
Marzena Starnawska

Politechnika Gdańska

mstarnaw@wp.pl

Przedsiębiorczość społeczna w świetle teorii instytucjonalnej – próba przyczynku teoretycznego¹

Social Entrepreneurship against the Background of Institutional Theory – Theoretical Contribution Attempt

Abstract: Social entrepreneurship is a social-economic phenomenon and research area, which has not been widely known and analysed yet. Author, on the base on subject literature, uses institutional theory and tries to combine social entrepreneurship with the theory of institutional entrepreneurship.

Key words: social entrepreneurship, institutional theory, institutions

Wprowadzenie

Teoria instytucjonalna zyskuje rosnące zainteresowanie w naukach o organizacji i zarządzaniu [Di Maggio, Powell 1991], jak i badaczy przedsiębiorczości [Bruton i in. 2010]. Jako tło teoretyczne pozwala dokładnie przyjrzeć się złożoności i ważnym cechom procesu przedsiębiorczego, charakteryzującego się kontekstualizacją i zakorzenieniem działań przedsiębiorców. Z perspektywy instytucjonalnej badania nad przedsiębiorczością wyjaśniają, w jaki sposób pomysły przedsiębiorcze są instytucjonalizowane przez aktorów w celu tworzenia wartości ekonomicznej i społecznej [Karatas-Ozkan i Chell 2010], zatem sama przedsiębiorczość ma charakter refleksyjny i zakorzeniony w danym miejscu. Teoria instytucjonalna pozwala uchwycić złożoność procesu przedsiębiorczego i zrozu-

¹ Projekt został sfinansowany ze środków Narodowego Centrum Nauki przyznanych na podstawie decyzji numer DEC-2011/03/D/HS4/04326.

mieć rolę kontekstu, pojmowanych jako instytucje formalne i nieformalne. Umożliwia ona analizowanie, w jaki sposób przedsiębiorca i zachowania przedsiębiorcze kształtują tenże kontekst. Jak zauważają badacze [Welter 2011, Zahra i Wright 2011], analiza wpływu ram instytucjonalnych na zjawisko przedsiębiorczości jest bardzo ważnym i użytecznym nurtem badawczym. Późniejsze rozwinięcia teorii instytucjonalnej w postaci nowej teorii instytucjonalnej i związana z nią koncepcja przedsiębiorcy instytucjonalnego pozwalają zrozumieć, w jaki sposób przedsiębiorcy kształtują swoje otoczenie i generują zmianę instytucjonalną.

Celem niniejszego artykułu jest powiązanie koncepcji przedsiębiorczości instytucjonalnej ze zjawiskiem i obszarem badań, jakim jest przedsiębiorczość społeczna, oraz wskazanie, w jakich obszarach teoria instytucjonalna pozwala wyjaśnić zjawisko przedsiębiorczości społecznej.

Instytucje i instytucjonalizm w badaniach nad przedsiębiorczością

W poszczególnych dyscyplinach nauki różnie definiuje się zjawisko instytucje i ich wpływ na obszar życia społecznego i gospodarczego. Teoria instytucjonalna uznaje je jako zestawy reguł, kierujących zachowaniami jednostek i grup [np. Scott 2007]. Perspektywa teorii instytucjonalnej jest kluczowa w zrozumieniu, jakie warunki sprzyjają lub utrudniają przedsiębiorczość. Pozwala spojrzeć na zinstytucjonalizowaną rzeczywistość i zidentyfikować legitymizowane działania. Ta zaś legitymizacja jest bardzo ważna dla nowych przedsięwzięć przy pokonywaniu wady nowości (*liability of newness*) w porównaniu z organizacjami dojrzałymi, ustabilizowanymi. Legitymizacja i zebranie zasobów są kluczowe w wysiłkach przedsiębiorczych [Lounsbury, Glynn 2001].

