienia z odwróceniem trendu. Pierwszym sygnałem tego był niewielki, dwupunktowy spadek w 2006 r.³⁴ Dane na temat wolontariatu z 2007 r. potwierdzają, że nie był to efekt przypadku, mamy do czynienia z ewidentną tendencją spadkową – nieodpłatne, dobrowolne poświęcenie czasu na pracę społeczną w organizacjach pozarządowych, ruchach społecznych i religijnych zadeklarowało jedynie 13,2% Polaków. Zdiagnozowana w ostatnim badaniu skala aktywności wolontarystycznej Polaków niebezpiecznie zbliża się do stanu z lat 2001 i 2002. Jednak zanim jednoznacznie stwierdzimy nieaktywną postawę Polaków, i wobec tego osłabienie społeczeństwa obywatelskiego, trzeba wziąć pod uwagę szereg okoliczności. Wprawdzie bowiem nie można zaprzeczyć, że problem jest zauważany przez organizacje pozarządowe (brak osób gotowych bezinteresownie angażować się w działania odczuwa co druga organizacja) i potwierdzają go też wyniki innych badań (m.in. Diagnozy Społecznej, zgodnie z którymi zaledwie 14,1% dorosłych Polaków włączało się w ostatnim roku w działania na rzecz społeczności lokalnej), to jednocześnie na wolontariat nie wpływają wyłącznie postawy prospołeczne ludzi, lecz również ogólna sytuacja gospodarczo-strukturalna. W ostatnich dwóch latach nastąpiły dwie istotne, w znacznym stopniu powiązane ze sobą zmiany, mogące mieć istotny wpływ na przytoczone wyniki. Jest to nasilenie procesów migracyjnych oraz spadek bezrobocia. W efekcie mniej – szczególnie młodych osób – będzie szukało w wolontariacie drogi ułatwiającej im wejście na rynek pracy (np. w celu zdobycia doświadczenia zawodowego).

³⁴ Pytanie o wolontariat zostało w 2007 r. zadane w pięciu falach [seriach?] badania „Wolontariat, filantropia i 1%”, w każdej z nich przebadano ok. 1000 osób, z nich można wyznaczyć trzy podgrupy prowadzone w trzech miesiącach – listopadzie 2007, grudniu 2007 oraz styczniu 2008. Próby te łącznie liczą ponad 5000 respondentów.

Wykres 7. Procent wolontariuszy wśród dorosłych Polaków³²

Wspomniany kryzys aktywności obywatelskiej Polaków wyraźnie ujawniają też dane dotyczące poszczególnych typów organizacji pozarządowych, którym wolontariusze pomagali. W zdecydowanej większości takich instytucji odnotowano wyraźne zmniejszenie odsetka osób, które zadeklarowały poświęcenie czasu lub nieodpłatną pracę na ich rzecz. W porównaniu z 2006 r. największe zmiany widać w poziomie wolontariatu w organizacjach charytatywnych, świadczących pomoc osobom najuboższym czy bezdomnym, które od 2003 r. były w „czołówce”, w 2006 r. miały rekordowy wynik 7,8% Polaków bezinteresownie angażujących się w pracę na ich rzecz, a w roku ubiegłym straciły około 2/3 wolontariuszy (w 2007 r. wsparło je tylko 2,5% Polaków). Nadal jednak przyciągają największy odsetek wolontariuszy.

Wysoką pozycję mają też organizacje i ruchy religijne, wspólnoty parafialne oraz misje, które pracę wolontarystyczną wsparło 2% Polaków, choć zarazem ten poziom wsparcia jest najniższy od pięciu lat. Podobne wyniki jak w roku ubiegłym mają: organizacje edukacyjne (2%) i sportowe (1,6%) oraz ochotnicza straż pożarna i inne służby ratownicze (GOPR, WOPR itp.) (1,4%).

Wspomniane wcześniej organizacje szczególnie istotne z punktu widzenia rozwoju ekonomii społecznej, jak organizacje i grupy producentów, grupy służące współpracy gospodarczej, banki spółdzielcze, spółdzielcze kasy oszczędnościowe lub pożyczkowe, uzyskały w 2005 r. bardzo niskie wyniki (od 0,1 do 0,4% wskazań). Rok później korzystne zmiany były nieznaczne.

³² Dane na podstawie reprezentatywnej próby 4 tys. dorosłych Polaków.

Tabela 20. Wolontariat w organizacjach pozarządowych, ruchach społecznych i religijnych (możliwość wskazania wszystkich typów organizacji/grup, na rzecz których poświęcono czas)

	2003	2004 ³³	2005 ³⁴	2006	2007 ³⁵
Organizacje pomocy charytatywnej dla osób najuboższych, bezdomnych	3,3	2,5	4,3	7,8	2,5
Organizacje i ruchy religijne, wspólnoty parafialne, misje	2,3	2,9	3,7	3,2	2,0
Organizacje edukacyjne, oświata, wychowanie i opieka nad dziećmi i młodzieżą (w tym komitety rodzicielskie, wspieranie placówek oświatowych)	4,3	2,2	1,7	2,2	2,0
Organizacje sportowe (np. kluby i związki sportowe)	1,4	2,4	1,3	1,9	1,6
Ochotnicza Straż Pożarna, GOPR, WOPR itp.	1,9	2,2	3,3	1,7	1,4
Organizacje ekologiczne, ochrony środowiska, opieki nad zwierzętami	1,4	1,3	1,8	1,8	1,1
Wspólnoty lokalne (np. komitet osiedlowy, komitet budowy drogi, wspólnota mieszkaniowa, rada mieszkańców itp.)	0,2	0,9	1,6	0,5	1,1
Organizacje naukowe, kulturalne (np. związki artystyczne, chóry, orkiestry, zespoły taneczne itp.)	1	1	0,7	0,6	0,9
Organizacje młodzieżowe (np. harcerstwo, związki studenckie)	0,4	0,6	1	0,2	0,7
Organizacje zajmujące się pomocą humanitarną, pomocą ofiarom klęsk żywiołowych w kraju i zagranicą	0,2	0,1	1,3	1,4	0,6
Organizacje ochrony zdrowia lub rehabilitacji osób niepełnosprawnych (w tym wspieranie placówek medycznych)	1,2	1,2	1,4	0,8	0,6
Organizacje turystyczne i rekreacyjne (np. towarzystwa turystyczne, związki wędkarzy, działkowców, myśliwych itp.)	1,1	1,1	1,5	0,1	0,6
Organizacje zajmujące się pomocą związaną z uzyskaniem zatrudnienia lub pracą zawodową, w tym pomocą dla osób bezrobotnych, szkoleniami zawodowymi, zatrudnianiem osób o ograniczonych szansach na rynku pracy	-	-	0,3	0,6	0,5

³³ Od 2005 r. pytano o sześć nowych kategorii organizacji i grup społecznych (w tym spółdzielnie i banki spółdzielcze, grupy producentów, instytucje wzajemnościowe, a także organizacje działające na rynku pracy czy przeciwdziałające korupcji). Ta zmiana mogła nieznacznie wpłynąć na wzrost wolontariatu w 2005 r., ale nie więcej niż o ok. 1-1,5 pkt proc.

³⁴ W 2007 r. zrezygnowano z pytania o kilka kategorii organizacji: formalne lub nieformalne instytucje wzajemnościowe – inicjatywy członkowskie służące wzajemnej pomocy finansowej lub materialnej, oparte na zasadzie wzajemności wśród członków; banki spółdzielcze, spółdzielcze kasy oszczędnościowe lub pożyczkowe, spółdzielnie (z wyjątkiem spółdzielni mieszkaniowych) oraz organizacje i grupy producentów, grupy służące współpracy gospodarczej. Ta zmiana mogła mieć nieznaczny wpływ na różnice wyników w latach 2006 i 2007.

³⁵ Dane na podstawie reprezentatywnej próby 4 tys. dorosłych Polaków.

Organizacje hobbystyczne (np. związek filatelistów itp.)	0,2	0,6	0,3	0,1	0,5
Organizacje kombatanckie, seniorów, emerytów i rencistów	0,1	0,4	0,4	0,2	0,4
Związki zawodowe	0,9	0,8	0,8	0,1	0,4
Organizacje kobiece (np. Liga Kobiet Polskich, koła gospodyń wiejskich itp.)	0,3	0,3	0,7	0,1	0,4
Ruchy i organizacje samopomocowe (np. anonimowych alkoholików, bezrobotnych, niepełnosprawnych itp.)	0,6	0,2	0,3	0,3	0,3
Samorządy i izby zawodowe, cechy, organizacje pracodawców	0,2	0,2	0,3	0	0,3
Partie, ugrupowania i ruchy polityczne	0,4	0,3	0,7	0,4	0,2
Organizacje zajmujące się walką z korupcją, obywatelską kontrolą działań administracji, zwiększaniem odpowiedzialności polityków przed wyborcami	-	-	0,6	0,3	0,2
Organizacje służące ochronie lokalnych tradycji i zwyczajów, folkloru (np. towarzystwa regionalne)	0,1	0,2	0,1	0,3	0,2
Ruchy społeczne, akcje o powszechnym zasięgu, kampanie adresowane do szerokich grup obywateli	0,5	0,5	0,1	0,2	0,2
Formalne lub nieformalne instytucje wzajemnościowe – inicjatywy członkowskie służące wzajemnej pomocy finansowej lub materialnej, oparte na zasadzie wzajemności wśród członków	-	-	0,1	0,5	-
Banki spółdzielcze, spółdzielcze kasy oszczędnościowe lub pożyczkowe	-	-	0,4	0,2	-
Spółdzielnie (z wyjątkiem spółdzielni mieszkaniowych)	-	-	0,1	0,2	-
Organizacje i grupy producentów, grupy służące współpracy gospodarczej (np. grupy producentów rolnych, organizacje przedsiębiorców, hodowców, plantatorów)	-	-	0,4	0,1	-
Inne	0,3	0,9	1,1	1,2	0,4

