

**Zaproszenie do przesyłania tekstów
do numeru specjalnego czasopisma „Ekonomia Społeczna”
pt. „Przedsiębiorczość społeczna w czasach kryzysu”**

*publikacja w formule monografii tematycznej wydawnictwa poziomu I
(20 pkt. za samodzielny rozdział)*

Redaktorzy naukowci:

dr hab. Marek Ćwiklicki, prof. UEK, Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie
dr hab. inż. Katarzyna Sienkiewicz-Małyjurek, prof. PŚ, Politechnika Śląska

Data przesłania pełnych wersji tekstów: 30 września 2020.

Data publikacji: grudzień 2020.

Tematyka

Przedsiębiorczość społeczna przejawia się między innymi podejmowanie inicjatyw oddolnych powodowanymi motywami pro-społecznymi. W czasach kryzysu tego typu działania pojawiają się spontanicznie w odpowiedzi na dostrzeżone problemy.

We współczesnym świecie kryzysy są nieuniknione i dotyczą wielu aspektów funkcjonowania społeczeństw, organizacji, państw i regionów. Mogą mieć charakter ekonomiczny, ekologiczny, społeczny, polityczny itd. W niniejszym zaproszeniu do przesyłania tekstów traktujemy kryzys szeroko: zarówno jako zjawisko dotyczące całego społeczeństwa, jak i poszczególnych grup czy też pojedynczych osób. Ostatni przykład jaki mamy to pandemia COVID-19, ale i w przeszłości w różnych częściach świata również występowały epidemie wywołane wirusami, np. grypy H1N1 (tzw. hiszpanka) w 1918–1919 r. i A/H1N1 w 2009 r., SARS w 2002-2004, itp. Ograniczenia pojawiające się w takich sytuacjach, zarówno te narzucone prawnie, jak i wynikające z samej istoty kryzysu, mobilizują do podjęcia działań solidarnościowych. Przyjmują one różne formy tymczasowego radzenia sobie w okresach trudnych dla funkcjonowania społeczeństwa.

Przyczyny sytuacji kryzysowej między innymi takie jak: ograniczanie produkcji i usług, zmniejszenie zapotrzebowania rynku na produkty i usługi, trudności spłaty kredytów, itp. prowadzą do szeregu konsekwencji zmieniających dotychczasowe relacje funkcjonalne (Zioło, 2013). Menedżerowie zmieniają wtedy hierarchię ważności dla swoich celach strategicznych (Romanowska, 2016). W sytuacjach kryzysowych, przedsiębiorcy, występując w roli agentów zmian i realizując swoją misję społeczną, podejmują się innowacyjnych, nieszablonowych działań (Kaufman i in., 2007, 2015). W okresie kryzysu zmieniają się wartości, co może wpływać na solidarność wewnątrzspołeczną i międzypokoleniową (Bartkowski, 2014) i na formy samopomocy społecznej (Augustyniak i in., 2020). Proponowane rozwiązania często są odpowiedzią na zawziętość (*wicked*) problemów kryzysowych (Sienkiewicz-Małyjurek, 2015). Przedsiębiorcy sięgają po nowe rozwiązania technologiczne (np. druk 3D), wykorzystując komunikację zdalną (Tarkowski, 2020). Jednakże dostrzec można ryzyko krótkotrwałości tych rozwiązań (por. „Kryzysowa integracja społeczna to tylko zryw” (Wilczyńska, 2020)).

Niniejszy numer tematyczny dedykujemy zarówno mikro inicjatywom obywatelskim, jak i szerszym akcjom społecznym pojawiających się w czasach kryzysu wywołanych przez pandemię i inne

klęski żywiołowe. Proponowana tematyka opracowań jako próby sformułowania odpowiedzi na następujące pytania:

