

Marzena Starnawska

Przedsiębiorczość społeczna jako przestrzeń rozwiązywania problemów społecznych i realizacja szans przedsiębiorczych : analiza zjawiska

Ekonomiczne Problemy Usług nr 80, 89-95

2011

Artykuł został opracowany do udostępnienia w internecie przez Muzeum Historii Polski w ramach prac podejmowanych na rzecz zapewnienia otwartego, powszechnego i trwałego dostępu do polskiego dorobku naukowego i kulturalnego. Artykuł jest umieszczony w kolekcji cyfrowej bazhum.muzhp.pl, gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach dozwolonego użytku.

MARZENA STARNAWSKA

Politechnika Gdańska

PRZEDSIĘBIORCZOŚĆ SPOŁECZNA JAKO PRZESTRZEŃ ROZWIĄZYWANIA PROBLEMÓW SPOŁECZNYCH I REALIZACJA SZANS PRZEDSIĘBIORCZYCH – ANALIZA ZJAWISKA

Wprowadzenie

W polskiej teorii i praktyce przedsiębiorczość społeczna¹ nie jest kategorią obcą. Funkcjonuje ona jako pojęcie parasol (*umbrella concept*), odnosząc się do wszelkich przedsięwzięć społecznych w sektorze NGO, wśród przedsiębiorstw *non-profit* czy też organizacji pożytku publicznego i innych inicjatyw społecznych z pogranicza trzech sektorów (rządowego, prywatnego, organizacji pozarządowych, które podejmują się rozwiązywania problemów społecznych). To, jak model przedsiębiorczości społecznej w Polsce wygląda obecnie i jakie są jego uwarunkowania, wynika ze specyfiki kontekstu społeczno-ekonomicznego, który w porównaniu z dojrzałymi gospodarkami światowymi charakteryzuje się krótszym doświadczeniem demokracji i wolnego rynku.

Zjawisko przedsiębiorczości społecznej w Polsce przyjmuje różnorodne formy, a liczbę organizacji pozarządowych szacuje się obecnie na ponad 67 tys. Za realny szacunek uznaje się jednak liczbę od 40 do 50 tys., co wynika z braku obowiązku wyrejestrowywania się tychże podmiotów przy zakończeniu działalności². Równocześnie istnieje wiele niezarejestrowanych lokalnych inicjatyw społecznych rozwiązujących problemy społeczne. Co więcej, warto podkreślić, że ten szacunek nie obejmuje sektora prywatnego, który angażuje się w działania wykazujące cechy PS. Polska, kraj o krótszym stażu jako gospodarka rynkowa, w porównaniu z krajami Europy Zachodniej i innymi miała i ma mniejsze doświadczenia w tym zakresie. Warto zwrócić uwagę również, iż aktywność **społeczna liderów lokalnych** środowisk, również zaliczana do kategorii przedsiębiorczości społecznej, zawsze znajdowała duże poparcie otoczenia, mimo niesprzyjających uwarunkowań **ekonomicznych** (ciągłe braki w finansowaniu ze środków publicznych) oraz **społecznych** (słabe postawy obywatelskie w polskim społeczeństwie). Te same uwarunkowania przyczyniają się do wyzwolenia aktywności społecznej, właśnie z racji konieczności poszukiwania sposobów rozwiązywa-

¹ Na potrzeby niniejszej publikacji przedsiębiorczość społeczną zastąpiono skrótem PS.

² A. Soboń-Smyk, *20 lat sektora w Polsce – kilka wyników badań*, <http://wiadomosci.ngo.pl/wiadomosci/459472.html> z dnia 11 maja 1009 r.



nia problemów społecznych bez środków publicznych i wbrew wielu niechętnym postawom społecznym obywateli. Znajdują one egzemplifikację w działaniach i aktywności np. J. Owsiaka i J. Ochojskiej, których przedsięwzięcia zyskały ogromne poparcie społeczne. Biznes coraz częściej wykazuje zainteresowanie angażowaniem się w rozwiązywanie problemów społecznych. Sektor prywatny realizuje swoje strategie odpowiedzialności społecznej biznesu, rozwiązując aktywnie problemy społeczne. Równolegle wszelkie inicjatywy mogące przybierać cechy przedsiębiorczości społecznej chętnie wykorzystują te same narzędzia zarządzania, jakie są stosowane w biznesie.