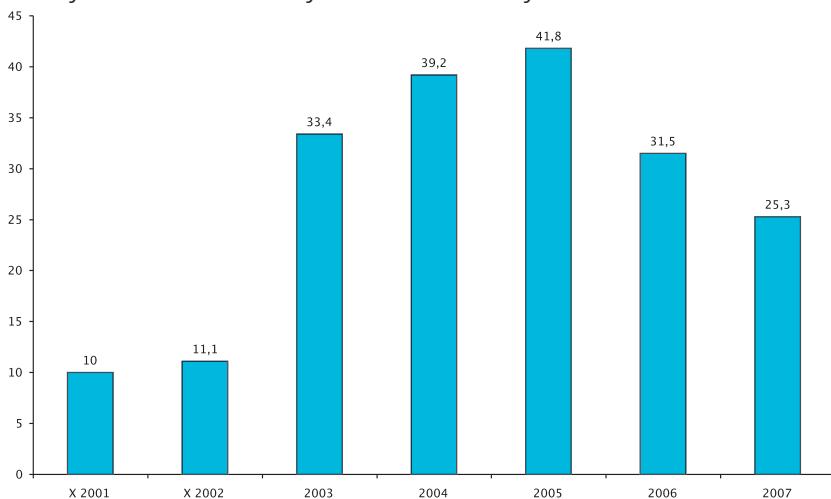
**Odpowiedzi sortowane według częstości ich udzielenia*

2.6.2

Filantropia – darowizny na rzecz organizacji pozarządowych

W 2007 r. jedynie 25%, czyli ok. 7,5 mln Polaków, zadeklarowało, że przekazało pieniądze lub dary rzeczowe na rzecz organizacji pozarządowych, grup, ruchów społecznych lub religijnych. Mamy więc do czynienia z kontynuacją tendencji spadkowej z 2006 r., kiedy to wyniki filantropii spadły poniżej poziomu z 2003 r. W tym roku wynik ten obniżył się o kolejne 6 pkt proc.

Wykres 6. Odsetek darczyńców wśród dorosłych Polaków



Zmiana ta jest widoczna również w analizie poszczególnych typów organizacji wspieranych przez Polaków. Pierwsza piątka z nich wygląda w tegorocznej edycji badania podobnie jak w 2006 r. Tradycyjnie Polacy przekazują pieniądze na organizacje świadczące pomoc charytatywną dla najuboższych i bezdomnych, choć w 2007 r. tę kategorię organizacji wskazało tylko 12% badanych, czyli o 4,7 pkt proc. mniej niż w roku ubiegłym. Drugie miejsce z wynikiem 5,4%, stanowiącym blisko dwupunktowy spadek, zajęły organizacje i ruchy religijne, wspólnoty parafialne oraz misje. Nie zmieniła się liczba Polaków wspierających organizacje zajmujące się pomocą humanitarną i pomocą ofiarom klęsk żywiołowych. Następne w kolejności są organizacje związane z ochroną zdrowia oraz edukacją (odpowiednio 3 i 2,5% – bez istotnych zmian w stosunku do roku poprzedniego).

Oдноśnie do organizacji i grup producentów wyniki filantropii były w latach 2005 i 2006 podobnie niskie jak w wypadku działalności wolontarystycznej (grupy służące współpracy gospodarczej, banki spółdzielcze, spółdzielcze kasy oszczędnościowe lub pożyczkowe nie były badane w tym kontekście).

Tabela 21. Filantropia na rzecz organizacji pozarządowych, ruchów społecznych i religijnych

Filantropia na rzecz organizacji pozarządowych, ruchów społecznych i religijnych	2003	2004 ³⁶	2005 ³⁷	2006	2007 ³⁸
Organizacje świadczące pomoc charytatywną osobom najuboższym, bezdomnym	16,1	20,3	19,7	16,7	12,0
Organizacje i ruchy religijne, wspólnoty parafialne, misje	9,2	7,9	11,2	7,3	5,4
Organizacje zajmujące się pomocą humanitarną, pomaganiem ofiarom klęsk żywiołowych w kraju i za granicą ³⁹	1	1,4	10,7	5,1	5,1
Organizacje ochrony zdrowia lub zajmujące się rehabilitacją osób niepełnosprawnych (w tym wspieranie placówek medycznych)	6,1	6,8	5,8	2,8	3,0
Organizacje edukacyjne, oświatowe zajmujące się wychowaniem i opieką nad dziećmi i młodzieżą (w tym komitety rodzicielskie, wspieranie placówek oświatowych)	4,4	2,7	4,1	3,4	2,5
Organizacje ekologiczne zajmujące się ochroną środowiska, opieką nad zwierzętami	1,8	1,3	1,8	1,8	1,5
Ochotnicza Straż Pożarna, GOPR, WOPR itp.	1,7	1,3	2,6	1	1,2
Ruchy społeczne, akcje o powszechnym zasięgu, kampanie adresowane do szerokich grup obywateli	4,2	3,3	0,7	0,9	1,2
Organizacje sportowe (np. kluby i związki sportowe)	0,6	1,2	0,6	1,2	0,8

³⁶ Jak widać w tabeli, od 2005 r. pytano o dwie nowe kategorie organizacji (organizacje działające na rynku pracy i przeciwdziałające korupcji). Ta zmiana mogła nieznacznie wpłynąć na wzrost filantropii w 2005 r., ale nie więcej niż o ok. 0,5 pkt proc.

³⁷ W 2007 r. zrezygnowano z pytania o kilka kategorii organizacji: formalne lub nieformalne instytucje wzajemnościowe – inicjatywy członkowskie służące wzajemnej pomocy finansowej lub materialnej, oparte na zasadzie wzajemności wśród członków; banki spółdzielcze, spółdzielcze kasy oszczędnościowe lub pożyczkowe, spółdzielnie (z wyjątkiem spółdzielni mieszkaniowych), oraz organizacje i grupy producentów, grupy służące współpracy gospodarczej. Ta zmiana mogła mieć nieznaczny wpływ na różnice wyników z lat 2006 i 2007.

³⁸ W 2005 r. uproszczony został opis tego typu organizacji, który w latach 2003 i 2004 brzmiał: „organizacje świadczące pomoc dla osób i instytucji poza granicami Polski (np. mieszkających w innych krajach, ofiar katastrof, wojen itp.)”. Pojęcie „pomoc humanitarna” jest lepiej rozpoznawane przez Polaków i tym można tłumaczyć gwałtowny wzrost wskazań na tego typu organizacje. Jednak faktu, że w 2005 r. 10,7% Polaków wsparło finansowo tego typu organizacje, nie można tłumaczyć tylko zmianami metodologicznymi. Warto przypomnieć ich zaangażowanie w pomoc ofiarom tsunami – sam PAH zebrał od darczyńców indywidualnych ok. 2864,5 zł (kwota ta stanowi ok. 30% całej sumy zebranej przez PAH na rzecz ofiar tsunami – ok. 9,5 tys. zł).

³⁹ Dane na podstawie reprezentatywnej próby 4 tys. dorosłych Polaków.

Wspólnoty lokalne (np. komitet osiedlowy, komitet budowy drogi, wspólnota mieszkaniowa, rada mieszkańców itp.)	0,1	0,2	1,1	0,4	0,8
Organizacje zajmujące się pomocą związaną z uzyskaniem zatrudnienia lub pracą zawodową, w tym pomocą dla osób bezrobotnych, szkoleniami zawodowymi, zatrudnianiem osób o ograniczonych szansach na rynku pracy	-	-	0,6	0,6	0,6
Organizacje zajmujące się nauką, kulturą lub sztuką (np. związki artystyczne, chóry, orkiestry, zespoły taneczne itp.)	0,3	0,4	0,7	0,3	0,6
Organizacje zajmujące się turystyką i rekreacją (np. towarzystwa turystyczne, związki wędkarzy, działkowców, myśliwych itp.)	1	0,6	0,7	0,3	0,5
Organizacje kombatanckie, seniorów, emerytów i rencistów	0,2	0,3	0,4	0,1	0,5
Organizacje młodzieżowe (np. harcerstwo, związki studenckie)	0,4	0,4	0,4	0,2	0,4
Organizacje hobbystyczne (np. związek filatelistów itp.)	0,2	0,3	0,3	0	0,4
Ruchy i organizacje samopomocowe (np. anonimowych alkoholików, bezrobotnych, niepełnosprawnych itp.)	0,5	0,4	0,4	0,4	0,3
Związki zawodowe	0,5	0,7	0,6	0,3	0,3
Organizacje kobiece (np. Liga Kobiet Polskich, koła gospodyń wiejskich itp.)	0,3	0,2	0,3	0,2	0,3
Organizacje zajmujące się ochroną lokalnych tradycji i zwyczajów, folkloru (np. towarzystwa regionalne)	0,2	0,1	0,2	0,1	0,3
Organizacje zajmujące się walką z korupcją, obywatelską kontrolą działań administracji, zwiększeniem odpowiedzialności polityków przed wyborcami	-	-	0,1	0,1	0,3
Samorządy i izby zawodowe, cechy, organizacje pracodawców	0,4	0,2	0,1	0,1	0,2
Partie, ugrupowania i ruchy polityczne	0,2	0,2	0,1	0	0,2
Banki spółdzielcze, spółdzielcze kasy oszczędnościowe lub pożyczkowe	-	-	1,1	1	-
Banki spółdzielcze, spółdzielcze kasy oszczędnościowe lub pożyczkowe	-	-	0	0,4	-
Organizacje i grupy producentów, grupy służące współpracy gospodarczej (np. grupy producentów rolnych, organizacje przedsiębiorców, hodowców, plantatorów)	-	-	0,3	0,1	-
Spółdzielnie, z wyjątkiem spółdzielni mieszkaniowych	-	-	0,4	0,2	-
Inne	0,9	2,4	1,1	1,3	1,2

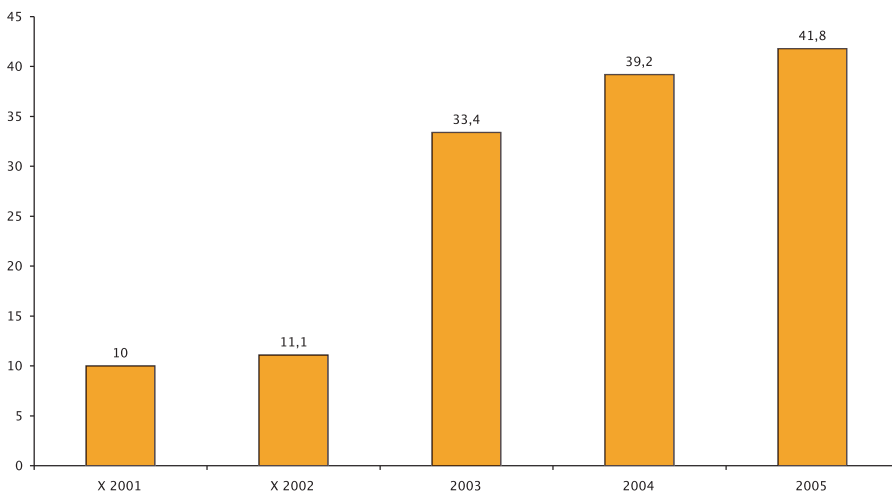
Odpowiedzi sortowane według częstości ich udzielenia

2.6.3

Członkostwo w organizacjach pozarządowych, ruchach społecznych i religijnych

W 2007 r. bardzo wyraźnie spadła liczba osób deklarujących członkostwo w organizacjach pozarządowych, grupach, ruchach społecznych lub religijnych. Wynosi ona zaledwie 13%, czyli 4 mln. dorosłych Polaków. Jest to najmniejszy odsetek w ciągu ostatnich pięciu lat. W porównaniu z 2006 r. organizacje straciły aż 2,7 mln członków. Zmiana ta oznacza faktyczny spadek formalnego członkostwa w organizacjach lub przynajmniej daleko idący zanik identyfikacji z organizacjami, do w których Polacy być może formalnie jeszcze ciągle należą.