Ekonomiści i przedstawiciele nauk politycznych akcentują wpływ instytucji, czyli uzgodnionych i ustandaryzowanych norm i zasad na zachowania przedsiębiorcze [Aidis i in. 2008; Veciana, Urbano 2008; Welter 2005]. W ten nurt instytucjonalny wpisuje się podział Northa [1990] na instytucje formalne i nieformalne, uznającego instytucje za „jakąkolwiek formę ograniczeń stworzoną przez człowieka, w celu kształtowania interakcji”. Podział ten znajduje odzwierciedlenie w wysiłkach badawczych, polegających na wyjaśnieniu, jak wpływają na przedsiębiorczość instytucje formalne [Autio, Acs 2010; Estrin i in. 2013a; Stephan i in. 2015] oraz instytucje nieformalne [Autio i in. 2013; Stephan i in. 2015]. Prace i wyniki badań w tym obszarze badawczym stanowią istotny wkład w zrozumienie, w jaki sposób kontekst, czyli instytucjonalne konfiguracje, wpływają na przedsiębiorczość i zachowania przedsiębiorcze [Dominiak, Wasilczuk, Słarnawska 2016].

Scott [2007], z perspektywy socjologicznej, za instytucje uznaje struktury społeczne, na które składają się kulturowe i poznawcze, normatywne oraz regulacyjne instytu-

cje, powiązane z odpowiednimi działaniami i zasobami. Założeniem perspektywy socjologicznej jest, że struktury, formy i procesy organizacji są kształtowane w odpowiedzi na otoczenie instytucjonalne, w jakim organizacje są zakorzenione [DiMaggio i Powell 1991; Meyer i Rowan 1977; Scott i Meyer 1983; Zucker 1977] i że przedsiębiorczość jest procesem zakorzenionym i refleksyjnym. Zatem okazje, wybory czy działania przedsiębiorcze są ograniczane i kształtowane przez otoczenie instytucjonalne. Elementy poznawcze, regulacyjne i normatywne stanowią trzy podstawowe fundamenty socjologicznej teorii instytucjonalnej [DiMaggio, Powell 1991, Scott 2007]. Te fundamenty reprezentują 3 grupy wpływów: regulacyjnego, normatywnego oraz poznawczego, które sprzyjają przetrwaniu i legitymizacji organizacji i praktyk organizacyjnych. Filar regulacyjny dotyczy reguł gry: pochodzących z rządowych regulacji, standardów biznesowych – branżowych. Filar normatywny obejmuje wartości i normy uznawane za oczywiste w społeczeństwie [Scott 2007], określając, w jaki sposób przedsiębiorcy zyskują legitymizację i wsparcie we wdrażaniu działań przedsiębiorczych. Filar poznawczy jest związany z poznawczymi skryptami, schematami i zachowaniami indywidualnych osób, których ocena i akceptacja jest oparta na wiedzy i umiejętnościach. Ramy regulacyjne są początkiem do rozpoznania okazji przedsiębiorczych, zaś normy, wartości i indywidualne percepcje odgrywają rolę kluczową w rozpoznawaniu tychże okazji. Bruton i inni [2010] uważają, że zastosowanie różnych perspektyw instytucjonalnych w badaniach nad przedsiębiorczością ma swoje implikacje z powodu różnych założeń. Badacze, którzy badają przedsiębiorczość z perspektywy socjologicznej [np. Aldrich i Zimmer 1986; Shapero i Sokol 1982, Steyaert i Katz 2004], podkreślają rolę nie tylko ram regulacyjnych, ale również norm i wartości społecznych, przekonań i zachowań jednostek jako prowadzących do zmian przedsiębiorczych.

Zastosowanie ram teorii instytucjonalnej w subdyscyplinie przedsiębiorczości zyskuje coraz większe zainteresowanie w literaturze przedmiotu. Należą do nich porównawcze badania przedsiębiorczości, wykorzystujące wspomniane filary Scotta, aby wskazać profile instytucjonalne poszczególnych krajów i ich wpływ na działania, zachowania czy postawy przedsiębiorcze, postawy wobec przedsiębiorczości [Busenitz i in. 2000, Manolova i in. 2002, Lim i in. 2010]. Ponadto z racji dużej roli kontekstu i zakorzenienia dla przedsiębiorców badacze wskazują, jak gospodarki wschodzące [Mair i Marti 2006, Tracey i Philips 2011] oraz transformujące się [Manolova i Yan 2002, Smallbone i in. 2010, Welter i Smallbone 2008] wpływają na proces przedsiębiorczy. Rynki wschodzące charakteryzujące się niską jakością instytucji i ograniczonymi zasobami, tworzą wiele sposobności dla przedsiębiorców instytucjonalnych [Marti i Mair 2009, Tracey i Philips 2011]. W rozpoznaniu sposobności przedsiębiorczych dużą rolę odgrywają tutaj instytucje nieformalne, czyli wartości, praktyki i normy. Tutaj próżnie instytucjonalne są doskonałymi okazjami przedsiębiorczymi dla przedsiębiorców, mogących tworzyć „nowe wartości,



przekonania i normy w strukturach społecznych” [Marti i Mair 2009, Rao i in. 2000]. Takie konteksty wytwarzają gatunek przedsiębiorców instytucjonalnych.

