

Ekonomia Komunii – Przesłanie

Ukazuje przedsiębiorcom zasady realizowania misji społecznej poprzez biznes. Zachęca do podejmowania najróżniejszych inicjatyw pracy, zakładania lub rozwijania przedsiębiorstw, w których zysk jest środkiem pomnażania dobra. Właściciele, po zapewnieniu sprawiedliwej zapłaty dla siebie samych i współpracowników i po odwołaniu funduszy potrzebnych do dalszego rozwoju przedsiębiorstwa, przekazują część zysku na projekty związane z formacją i edukacją młodego pokolenia oraz udzieleniem konkretnej pomocy dla ubogich, żyjących w niedostatku, pomagając im nie tylko przez trudny okres, ale stanowią na nogi, podjętą pracę lub inne możliwe działania, aby nie czuli się społecznie wykluczeni.

Zasady prowadzenia przedsiębiorstwa ekonomii komunii

Ekonomia Komunii proponuje organizacjom produkcyjnym, które utożsamiają się z jej przesłaniem i jej kulturą, poniższe „Wytyczne prowadzenia przedsiębiorstwa ekonomii komunii”. Zostały one opracowane i napisane w oparciu o świadectwa życia, radości i cierpienia tysięcy przedsiębiorców i pracowników, według schematu tzw. „siedmiu kolorów”, co stanowi jedną z intuicji charyzmatycznych, zasadniczą dla sposobu rozumienia i realizowania życia według ‘charyzmatu jedności’, którego wyrazem jest Ekonomia Komunii.

1. Kolor czerwony: przedsiębiorcy, pracownicy i przedsiębiorstwo

Przedsiębiorstwa, które przynależą do Ekonomii Komunii (EK), określają swoją „misję przedsiębiorczą” przyjmując komunię, jako wartość podstawową na każdym poziomie swojej organizacji.

Aby to było możliwe do zrealizowania, funkcje i zadania przedsiębiorcze są określone w sposób jasny i wykonywane w duchu służby i odpowiedzialności. Styl zarządzania jest partycypacyjny. Cele przedsiębiorcze są współdzielone i odpowiednio weryfikowane w sposób przejrzysty, ze zwracaniem szczególnej uwagi na jakość relacji pomiędzy wszystkimi zainteresowanymi podmiotami (interesariuszami).

Gdy przedsiębiorstwo uzyskuje zyski, przedsiębiorcy i wspólnicy dzielą je, aby je przeznaczyć, z zachowaniem procedur typowych dla danego typu przedsiębiorstwa oraz sytuacji społecznych, w jakich działają, przypisując równe znaczenie następującym trzem celom:

1. a) na pomoc dla osób żyjących w ubóstwie;
2. b) na rozwój przedsiębiorstwa w celu zwiększenia miejsc pracy oraz na ewentualne wypłaty dla wspólników;
3. c) na rozwój kultury komunii.

Szczególna uwaga jest zwracana na inicjatywy, które promują tworzenie nowych przedsięwzięć i nowych miejsc pracy, w szczególności dla osób znajdujących się w trudnych warunkach.

W przypadku, gdy przynależność do EK nie jest jeszcze akceptowana przez wszystkich

wspólników, podział zysków według wymienionych celów projektu jest ograniczona do udziałów osób przynależących do EK.

2. Kolor pomarańczowy: relacje z klientami, dostawcami, instytucjami finansującymi, społecznościami obywatelskimi i podmiotami zewnętrznymi

Członkowie przedsiębiorstwa angażują się w sposób profesjonalny w budowanie i umacnianie dobrych i otwartych relacji z klientami, dostawcami, wspólnotą lokalnego terenu, na którym działają.troska o zachowanie i ulepszanie tych relacji uważają za integralną część swojej misji. Przedsiębiorstwo odnosi się w sposób uczciwy i kulturalny do swoich konkurentów, dostawców, klientów, społeczności obywatelskiej i administracji publicznej, uważając ich za istotnego partnera w budowaniu dobra wspólnego. Ponadto przedsiębiorca i pracownicy firm EK promują ducha i przesłanie EK, prezentując w sposób właściwy idee i doświadczenia na kongresach, seminariach, spotkaniach, ponieważ uważają, że część swojego 'powołania' zadanie rozpowszechniania tej nowej wizji ekonomicznej.

Nie zadawajcie sobie samemu życiem Ekonomii Komunii, pragnę zapoznać z nią wielu, zwłaszcza młodych, których przyjmuję także na praktyki szkoleniowe lub staże.

3. Kolor różowy: duchowość i etyka

Praca z punktu widzenia EK jest okazją do rozwoju nie tylko zawodowego, ale także duchowego i etycznego. Przedsiębiorstwo angażuje się w konkretne przestrzeganie praw i działań na rzecz ich zmiany i poprawy. Zachowuje nienaganną postawę wobec władz fiskalnych, organów kontrolnych, związków zawodowych i organów instytucjonalnych. Jest świadome, że jako życie zawodowe stanowi istotny wymiar realizowania się osoby, oraz dla rozwoju jej powołania, jako pracownika oraz jako istoty ludzkiej.

Ten, kto pracuje w przedsiębiorstwach EK, rozumie także docenianie trudności i cierpienie w miejscach pracy, czyniąc je cennymi okazjami do wzrastania i dojrzewania.

