

Ewelina Florczak

PRAKTYCZNA TEORIA PRZEDSIĘBIORSTWA SPOŁECZNEGO¹

WPROWADZENIE

Celem artykułu jest zlokalizowanie przedsiębiorstwa społecznego w problematyce funkcjonujących teorii przedsiębiorstw, ze szczególnym uwzględnieniem *teorii konfirmy*, jak również zestawienie wyników badań empirycznych dotyczących przedsiębiorstw społecznych ze zmodyfikowaną autorsko koncepcją *teorii konfirmy* przedsiębiorstwa.

Dla zrozumienia funkcjonowania systemu gospodarczego niezbędne jest naukowe wyodrębnienie przedsiębiorstw jako autonomicznych podmiotów kształtujących sieć relacji rynkowych. Dlatego tak istotne znaczenie mają wciąż rozwijające się teorie przedsiębiorstw, określane w literaturze holonem teorii ekonomicznych². Jednym z najważniejszych trendów poznawczych wśród teorii przedsiębiorstwa zaznacza się potrzeba zlokalizowania tych elementów konstytuujących działalność i funkcje przedsiębiorstwa, które akcentują podmiotowość jednostki ludzkiej w procesach gospodarczych. Ten aspekt na przestrzeni lat był pomijany, szczególnie w ramach dominujących teorii definiujących maksymalizację zysku i wartości finansowych jako podstawowych celów w działalności przedsiębiorstwa (teorie menedżerskie, teorie finansowe, teorie klasyczne). Jednak pragmatyka gospodarcza skłoniła naukowców do włączenia atrybutu czynnika ludzkiego w procesach gospodarczych, a przede wszystkim w teorii przedsiębiorstwa. Jak pisze Jacek Brdulak:

¹ Artykuł jest rozwinięciem tekstu J. Brdulak, E. Florczak, *Usytuowanie przedsiębiorstwa społecznego w gospodarce*, „Myśl Ekonomiczna i Polityczna”, nr 1–2(32–33)2011, Oficyna Wydawnicza Uczelni Łazarskiego, s. 15–35.

² A. Noga, *Teorie przedsiębiorstw*, Difin, Warszawa 2010, s. 53.

„jesteśmy prawdopodobnie o krok od sformułowania humanistycznej teorii przedsiębiorstwa, w której element przedsiębiorczości indywidualnej osoby będzie jednym z najistotniejszych aspektów”³.

1. PRZEDSIĘBIORSTWO SPOŁECZNE JAKO KATEGORIA PODMIOTU GOSPODARCZEGO

W obliczu takich perspektyw badawczych w ekonomii należy zwrócić uwagę na kategorię przedsiębiorstwa społecznego, którego obecność w gospodarce i teorii ekonomii jest obecnie poddawana teoretycznej lokalizacji i systematyzacji. Przedsiębiorstwo społeczne określa się jako podmiot gospodarczy realizujący cele społeczne w ramach swojej działalności. Jego obecność uzasadniana jest kryzysem paradygmatu dwubiegunowego (ryнку i państwa) i wskazuje na przyjmowanie zasad alokacji na opartych na zasadzie wzajemności i solidaryzmie.

W literaturze przedmiotu dominują dwa główne kierunki w zakreślaniu obszaru funkcjonowania przedsiębiorstw społecznych. Jest tu mowa o podejściu europejskim i amerykańskim. Podstawowa różnica w przedstawionych podejściach dotyczy kwestii ustalania tożsamości ekonomicznej przedsiębiorstw społecznych w życiu społeczno-gospodarczym. Ma to związek z historycznym rozwojem i tradycją poszczególnych instytucji w kształtowaniu się systemu społeczno-gospodarczego poszczególnych krajów.