Wykres 9. Odsetek osób deklarujących członkostwo w organizacji pozarządowej, ruchu religijnym lub społecznym



Analizując deklaracje dotyczące poszczególnych typów organizacji, można stwierdzić, które z nich utraciły największą liczbę członków. Od lat najczęściej Polaków deklaruje przynależność do organizacji i ruchów religijnych (2,4%), organizacji sportowych (1,8%) oraz służb ratowniczych (straż pożarna, WOPR, GOPR itp. – 1,6%), jednak obecnie odsetek deklaruujących przynależność do ich struktur zmalał. Największy spadek odnotowały organizacje pomocy charytatywnej dla osób najuboższych, bezdomnych – procent Polaków będących ich członkami zmalał o 4,5 pkt proc.

Odotowana w latach 2005 i 2006 przynależność do formalnych lub nieformalnych instytucji wzajemnościowych, banków spółdzielczych, spółdzielczych kas oszczędnościowych lub pożyczkowych, spółdzielni oraz organizacji i grup producentów czy grup służących współpracy gospodarczej była na minimalnym poziomie.

Tabela 22. Członkostwo w organizacjach pozarządowych, ruchach społecznych i religijnych

Członkostwo (możliwość wskazania wszystkich typów organizacji/grup, w których jest się członkiem)	Procent dorosłych Polaków				
	2003	2004 ⁴⁰	2005 ⁴¹	2006	2007 ⁴²
Organizacje i ruchy religijne, wspólnoty parafialne, misje	2,6	3,4	4	3,2	2,4
Organizacje sportowe (np. kluby i związki sportowe)	2,2	3	1,4	2,2	1,8
Ochotnicza Straż Pożarna, GOPR, WOPR itp.	1,7	2,5	3,4	1,7	1,6
Organizacje zajmujące się turystyką i rekreacją (np. towarzystwa turystyczne, związki wędkarzy, działkowców, myśliwych itp.)	1,9	2,1	1,5	1,3	1,1
Organizacje edukacyjne, oświatowe, zajmujące się wychowaniem i opieką nad dziećmi i młodzieżą (w tym komitety rodzicielskie, wspieranie placówek oświatowych)	2,3	1,9	1,3	1,5	1,1
Związki zawodowe	2,6	2,3	1,8	0,4	1,1
Wspólnota lokalna (np. komitet osiedlowy, komitet budowy drogi, wspólnota mieszkaniowa, rada mieszkańców itp.)	0,1	1,2	1,7	0,5	1,0
Organizacje pomocy charytatywnej dla osób najuboższych, bezdomnych	1,3	1,4	1,3	5,3	0,8
Organizacje kombatanckie, seniorów, emerytów i rencistów	0,5	0,7	0,8	0,3	0,8
Organizacje młodzieżowe (np. harcerstwo, związki studenckie)	0,7	0,7	0,8	0,5	0,7
Organizacje hobbistyczne (np. związek filatelistów itp.)	0,6	1	0,4	0,1	0,6
Organizacje zajmujące się nauką, kulturą lub sztuką (np. związki artystyczne chóry, orkiestry, zespoły taneczne itp.)	0,9	1,3	0,5	0,7	0,6

⁴⁰ W 2005 r. zapytano o sześć nowych kategorii organizacji i grup społecznych (w tym spółdzielnie i banki spółdzielcze, grupy producentów, instytucje wzajemnościowe, a także organizacje działające na rynku pracy czy przeciwdziałające korupcji). Ta zmiana mogła nieznacznie wpłynąć na wzrost członkostwa w 2005 r., ale nie więcej niż o ok. 1-1,5 pkt proc.

⁴¹ W 2007 r. zrezygnowano z pytania o kilka kategorii organizacji: Formalne lub nieformalne instytucje wzajemnościowe – inicjatywy członkowskie służące wzajemnej pomocy finansowej lub materialnej, oparte na zasadzie wzajemności wśród członków; banki spółdzielcze, spółdzielcze kasy oszczędnościowe lub pożyczkowe, spółdzielnie (z wyjątkiem spółdzielni mieszkaniowych), oraz organizacje i grupy producentów, grupy służące współpracy gospodarczej. Ta zmiana mogła mieć nieznaczny wpływ na różnice wyników z lat 2006 i 2007.

⁴² M. Gumkowska, J. Herbst, J. Huszcz, *Społeczny kontekst...*, s. 15.

Organizacje ochrony zdrowia lub zajmujące się rehabilitacją osób niepełnosprawnych (w tym wspieranie placówek medycznych)	0,5	0,9	1,2	0,9	0,5
Organizacje kobiece (np. Liga Kobiet Polskich, koła gospodyń wiejskich itp.)	0,5	0,5	0,7	0,5	0,5
Partie, ugrupowania i ruchy polityczne	0,3	0,5	0,7	0,6	0,5
Organizacje zajmujące się ekologią, ochroną środowiska, opieką nad zwierzętami	0,5	0,8	0,9	1,5	0,4
Organizacje zajmujące się pomocą humanitarną, pomocą ofiarom klęsk żywiołowych w kraju i zagranicą	-	0,2	0,4	1,3	0,4
Samorządy i izby zawodowe, cechy, organizacje pracodawców	0,9	0,4	0,3	0,2	0,4
Organizacje zajmujące się pomocą związaną z uzyskaniem zatrudnienia lub pracą zawodową	-	-	0,2	0,2	0,3
Ruchy i organizacje samopomocowe (np. anonimowych alkoholików, bezrobotnych, niepełnosprawnych itp.)	0,3	0,2	0,2	0,1	0,2
Organizacje zajmujące się walką z korupcją, obywatelską kontrolą działań administracji itp.	-	-	0,0	0,3	0,2
Ruchy społeczne, akcje o powszechnym zasięgu, kampanie adresowane do szerokich grup obywateli	0,2	0,3	0,2	0,2	0,1
Organizacje zajmujące się ochroną lokalnych tradycji i zwyczajów, folkloru (np. towarzystwa regionalne)	0,2	0,2	0	0,2	0,0
Banki spółdzielcze, spółdzielcze kasy oszczędnościowe lub pożyczkowe	-	-	1,1	1	-
Formalne lub nieformalne instytucje wzajemnościowe (np. ubezpieczenia wzajemne)	-	-	0	0,4	-
Spółdzielnie, z wyjątkiem spółdzielni mieszkaniowych	-	-	0,4	0,2	-
Organizacje i grupy producentów, grupy służące współpracy gospodarczej (np. grupy producentów rolnych, organizacje przedsiębiorców, hodowców, plantatorów)	-	-	0,3	0,1	-
Inne	0,4	0,9	1,1	0,7	0,3

Odporiedzi sortowane według częstotści ich udzielenia

2.6.4

Wolontariat, filantropia, członkostwo w organizacjach a pomoc wzajemna

Po przeglądzie różnych form udziału w działaniu wspólnym przyjrzymy się ich wzajemnym korelacjom. Okazuje się, że osoby korzystające z jednej z wymienionych powyżej form pomocy stanowią blisko 1/3 każdej z grup – wolontariuszy, darczyńców i członków organizacji.

Podjęcie w ciągu ubiegłego roku wspólnego działania często współwystępowało z byciem wolontariuszem, darczyńcą i członkiem organizacji pozarządowej czy ruchu religijnego: odpowiednio 65,3% wolontariuszy, 49,1% darczyńców i 58,2% członków organizacji. Osoby te odznaczają się zatem dużym potencjałem aktywności społecznej. Prognozując na podstawie powyższych danych, można stwierdzić, że wśród 100 osób podejmujących działania wspólne 39% będzie równocześnie filantropami, 29% wolontariuszami, a 25% członkami organizacji.

Tabela 23. Udział w działaniach wspólnych oraz korzystanie z pomocy wzajemnej wśród wolontariuszy, darczyńców i członków organizacji i ruchów religijnych*

Rodzaj uczestnictwa w działaniach wspólnych	Działania wspólne	Korzystanie z pomocy wzajemnej
Wolontariat	65,3	37,8
Filantropia	49,1	32,6
Członkostwo w organizacjach	58,2	37,8

*dane w proc.

Warto zwrócić uwagę, że wolontariusze i darczyńcy to bardzo często te same osoby. Aż 77% osób, które poświęciły swój czas i pracę na rzecz grup i organizacji pozarządowych wsparło je również materialnie. Wśród darczyńców odsetek pracujących charytatywnie jest niższy – wynosi on 40% (co oczywiście związane jest z różnicą w poziomie zaangażowania między wolontariatem a filantropią). Dysproporcję w tendencjach do łączenia różnych form pomocy można też tłumaczyć tym, że udzielenie pomocy finansowej czy rzeczowej jest mniej angażujące, zaś jeśli ktoś zdecydował się na poświęcenie czasu, to wpłaty pieniężne mogą być dla niego oczywistym dodatkiem do pracy.