Brakuje jednak badań, które wykorzystywałyby ramy teoretycznego nowego instytucjonalizmu, zakładającego sprawczość przedsiębiorczości, rozumianej jako przedsiębiorczość instytucjonalna. Suddaby [2011] zwraca uwagę, że teoria instytucjonalna weszła na dobre do nauk o zarządzaniu i organizacji, jednak perspektywa sprawczości i wpływu przedsiębiorczości na instytucje pozostaje w znacznym stopniu niezbadana.

Teoria instytucjonalna i przedsiębiorczość instytucjonalna

Teoria instytucjonalna (TI) rozwinęła się w obszarze socjologii organizacji, natomiast prace Meyera i Rowana [1997], a później DiMaggio i Powella [1983] przeniosły również jej założenia w problematykę zarządzania i organizacji. Pozwala ona analizować, w jaki sposób zinstytucjonalizowane praktyki ułatwiają bądź ograniczają działania aktorów i jak ich własne organizacje wpływają na cechy otoczenia, do którego próbują się dostosować, również w obszarze badań nad zarządzaniem organizacjami. TI zakłada, że aktorzy są ograniczeni – uwięzieni w „żelaznych klatkach” i dostosowują się do oczekiwań otoczenia instytucjonalnego, przejmując zachowania i praktyki uznawane za oczywiste, zyskując dzięki temu legitymizację i reprodukując porządek instytucjonalny. TI pozwala odpowiedzieć na pytanie, dlaczego organizacje są podobne do siebie co do sposobu organizacji działania, funkcjonowania, jak niektóre sposoby organizowania są legitymizowane poprzez dostosowanie do społecznie konstruowanych przekonań i praktyk.

Gdy DiMaggio [1988] zaproponował pojęcie przedsiębiorcy instytucjonalnego, przekonywał, że w otoczeniu zachodzą zmiany nieizomorficzne, a aktorzy sami tworzą nowe instytucje, zmieniają istniejące, niszczą stare. Prace DiMaggio i Powella [1983] oraz Meyera i Rowana [1977] zapoczątkowały nurt nowego instytucjonalizmu (NI), który wyszedł poza to, co dzieje się wewnątrz organizacji w stronę zjawisk pojawiających się pomiędzy poszczególnymi polami organizacyjnymi tychże. NI traktuje instytucje jako współdzielone, zbiorowe założenia i sposoby poznania, które z czasem nabierają konkretnej formy. Artykuł DiMaggio o przedsiębiorczości instytucjonalnej [Batillana i in. 2009] przygotował ścieżkę do kolejnych debat na ten temat. Podobnie o organizacjach pisała Oliver [1991], obserwując, jak niektóre z nich opierają się naciskom instytucjonalnym i aktywnie angażują w ich zmiany. Przedsiębiorczość instytucjonalna pozwala wyjaśniać, w jaki sposób zinstytucjonalizowane praktyki pojawiają się po raz pierwszy, gdy przedsiębiorcy instytucjonalni ustanawiają społecznie konstruowane praktyki w nowych obszarach. Ponadto wyjaśnia, jak stojący na czele organizacji czy same organizacje przyciągają zasoby poprzez rozpoznawanie i zarządzanie społecznymi konstrukcjami: reputacji, legitymizacji. Przedsiębiorcy instytucjonalni wykorzystują zasoby, aby stworzyć nowe instytu-

cje, przekształcać lub obalać istniejące [Batillana i in. 2009, Di Maggio 1988, Maguire i in. 2004]. Mogą nimi być: jednostki [Batillana 2006, Fligstein 1997, Maguire i in. 2004], zbiorowi aktorzy organizacji [Garud i in. 2002, Greenwood i in. 2002] i ruchy społeczne. Skoro aktorzy są zakorzenieni w swoich polach instytucjonalnych, dostosowują się do instytucji regulacji, normatywnych oczekiwań i norm kulturowo-poznawczych. Te zaś samowzmacniają się. Jak zatem oni się motywują i dzięki czemu są zdolni do tworzenia nowych praktyk, przekonywania innych do ich przejmowania? Na te pytania odpowiada paradoks sprawczości zakorzenionej (*embedded agency*) [Holmes 1995], który traktuje o możliwości dokonywania zmian instytucjonalnych, mimo osadzenia aktorów w określonych konfiguracjach instytucjonalnych.