Ujęcie europejskie przedsiębiorstwa społecznego, wskazujące w głównej mierze na formy spółdzielni, stowarzyszeń, fundacji i organizacji wzajemnościowych stanowi ograniczenia formalno-organizacyjne z punktu widzenia współczesnej różnorodnej rzeczywistości gospodarczej. Europejska koncepcja wykorzystuje jeden z podstawowych sposobów umiejscawiania przedsiębiorstw społecznych w strukturze gospodarczej, który określany jest mianem formalnego podejścia i odnosi się do form prawnych funkcjonujących podmiotów.

Formalne ujęcie europejskie zostało w jednym z kierunków zmodyfikowane poprzez zastosowanie dodatkowych kryteriów charakteryzujących poszczególne formy prowadzenia działalności gospodarczej. Takim sposobem z podejścia formalnego określania przedsiębiorstw społecznych skierowano się ku podejściu normatywnemu, nawiązującemu do 4 wyznaczników ekonomicznych i 5 wyznaczników społecznych identyfikacyjnych interesujących

³ J. Brdulak, P. Jakubik, *Instytucjonalne i kulturowe uwarunkowania przedsiębiorczości*, [w:] K. Kuciński (red.), *Przedsiębiorczość a rozwój regionalny w Polsce*, Difin, Warszawa 2010, s. 82.

nas przedsiębiorstw. Ze względu na charakterystyczne kryteria zawężające krąg podmiotów taka perspektywa implikuje również dodatkowe ograniczenia podmiotów, szczególnie w kontekście struktury własności i systemu zarządzania. Wyodrębnianie przedsiębiorstw społecznych na podstawie ich form prawnych oraz uwzględniania 9 wyznaczników (społecznych i ekonomicznych) identyfikacji jest szeroko stosowane w dotychczasowych badaniach polskiej przedsiębiorczości społecznej. Ma to również swoje uzasadnienie we współpracy badawczej z instytucjami Unii Europejskiej.

Przywołując amerykańską perspektywę interpretacji przedsiębiorstw społecznych, jako punkt wyjścia wskazuje się **pojęcie hybrydowości**. W kontekście perspektywy hybrydowej ujmowane są jako przedsiębiorstwa społeczne również inne organizacje różniące się specyfiką trzech aspektów: **motywu, odpowiedzialności i wykorzystywania dochodu**. Przedsiębiorstwo społeczne, jako organizacja hybrydowa nastawiona na jednoczesną realizację celów społecznych i ekonomicznych, posiada następujące własności⁴:

- stosuje narzędzia i środki charakteryzujące komercyjną działalność dla osiągnięcia celów społecznych,
- generuje społeczne i ekonomiczne wartości,
- monitoruje efekty finansowe, jak i oddziaływanie społeczne,
- cele finansowe osiąga w sposób przyczyniający się do dobra publicznego,
- posiada niezależność finansową dzięki niepodleganiu limitom dochodowym,
- przedsiębiorstwo ukierunkowuje strategię realizacji misji społecznej.

2. UNORMOWANIE PRAWNE PRZEDSIĘBIORSTWA SPOŁECZNEGO

W obliczu przedstawionych perspektyw należy zwrócić uwagę na trendy w legislacyjnych rozwiązaniach, mając na uwadze obecnie trwające dyskusje nad konstrukcją i definicją prawną przedsiębiorstwa społecznego w Polsce. Przejawem tego są realizowane od 2008 r. prace nad ustawą o przedsiębiorstwie społecznym⁵ realizowane przez grupę prawną Zespołu ds. rozwiązań

⁴ K. Alter, *Typologia przedsiębiorstw społecznych*, [w:] J.J. Wygnański, *Przedsiębiorstwo społeczne. Antologia kluczowych tekstów, wybór tekstów*, Fundacja Inicjatyw Społeczno-Ekonomicznych, Warszawa 2008, s. 147.