W rezultacie nie dziwi silny związek między byciem wolontariuszem, darczyńcą i braniem udziału w działaniach wspólnych. Aż 10% Polaków można zakwalifikować jednocześnie do tych trzech podgrup.

Wśród nich przeważają kobiety (56,2%); ponad połowa z nich pracuje na stałe lub dorywczo, 21% to emeryci. Widać wyraźną zależność przynależności do omawianej grupy osób należących do trzech kategorii jednocześnie – wolontariusze, darczyńcy i biorący udział w działaniach wspólnych – od wykształcenia – osoby z wykształceniem podstawowym lub zawodowym stanowią po 7%, z wykształceniem średnim 10%, a z wyższym 16%. Najaktywniejsi są mieszkańcy Polski Południowo-Wschodniej i Zachodniej (odpowiednio 25 i 17%) .

Tabela 24. Charakterystyka osób jednocześnie będących wolontariuszami, darczyńcami i uczestnikami działań wspólnych

		Odsetki
Płeć	mężczyzna	43,8%
	kobieta	56,2%
Wiek	poniżej 25 lat	23,0%
	26-35 lat	14,5%
	36-45 lat	21,5%
	46-55 lat	18,0%
	powyżej 55 lat	23,0%
Status społeczny	pracuje na stałe lub dorywczo	56,8%
	bezrobotny	4,4%
	emeryt/ rencista	20,8%
	uczeń/ student	12,9%
	nie pracuje/ zajmuje się domem	5,0%
Wielkość miejscowości zamieszkania	wieś	42,9%
	miejscowość do 50 tys.	19,9%
	miasto od 50 do 200 tys.	13,9%
	miasto powyżej 200 tys.	20,2%
	Warszawa	3,2%
Region zamieszkania respondenta	Polska Centralna	18,3%
	Polska Wschodnia	13,6%
	Polska Południowo-Wschodnia	24,9%
	Polska Południowa	10,4%
	Polska Południowo-Zachodnia	6,3%
	Polska Zachodnia	16,7%
	Polska Północna	9,8%

3.0.0

Ekonomia społeczna a postawy Polaków

Ważnym elementem diagnozy kondycji polskiego sektora non profit, a także szans na rozwój w trzecim sektorze przedsięwzięć ekonomii społecznej, jest społeczny odbiór tego typu inicjatyw oraz to, w jakim stopniu wartości i działania, na których są one ufundowane, są podzielane i podejmowane przez Polaków⁴³. Wyniki badania świadczą o tym, że nasze przekonania związane z aktywnością społeczną, ocena działalności organizacji pozarządowych, a także ważne dla nas wartości, mogą okazać się problemem i przeszkodą w popularyzacji ekonomii społecznej. Dlatego właśnie warto im się dobrze przyjrzeć.

Wyżej wspomniano już o najbardziej ogólnych i deklaracyjnych danych odnoszących się do postaw Polaków wobec wspólnego działania czy stosunku do przedsięwzięć z zakresu ekonomii społecznej. Poniżej przedstawiono wyniki badań z kilku ostatnich lat, dotyczące postaw wobec konkretnych aspektów działania instytucji ekonomii społecznej, a także ich potencjalnej roli w rozwiązywaniu problemów społecznych.

⁴³ M. Gumkowska, J. Herbst, J. Huszcz, *Społeczny kontekst...*, s. 16.

3.1.0

Opinie o organizacjach pozarządowych

Choć wizerunek organizacji i opinie o nich poprawiły się nieznacznie w 2007 r., to jednak w dalszym ciągu nie są mniej optymistyczne niż w 2005 r. – w dalszym ciągu stosunek Polaków do trzeciego sektora nie jest przychylny, choć niektóre aspekty funkcjonowania organizacji zostały ocenione trochę lepiej niż w roku poprzednim. Upowszechnia się na przykład przekonanie, iż organizacje społeczne mają wpływ na rozwiązywanie problemów społecznych, a także pozytywna opinia o roli organizacji pozarządowych w kontrolowaniu działania władzy. Z drugiej strony w dalszym ciągu traci na popularności przekonanie o złym zorganizowaniu sektora pozarządowego w Polsce. W 2007 r. zaczął ponownie rosnać odsetek Polaków, którzy uważają, że organizacje pozarządowe rozwiązują ważne problemy w najbliższym sąsiedztwie (wzrost o 4 pkt proc.). Jednocześnie jednak w ostatnich latach obserwujemy gwałtowne pogorszenie się ocen wartości pracy społecznej. O ile w latach wcześniejszych aż 80% Polaków skłonnych było zgodzić się ze stwierdzeniem, że „osoby pracujące społecznie mogą zaoferować coś, czego nie może dać płatny personel” (2005), o tyle w 2007 r. z taką opinią zgadzało się już tylko 54% respondentów.

W porównaniu do opinii Polaków z lat wcześniejszych, w 2006 r. istotnie zmniejszył się także odsetek osób uznających organizacje społeczne za skuteczniejsze w dostarczaniu pomocy od instytucji państwowych. W 2005 r. z opinią tą zgadzało się 58% respondentów, a w 2006 r. tylko 50%. Tego przekonania Polacy w 2007 r. zasadniczo nie zmienili (wzrost o 2 pkt proc. w stosunku do 2006 r.).

Tabela 25. Opinie Polaków o organizacjach pozarządowych (2005-2007)

Opinie Polaków o organizacjach pozarządowych	Procent dorosłych Polaków																					
	2005						2006						2007									
	sumie zdecydowa- nie i raczej)	Zdecydowanie się zgadzam	Raczej się zga- dzam	Ani tak, ani nie dzam	Raczej się nie zga- dzam	Zdecydowanie się nie zgadzam	Trudno powie- ć dzieć	sumie zdecydowa- nie i raczej)	Zdecydowanie się zgadzam	Raczej się zga- dzam	Ani tak, ani nie dzam	Raczej się nie zga- dzam	Zdecydowanie się nie zgadzam	Trudno powie- ć dzieć	sumie zdecydowa- nie i raczej)	Zdecydowanie się zgadzam	Raczej się zga- dzam	Ani tak, ani nie dzam	Raczej się nie zga- dzam	Zdecydowanie się nie zgadzam	Trudno powie- ć dzieć	
Osoby pracujące społecznie mogą zaferować coś, czego nie może dać płatny personel	84,0	45,2	38,9	9,1	2,6	0,8	3,4	50,5	10,9	39,6	22,1	8,8	2,1	16,4	54,4	14	40,5	22,8	8,9	0,9	13	13,6
Organizacje społeczne na ogół skuteczniej dostarczają pomocy potrzebującym niż instytucje państwowe	58,4	17,6	40,9	19	8,6	2,4	11,6	50,0	10,9	39,1	22,4	7,9	1,9	17,7	51,9	12,8	39,2	24,8	8,3	1,4	13,6	
Organizacje społeczne (stowarzyszenia, fundacje itp.) mają ogólnie niewielki wpływ na rozwiązywanie ważnych problemów społecznych w Polsce	54,0	15,9	38,1	18,9	14,1	2,4	0,6	44,1	8,2	35,9	22,3	15,4	2,5	15,8	45,1	8,3	36,8	24	15,5	2,2	13,3	
W organizacjach społecznych często dochodzi do nadużyć i prywaty	52,8	20,3	32,6	15,8	13,5	1,9	16	48,0	12,8	35,2	21,3	9,9	1,4	19,5	45,2	11,8	33,4	24,7	10,9	2,6	16,7	
Organizacje społeczne pełnią ważną funkcję „patrzac władzy na ręce”	46,7	13,7	33,1	17,7	18	5,1	12,5	43,0	10,1	32,9	24,9	10,9	3,2	18	49,1	9,5	39,6	22,5	11,4	1,9	15,2	
Organizacje społeczne (stowarzyszenia, fundacje itp.) rozwiązuje ważne problemy społeczne w moim sąsiedztwie	30,4	10,1	20,3	23,8	24,5	4,1	17,1	29,2	5,9	23,3	26,3	18,2	3,8	22,5	28,1	6,9	21,2	28,8	19,7	4,8	18,7	
Organizacje społeczne (stowarzyszenia, fundacje itp.) rozwiązuje ważne problemy społeczne w moim sąsiedztwie	28,8	5,6	23,2	16	29	12,9	13,5	26,0	3	23	20,5	23,9	9,4	20,2	30,7	5,8	24,9	26,9	21	6,5	15	

3.2.0

Opinie na temat prowadzenia przez organizacje pozarządowe działalności gospodarczej

Organizacje non profit, na co wskazuje ich nazwa, nie działają dla zysku finansowego, ale raczej w celu wypracowania zysku społecznego. Twórcy organizacji, dla których misja i cele społeczne są osobiście ważne, często działają w nich społecznie. A jeśli do realizacji misji czy osiągnięcia celów są im potrzebne środki finansowe, to mogą się o nie ubiegać i ewentualnie otrzymać – od państwa, samorządu, prywatnych sponsorów, darczyńców (czasami własnych członków).

Do takiego sposobu działania przyzwyczajone są same organizacje, a także odbiorcy ich działań, opinia publiczna. Dodatkowo, ponieważ problemy, którymi zajmują się organizacje, często dotyczą grup marginalizowanych lub zagrożonych marginalizacją, naturalne wydaje się więc, że nie pobierają one opłat od odbiorców swoich działań.

Wszystkie te założenia i przekonania nie służą rozwojowi przedsiębiorczości społecznej na gruncie sektora pozarządowego. Wszak przedsiębiorstwa społeczne, realizując swe cele, prowadzą jednocześnie działalność ekonomiczną, sprzedają produkty i usługi. Co więcej, tego typu samofinansowanie nie jest ani marginalnym, ani pobocznym, ale istotnym źródłem ich przychodów. Czy polskie społeczeństwo i same organizacje są gotowe na takie rozwiązanie – warto przyrzeć się poniższym danym, które mogą stać się przyczynkiem do odpowiedzi na to pytanie.