Warto rozróżnić dwa konteksty, w których pojawia się przedsiębiorczość instytucjonalna. Są to nowopowstające przedsięwzięcia lub działania organizacji o ustabilizowanej pozycji w danym polu instytucjonalnym. W przypadku przedsiębiorczości instytucjonalnej najczęściej mówi się o nowopowstających formach organizacyjnych. Tracey i Philips [2011] proponują typy działań, jakie instytucjonalni przedsiębiorcy stosują, wdrażając swoje innowacje: instytucjonalny *brokering*, przekraczanie próżni instytucjonalnych oraz łączenie dystansów instytucjonalnych. Oprócz powyższego nurtu, związanego z powstawaniem nowych form organizacyjnych, przedsiębiorczość instytucjonalna jest wykorzystywana w badaniu ustabilizowanych organizacji: Niniejszy przyczynek teoretyczny do przedsiębiorczości społecznej zakłada jednak, że zarówno obszar teorii, jak i praktyki znajduje się jeszcze na początkowym etapie rozwoju, choć badacze wskazują, że praktyka znacznie wyprzedza teorię. Dlatego to właśnie założenia TI, NI, dotyczące nowopowstających form instytucjonalnych, są przedmiotem refleksji w tym tekście.

Przedsiębiorczość społeczna jako przedsiębiorczość instytucjonalna

Jedną z pierwszych prac dotyczących przedsiębiorczości społecznej i teorii instytucjonalnej była publikacja Darta [2004], który, wykorzystując typologię legitymizacji zaproponowaną przez Suchmana [1995], analizował, który typ legitymizacji jest najbardziej adekwatny dla sytuacji przedsiębiorstw społecznych. Dart jednak dokonał tej analizy w kontekście szkoły definicyjnej „przedsiębiorstwa społecznego” [Dees i Anderson 2006], ograniczając przedsiębiorczość społeczną do jednej formy organizacyjnej, wykluczając inne formy organizacyjne, które mogą być do niej zakwalifikowane.

Oprócz debat definicyjnych prace nad przedsiębiorczością społeczną powielają początkowe kierunki rozwoju obszaru badawczego przedsiębiorczości: osoby przedsiębiorcy społeczne i jego zachowań, kompetencji i motywacji; oddziaływania przedsiębiorczości społecznej na społeczeństwo i gospodarkę oraz specyficznych uwarunko-



wań i okoliczności z jakimi mają do czynienia przedsiębiorcy społeczni [Zeyen i Beckman 2011, s. 6]. To w przypadku tego ostatniego nurtu badawczego przydatna może być perspektywa teorii instytucjonalnej.

Istnieją tutaj dwie konkurujące ze sobą tezy. Teza o pozytywnym wpływie wsparcia instytucjonalnego na poziom przedsiębiorczości społecznej zakłada, że kraje o większej aktywności i wsparciu państwa charakteryzują się większym wsparciem dla przedsiębiorczości społecznej i tym samym prowadzą do jej wyższego poziomu [Evans 1996; Korosec i Berman 2006, Zahra, Wright 2011, Stephan i in. 2015]. Druga, konkurencyjna teza tzw. próżni instytucjonalnej [Dacin i in. 2010, Estrin i in. 2013b, Stephan i in. 2015], odnosi się do środowisk ubogich w zasoby, w których problemy społeczne są bardzo rozpowszechnione. Mair i Marti [2009] wskazują na próżnie instytucjonalne, w których nie ma instytucji czy ustalonych reguł działania. Można je znaleźć w rozwijających się gospodarkach, wyłaniających się – nowych rynkach. To obszary do zagospodarowania przez przedsiębiorców instytucjonalnych/społecznych, jako że ci zajmują przestrzeń pomiędzy instytucjami publicznymi i podmiotami prywatnymi. Podobnie Townsend i Hart [2008] przekonują, że przedsiębiorczość społeczna jest zakorzeniona w środowiskach instytucjonalnie wieloznacznych (*institutional ambiguities*). Niepewność w nich istniejąca wynika z braku ustabilizowanych rynków, mechanizmów zarządczych, które potrafiłyby zaspokajać potrzeby społeczne. To wszystko wynika z małej aktywności i interwencji państwa, co rodzi większe potrzeby społeczne. Te zaś motywują do przedsiębiorczości społecznej jako sposoby realizacji tych potrzeb. Wobec powyższych tez instytucje mogą stanowić źródło zasobów potrzebnych w przedsiębiorczości społecznej, ale mogą również motywować do podejmowania działań przedsiębiorczych w tej sferze.