⁵ *Projekt ustawy o przedsiębiorstwie społecznym i wspieraniu ekonomii społecznej* dostępny na stronie: http://www.ekonomiaspoleczna.pl/files/ekonomiaspoleczna.pl/public/InstytucjeWspierajaceES/Zespol_strategiczny/ustawa_o_przedsiębiorstwie_społecznym.pdf

systemowych w zakresie ekonomii społecznej. Według aktualnych ustaleń⁶ gospodarcza działalność przedsiębiorstwa społecznego ma na celu:

- „**Art. 5.** 1. Działalność gospodarcza przedsiębiorstwa społecznego:
- 1) ma na celu zawodową reintegrację (...)
 - lub
 - 2) jest prowadzona wyłącznie w zakresie:
 - a) pomocy społecznej (...),
 - b) opieki nad dziećmi (...),
 - c) prowadzenia przedszkoli niepublicznych lub innych form wychowania przedszkolnego (...),
 - d) ochrony zdrowia psychicznego (...)
 - e) wsparcia osób niepełnosprawnych (...).”

Nowym zamysłem projektu jest utworzenie Izby Przedsiębiorstw Społecznych. Do jej kompetencji ma należeć (Rozdział 4 projektu ustawy) m.in. reprezentowanie interesów członków Izby przed organami władzy publicznej, wydawanie opinii w przedmiocie zasadności przyznania przedsiębiorcy statusu przedsiębiorstwa społecznego oraz wykonywanie nadzoru i kontroli nad działalnością przedsiębiorstw społecznych. Projekt ustawy wprowadza powołanie Rady Ekonomii Społecznej (Rozdział 7 projektu ustawy) jako organu opiniodawczo-doradczego w sprawach ekonomii społecznej. Poza tym postuluje się wprowadzenie w strukturę przedsiębiorstwa społecznego organu konsultacyjno-doradczego (opiniujący działalność obecną i strategię działania przedsiębiorstwa), w skład którego mają wchodzić pracownicy, inne zatrudnione osoby, wolontariusze, przedstawiciele innych przedsiębiorstw społecznych stale współpracujących z przedsiębiorstwem, przedstawiciele właściwych miejscowo jednostek samorządu terytorialnego oraz organizacji pozarządowych. Z kolei dochód z działalności przedsiębiorstwa według ustawy ma być przeznaczany na działalność pożytku publicznego (w wysokości co najmniej 10%) oraz na działalność reintegracyjną⁷:

- „**Art. 17.** Dochód w rozumieniu przepisów o podatku dochodowym od osób prawnych, uzyskany z wykonywania działalności gospodarczej, o której mowa w art. 5 ust. 1 pkt 2, jeżeli nie jest przeznaczony na pokrycie strat z lat poprzednich, przeznacza się:
- 1) w co najmniej 10%:
 - a) na działalność pożytku publicznego (...),
 - b) na działalność na rzecz zatrudnionych w przedsiębiorstwie społecznym (...)
 - 2) w pozostałym zakresie na finansowanie realizacji celów działalności przedsiębiorstwa społecznego, o której mowa w art. 5 ust. 1, jego dalszy rozwój lub na zasilenie majątku przeznaczonego na wykonywanie tej działalności”.

⁶ Projekt ustawy z 10 lipca 2013 r.

⁷ *Projekt ustawy o przedsiębiorstwie społecznym..., op. cit.*

Takie ujęcie instytucjonalne, zwane również „tradycyjnym”, w kontekście realizowanego celu społecznego nie zawsze może odzwierciedlać ich rzeczywistą działalność charakterystyczną dla przedsiębiorstw społecznych. Wyodrębnianie podmiotów gospodarki społecznej na zasadzie prawnych instytucji jest metodą uznaną przez podejście europejskie. Jak zaznacza B. Klimczak⁸ zmiany i wszelkie procesy ewolucyjne związane z zagadnieniami instytucjonalnymi postępowały zgodnie z założeniami wynikającymi ze specjalistycznej wiedzy o udziale i znaczeniu instytucji dla funkcjonowania rynków. Jednak historyczne doświadczenia i obserwacja zjawisk gospodarczych, jak również ekonomiczne oraz społeczne teorie instytucji nie wskazują w sposób zdecydowany, jakie instytucje w określonych uwarunkowaniach społeczno-gospodarczych optymalnie stymulują rynkową przedsiębiorczość. Sytuacja jest bardziej złożona gdy do działalności gospodarczej dołączymy realizowanie celów społecznych. Z tego względu można podać w wątpliwość słuszność jednoznaczego stosowania prawnych wytycznych do przedsiębiorczości społecznej, przede wszystkim ze względu na nie uznanie w takiej metodzie przedsiębiorstw również komercyjnych, które tworzą społeczną wartość dodaną, choć nie podlegają prawnie skonstruowanym wytycznym definiowania przedsiębiorczości społecznej⁹.