Zanim jednak przejdziemy do analizy wyników badania dotyczących poglądów Polaków na temat przyjmowania przez organizacje pozarządowe opłat za świadczone przez siebie usługi, opatrzymy je komentarzem metodologicznym dotyczącym sformułowania pytania. W 2005 r. uczestnikom badania zadano dwa pytania – poproszono o ocenę dwóch stwierdzeń: „organizacje powinny świadczyć wszystkie usługi za darmo” oraz „sprzedawać usługi lub produkty, aby móc pozyskać środki na swoją działalność”. Okazało się, że stanowiska te są dla badanych niesprzeczne, i że większość z nich skłonna była zgadzać się zarówno z jednym, jak i z drugim z nich. 74% Polaków uważało, że stowarzyszenia i fundacje powinny świadczyć wszystkie swoje usługi, nie pobierając żadnych opłat. Jednocześnie 68% było zdania, że w celu zdobywania środków na swoją działalność organizacje społeczne powinny móc sprzedawać produkty lub usługi. Co więcej, oba stanowiska w rzeczywistości okazały się ze sobą pozytywnie związane – osoby bardziej przekonane, że organizacje powinny móc sprzedawać dobra lub usługi, bardziej stanowczo opowiadały się także za opinią, że wszystkie usługi organizacji powinny być świadczone za

darmo⁴⁴. Zatem akceptację Polaków uzyskała zarówno teza, iż organizacje nie powinny pobierać opłat, jak i pogląd, że powinny móc sprzedawać swoje usługi. Ta pozorna sprzeczność wynikała ze specyficznego pojmowania przez badanych kategorii „sprzedawania dóbr lub usług” – jako działalności niezwiązanej ze statutową aktywnością organizacji i nie dotyczącej odbiorców ich działań społecznych. Aby lepiej ocenić, jaki jest stosunek Polaków do łączenia działalności społecznej i ekonomicznej, w badaniu prowadzonym w 2006 r. zmieniono nieco treść pytania, zastępując abstrakcyjną i nie kojarzącą się z działalnością społeczną kategorię sprzedaży określeniem „pobieranie opłat od odbiorców”⁴⁵. Także w 2007 r. uczestnicy badania wypowiedzieli opinie dotyczące nie tyle pewnej formy pozyskiwania przez organizacje pozarządowe środków na działania statutowe, ale raczej kwestii świadczenia opłat przez odbiorców działań społecznych. O tym, jak istotna jest to różnica, przekonuje porównanie opinii na ten temat z danymi odnoszącymi się do pierwotnej wersji pytania. O ile w 2005 r. prawie 70% ankietowanych skłaniało się ku pogładowi, że organizacje powinny posiadać „możliwość sprzedaży”, o tyle w 2006 r. tylko 26%, a w 2007 r. 28% Polaków zgodziło się z opinią, że dopuszczalne jest pobieranie przez organizacje opłat od odbiorców.

⁴⁴ M. Gumkowska, J. Herbst *Wolontariat, filantropia i 1%...*

⁴⁵ Badanie *Kondycja sektora organizacji pozarządowych w Polsce 2006*; zrealizowane na zlecenie Stowarzyszenia Klon/Jawor przez CBOS na reprezentatywnej próbie 1043 organizacji pozarządowych (stowarzyszeń i fundacji).

Tabela 26. Opinie Polaków o działalności gospodarczej organizacji pozarządowych (2005-2007)

Opinie Polaków o organizacjach pozarządowych	Procent dorosłych Polaków																					
	2005				2006				2007													
	Zgadzam się (w sumie zgadzamnie i raczej)	Zdecydowanie się zgadzam	Ani tak, ani nie	Raczej się nie zgadzam	Zdecydowanie się nie zgadzam	Trudno powiedzieć	Zgadzam się (w sumie zgadzamnie i raczej)	zdecydowanie się zgadzam	Ani tak, ani nie	Raczej się nie zgadzam	Zdecydowanie się nie zgadzam	Trudno powiedzieć										
Opinie Polaków o organizacjach pozarządowych	73,9	35,8	38,2	11,5	5,8	1,2	7,6	59,9	25,4	34,5	19,6	6,6	0,5	13,3	61,8	25,8	36,1	20,4	7,5	2	8,3	
	68	22,2	45,7	12,9	5,8	2,7	10,6	26	3,7	22,3	20,5	19,3	9,7	24,4	28,4	6,8	21,6	23,7	23,3	11,3	13,4	
	<p>Organizacje społeczne (stowarzyszenia, fundacje) powinny świadczyć wszystkie swoje usługi za darmo, nie pobierając żadnych opłat</p> <p>W celu zdobywania środków na swoją działalność organizacje społeczne powinny móc sprzedawać produkty lub usługi (pobierać opłaty od odbiorców swoich usług**)</p>																					

**** Porównywalność danych w kolejnych latach ograniczona ze względu na zmiany w treści pytania. W nawiasie podano brzmienie pytania w badaniu z 2006 i 2007.**

Pytania o odpłatność za usługi zadano w 2006 r. także osobom działającym w organizacjach pozarządowych⁴⁶. Przekonanie, że organizacje te powinny działać „za darmo”, obecne jest w świadomości nie tylko ogółu Polaków, ale także osób w nie zaangażowanych. Opinia ta nie jest jednak w środowisku pozarządowym równie powszechna, jak w społeczeństwie polskim w ogóle. W 2006 r. ponad połowa przedstawicieli organizacji zgadzała się ze stwierdzeniem, że organizacje nie powinny pobierać opłat za świadczone usługi. Tyle samo badanych skłonnych było także twierdzić, że „angażowanie się przez organizacje pozarządowe w działalność gospodarczą jest zwykle źle odbierane przez ludzi”. Opinia ta jest zresztą w istotny sposób związana z sądami na temat zdobywania przez organizacje środków za pomocą pobierania opłat za usługi. Trudno powiedzieć, czy badani przedstawiciele organizacji twierdzą, że organizacje nie powinny pobierać opłat, ponieważ obawiają się złego odbioru społecznego tego typu działań, czy też dlatego, iż sądzą, że ludzie źle odbieraliby organizacje prowadzące działalność gospodarczą, ponieważ sami tak myślą⁴⁷.

Tabela 27. Opinie organizacji pozarządowych o działalności gospodarczej (2006)

Organizacje społeczne (stowarzyszenia, fundacje) powinny świadczyć wszystkie swoje usługi, nie pobierając żadnych opłat	Odsetek
zdecydowanie tak	20,7
raczej tak	29,8
ani tak ani nie	17,7
raczej nie	17,9
zdecydowanie nie	9,5
trudno powiedzieć	4,4
Ogółem	100,0

Tabela 28. Opinie organizacji pozarządowych o działalności gospodarczej (2006)

Angażowanie się przez organizacje pozarządowe w działalność gospodarczą jest zwykle źle odbierane przez ludzi	Odsetek
zdecydowanie tak	13,7
raczej tak	37,2
ani tak ani nie	19,7
raczej nie	15,9
zdecydowanie nie	6,0
trudno powiedzieć	7,4
Ogółem	100,0

⁴⁶ M. Gumkowska, J. Herbst, J. Huszcz, *Społeczny kontekst...*, s. 18.

⁴⁷ *Opinie o rynku pracy i zagrożeniu bezrobociem 2001-2007*, komunikat z badań CBOS, http://www.cbos.pl/SPISKOM.POL/2007/K_048_07.PDF

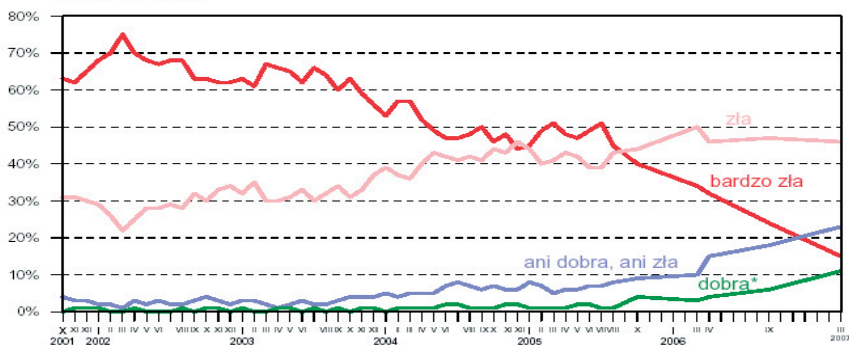
3.3.0

Postawy wobec grup doświadczających trudności na rynku pracy: jakim grupom należy pomagać?

Istotną funkcją tzw. nowej ekonomii społecznej jest wprowadzenie na rynek pracy osób, które mogą mieć problemy z samodzielnym znalezieniem sobie na nim miejsca. Co prawda sytuacja na rynku pracy w Polsce znacznie się poprawiła w ostatnich dwóch latach (stopa rejestrowanego bezrobocia wynosi według danych GUS ze stycznia 2008 r. 11,7%, od 2004 r. spadła o ponad 9 pkt proc.), jednak wciąż większość Polaków uważa ją za złą – według badań CBOS w 2007 r. twierdziło tak 61% respondentów. Należy jednak zaznaczyć, że osób negatywnie oceniających rynek pracy było o 10 pkt proc. mniej niż rok wcześniej i 17 punktów mniej niż w 2005 r.⁴⁸ Zmiana ta jest też widoczna w sytuacji na rynku pracy. Trudno o jakąkolwiek pracę (blisko 15 pkt proc. mniej niż w 2005 r.) jest w opinii 29% Polaków.

Wykres 10. Ogólna ocena sytuacji na rynku pracy*

RYS. 1. JAK PAN(I) OGÓLNIENIE OCENIA OBECNĄ SYTUACJĘ NA RYNKU PRACY W POLSCE? CZY JEST ONA:

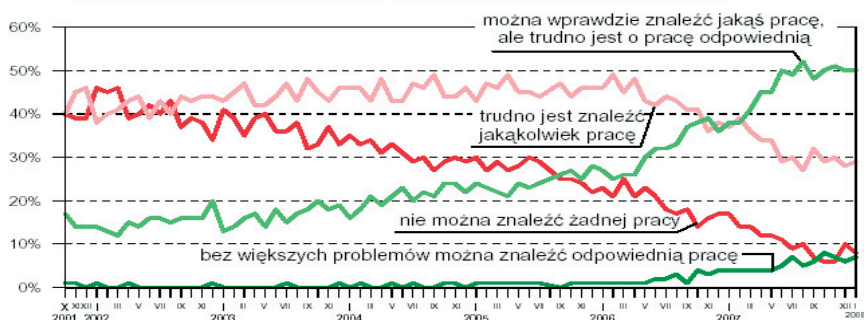


*Źródło: CBOS

⁴⁸ Por. Por. M. Gumkowska, J. Herbst, J. Huszcz, *Społeczny kontekst...*

Wykres 11. Ocena możliwości znalezienia pracy w swojej miejscowości*

RYS. 6. JAK OKREŚLIŁ(A)BY PAN(I) SYTUACJĘ NA RYNKU PRACY W PANA(I) MIEJSCOWOŚCI LUB OKOLICY? CZY, PANA(I) ZDANIEM, OBECNIE:



*Źródło: CBOS

Należy mieć jednak na uwadze, że grupy najbardziej zagrożone bezrobociem w najmniejszym stopniu skorzystały (i skorzystają) z tych pozytywnych zmian. Dlatego też odpowiedzi na zadane w 2005 r. pytanie o to, czy i jakim grupom należy pomóc wejść na rynek pracy, jest wciąż aktualne.