1. Definicja przedsiębiorczości społecznej

Mimo iż w wielu krajach forma „przedsiębiorstwa społecznego” uzyskała swój własny statut prawny³, kategoria przedsiębiorczości, będąc szerszą od kategorii przedsiębiorstwa, jest nadal przedmiotem intensywnej dyskusji o naturze definicyjnej⁴. Na bardzo podobnym poziomie odbywa się współcześnie dyskusja na temat samego zjawiska przedsiębiorczości, które nie doczekało się spójnej definicji i ostatecznej miary. A mimo to wielu badaczy za stosowny miernik przedsiębiorczości uważa liczbę zakładanych firm.

PS umożliwia rozwiązywanie problemów społecznych i pobudzanie do rozwoju lokalne wspólnoty i społeczeństwa, co sprawia, że staje się ona ważną kategorią w teorii i praktyce. Problemy społeczne nękające społeczeństwo, prowadzące do **wykluczenia społecznego** (np. ubóstwo, głód, bezrobocie, inwalidztwo) stają się przestrzenią do zagospodarowania przez przedsiębiorczość społeczną i w ostatecznym rozrachunku mogą aktywizować jednostki w wymiarze społecznym, zawodowym. Esencją PS jest to, że tam, gdzie jedni widzą problemy społeczne, przedsiębiorcy społeczni widzą szanse i możliwości przedsiębiorcze⁵. Literatura przedmiotu używa sformułowania *double/triple bottom line*⁶, odnosząc się do przedsiębiorczości społecznej i jej celów – tutaj kierunkiem działań jest ‘wynik na czysto’ (dosłowne tłumaczenie), ale w wymiarze społecznym dodatkowym wynikiem jest korzyść społeczna. Zatem „wynik na czysto” ma „podwójne dno”. PS jest zjawiskiem bardzo złożonym. Łączy w sobie innowacyjność połączoną właśnie z traktowaniem problemów społecznych jako możliwości/szansę. Ponadto PS wymaga od przedsiębiorców umiejętnej oceny tychże problemów, które niejednokrotnie mają wielowarstwowy wymiar (ekonomiczny, kulturowy, prawny, etyczny itd.). Rozwija się ona dzięki szlachetności postaw ludzi niejako do tego powołanych.

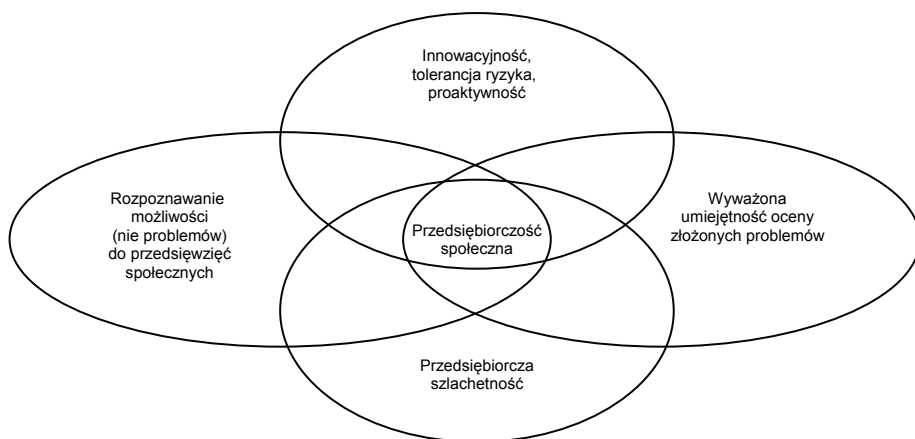
³ Należy zwrócić uwagę, że brakuje nadal ustawy o przedsiębiorstwie społecznym, której propozycje przedstawili w 2007 r. prof. J. Hausner oraz prof. H. Izdebski.

⁴ Morris podaje w swojej publikacji 77 definicji przedsiębiorczości, Szerzej w: M.H. Morris, *Entrepreneurial Intensity: Sustainable Advantage for Individuals, Organizations and Societies*, Quorum, Westport, CT 1998.

⁵ Szerzej A. Nicholls, *Social entrepreneurship*, w: *Enterprise and small business: Principles, Practice and Policy*, red. S. Carter, D. Jones-Evans, Prentice Hall 2008.

⁶ D. Jones, W. Keogh, *Social enterprise: a case of complexity*, „Social Entrepreneurship Journal” 2006, No. 2 (1), s. 11–26.





