

Anna Urbanek

Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach

CHARAKTERYSTYKA POLSKICH ORGANIZACJI NON PROFIT W SFERZE TRANSPORTU NA PODSTAWIE WYNIKÓW BADAŃ ANKIETOWYCH

Wprowadzenie

Z punktu widzenia teorii ekonomii organizacje *non profit* to ogniwo pośrednie pomiędzy państwem i rynkiem, nie stanowią alternatywy, ale uzupełnienie istniejących struktur, których działanie okazuje się w wielu obszarach zawodne. Rynek i państwo nie zaspokajają potrzeb słabszych konsumentów/wyborców. Rynek nie wytwarza dóbr publicznych, podczas gdy państwo wytwarza je często nieefektywnie i/lub niezgodnie z preferencjami. Krytyczna ocena roli państwa w rozwiązywaniu problemów społecznych wyznacza przestrzeń dla aktywnej roli społeczeństwa obywatelskiego, w tym działań podejmowanych przez organizacje o charakterze *non profit*. Tymczasem z punktu widzenia socjologii powstawanie organizacji społecznych jest przejawem działania społeczeństwa obywatelskiego¹.

W literaturze przedmiotu można spotkać się z wieloma definicjami organizacji *non profit*. Zgodnie z definicją zaproponowaną przez A. Sargeanta „za organizację *non profit* uważa się taką, która służy poprawie ogólnego poziomu życia społeczeństwa dzięki zebraniu i redystrybucji odpowiednich zasobów oraz dostarczaniu dóbr fizycznych i usług. Celem istnienia takich organizacji nie jest osiągnięcie zysków lub korzyści dla nich samych, toteż nie dystrybuują one zysków lub nadwyżek między udziałowców albo członków. Mogą jednak zatrud-

¹ J. Hausner: Zarządzanie publiczne. Wydawnictwo Naukowe Scholar, Warszawa 2008, s. 82-83.

niać personel i angażować się w przedsięwzięcia generujące zysk, mające pomóc w wypełnianiu ich misji”².

Szczególnym sektorem gospodarki, w którym obserwuje się dużą aktywność organizacji *non profit*, jest transport. W sektorze transportu działa wiele organizacji o różnym zasięgu, koncentrujących się najczęściej na wybranych gałęziach transportu i działalności transportowej, m.in. organizacje i zrzeszenia spedycyjne, logistyczne, czy kluby miłośników poszczególnych gałęzi transportu.

W 2011 roku w Katedrze Transportu Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach pod kierunkiem prof. UE dr hab. M. Michałowskiej podjęto badania, których celem była identyfikacja organizacji *non profit* działających w sferze transportu oraz rozpoznanie głównych obszarów ich działalności, a także próba oceny relacji między tymi organizacjami a podmiotami polityki transportowej różnych szczebli.

W artykule zaprezentowano wybrane rezultaty pierwszych dwóch etapów prowadzonych prac badawczych, w tym w szczególności badań ankietowych przeprowadzonych wśród zidentyfikowanych organizacji *non profit*, działających w obszarze transportu.

Metodologia badań i narzędzie badawcze

W ramach pierwszego etapu badań metodą kwerendy zasobów internetowych oraz danych z rejestru organizacji pożytku publicznego zidentyfikowano ponad 70 aktywnych organizacji *non profit* zajmujących się transportem. Przy realizacji drugiego etapu badań zastosowana została metoda ankietowa, narzędzie badawcze stanowił kwestionariusz ankietowy rozsyłany drogą elektroniczną do badanych podmiotów. Badania ankietowe prowadzono w okresie od 20 maja do 31 lipca 2012 roku. Próbką badawczą stanowiło 70 zidentyfikowanych w ramach pierwszego etapu celowo dobranych organizacji *non profit*.

Z uwagi na małą liczbę odpowiedzi nadsyłanych od respondentów, w lipcu 2012 roku podejmowano liczne próby uzyskania odpowiedzi drogą telefoniczną. Niestety, ostatecznie w badaniach wzięło udział tylko 13 organizacji, co oznacza dość niski poziom zwrotności ankiet (18,6%) i daje pewien obraz aktywności badanych organizacji. W trakcie rozmów telefonicznych wielokrotnie okazywało się, że zdecydowana większość organizacji nie odbiera poczty elektronicznej, ma z nią problemy techniczne, a w organizacji nie ma osoby odpowiedzialnej za korespondencję.

² A. Sargeant: Marketing w organizacjach non profit. Oficyna Ekonomiczna, Kraków 2004, s. 17.