Ogólnie Polacy zgadzali się wówczas co do faktu istnienia grup wymagających otrzymania szczególnego wsparcia na rynku pracy, zwłaszcza grupy długotrwale bezrobotnych – aż 60,6% badanych uważało, że potrzebuje ona wsparcia. Ponad połowa uczestników badania uznała za potrzebne niesienie pomocy osobom niepełnosprawnym (56,5%), młodzieży opuszczającej domy dziecka (54,5%) oraz młodzieży wchodzącej na rynek pracy (53,1%). Sytuacja tej ostatniej grupy po niedawnych przemianach m.in. związanych z falą migracji, znacznie się poprawiła, zatem przypuszczalnie obecnie odsetek wskazań byłby tu niższy. Nieco rzadziej wskazywano jako adresatów pomocy osoby w wieku powyżej 50 lat, bezdomnych, łączących opiekę nad dziećmi z pracą (odpowiednio: 40,2, 40 i 39%). Bardzo rzadko brano pod uwagę potrzebę wsparcia dla osób chorych psychicznie, więźniów oraz imigrantów i uchodźców.

Tabela 29. Grupy wymagające szczególnego wsparcia na rynku pracy (dane z 2005 r.)*

Grupy:	Odsetek
Osoby długotrwale bezrobotne	60,6
Osoby niepełnosprawne	56,5
Młodzież opuszczająca domy dziecka	54,5
Młodzież wchodząca na rynek pracy	53,1
Szukające pracy osoby w wieku powyżej 50 lat	40,2
Osoby bezdomne	39,2

Osoby, które chcą łączyć opiekę nad dziećmi z pracą (np. samotni rodzice, młode matki)	39
Osoby chore psychicznie	11,1
Więźniowie	10,5
Imigranci, uchodźcy	6
Inne grupy	0,5
Wszystkie te grupy powinny otrzymać wsparcie	11,4
Żadna z tych grup nie powinna otrzymywać specjalnego wsparcia	1
Nie wiem, trudno powiedzieć	4,5

**Odpowiedzi posortowane według częstości ich udzielenia, dane w proc.*

Co ciekawe, decyzja o potrzebie wsparcia wymienionych grup nie zależała raczej od osobistego doświadczenia bezrobocia. Procent badanych, którzy twierdzą, iż wszystkie wymienione grupy powinny otrzymać wsparcie, jest zdecydowanie najwyższy w Warszawie (22%), zaś w drugiej kolejności w miastach powyżej 200 tys. mieszkańców (14%), a więc w miejscach, gdzie bezrobocie jest stosunkowo najniższe. Nie jest to też pochodna poziomu wykształcenia badanych. Ma on za to związek z akceptacją dla szczególnego traktowania takich grup, jak: osoby niepełnosprawne, młodzież wchodząca na rynek pracy, w tym w szczególności opuszczająca domy dziecka, osoby, które chcą łączyć opiekę nad dziećmi z pracą, osoby chore psychicznie, imigranci i uchodźcy – im wyższe wykształcenie, tym częściej badani deklarują potrzebę ich szczególnego wsparcia⁴⁹.

Mimo dość powszechnie podzielanego przekonania, że istnieją grupy, które ze względu na różnego rodzaju problemy powinny otrzymać wsparcie na rynku pracy, Polacy nie mieli dobrego pomysłu na to, jak powinno ono wyglądać. Dowodzą tego odpowiedzi na pytania dotyczące ewentualnego poparcia różnych sposobów pomocy osobom bezrobotnym. Ponad połowa (56%) zrzuciła odpowiedzialność za zapewnienie wsparcia grupom zagrożonym na barki państwa. Widać tu zróżnicowanie odpowiedzi ze względu na wykształcenie badanych – osoby z wyższym wykształceniem rzadziej popierały ten sposób pomocy. Dość dużo osób, szczególnie z wyższym wykształceniem i mieszkających w większych miejscowościach, wskazywało bardziej aktywne formy pomocy – zastosowanie ułatwień i zachęt dla przedsiębiorców (55%), zapewnianie szkoleń (42%) oraz umożliwienie samozatrudnienia (39%).

Mniejszą, acz istotną popularnością cieszyły się formy pomocy z nurtu ekonomii społecznej. Wspieranie tworzenia firm nastawionych na zatrudnianie osób zagrożonych bezrobociem wskazała w 2005 r. ponad jedna trzecia badanych. Nieco mniej, 27%, uważało, że należy wspierać działalność organizacji specjalizujących się w pomocy wymienionym grupom osób. Świadczy to o docenianiu wspierania takich form pomocy.

⁴⁹ Odsetki liczone po usunięciu z próby osób niezdecydowanych. Jeśli uwzględnione zostaną odpowiedzi „trudno powiedzieć” i „ani tak, ani nie”, to odsetki wynoszą 90 i 83%.

Tabela 30. Metody pomocy osobom bezrobotnym, którym szczególnie trudno znaleźć pracę, do zastosowania w Polsce*

Metody pomocy	2005 r.
Państwo powinno zapewnić takim osobom pracę	56
Państwo powinno zachęcać przedsiębiorców do zatrudniania takich osób, np. obniżając koszty zatrudnienia (poprzez subsydia, ulgi podatkowe, obniżenie podatków)	55,4
Powinno się zapewnić takim osobom szkolenia, które dałyby im umiejętności pożądane na rynku pracy	42,1
Powinno się pomagać tym osobom w samozatrudnieniu, otwieraniu własnej działalności gospodarczej	39,9
Powinno się wspierać tworzenie firm nastawionych na zatrudnianie takich osób i przystosowanych do ich potrzeb	33,6
Powinno się wspierać działalność organizacji specjalizujących się w pomocy takim osobom	26,9
Takim osobom powinno się przyznawać większe zasiłki	24,2
Państwo powinno zapewnić takim osobom dożywotnią rentę, która pozwoliłaby im się utrzymać	17,8
Nie powinno się im w ogóle pomagać	0,4
Inne	0,4
Trudno powiedzieć	6,9

*Odpowiedzi sortowane według częstości ich udzielenia, dane w proc.

W kontekście opinii Polaków o roli organizacji pozarządowych oraz przedsiębiorstw społecznych w rozwiązywaniu problemów bezrobocia, należy wspomnieć o innych danych na ten temat. W 2005 i 2006 r. Polacy zostali zapytani o to, czy państwo powinno wspierać powstawanie firm, w których znajdują zatrudnienie osoby niemogące znaleźć pracy. Zarówno w 2005, jak i w 2006 r. poparcie dla tego typu inicjatywy wyraziła zdecydowana większość Polaków. Jak widać w tabeli poniżej, różnica między latami związana jest ze wzrostem odpowiedzi „trudno powiedzieć” oraz „ani tak, ani nie”, jeśli jednak je pominiemy, okaże się, że odsetek osób będących za wspieraniem przez państwo przedsiębiorstw społecznych niemal nie zmienił się, i wynosi odpowiednio 96 i 94%⁵⁰.

Podobnie jest z ogólnym poparciem dla zakładania przedsiębiorstw, w których znajdą miejsce pracy osoby niemogące znaleźć zatrudnienia na rynku pracy. Za dobry pomysł uważało je w 2005 r. 97%, a w 2006 r. 96% osób⁵¹.

⁵⁰ Ponownie nie zostały uwzględnione osoby, które udzieliły odpowiedzi „trudno powiedzieć” oraz „ani tak, ani nie”. W obydwu tych kategoriach odsetki odpowiedzi w 2006 r. wzrosły, co silnie wpłynęło na ostateczne wyniki poparcia dla pomysłu wspierania omawianych przedsiębiorstw. Biorąc pod uwagę osoby niezdecydowane, odsetki osób udzielających poparcia wynosiłyby odpowiednio 89 i 79%.

Tabela 31. Aprobata dla wspierania przedsiębiorstw społecznych przez państwo *

Czy uważa Pan(i), że powstawanie takich firm powinno być wspierane przez Państwo?	Wszyscy		Bez osób niezdecydowanych	
	2005	2006	2005	2006
Zdecydowanie tak	55,2	35,4	60,7	43,6
Raczej tak	32,5	40,8	35,7	50,3
Raczej nie	2,6	4,0	2,8	5,0
Zdecydowanie nie	0,7	0,9	0,8	1,1
Ani tak ani nie	6,0	9,6		
Trudno powiedzieć	3,1	9,4		

*dane w proc.

Tabela 32. Poparcie dla przedsiębiorstw społecznych*

Czy Pana(i) zdaniem zakładanie takich firm to dobry pomysł?	Wszyscy		Bez osób niezdecydowanych	
	2005	2006	2005	2006
Zdecydowanie tak	53,2	34,8	58,5	42,9
Raczej tak	36,1	44,0	39,7	54,2
Raczej nie	1,4	2,0	1,5	2,5
Zdecydowanie nie	0,4	0,5	5,8	0,6
Ani tak ani nie	5,3	8,0		
Trudno powiedzieć	3,7	10,8		

*dane w proc.

3.4.0

Postawy wobec państwa

W celu ustalenia, jak Polacy postrzegają rolę państwa w rozwiązywaniu problemów społecznych oraz wspieraniu osób potrzebujących, poproszono badanych o ustosunkowanie się do dwóch grup stwierdzeń. Omówione niżej dane pochodzą z 2005 r.