Rysunek 1. Wielowymiarowa natura przedsiębiorczości społecznej

Źródło: G.S. Mort, J. Weerawardena, K. Carnegie, *Social entrepreneurship: Towards Conceptualisation*, „International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing” 2008, No. 8 (1), s. 76–88.

W polskim dyskursie naukowym przedsiębiorczość społeczną utożsamia się najczęściej z działalnością (aktywnością) społeczną. Kategoria PS jest pojęciem bardzo często używanym i równolegle przypisywanym wszelkim formom organizacyjno-prawnym przedsięwzięć społecznych. Literatura na ten temat jest bardzo rozległa i bogato traktuje paralelnie przedsiębiorstwa społeczne i PS. Owo nawarstwianie pojęciowe można porównać do utożsamiania działalności gospodarczej, zwłaszcza sektora MSP, ze zjawiskiem przedsiębiorczości czy też znanej dyskusji na temat różnic pomiędzy przedsiębiorcą a właścicielem-menedżerem małej firmy. Uwagę zwraca kwartalnik „Trzeci Sektor” redagowany przez Instytut Spraw Publicznych i jego IX numer z roku 2007 zatytułowany *Ekonomia społeczna – przedsiębiorczość społeczna – organizacje pozarządowe*. Żadna z publikacji naukowych tam zawartych nie nawiązuje do interpretacji zjawiska przedsiębiorczości społecznej w jego najbardziej rozpowszechnionych ujęciach, np. Schumpetera, Knighta, Kirznera oraz wielu innych współczesnych autorów, mówiących o takich charakterystykach, jak: innowacyjność, strategie proaktywnego i przedsiębiorczego działania.

Pierwsza część akronimu PS oznacza przedsiębiorczość. Zatem gdy mowa o przedsiębiorczości społecznej, należy mówić o czymś nowym, o innowacji w sferze społecznych problemów i równolegle o przedsiębiorczych strategiach działania. Mimo iż przedsiębiorczość społeczna jest utożsamiana z ekonomią społeczną, to powinna obejmować wszelkie organizacje niedziałające dla zysku (np. fundacje, stowarzyszenia), również działania sektora prywatnych przedsiębiorstw. Przy analizie tej kategorii skupić należy się na: tworzeniu, wykorzystywaniu i wdrażaniu w życie nowych pomysłów, dostarczaniu istniejących lub nowych usług w nowy sposób czy też dostarczanie istniejących lub nowych usług w nowy sposób, tworzeniu nowych organizacji lub sposobów dostarczania tychże usług

połączonych z przedsiębiorczymi strategiami działania podmiotów wnoszących te usługi⁷ w sposób przedsiębiorczy.

Sam termin przedsiębiorczość społeczna używany jest dość często wymiennie z przedsiębiorczością obywatelską⁸ oraz przedsiębiorczością publiczną⁹. Przedsiębiorczość jest odnoszona do większości dziedzin życia ludzkiego, a zwłaszcza do wzajemnego oddziaływania sfer: ekonomicznej, społecznej i kulturowej¹⁰. Jednak od ponad 10 lat studia nad PS skupiają się najczęściej wokół kwestii definicyjnych, z dużym naciskiem na próby wyróżnienia, czym PS różni się od działalności komercyjnej. Nie jest to zaskakujące, skoro nawet dziś istnieją spory definicyjne wśród badaczy zjawiska przedsiębiorczości, które ma już prawie 50-letnią historię. Johnson w swojej publikacji dochodzi do następującego wniosku: „zrozumienie, czym jest PS, określenie jej granic koncepcyjnych nie jest łatwym zadaniem, jako że z samego założenia jest to koncepcja złożona i jest na tyle nowa, że nie pozwoliła na istotny konsensus w kwestiach definicyjnych do tej pory”¹¹.

Przedsiębiorczość społeczna jest przedmiotem dużego zainteresowania w pracach badaczy nauk społecznych – nie tylko ekonomistów, ale również socjologów, specjalistów od zarządzania. Dotyczy to nie tylko sytuacji na świecie, ale też w Polsce. To stanowi o możliwościach traktowania jej w sposób bardzo interdyscyplinarny, tak samo zresztą jak traktuje się zjawisko przedsiębiorczości na świecie.