Przedsiębiorczość instytucjonalna pojawia się, gdy jednostki tak zarządzają zasobami, aby zmienić czy przez kreację, czy kształtowanie struktur, w których funkcjonują [DiMaggio 1988, Dorado 2005, Greenwood i Suddaby 2006, Lawrence 1999]. Przedsięwzięcia z obszaru przedsiębiorczości społecznej wyłaniają się i funkcjonują na skrzyżowaniu różnych sektorów – prywatnego, publicznego, pozarządowego. Funkcjonują one jako przedsiębiorstwa prowadzące działalność gospodarczą, jako organizacje pozarządowe prowadzące działalność gospodarczą albo odpłatną działalność statutową, niektórzy badacze kwalifikują do nich również organizacje będące we władaniu sektora publicznego. Ich ścieżki instytucjonalizacji są przeróżne i zależą od kontekstu społecznego, instytucjonalnego w różnych krajach i regionach świata. Niezależnie od ich formy organizacyjno-prawnej i statusu własności realizują cele społeczne przy wykorzystaniu instrumentów ekonomicznych. Z tego powodu działają na skrzyżowaniu konkurencyjnych logik: rynkowej i społecznej. Niejednokrotnie mają one również problem z określeniem swojej własnej tożsamości, co wynika właśnie ze złożoności formy, dualności celów, sprzeczności oczekiwań instytucjonalnych, pochodzących z logik, wśród

których powstają i funkcjonują. Zatem formy organizacyjne z obszaru przedsiębiorczości społecznej nie doczekały się pełnej legitymizacji z racji zarówno młodego wieku, ale też napięć wynikających ze ścierających się logik i niemożności wyłonienia jednego, uniwersalnego modelu czy formy organizacyjnej. Konieczność oscylowania w obszarze paradoksów i wzajemnie wykluczających się logik wymaga poważnej, długodystansowej instytucjonalnej roboty, z poszanowaniem konkretnych kontekstów instytucjonalnych poszczególnych warunków ekonomicznych, społecznych.

Uwagi końcowe

Przedsiębiorczość w praktyce i teorii jest najczęściej mierzona w kategoriach wyników ekonomicznych na poziomie gospodarki i społeczeństwa. Przyjęcie perspektywy instytucjonalnej pozwala na rewizję przedsiębiorczości z kilku powodów. Po pierwsze zmiany instytucjonalne zachodzą powoli, co jest również znamienne dla przedsiębiorczości społecznej. Przedsiębiorczość społeczna może pełnić również funkcje rzecznicze, zmierzające do zmiany mentalności i sposobu myślenia o istniejących instytucjach, a tym samym prowadzić do instytucjonalizacji zaangażowanej postawy wobec problemów społecznych. Przedsiębiorczość instytucjonalna, jak zauważają Tracey i inni [2011], nie jest przewidywalna. Tym bardziej właściwa jest długookresowa perspektywa oceny jej efektów. Istnieje również brak obiektywnych instrumentów do dokonania teźże, ponieważ zachodzi ona na poziomach – mikro, mezo, makro [Tracey i in. 2011] w sferze społecznej, gospodarczej, ale też w sferze poznawczej, normatywnej. W taki więc sposób powinna być analizowana.

Znaczna część wyników działań przedsiębiorczych, w postaci chociażby innowacji, nie może jedynie dotyczyć innowacji oddziaływających na gospodarkę i społeczeństwo na dużą skalę. Drugą istotną stroną medalu stanowi „głębokość” innowacji społecznych, rozumiana jako jakość [Seelos i Mair 2017]. Jest to charakterystyczne dla przedsiębiorczości dążącej do włączenia społecznego i ekonomicznego grup marginalizowanych. Nie są to działania na dużą skalę, ale skutecznie realizują postawione przed sobą cele włączające. Przedsiębiorczość instytucjonalna wpisuje się mocno w problemy społeczne, szczególnie grup znajdujących się na nieuprzywilejowanych, zmarginalizowanych pozycjach, z racji dotychczasowego pomijania ich przez instytucje.