Pierwsza grupa stwierdzeń dotyczyła bezpośrednio roli i zadań państwa. Wyniki świadczą tu o wyraźnym poparciu dla państwa socjalnego i interwencjonizmu państwowego. 92% Polaków zgadzało się ze stwierdzeniem, że rząd powinien zapewnić pracę każdemu chcącemu pracować. Osobom pobierającym zasiłki i renty nie należy ich odbierać – aż 65% jest przeciwna zmniejszeniu liczby wypłacanych świadczeń. Wręcz przeciwnie – 64% Polaków uważa, iż ilość środków na pomoc biednym powinna zostać przez rząd zwiększona, nawet jeśli miałyby przy tym wzrosnąć podatki. Wyniki te świadczą o dość dużym nasileniu postaw roszczeniowych wobec państwa.

Tabela 33. Rola i zadania państwa*

Rola i zadania państwa	Zdecydowanie się zgadzam	Raczej się zgadzam	Raczej się nie zgadzam	Zdecydowanie się nie zgadzam	Trudno powiedzieć
Rząd powinien zapewnić pracę każdemu, kto chce pracować	66,8	24,9	3,9	1,7	2,8
Należy zdecydowanie zmniejszyć ilość wypłacanych rent i zasiłków	6,2	16,2	29,0	36,2	12,4
Rząd powinien przeznaczyć więcej środków na pomoc biednym, nawet jeśli oznaczałoby to zwiększenie podatków	26,4	37,6	16,7	7,0	12,3

*dane w proc.

Nowe światło na powyższe analizy rzucają odpowiedzi na drugą grupę pytań. Dotyczyły one stopnia wymagania od osób bezrobotnych samodzielnego ponoszenia konsekwencji swojej sytuacji życiowej. Chodzi tu o rozróżnienie, czy osobom w trudnej sytuacji zawodowej należy się pomoc reszty społeczeństwa czy też nie powinno ono ponosić kosztów czyichś problemów. Zdecydowana większość Polaków (64%) zgadza się, iż istnieje potrzeba specjalnego traktowania niepełnospraw-

nych bezrobotnych, mimo iż tyłu zdrowych jest bez pracy. Z drugiej strony, 72% uważa, że bezrobotni mogą winić tylko samych siebie za utratę pracy. Jednocześnie brak jednoznacznej opinii, czy osoby bezrobotne powinny móc żyć na koszt podatników – tu „za” i „przeciw” było po 40% badanych, a aż 19% nie miało wyrobionego zdania na ten temat.

Tabela 34. Postawy wobec bezrobotnych*

Postawy wobec bezrobotnych	Zdecydowanie się zgadzam	Raczej się zgadzam	Raczej się nie zgadzam	Zdecydowanie się nie zgadzam	Trudno powiedzieć
Nie powinno się traktować specjalnie niepełnosprawnych bezrobotnych, skoro tyłu zdrowych jest bez pracy	8,1	14,1	38,1	26,7	13,0
Ludzie bezrobotni mogą winić tylko samych siebie za to, że nie mają pracy.	5,2	13,0	34,2	38,2	9,4
Osoby niepracujące nie powinny żyć na koszt innych podatników	15,2	25,2	27,7	13,0	18,8

**dane w proc.*

Zatem Polacy uważają, że państwo powinno oferować rozbudowany system świadczeń socjalnych, choć niekoniecznie kosztem podatników, zaś wobec grup bezrobotnych w szczególnie trudnej sytuacji ma zastosować odpowiednie, szczególnie traktowanie.

Podsumowanie

Niniejszy raport stara się odpowiedzieć na kilka podstawowych kwestii dotyczących stosunku Polaków do idei i działań leżących u podstaw ekonomii społecznej. Próbuje opisać doświadczenia Polaków związane z istniejącymi przedsięwzięciami wpisującymi się w tę ideę, analizuje rozpoznawanie i rozumienie podstawowych pojęć debaty na temat ekonomii społecznej oraz natężenie aktywności i powszechności postaw, które można uznać za społeczne fundamenty dla jej rozwoju. Poniżej przedstawiono najważniejsze konkluzje wyłaniające się z przedstawionych analiz:

SEKTOR EKONOMII SPOŁECZNEJ – DEFINICJE I ROZPOZNAWANIE POJĘĆ

- Polski sektor ekonomii społecznej szacuje się na ok. 100 tys. projektów/przedsięwzięć, które zatrudniają ok. 600 tys. ludzi i skupiają 15 mln członków, a liczba organizacji zbliżonych do pojęcia „przedsiębiorstwo społeczne” to ok. 4 tys. podmiotów, czyli 10% ogółu organizacji non profit. Mimo długiej tradycji funkcjonowania i zasadniczo szerokiego zakresu przedsięwzięć ekonomii społecznej w Polsce zjawisko to nie doczekało się definicji dostosowanej do warunków polskich.

- Jednym z rezultatów braku jasności w kwestiach terminologicznych wydają się być formułowane przez Polaków deklaracje dotyczące znajomości i rozumienia poszczególnych pojęć z zakresu ekonomii społecznej. Debata nad zjawiskiem ekonomii społecznej wydaje się być ciągle dyskusją akademicką, niedostępną „zwykłym obywatelom”, mimo zaangażowania w nią organizacji, którym przypisuje się lub które same deklarują realizowanie idei ekonomii społecznej. W ostatnich latach w społeczeństwie polskim nie odnotowano zmiany świadczącej o zwiększeniu się wiedzy lub rozpoznawalności przedsięwzięć i zjawisk związanych z ekonomią społeczną: znajomość pojęć ich dotyczących nie jest wysoka i nie zmieniła się zasadniczo w ciągu ostatnich trzech lat. Poziom wiedzy na temat ich znaczenia jest zróżnicowany zarówno w odniesieniu do poszczególnych terminów, jak i w obrębie grup wyróżnionych ze względu na cechy społeczno-demograficzne (w szczególności wykształcenie), zaangażowanie w pracę, wspieranie organizacji związanych z trzecim sektorem.

- Spośród analizowanych terminów (spółdzielnia socjalna, organizacja pozarządowa, trzeci sektor, społeczna odpowiedzialność biznesu, przedsiębiorstwo społeczne oraz ekonomia społeczna) Polacy najczęściej rozumieją i rozpoznają pojęcie „organizacja pozarządowa”, zaś termin „trzeci sektor” jest bardzo słabo znany. Osoby, które mają *de facto* styczność z tym sektorem i organizacjami pozarządowymi,

często twierdzą, że nie zetknęły się ze wspomnianymi terminami. Wydaje się, że wyniki badania świadczą o niezbyt dużej obecności pojęć związanych z sektorem NGOs w świadomości obywateli w Polsce.

- Mimo sygnalizowanych problemów związanych z definicją i niejasnością pojęcia, termin „ekonomia społeczna” znalazł się na drugim miejscu pod względem rozpoznawalności i znajomości wśród analizowanych w sondażu. Jest to wynik zaskakująco dobry, choć oba wskaźniki są znacząco niższe niż w 2005 r. Biorąc pod uwagę krótki żywot pojęcia „ekonomia społeczna” w polskiej debacie publicznej, można domniemywać, że budzi ono w Polakach skojarzenia odległe od znaczenia, jakie nadaje się im obecnie. Dotarcie do tych skojarzeń może mieć duże znaczenie z punktu widzenia promocji idei ekonomii społecznej. Powinny one stać się przedmiotem dalszych badań.

- Znajomość i rozpoznawalność pojęcia „spółdzielnia socjalna” są niskie. Mając jednak na uwadze zasadniczo niewielką skalę działania spółdzielni socjalnych w Polsce, nie jest to wynik bardzo zły. Ponadto, jak wynika z analiz, dane o rozpoznawalności danego pojęcia jako wskaźnika najszerzej rozumianej znajomości danego zjawiska czy kontaktu z danym typem instytucji mogą być obciążone błędem. Wydaje się, że Polacy „prawidłowo” kojarzą spółdzielnie – będące spadkobiercami XIX-wiecznej tradycji samoorganizacji – z działalnością wspólnotową, spółdzielczą, często konkretnego typu (spółdzielnie mieszkaniowe), czy po prostu z „organizacjami zrzeszającymi ludzi”, „wspólnotą”, „zrzeszeniem”, „współpracą”, „pomocą” lub podobnymi określeniami – czyli z tymi ich cechami, które decydują o społecznym charakterze spółdzielni i które czynią je przedmiotem uwagi osób zainteresowanych koncepcją ekonomii społecznej. Z punktu widzenia wyobrażeń Polaków o spółdzielniach ich miejsce w debacie nad ekonomią społeczną jest zrozumiałe, zaś ich potencjał wart wykorzystania.

- Nie mniej ważne dla przyszłości ekonomii społecznej w Polsce są skojarzenia obywateli z nowym (i najczęściej nieznanym) zjawiskiem (i terminem) – „przedsiębiorstwem społecznym”. Tylko co piąty Polak potrafił wymienić skojarzenia związane z tym pojęciem. Co ważne, wśród podanych skojarzeń dominują określenia pozytywne, odwołujące się do wspólnego działania na rzecz dobra wspólnego/pomocy innym.

OCENA I ZNAJOMOŚĆ PRZYKŁADÓW PRZEDSIĘBIORSTW SPOŁECZNYCH

- Można powiedzieć, iż w Polsce panuje pozytywny nastawienie do przedsiębiorstw zwanych społecznymi – można zaobserwować niemal powszechną społeczną akceptację tych przedsięwzięć. Zdaniem Polaków państwo powinno wspierać zakładanie takich firm, a wiedza o pochodzeniu produktu z przedsiębiorstwa tego rodzaju miałaby pozytywny wpływ na ich decyzje konsumenckie – większość chętnie kupiłaby produkty wyprodukowane przez taką firmę.