Kwestionariusz ankietowy składał się z 21 pytań, w tym dwóch pytań o charakterze otwartym, umożliwiającym swobodną wypowiedź. W strukturze kwestionariusza można wyodrębnić 5 bloków tematycznych:

- charakterystyka organizacji,
- kompetencje oraz potencjał służący współpracy z podmiotami polityki transportowej,
- kontakty z podmiotami polityki transportowej oraz formy współpracy,
- problemy oraz bariery współdziałania,
- najważniejsze przedsięwzięcia i ich wpływ na pomioty polityki transportowej.

Charakterystyka oraz potencjał badanych organizacji

Zdecydowana większość badanych organizacji została założona w okresie ostatnich 10 lat. Wszystkie badane organizacje to stowarzyszenia, z czego tylko 8 posiada działalność zarejestrowaną w Krajowym Rejestrze Sądowym. Tylko 2 podmioty posiadają status organizacji pożytku publicznego, co oznacza, że tylko one spośród wszystkich badanych stowarzyszeń mogą dodatkowo finansować swoją działalność z 1% podatku dochodowego od osób fizycznych, który może zostać przekazany przez sympatyków stowarzyszenia z zeznań podatkowych składanych za dany rok podatkowy. Środki te mogą być wykorzystane na prowadzenie działalności określonej w statucie³.

Większość organizacji *non profit*, które wzięły udział w badaniach, podejmuje przedsięwzięcia lokalne, o niewielkim zasięgu, stąd ich działalność finansowana jest głównie ze składek członkowskich. Jedynie 5 z 13 badanych organizacji otrzymało dofinansowanie ze środków budżetowych lub od organizacji międzynarodowej na realizację swojego projektu.

Podstawowym celem działalności badanych organizacji *non profit*, zdecydowanie najczęściej wskazywanym jako najważniejszy (najczęściej wskazywany z najwyższą wagą), jest „wywieranie wpływu na podstawowe rozwiązania w zakresie polityki transportowej” oraz w dalszej kolejności „promocja idei zrównoważonego transportu”. Jednak wśród celów najczęściej wskazywanych przez wszystkie badane organizacje wymieniano głównie działania związane z dokumentowaniem historii, tradycji oraz ochroną zabytków związanych z wybraną gałęzią transportu, a także upowszechnianie wiedzy na temat wybranej gałęzi transportu. Wśród innych odpowiedzi wymieniano takie cele jak: organi-

³ Ustawa z dnia 24 kwietnia 2003 r. o działalności pożytku publicznego i o wolontariacie. Dz. U. z 2003 r., nr 96, poz. 873 wraz z późn. zm., s. 19.

zowanie imprez promujących dany typ transportu, informacja o inwestycjach transportowych czy budowa infrastruktury rowerowo-drogowej.

Wydaje się, że działalność w tego typu stowarzyszeniach ma charakter głównie hobbystyczny, co potwierdzają dane dotyczące kompetencji członków tych organizacji. Średnio rzecz ujmując, tylko co piąty członek badanej organizacji *non profit* to osoba zatrudniona w branży transport – spedycja – logistyka, ale tylko 14,2% osób posiada wykształcenie kierunkowe związane z transportem, logistyką, gospodarką miejską lub ekologią. Około 8% członków badanych organizacji to osoby zatrudnione w jednostkach publicznych, które zajmują się transportem.

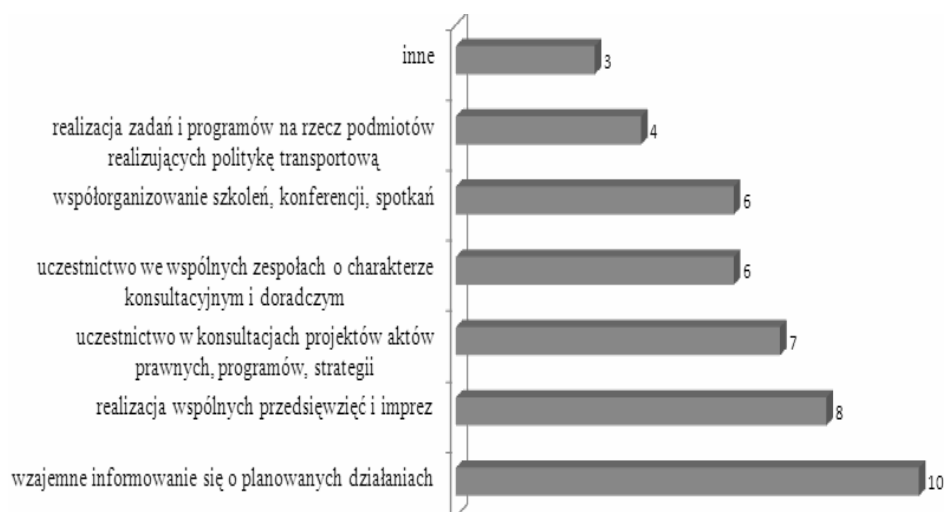
Współpraca z podmiotami polityki transportowej i realizowane przedsięwzięcia

Organizacje *non profit*, które wzięły udział w badaniach, deklarują stały kontakt z przedstawicielami władz odpowiedzialnymi za realizację polityki transportowej. Badane organizacje współpracowały dotąd głównie z jednostkami samorządu terytorialnego (urzędy gmin, miast, urząd marszałkowski) w ramach konsultacji społecznych.