Przedsiębiorczość społeczna jako obszar badań oraz zjawisko społeczne i ekonomiczne może być znacznie lepiej zrozumiana przez pryzmat perspektywy instytucjonalnej. Nicholls [2010] postuluje o refleksyjny izomorfizm, nakłaniający do krytycznego traktowania tychże zjawisk. Zwraca on szczególną uwagę na rolę kluczowych aktorów w tymże obszarze oraz ich wpływ na praktykę i badania naukowe. Jego zdaniem [Nicholls 2010] obszar przedsiębiorczości społecznej charakteryzuje się 3 cechami. Z racji

wczesnego etapu rozwoju tego obszaru wiedzy jego pole w istotnym stopniu jest zdefiniowane przez aktorów wyposażonych w znaczne zasoby, ułatwiające legitymizację wybranych działań. Aktorzy ci tworzą własne dyskursy i własne wartości, co warunkuje sytuację tych nieposiadających władzy, niewyposażonych w zasoby. Można zatem wnioskować, że badania nad przedsiębiorczością społeczną, powinny również być ukierunkowane na inicjatywy i przedsięwzięcia, które do tej pory nie zyskały rozgłosu i zakorzenienia w systemie społeczno-gospodarczym.

Przedsiębiorczość społeczna jako wyłaniające się zjawisko i młody obszar badawczy wymaga intensywnych wysiłków badawczych, aby mogła uzyskać legitymizację również wśród inwestorów i polityków.

Bibliografia

Aidis R., Estrin S., Mickiewicz T. (2008), *Institutions and Entrepreneurship Development in Russia: A Comparative Perspective*, "Journal of Business Venturing", 23(6), pp. 656–672.

Aldrich H.E., Zimmer C. (1986), *Entrepreneurship through Social Networks* [in:] D.L. Sexton, R.W. Smilor (ed.), *The Art and Science of Entrepreneurship*, Ballinger Publishing Co, Nowy Jork NY, pp. 3–23.

Autio E., Acs Z.J. (2010), *Intellectual Property Protection and the Formation of Entrepreneurial Growth Aspirations*, "Strategic Entrepreneurship Journal", 4(3), pp. 234–251.

Autio E., Pathak S., Wennberg K. (2013), *Consequences of Cultural Practices for Entrepreneurial Behaviors*, "Journal of International Business Studies", 44(4), pp. 334–362.

Batillana J., Leca B., Boxenbaum E. (2009), *How Actors Change Institutions: Towards a Theory of Institutional Entrepreneurship*, "Academy of Management Annals", 3(1), pp. 65–107.

Bruton G.D., Ahlstrom D.L i H.L. (2010), *Institutional Theory and Entrepreneurship: Where We Are Now and where Do We Need to Move in the Future?*, "Entrepreneurship Theory and Practice", 34(3), pp. 421–440.

Busenitz L.W., Gomez C., Spencer J.W. (2000), *Country Institutional Profiles: Unlocking Entrepreneurial Phenomena*, "Academy of Management Journal", 43 (5), pp. 994–1003.

DiMaggio P. (1988), *Interest and Agency in Institutional Theory* [in:] L.G. Zucker (ed.), *Institutional Patterns and Organizations: Culture and Environment*, Ballinger, Cambridge MA, pp. 3–22.



DiMaggio P., Powell W.W. (1983), *The Iron Cage Revisited: Institutional Isomorphism and Collective Rationality in Organizational Fields*, "American Sociological Review", 48(2), pp. 147–160.

DiMaggio P., Powell W.W. (1991), *Constructing an Organizational Field as Professional Project: US Art Museums 1920-1940* [in:] W.W. Powell, P.J. DiMaggio (ed.), *The New Institutionalism in Organizational Analysis*, The University of Chicago Press, Chicago IL, pp. 267–292.

Dacin T.A., Dacin M.A., Matear M. (2010), *Social Entrepreneurship: Why We don't Need a New Theory and How We Move Forward from Here*, "Academy of Management Perspectives", 24(3), pp. 37–57.

Dart R. (2004), *The Legitimacy of Social Enterprise*, "Nonprofit Management and Leadership", 14(4), pp. 411–424.

Dominiak P., Wasilczuk J.E., Starnawska M. (2016), *Przedsiębiorczość nieproduktywna w świetle ekonomii instytucjonalnej*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.