- Jednak inne wyniki badania utwierdzają w przekonaniu, że dane te są czysto deklaratywne, ponieważ niewielu Polaków miało kontakt z tego rodzaju przed-

siębiorstwami. Z jednej strony można podkreślić niską świadomość Polaków, ale z drugiej trzeba zauważyć, że ta nieznajomość czy brak kontaktu związane są z niewielką skalą/wąskim zasięgiem działania przedsiębiorstw społecznych w Polsce. Również dane na temat postaw konsumenckich Polaków weryfikują ich deklaracje na temat gotowości do wsparcia przedsiębiorstw społecznych. Polacy wybierają produkty, kierując się przede wszystkim kryterium ich ceny i jakości. Zdecydowanie mniej ważne są czynniki charakterystyczne dla tak zwanych świadomych wyborów konsumenckich, czyli takich, które wspierają odpowiedzialne firmy, troszczące się o konsekwencje społeczne i środowiskowe prowadzonej przez siebie działalności. Zatem deklaracje na temat gotowości Polaków do zakupów produktów pochodzących z przedsiębiorstw zatrudniających osoby wykluczone należy traktować z rezerwą. Jednak ten dysonans pomiędzy deklaracjami i rzeczywistością niekoniecznie obciąża badanych. Nawet pobieżna analiza strategii marketingowych produktów dostępnych w polskich sklepach wskazuje, że producenci (być może kierowani wynikami badań) nie próbują eksponować takich ich cech, które odwołują się w jakiś sposób do istotnych kwestii społecznych czy etycznych.

CZY POLACY WSPÓŁPRACUJĄ I POMAGAJĄ SOBIE?

- Zdecydowana większość Polaków uważała, że działając wspólnie, można osiągnąć więcej niż samemu. Potwierdzają to zarówno wyniki badania Stowarzyszenia Klon/Jawor z 2005 r., (78% Polaków), jak i nowsze badania CBOŚ. Rośnie też odsetek osób wierzących w skuteczność działania na rzecz społeczności lokalnej (65%). Przekonania te nie skłaniają nas jednak do działania – w 2007 r. blisko 70% respondentów nie angażowało się w ciągu ostatniego roku dobrowolnie w żadną wspólną aktywność. Rzadko też Polacy udzielają sobie wzajemnej pomocy, a jeśli w ogóle, to przede wszystkim w pracach gospodarskich (remont domu, przeprowadzki czy prace rolne i in.). We wspólne działania nieco częściej angażują się osoby w wieku średnim i z wyższym wykształceniem. Najchętniej biorą w nich udział osoby słabo zarabiające, których nie stać na zakup pomocy, działające zgodnie z zasadą wzajemności „jeśli ja pomogę innym, to oni pomogą mnie”. Zaobserwowano różnicowanie geograficzne omawianej grupy – najaktywniejsza pod tym względem jest Polska Wschodnia i w nieco mniejszym stopniu Zachodnia, najmniej Południowa i Południowo-Zachodnia. Występuje też różnicowanie ze względu na miejsce zamieszkania. Najaktywniejsi są mieszkańcy wsi (co może częściowo tłumaczyć fenomen Polski Wschodniej). Jednym z wyjaśnień tego zjawiska jest specyfika problemów, o które pytaliśmy, ale też potwierdzone przez wyniki innych badań wyraźne „społeczne nastawienie” tej grupy Polaków. W świetle tego uwagę zwraca również wysoki odsetek osób wspólnie działających w Warszawie – być może istnieje forma współpracy charakterystyczna dla środowisk wielkomiejskich.

- Jedynie 22% Polaków deklaruje korzystanie z pomocy w codziennych sprawach (prace domowe, remonty, opieka nad dziećmi i nad osobami starszymi, załatwianie spraw w urzędach czy problemy finansowe i in.). Wśród nich zdecydowa-

na większość korzystała z pomocy rodziny lub sąsiadów. Niewielki odsetek wybrał zinstytucjonalizowane formy pomocy (opieki społecznej, parafii czy urzędu gminy, dzielnicy, powiatu lub miasta). Najczęściej szukamy pomocy w pracach domowych oraz remontach, znacznie rzadziej w opiece nad dziećmi (głównie osoby w wieku 26-35 lat, przeważnie kobiety) i osobami starszymi. Nieliczni zwracali się o wsparcie w sprawach urzędowych czy finansowych. Szukają pomocy przede wszystkim u rodziny i znajomych, rzadko rolę pomagającego spełnia ktoś z instytucji pomocy społecznej i dotyczy to wyłącznie przypadków opieki nad starszymi osobami i pomocy finansowej lub rzeczowej. Do urzędów oraz osób z kościoła czy parafii badani zwracają się rzadko.

- Połowa badanych w sondażu Polaków deklaruje, że o pomoc przy organizacji jakiegoś wydarzenia, jak np. festyn, zbiórka pieniędzy na cel charytatywny lub akcja sprzątnięcia okolicy, zwróciłaby się przede wszystkim do urzędu miasta lub gminy. Niecała jedna czwarta wybrałaby kościół albo lokalną organizację społeczną. Sąsiedzi i znajomi są na czwartym miejscu. Zatem, podobnie jak w sprawach codziennych, Polacy zwracają się raczej do rodziny i znajomych, jedynie z bardziej złożonymi problemami wymagającymi organizacji na większą skalę skierowaliby się raczej do instytucji. Jednocześnie bardzo wysoki odsetek osób, które nie wiedziały, do kogo udać się z poszczególnymi zadaniami, świadczy o dużym zdezorientowaniu i niskiej wiedzy o możliwościach działania.

DZIAŁALNOŚĆ W ORGANIZACJACH

- W 2007 r. 13,2%, czyli ok. 4 mln dorosłych Polaków, poświęciło swój czas na bezpłatną pracę na rzecz innych – blisko 9 pkt proc. mniej niż w 2006 r. Po kilku latach rozwoju i zahamowaniu w 2006 r., teraz nastąpił gwałtowny spadek liczby wolontariuszy. Najczęściej pomagają oni organizacjom pomocy charytatywnej dla osób najuboższych, organizacjom i ruchom religijnym oraz organizacjom edukacyjnym i zajmującym się opieką nad dziećmi.

- 25%, czyli ok. 7,6 mln dorosłych Polaków, zadeklarowało, że w ciągu ostatniego roku przekazało pieniądze lub dary rzeczowe na rzecz organizacji pozarządowych, grup, ruchów społecznych lub religijnych. Dane te sygnalizują kontynuację tendencji spadkowej z 2006 r., a wynik ten jest rekordowo niski. Darczyńcy wspierają najczęściej organizacje świadczące pomoc charytatywną dla osób najuboższych, bezdomnych, organizacje i ruchy religijne oraz organizacje zajmujące się pomocą humanitarną.

- W 2007 r. bardzo wyraźnie spadła liczba osób deklarujących członkostwo w organizacjach pozarządowych, grupach, ruchach społecznych lub religijnych. Przyznaje się do niej zaledwie, 13% czyli 4 mln dorosłych Polaków. Jest to znacznie mniej niż w latach 2006 i 2005. Najpopularniejsze są organizacje i ruchy religijne, sportowe oraz takie służby, jak Ochotnicza Straż Pożarna, GOPR, WOPR itp.

OCENA DZIAŁAŃ ORGANIZACJI

- W ostatnich latach obserwujemy gwałtowne pogorszenie się ocen dotyczących wartości pracy społecznej. Upowszechniają się natomiast zarówno przekonanie, iż organizacje społeczne mają wpływ na rozwiązywanie problemów społecznych, jak i opinia dotycząca roli organizacji pozarządowych jako kontrolujących działania władzy. Ponadto w dalszym ciągu traci na popularności sąd o złym zorganizowaniu sektora pozarządowego w Polsce. W 2007 r. ponownie zaczyna także rosnąć odsetek Polaków przekonanych, że organizacje pozarządowe rozwiązują ważne problemy w najbliższym sąsiedztwie. Zarazem w porównaniu do opinii z lat wcześniejszych, w 2006 r. istotnie zmniejszył się odsetek osób uznających organizacje społeczne za skuteczniejsze w dostarczaniu pomocy od instytucji państwowych.

- Polacy dość powszechnie sądzą, iż organizacje pozarządowe powinny świadczyć swoje usługi, nie pobierając za nie opłat. Podobnego zdania wydają się być przedstawiciele organizacji pozarządowych. Zatem i potencjalni beneficjenci, jak i świadczący pracę w ramach organizacji uważają, że organizacje non profit nie powinny pobierać pieniędzy od swoich klientów.

POMYSŁY POLAKÓW NA POLITYKĘ WOBEC OSÓB O TRUDNEJ SYTUACJI NA RYNKU PRACY

- Istotną funkcją tzw. nowej ekonomii społecznej jest wprowadzenie na rynek pracy osób, które mogą mieć problemy ze znalezieniem sobie na nim miejsca samodzielnie, którym grozi, że bez szczególnego wsparcia na rynku pracy będą poważnie zagrożone bezrobociem. W 2005 r. Polacy za takie grupy uważali przede wszystkim osoby długotrwale bezrobotne, a także niepełnosprawne, młodzież opuszczającą dom dziecka oraz wchodzącą na rynek pracy. Bardzo rzadko badani wskazywali na konieczność wsparcia osób chorych psychicznie, więźniów oraz imigrantów i uchodźców. Po pomoc dla wymienionych grup Polacy zwróciliby się przede wszystkim do państwa. Jednakże dość dużo osób wskazywało bardziej aktywne formy pomocy, zastosowanie ułatwień i zachęt dla przedsiębiorców, zapewnianie szkoleń czy umożliwienie samozatrudnienia (9%). Formy pomocy z nurtu ekonomii społecznej są dostrzegane, choć jeszcze nie są popularne. Jednocześnie niemal wszyscy Polacy uważają, że takie firmy i organizacje są dobrym pomysłem i należy je wspierać, co jest szczególnie istotne z punktu widzenia diagnozy postaw wobec rozwoju instytucji ekonomii społecznej.

- Poglądy Polaków na państwo są mało realistyczne. Powinno być ono socjalne, lecz nie należy rozbudowywać systemu świadczeń kosztem podatków. W 2005 r. niemal wszyscy Polacy uważali, że rząd powinien zapewnić pracę każdemu, kto chce pracować. Dwie trzecie uważało, iż ilość środków na pomoc biednym powinna zostać przez rząd zwiększona, nawet kosztem wzrostu podatków. Wyniki te świadczą o dość dużym nasileniu postaw roszczeniowych wobec państwa. Efekty tego widać w poglądach na temat bezrobocia. Zdecydowana większość Polaków (64%) zgadza się, że istnieje potrzeba specjalnego traktowania niepełno-

.....

sprawnych bezrobotnych, mimo iż tylu zdrowych jest bez pracy. Z drugiej strony 72% uważa, że bezrobotni mogą winić tylko samych siebie za utratę pracy. Jednocześnie brak jednoznacznej opinii czy osoby bezrobotne powinny móc żyć na koszt podatników.