2. Praktyka przedsiębiorczości społecznej na świecie i w Polsce

Coraz większe zainteresowanie problematyką przedsiębiorczości społecznej wynika z kryzysu państwa opiekuńczego (*welfare state*), które generuje zwiększenie roli aktywności organizacji pozarządowych. Zmieniające się przyczyny i natura problemów społecznych wymagają współcześnie dużo innowacyjnego myślenia i działań wysoce przedsiębiorczych. W analizie zjawiska PS nie można pominąć uwarunkowań ekonomicznych, do których należy stan koniunktury w danej gospodarce, który w warunkach recesji potęguje pojawianie się problemów społecznych, trudności sektora państwowego w finansowaniu tychże problemów, zintensyfikowanych w okresie kryzysów ekonomicznych. Przedsiębiorcy społeczni z powodzeniem wykorzystują modele biznesu komercyjnego w swojej działalności i skutecznie rozwiązują te złożone problemy, które były i są pomijane lub niedostatecznie wspierane przez świat biznesu, instytucje rządowe oraz pozarządowe. Przedsiębiorcy ci są agentami poważnych zmian społecznych dzięki innowacyjnym i kosztowo efektyw-

⁷ Szerzej P. Burns, *Entrepreneurship and Small Business*, Palgrave Macmillan, Houndmills 2007.

⁸ D. Henton, J. Melville, K. Walesh, *The age of the civic entrepreneur: restoring civil society and building economic community*, „National Civic Review” 1997, No. 86 (2), s. 149–156.

⁹ W. Drayton, *The Citizen Sector: Becoming as Entrepreneurial and Competitive as Business*, „California Management Review” 2002, No. 44 (3), s. 120–132.

¹⁰ P. Drucker, *Innovation and Entrepreneurship*, Panbooks, UK 1985; T.C. Cochran, *The Business Revolution*, „The American Historical Review” 1974, No. 79 (5), s. 1449–1466.

¹¹ S. Jonson, *Literature Review on Social Entrepreneurship*, „Canadian Centre for Social Entrepreneurship Discussion Paper” 2000, www.bus.alberta.ca/ccse/WhatIs z dnia 15 maja 2009 r.



nym strategiom przedsiębiorczym. Sukcesy te są odnotowywane na arenie światowej, do nich należy działalność laureata Pokojowej Nagrody Nobla, społecznego przedsiębiorcy – M. Yunusa. Jeśli uwzględnić przy tym fakt, iż sektory rządowe wielu potęg światowych, jak np. Stany Zjednoczone, zmniejszają wydatki socjalne¹², a w wielu krajach rozwijających się budżety na rozwiązywanie problemów społecznych są niewystarczające, działalność ta przenosi się w tzw. sektor pozarządowy, a nawet sektor prywatny.

W Polsce do zainteresowania PS przyczynia się z pewnością program Inicjatywy Wspólnotowej EQUAL wspierający działania w obszarze przedsiębiorczości społecznej. To zainteresowanie wzmocnione jest nagrodami przyznawanymi przedsięwzięciom typu *non-for-profit* w ramach konkursów „Dobroczyńca Roku” lub „Lider Filantropii”. W skali krajowej znane są już przykłady inicjatywy „Lisków”, akcje PAH, działalność stowarzyszenia Klon/Jawor promująca wszelkie inicjatywy społeczne. Co więcej, również międzynarodowa organizacja Ashoka, założona prawie 30 lat temu, promująca PS na świecie, otworzyła swój oddział w Polsce w 1995 roku i podejmuje się promowania innowatorów społecznych w kraju. Ashoka założyła również Polską Akademię Innowatorów Społecznych, która ma na celu rozpowszechnianie i wdrażanie pomysłów na PS wśród studentów. Na uwagę zwraca również projekt Stowarzyszenia „POMOST”, które we współpracy z Instytutem Pedagogiki UG wiosną 2009 roku zorganizowało ogólnopolskie seminarium dla nauczycieli w celu promocji wśród uczniów postaw przedsiębiorczych. Jedną z głównych części seminarium była prowadzona przez R. Praszkię, partnera międzynarodowej organizacji Ashoka zajmującej się promowaniem przedsiębiorczości społecznej w Polsce. Niestety, przykładów promujących przedsiębiorczość w sferze rozwiązywania problemów jest jeszcze zbyt mało. Potwierdzić to może częściowo brak publikacji, studiów przypadku na gruncie polskim, takich jak wydane w Polsce w roku 2009 tłumaczenie książki D. Bornsteina *Jak zmieniać świat. Przedsiębiorcy społeczni – wizjonerzy naszych czasów*¹³ opisująca przykłady zagraniczne.