Dorado S. (2005), *Institutional Entrepreneurship, Partaking, and Convening*, "Organization Studies", 26(3), pp. 385–414.

Estrin S., Korosteleva J., Mickiewicz T. (2013a), *Which Institutions Encourage Entrepreneurial Growth Aspirations?*, "Journal of Business Venturing", 28(4), pp. 564–580.

Estrin S., Mickiewicz T., Stephan U. (2013b), *Entrepreneurship Social Capital, and Institutions: Social and Commercial Entrepreneurship across Nations*, "Entrepreneurship Theory and Practice", 37(3), pp. 479–504.

Evans P. (1996), *Government Action, Social Capital and Development: Reviewing the Evidence on Synergy*, "World Development", 24(6), pp. 1119–1132.

Fligstein N. (1997), *Social Skill and Institutional Theory*, "American Behavioral Scientist", 40(4), pp. 397–405.

Fliss P.C., Zajac E.J. (2006), *The Symbolic Management of Strategic Change: Sensegiving Via Framing and Decoupling*, "Academy of Management Journal", 49(6), pp. 1173–1193.

Garud R., Jain S., Kumaraswamy A. (2002), *Institutional Entrepreneurship in the Sponsorship of Common Technological Standards: The Case of Sun Microsystems and Java*, "Academy of Management Journal", 45(1), pp. 196–214.

Greenwood R., Suddaby R., Hinnings C.R. (2002), *Theorising Change: The Role of Professional Associations in the Transformation of Institutionalized Fields*, "Academy of Management Journal", 45(1), pp. 58–80.

Greenwood R., Suddaby R. (2006), *Institutional Entrepreneurship in Mature Fields. The Big Five Accounting Firms*, "Academy of Management Journal", 49(1), pp. 27–48.

Holm P. (1995), *The Dynamics of Institutionalization: Transformation Processes in Norwegian Fisheries*, "Administrative Science Quarterly", 40(3), pp. 398–422.

Karatas-Ozkan M., Chell E. (2010), *Nascent Entrepreneurship and Learning*, Edward Elgar, Cheltenham i Northampton.

Korosec M.L., Berman E.M. (2006), *Municipal Support for Social Entrepreneurship*, "Public Administration Review", 66(3), pp. 448–462.

Lawrence T.B. (1999), *Institutional Strategy*, "Journal of Management Studies", 25(2), pp. 161–187.

Lim D.S.K., Morse E.A., Mitchell R.K. et al. (2010), *Institutional Environment and Entrepreneurial Cognitions: A Comparative Business Systems Perspective*, "Entrepreneurship Theory and Practice", 34(3), pp. 491–516.

Lounsbury M., Glynn M.A. (2001), *Cultural Entrepreneurship: Stories, Legitimacy, and the Acquisition of Resources*, "Strategic Management Journal", 22(6–7), pp. 545–564.

Maguire S., Hardy C., Lawrence T.B. (2004), *Institutional Entrepreneurship in Emerging Fields: HIV/AIDS Treatment Advocacy in Canada*, "Academy of Management Journal", 47(5), pp. 657–679.

Mair J., Marti I. (2006), *Entrepreneurship in and Around Institutional Voids: A Case from Bangladesh*, IESE Business School, "University of Navarra Working Paper", 636.

Marti I., Mair J. (2009), *Bringing Change into the Lives of the Poor: Entrepreneurship Outside Traditional Boundaries* [in:] T.B. Lawrence, R. Suddaby, B. Leca (ed.), *Institutional Work: Actors and Agency in Institutional Studies of Organizations*, Cambridge University Press, Cambridge, pp. 92–119.

Manolova T.S., Eunni R.V., Gyoshev B.S. (2008), *Institutional Environments for Entrepreneurship: Evidence from Emerging Economies in Eastern Europe*, "Entrepreneurship Theory and Practice", 32(1), pp. 203–218.

Manolova T.S., Yan A. (2002), *Institutional Constraints and Entrepreneurial Responses in a Transforming Economy: The Case of Bulgaria*, "International Small Business Journal", 20(2), pp. 163–184.

Meyer J., Rowan B. (1977), *Institutionalized Organizations: Formal Structure as Myth and Ceremony*, "American Journal of Sociology", 83(2), ss. 340–363.