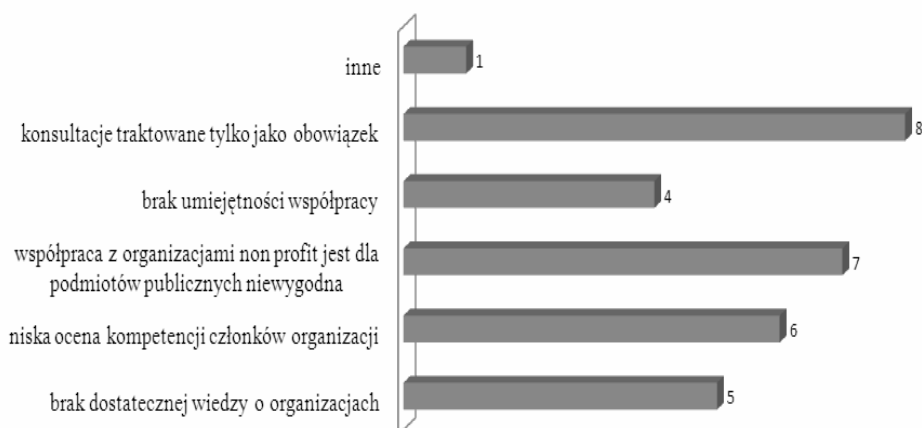
Do najpopularniejszych form współpracy merytorycznej realizowanej przez badane organizacje *non profit* należy przede wszystkim wzajemne informowanie się o planowanych działaniach oraz w dalszej kolejności realizacja wspólnych przedsięwzięć i imprez (rys. 1).

Pomimo stałych kontaktów z podmiotami polityki transportowej, jakie deklarują badane organizacje *non profit*, podmioty te nie są traktowane jak równorzędni partnerzy, a ich zdanie często w ogóle nie jest brane pod uwagę. Co piąta organizacja twierdzi, że jej pomysły i opinie były ignorowane. Nie dziwi zatem fakt, że 8 z 13 badanych organizacji *no profit* uważa, iż podmioty publiczne marginalizują rolę organizacji *non profit*.

Za najczęstszą przyczynę marginalizacji organizacji *non profit* w Polsce uznano fakt, że podmioty publiczne traktują konsultacje społeczne wyłącznie jako obowiązek, nie dostrzegając w nich szansy dla dyskusji i poznania opinii społeczeństwa. Ponadto, jak deklarowały badane organizacje, taka współpraca zdaje się być dla sektora publicznego po prostu niewygodna (rys. 2). Świadczyć może o tym również fakt, że w większości przypadków to podmiot *non profit* inicjuje współpracę, podczas gdy sektor publiczny wykazuje się w tej kwestii dużą biernością (w żadnym z analizowanych kwestionariuszy podmiot publiczny nie został wskazany jako inicjator działań).



Rys. 1. Formy współpracy merytorycznej realizowane przez badane organizacje oraz podmioty polityki transportowej



Rys. 2. Powody marginalizacji organizacji badanych organizacji *non profit* wraz z liczbą wskazań w kwestionariuszach ankietowych

Współpraca z podmiotami publicznymi jest zatem oceniana przez organizacje *non profit* bardzo krytycznie (77% organizacji ocenia ją źle lub przeciętnie). Ponadto 38% badanych podmiotów twierdzi, że obecne rozwiązania prawnoo-organizacyjne oraz programy nie sprzyjają rozwojowi współpracy pomiędzy sektorem publicznym i *non profit*. Co ciekawe, 39% respondentów nie potrafi udzielić na to pytanie odpowiedzi, co świadczyć może o nieznajomości procedur oraz uwarunkowań prawnych.

Wśród źródeł wiedzy o działalności badanych organizacji dla podmiotów polityki transportowej najczęściej wymieniano witryny internetowe oraz pisma kierowane przez badane organizacje do podmiotów publicznych. Niestety, na podstawie kwerendy zasobów internetowych można stwierdzić, że materiały umieszczane w witrynach nie są aktualizowane, a kontakt internetowy z badanymi organizacjami okazał się bardzo słaby.