3. Literatura przedmiotu o przedsiębiorczości społecznej

Na poziomie literatury światowej tematyka społecznej przedsiębiorczości spotyka się z ogromnym zainteresowaniem środowiska naukowego. Do najczęściej cytowanych prac należą prace Nichollsa, Perriniego i wielu innych. Na najbardziej prestiżowej konferencji na świecie, organizowanej przez Babson College, tworzone są specjalne sesje tematyczne, oddzielnie analizujące tę problematykę (*Frontiers of Entrepreneurship Research* 2005, 2006). Czołowe czasopisma związane z przedsiębiorczością poświęcają temu zjawisku oddzielne wydania („Entrepreneurship and Regional Development”). Na świecie powstają statystyki

¹² G.A. Lasprogata, M.N. Cotton, *Contemplating enterprise: the business and legal challenges of social entrepreneurship*, „American Business Law Journal” 2003, No. 41, s. 67–113.

¹³ Szerzej D. Bornstein, *Jak zmieniać świat. Przedsiębiorcy społeczni – wizjonerzy naszych czasów*, Anwero, Gdańsk 2009.



i rozległe raporty dotyczące natężenia i struktury PS. Jedną z takich prób jest międzynarodowy panel GEM (*Global Entrepreneurship Monitor*). Przeprowadzone w Wielkiej Brytanii w jego ramach badania wskazują, że 6,6% populacji¹⁴ jest zaangażowane w przedsiębiorczość społeczną (działania na rzecz lokalnych społeczności oraz rozwiązujące problemy społeczne) w porównaniu ze statystyką 6,4% charakterystyczną dla działalności przedsiębiorczej (rozumianej jako komercyjnej). W Europie ustanowiono sieć współpracy badawczej EMES, regularnie monitorującą działania w zakresie PS, która podaje, że prawie 8% zatrudnionych ma pełny etat w firmach *not-for-profit*, oraz różnych kooperatyw (dane za 2000 r. w Europie)¹⁵. W Wielkiej Brytanii znaczenie społecznych przedsięwzięć rośnie w większym tempie niż zakładanych firm¹⁶ czy również pod względem generowanego zatrudnienia¹⁷. Powstają szkoły dla przedsiębiorców społecznych (e.g. London School for Social Entrepreneurs). Rosnące uznanie na świecie dla PS znajduje swój wyraz w: organizowanym na skalę ogólnoswiatową konkursie Ernst and Young „Przedsiębiorca Roku”, również w kategorii „przedsiębiorca społeczny”, nagrodzie Skoll Awards for Social Entrepreneurship, nagrodzie międzynarodowej organizacji Ashoka czy też Schwab Foundation.

W Polsce opracowania na temat działań „trzeciego sektora” są bardzo liczne i rozwinięte. Należy tu wymienić całkowity dorobek polski, do którego można zaliczyć przykładowo prace J. Hausnera, A. Gیزی-Poleszczuk, M. Rymszy, Z. Narskiego, G. Skąpskiej, J. Kluczyńskiej, A. Siennickiej, M. Gumkowskiej i wielu innych. Jednak powstała do tej pory znikoma liczba prac łączących aktualny dorobek z teorii przedsiębiorczości ze zjawiskiem przedsiębiorczości społecznej. Na uwagę zasługują prace A. Rymszy (IFiS), które dotyczą barier rozwoju przedsiębiorczości społecznej w ujęciu kultury organizacyjnej w sektorze III. Nie należy też pominąć pewnych nawiązań do teorii przedsiębiorczości w pracy Leś i Nałęcza (Instytut Studiów Politycznych, PAN) zatytułowanej *Gospodarka społeczna – koncepcje i zasoby*. Warto zwrócić uwagę na pracę pod redakcją J.J. Wygnańskiego *Przedsiębiorstwo społeczne. Antologia kluczowych tekstów*¹⁸, lecz owe teksty uwzględniające teorię przedsiębiorczości są pracami autorów z zagranicznych ośrodków.