Odnosząc się do charakteru i jakości swoich produktów przedsiębiorstwo nie tylko przestrzega zobowiązań wynikających z zawartych umów, ale także uwzględnia wpływ samych produktów na zdrowie osób, dla których są przeznaczone, oraz na środowisko naturalne.

4. Kolor zielony: jakość życia, szczerość i relacje

Jednym z podstawowych celów przedsiębiorstwa EK jest tworzenie prawdziwej wspólnoty. W tym celu planuje się okresowe spotkania, aby weryfikować jakość relacji międzyosobowych oraz uczestniczyć w rozwiązywaniu sytuacji konfliktowych, odwiedzając się regularnie do tzw. „narzędzi” komunii, jak okresowa rozmowa pracowników i kierowników (przynajmniej raz w roku), chwile 'braterskiego zwrócenia uwagi' pomiędzy wszystkimi członkami przedsiębiorstwa, wysłuchanie przez menedżerów ewentualnych protestów i różnicy zdań, wymiana doświadczeń podczas spotkań specjalnie na to przeznaczonych.

Przedsiębiorstwo EK wie, że bez stosowania tych narzędzi komunii, życie relacyjne

przedsiębiorstwa zubaża się, także ze strat dla wyników ekonomicznych.

Specjalną uwagę przywiązuje się do zdrowia fizycznego, sportu i ochrony środowiska, ponieważ komunizm obejmuje także naturę i wymiar cielesny.

W trosce o relacje, przedsiębiorstwo EK przywiązuje duże znaczenie do wytyśniania, także w środowisku pracy, poprzez które umacnia się więzi i przynależność do wspólnoty pracowniczej.

5. Kolor niebieski: harmonia środowiska pracy

Piękno i harmonia w miejscach pracy są podstawowymi wizytówkami przedsiębiorstwa EK, ponieważ komunizm to także piękno, ale bez potrzeby luksusu. Otoczenie jest wyrazem harmonii relacji i stanowi samo w sobie element relacji przedsiębiorstwa.

Higiena, czystość, porządek stanowi element kultury EK w takim sensie, że w ich harmonii pracownicy, właściciele, klienci i dostawcy czują się swobodnie. Z tego powodu przestrzegają oni norm bezpieczeństwa, konieczności wentylacji, dopuszczalnych poziomów hałasu, odpowiedniego oświetlenia oraz tego, co ułatwia jakość relacji wewnętrznej i na zewnątrz przedsiębiorstwa.

Wymiar piękna jest utrzymywany na najwyższym poziomie także wtedy, gdy przedsiębiorstwo kontaktuje się bezpośrednio lub pośrednio ze środowiskiem ubogich, wiadome tego, że pierwszą formą pomocy w przypadku każdego rodzaju biedy jest zwracanie uwagi na więzi, a wymiar piękna ukazuje to w stopniu najwyższym.

6. Kolor indygo: formacja, wiedza i mędrość

Przedsiębiorstwo popiera wśród swoich członków tworzenie klimatu wzajemnego zaufania, w którym w sposób naturalny i wolny następuje oddawanie własnych talentów, idei i kompetencji do dyspozycji na rzecz rozwoju zawodowego współpracowników oraz rozwoju firmy. Pierwszą szkołą formacji jest zawsze wspólnota przedsiębiorstwa ze swoimi różnymi uwarunkowaniami. Ponadto Zarząd powinien zaadaptować kryteria wyboru personelu oraz program rozwoju zawodowego pracowników, aby umożliwić budowanie takiej atmosfery.

Przedsiębiorstwo stwarza okazję do modernizowania i stałego doszkalania się, promując formację zawodową oraz formację do kultury komunii, własnego personelu a także młodych, zainteresowanych projektem EK.

Przedsiębiorca EK podąża za rozwojem kultury ekonomicznej, w sposób szczególny kultury EK, i z tego względu uczestniczy w szkołach i kongresach, aby móc argumentować własną wizję ekonomiczną.

7. Kolor fioletowy: komunikacja

Przedsiębiorcy uczestniczący w EK stale pracują nad tworzeniem otwartego i szczerego klimatu

komunikacji, który promuje wymianę myśli oraz informacji na wszystkich poziomach odpowiedzialności. W tym celu wykorzystujemy stosowne narzędzia okresowych sprawozdań, tak wewnętrznych, jak i na zewnątrz przedsiębiorstwa (tzw. „bilans społeczny”). Narzędzia te poprzez fakty ukazują wytworzoną wartość społeczną dla różnych podmiotów zainteresowanych działalnością przedsiębiorstwa.

Nie ma komunii bez komunikacji. Przedsiębiorstwa zorganizowane według EK, także w celu rozwoju stosunków ekonomicznych wzajemnie użytecznych i produktywnych, wykorzystujemy najnowocześniejsze środki komunikowania się tak na poziomie lokalnym, jak i międzynarodowym. Przedsiębiorcy należący do EK, świadomi wartości kulturowej i politycznej, jaki może przynieść powodzenie wspólnego projektu, tak na poziomie lokalnym, jak i międzynarodowym, podtrzymują zawsze żywego ducha wzajemnego wsparcia i solidarności. I włączają się w tę sieć wszystkich ludzi dobrej woli, którzy chcą szczerze wnieść swój wkład w świat bardziej sprawiedliwy, braterski i zjednoczony.

Konto:

Stowarzyszenie Życia Apostolskiego DZIEŃ O MARYI – Gałęziska

PeKaO SA nr 20 1240 1431 1111 0000 1046 3147

Z dopiskiem: Darowizna na cele kultu religijnego - EdC