Przegląd zrealizowanych przedsięwzięć, które badane organizacje uważają za swoje najważniejsze projekty, pozwala przyporządkować je do trzech głównych grup. Najmniej liczną grupą stanowiły projekty, których celem było opracowanie koncepcji budowy nowych obiektów czy stworzenie analizy istniejącego stanu rzeczy. Wśród takich przedsięwzięć wymienić można np. koncepcje rozbudowy sieci tramwajowej w Częstochowie, projekt wprowadzenia priorytetów w ruchu miejskim dla tramwajów w Warszawie czy projekty dotyczące poprawy rozkładów jazdy.

Drugą, bardziej liczną grupę przedsięwzięć stanowią działania promocyjne oraz różnego rodzaju imprezy organizowane na rzecz lokalnych społeczności, jak np. Dzień Dziecka z koleją, „Katarzynka” czy organizacja linii turystycznych, okresowo obsługujących wybrane części miast lub regionów.

Zdecydowanie najbardziej liczną grupę projektów stanowiły przedsięwzięcia mające na celu dokumentowanie historii i tradycji wybranej gałęzi transportu. Działania te skupiają się przede wszystkim na rewitalizacji starych linii kolejowych i tramwajowych, remoncie zabytkowych pojazdów czy publikacji foliów, albumów pamiątkowych, kart pocztowych lub organizacji wystaw o charakterze historycznym.

Podsumowanie

Przeprowadzone badania pozwalają zauważyć, że działalność organizacji *non profit* w sferze transportu polega głównie na organizowaniu wydarzeń lokalnych, w większości przypadków skierowanych do hobbystów i pasjonatów. Z analizy nadesłanych ankiet wyłania się obraz organizacji młodych, skupiających miłośników wybranych gałęzi transportu i finansujących swoją działalność głównie ze składek członkowskich. Tylko nieliczne podmioty dysponują budżetami pozwalającymi na realizację większych projektów.

Współpraca pomiędzy trzecim sektorem a jednostkami publicznymi nie układa się dobrze. Organizacje *non profit* nie oceniają jej dobrze, twierdząc, że ich rola jest marginalizowana.

Niestety, wyniki przeprowadzonych badań pozwalają na stwierdzenie, że organizacje *non profit* działające w sferze transportu, stanowiące próbę badaw-

czą, charakteryzują się małą aktywnością i dużą biernością w kontaktach z otoczeniem. Pomimo że Internet jest obecnie ważnym narzędziem wymiany informacji i popularyzacji poglądów oraz – jak deklarowały organizacje – ważnym źródłem informacji o ich działalności, witryny internetowe często nie były aktualizowane, a kontakt poprzez pocztę elektroniczną okazał się niezmiernie trudny.

Analizując wyniki przeprowadzonych badań, należy mieć jednak na uwadze, że społeczeństwo obywatelskie w Polsce dopiero się tworzy i kształtuje. Jest to proces powolny, wymagający odpowiednich uwarunkowań systemowych. Wzrost roli trzeciego sektora w kształtowaniu polityki transportowej i zwiększenie aktywności tych podmiotów wymaga przede wszystkim zmiany podejścia sektora publicznego do współpracy z organizacjami społecznymi.

Bibliografia

- Hausner J.: Zarządzanie publiczne. Wydawnictwo Naukowe Scholar, Warszawa 2008.
- Lubieniecka-Kocóń K., Urbanek A.: Rola organizacji non profit w tworzeniu i realizacji polityki transportowej. Raport z badań ankietowych. UE, Katowice 2012 (materiał niepublikowany).
- Sargeant A.: Marketing w organizacjach non profit. Oficyna Ekonomiczna, Kraków 2004.
- Ustawa z dnia 24 kwietnia 2003 r. o działalności pożytku publicznego i o wolontariacie. Dz. U. z 2003 r., nr 96, poz. 873 wraz z późn. zm.

THE CHARACTERISTICS OF POLISH NON PROFIT ORGANIZATIONS FOCUSING ON TRANSPORT ON THE BASIS OF THE QUESTIONNAIRE SURVEY RESULTS

Summary

The activity of non-profit organizations is a part of the civil society development. Transport is the sector of an economy in which the great collaboration potential exists among the official authority and organizations of the third sector. The article presents the results of questionnaire survey conducted by the Transport Department of the University of Economics in Katowice in 2012 amongst Polish non-profit organizations focusing on transport. Based on achieved results principal areas of activity of these organizations were recognized. It was also possible to make the attempt of the evaluation of the relationship between non-profit organizations and subjects of the transport policy of different ranks.