4. Uwarunkowania przedsiębiorczości społecznej w Polsce

Oprócz całego szeregu instytucji wspierających różne formy przedsiębiorczości społecznej, takich jak ustawodawstwo, organizacje zrzeszające przedsiębiorców społecznych, dużą rolę w kontekście polskim odgrywają czynniki społeczne. Wynika to z doświadczenia przez polskie społeczeństwo ponad 50 lat komunizmu, co znacznie wypaczyło postawy

¹⁴ Wskaźnik *Total Entrepreneurial Activity* (TAE).

¹⁵ Szerzej A. Nicholls, *Social entrepreneurship*, w: *Enterprise and small business: Principles, Practice and Policy*, red. S. Carter, D. Jones-Evans, Prentice Hall 2008.

¹⁶ Szerzej R. Harding, M. Cowling, *Social Entrepreneurship Monitor: United Kingdom 2004*, Global Entrepreneurship Monitor, London 2004.

¹⁷ Szerzej L. Salomon, H. Anheier, *The Emerging Sector Revisited*, John Hopkins University, Baltimore 1999; A. Nicholls, *op.cit.*

¹⁸ Szerzej *Przedsiębiorstwo społeczne. Antologia kluczowych tekstów*, red. J.J. Wygnański, FISE 2008.



społeczne wobec przedsiębiorczości¹⁹. Pewien problem stanowią też próby łączenia inicjatyw społecznych na styku państwa i sektora prywatnego. Nakłada się jeszcze na to niski poziom zaufania horyzontalnego w społeczeństwie, wśród lokalnych społeczności, jak też niski poziom zaufania wertykalnego do skuteczności działań sektora rządowego²⁰. Społeczeństwo polskie ma cechy słabego społeczeństwa obywatelskiego, co w znacznym stopniu może determinować charakter i specyfikę przedsiębiorczości społecznej (słaba inicjatywa obywatelska, małe poczucie wspólnoty lokalnej). Niemniej jednak, mimo iż zauważalny jest brak dobrych wzorców propagujących przedsiębiorczość w Polsce, to w przypadku przedsiębiorczości społecznej, z założenia niemającej charakteru ściśle komercyjnego, istnieje duża szansa na rozpowszechnienie pozytywnych przykładów, co starają się wykorzystać takie organizacje, jak Ashoka czy Stowarzyszenie Klon/Jawor. Gdy zestawimy te spostrzeżenia z faktem, że przedsiębiorczość zyskała w percepcji społecznej wiele negatywnych konotacji przez ostatnie dekady na skutek działania złożonych czynników, istotne jest pytanie, jak ta współczesna forma PS wygląda i powinna wyglądać, by mogła odnosić sukcesy.

Podsumowanie

Zjawisko przedsiębiorczości społecznej wymaga wielowymiarowego zanalizowania, a analiza dorobku światowego i polskiego w tym zakresie pokazuje, że jest to bez wątpienia niewystarczająco zbadane zjawisko. Ponadto w dyskursie publicznym i naukowym na gruncie polskim rzadko kiedy nawiązuje się do innowacyjności, szukania nisz rynkowych (tj. społecznych), gdzie duch przedsiębiorczości może być zagospodarowany. Warto pamiętać, że PS, w wiele większym stopniu niż przedsiębiorczość nastawiona na zysk, jest uwarunkowana czynnikami społecznymi. To natura i cechy społeczeństwa obywatelskiego determinują, w jakim stopniu jednostki angażują się w rozwiązywanie problemów społecznych, traktując je również jako możliwości i szanse przedsiębiorcze.

SOCIAL ENTREPRENEURSHIP AS MEANS FOR SOLVING SOCIAL PROBLEMS AND GRASPING ENTREPRENEURIAL OPPORTUNITIES – ANALYSIS

Summary

The author make an attempt at providing a concise overview of what social entrepreneurship is and how it helps to solve social problems. There are few key issues emphasized in defining social entrepreneurship phenomenon. Also, some contextual elements that influence the nature and popularity of social entrepreneurship in Poland are presented.

Translated by Marzena Starnawska

¹⁹ Szerzej B. Glinka, *Kulturowe uwarunkowania przedsiębiorczości w Polsce*, PWE, Warszawa 2008.

²⁰ A. Kubiak, A. Miszałska, *Czy nowa próżnia społeczna, czyli o stanie więzi społecznej w III Rzeczypospolitej*, „Kultura i Społeczeństwo” 2003, nr 2, s. 19–43.