Nicholls A. (2010), *The Legitimacy of Social Entrepreneurship: Reflexive Isomorphism in a Pre-Paradigmatic Field*, "Entrepreneurship Theory and Practice", 34(4), pp. 611–633.

Oliver C. (1991), *Strategic Responses to Institutional Processes*, "The Academy of Management Review", 16(1), pp. 145–179.

Rao H., Morrill C., Zald M. (2000), *Power Plays: How Social Movements and Collective Action Create New Organizational Forms* [in:] B.M. Staw, R.I. Sutton (ed.), *Research in Organizational Behaviour*, JAI Press, Greenwich CT, pp. 239–282.

Scott W.R. (2007), *Institutions and Organizations: Ideas and Interests*, Sage Publications, Thousand Oaks CA.

Scott W.R., Meyer J.W. (1983), *Organizational Environments: Ritual and Rationality*, Sage, Beverly Hills CA.

Seelos C., Mair J. (2017), *Innovation and Scaling for Impact*, Stanford University Press, Stanford.

Seelos C., Mair J., Battilana J. et al. (2011), *The Embeddedness of Social Entrepreneurship: Understanding Variations across Local Communities* [in:] C. Marquis, M. Lounsbury, R. Greenwood (ed.), *Communities and Organizations (Research in Sociology of Organizations)*, Emerald, Bingley UK.

Shapero A., Sokol L. (1982), *The Social Dimensions of Entrepreneurship* [in:] C.A. Kent, D.L. Sexton, K.H. Vesper (ed.), *Encyclopaedia of Entrepreneurship*, Prentice Hall, Englewood Cliffs NJ, pp. 72–90.

Smallbone D., Welter F., Voytovich A. et al. (2010), *Government and Entrepreneurship in Transition Economies: The Case of Small Firms in Business Services in Ukraine*, "The Service Industries Journal", 30(5), pp. 655–670.

Steyaert C., Katz J. (2004), *Reclaiming the Space of Entrepreneurship in Society: Geographical Discursive and Social Dimensions*, "Entrepreneurship and Regional Development", 16(3), pp. 179–196.

Stephan U., Uhlener L.M., Stride C. (2015), *Institutions and Social Entrepreneurship: The Role of Institutional Voids, Institutional Support, and Institutional Configurations*, "Journal of International Business Studies", 46(3), pp. 308–331.

Suddaby R. (2011), *Challenging Institutions*, "Journal of Management Inquiry", 19(1), pp. 14–20.

Tracey P., Philips N. (2011), *Entrepreneurship in Emerging Markets: Strategies for New Venture Creation in Uncertain Institutional Contexts*, "Management International Review", 51, pp. 23–39.

Tracey P., Philips N., Jarvis O. (2011), *Bridging Institutional Entrepreneurship and the Creation of New Organizational Forms*, "Organization Science", 22(1), pp. 60–80.

Tolbert P.S., David R.J., Sine W.D. (2011), *Studying Choice and Change: The Intersection of Institutional Theory and Entrepreneurship*, "Organization Science", 22(5), pp. 1332–1344.

Townsend D.M., Hart T.A. (2008), *Perceived Institutional Ambiguity and the Choice of Organizational Form in Social Entrepreneurial Ventures*, "Entrepreneurship Theory and Practice", 32(4), pp. 685–700.

Welter F. (2005), *Entrepreneurial Behaviour in Differing Environments* [in:] D.B. Audretsch, H. Grimm, C.W. Wessner (ed.), *Local Heroes in Global Village: Globalization and the New Entrepreneurship Policies*, Springer, New York NY, pp. 93–112.

Welter F. (2011), *Contextualizing Entrepreneurship – Conceptual Challenges and Ways Forward*, "Entrepreneurship Theory and Practice", 35(1), pp. 165–184.

Zahra S.A., Wright M. (2011), *Entrepreneurship's Next Act*, "Academy of Management Perspectives", 25(4), pp. 67–83.

Zeyen A., Beckmann M. (2011), *Social Entrepreneurship and Institutional Logics*, Centre for Sustainability Management, July 2011, [online] http://www2.leuphana.de/ummanagement/csm/content/nama/downloads/download_publicationen/Zeyen_Beckmann_Social_Entrepreneurship_and_Institutional_Logics.pdf, dostęp: 10 marca 2017.

Zucker L. (1977), *The Role of Institutionalization in Cultural Persistence*, "American Sociological Review", 42(5), pp. 726–743.