- Jakie są przesłanki podejmowania działań (projektów, akcji, itp.) prospołecznych w czasach kryzysu?
- Jakie inicjatywy podejmowane są przez społeczeństwo w czasie kryzysów? Jakie są przykłady przedsiębiorczości społecznej stymulowanej sytuacjami kryzysowymi?
- Jaka jest rola nowych technologii i mediów społecznościowych w realizacji takich inicjatyw przedsiębiorczych?
- Jaka może być trwałość podejmowanych inicjatyw po zakończeniu kryzysu?
- W jakiej formie (formie) takie działania obywatelskie i akcje pomocowe są realizowane?
- Jak powinna wyglądać filantropia w czasach kryzysu? Czy władza publiczna (decydenci publiczni) powinna regulować działania w tym zakresie?
- W jaki sposób władza publiczna powinna stymulować przedsiębiorczość i aktywność obywatelską w czasie kryzysu? Jakie działania powinna podjąć, by skutecznie wspierać przedsiębiorstwa społeczne nastawione na dostarczanie usług publicznych w zakresie ochrony zdrowia, edukacji, pomocy społecznej itp.?
- Jak zmieniają się relacje między społeczeństwem, administracją publiczną i sektorem prywatnym w wyniku inicjatyw społecznych w czasie kryzysu?
- Jaka jest reakcja sektora komercyjnego na potrzeby społeczne i wyzwania gospodarcze w czasie kryzysu? Czy czas kryzysu to moment na podejmowanie, przeformułowanie, manifestowanie idei społecznej odpowiedzialności biznesu?
- Jakie nowe innowacyjne modele biznesowe pojawiają się w czasach kryzysu?

W szczególności interesuje nas perspektywa krajowa, chociaż teksty dotyczące wyłącznie zagranicznych przypadków również będą brane pod uwagę. Charakter prac może być teoretyczny jak i empiryczny.

Literatura

- Augustyniak, P., Ciesiołkiewicz, K., Dudkiewicz, I., Fandrejewska, A., Gąciarz, B., Obracht-Prondzyński, C., Pacut, A., Przedlacki, M., Sazdik, J., Tarkowski, A., & Wygnański, K. (2020). Alert Społeczny 1: Ratujmy najstarszych, bądźmy wspólnotą (Nr 1; Open Eyes Economy Summit). <https://oees.pl/wp-content/uploads/2020/04/Alert-Spo%C5%82eczny-1-OEES.pdf>
- Bartkowski, J. (2014). Solidarność społeczna i kryzys: Zmiany wartości w Europie i w Polsce w warunkach kryzysu. *Acta Universitatis Lodzianensis. Folia Sociologica*, 48, 19–34.
- Kaufman, R., Avgar, A., & Mirsky, J. (2015). Opportunities for sustainable community development in the wake of disaster situations: Lessons from the field. *International Journal of Sustainability Policy and Practice*, 11(2), 1–10.
- Kaufman, R., Mirsky, J., & Avgar, A. (2007). Social Entrepreneurship in Crisis Situations. *International Journal of Diversity in Organizations, Communities and Nations*, 7(3), 227–232.
- Romanowska, M. (2016). The Evolution of the Strategic Goals of Polish Enterprises During the Economic Crisis. *Journal of Management and Financial Sciences*, 24(9), 13–26.
- Sienkiewicz-Małyjurek, K. (2015). *Skuteczne zarządzanie kryzysowe*. Difin.
- Tarkowski, A. (2020). *Społeczeństwo coraz bardziej open source'owe* [Ngo.pl]. Jak COVID-19 zmieni Polskę. Prognoza liderów polskich środowisk branżowych i społecznych.

<https://publicystyka.ngo.pl/jak-covid-19-zmieni-polske-prognoza-liderow-polskich-srodowisk-branzowych-i-spoecznych>

Wilczyńska, A. (2020). *Kryzysowa integracja społeczna to tylko zryw* [Ngo.pl]. Jak COVID-19 zmieni Polskę. Prognoza liderów polskich środowisk branżowych i społecznych. <https://publicystyka.ngo.pl/jak-covid-19-zmieni-polske-prognoza-liderow-polskich-srodowisk-branzowych-i-spoecznych>

Zioło, Z. (2013). Uwarunkowania rozwoju przedsiębiorczości w warunkach kryzysu gospodarczego. *Przedsiębiorczość-Edukacja*, 9, 10–33.

Nadsyłanie tekstów

- Artykuły w j. polskim lub angielskim przygotowane zgodnie z wytycznymi na stronie ekonomiaspoleczna.msap.pl należy przesyłać do 30 września 2020 r. adres redakcjaes@uek.krakow.pl.
- W razie potrzeby uzyskania dodatkowych informacji prosimy o kontakt z redaktorem tematycznym: dr hab. Markiem Ćwiklickim prof. UEK na adres marek.cwiklicki@uek.krakow.pl lub redakcjaes@uek.krakow.pl.
- Publikacja zostanie wydana jako monografia pod redakcją przez wydawnictwo umieszczone na liście ministerialnej poziomu I (20 pkt. za samodzielny rozdział).