3. PRZEDSIĘBIORSTWO SPOŁECZNE W TEORII PRZEDSIĘBIORSTW

W definiowaniu i poszukiwaniu trafności indentyfikacyjnych celów przedsiębiorstwa społecznego należy rozpocząć od umiejscowienia go w teorii przedsiębiorstw. Z racji uwzględnienia czynnika ludzkiego przedsiębiorstwa społeczne zbliżają się do takich teorii, jak: *teoria konsumencka* – wskazująca na przedsiębiorstwa jako substytuty gospodarstw domowych, które dzięki wyspecjalizowaniu osiągają wyższe efekty z nakładów¹⁰, *teoria behawioralna* – która podaje w wątpliwość maksymalizację zysku jako jedyne go celu

⁸ B. Klimczak, *Instytucje polityczne i prywatne w procesie transformacji polskiej gospodarki*, [w:] A. Noga (red.), *Zmiany instytucjonalne w polskiej gospodarce rynkowej*, Wydawnictwo PTE, Warszawa 2004, s. 57–62.

⁹ Podobną opinię można wskazać u: M. Maciejewski, *Przedsiębiorczość społeczna*, [w:] T. Sadowski (red.), *Rozwój. O tym jak integracja środowisk lokalnych i uspołecznienie gospodarki budują nową jakość*, Fundacja Pomocy Wzajemnej Barka, Poznań 2012, s. 131.

¹⁰ A. Noga, *Teorie przedsiębiorstw...*, *op. cit.*, s. 127–131.

ze wskazaniem na różnorodność ludzi jako aktorów życia gospodarczego¹¹, *innovacyjna teoria przedsiębiorczości Schumpetera*¹², *konwencyjna teoria przedsiębiorstwa* – określające przedsiębiorstwo jako instytucję, która koordynuje gospodarkę przez formalne i nieformalne działania zmierzające do kontroli konwencji¹³. Analizując składowe poszczególnych teorii, można zauważyć, że ograniczenie motywu dążenia do zysku jest konsekwencją nowych i szerszych celów, które sprzyjają rozwojowi zachowań i preferencji indywidualnych i społecznych, zastępując wąsko rozumianą maksymalizację wartości ekonomicznej.

Przedsiębiorcy społeczni różnią się tym, że realizowane przez nich strategie osiągania dochodów są bezpośrednio związane z realizowaną misją. Ostateczną miarą efektywności przedsiębiorstwa społecznego nie jest wynik finansowy i generowanie zysków, ale zwraca uwagę tzw. **podwójny rachunek wyników**.

Rynek nie jest mechanizmem idealnym, ale na dłuższą metę weryfikuje oferowaną wartość dla klienta, w przypadku przedsiębiorstw społecznych rynek nie zawsze jest w stanie zweryfikować społeczną wartość realizowaną przez przedsiębiorstwo.

W literaturze wskazuje się również na stronę popytową funkcjonowania organizacji non-profit¹⁴. Chociaż nie odnosi się ona wprost do przedsiębiorstw społecznych, to można zaakcentować aspekt motywacji realizacji misji społecznej w ramach działalności gospodarczej. Henry Hansmann¹⁵ odnosi się do problemu dysfunkcji mechanizmu rynkowego w warunkach asymetrii informacji. W takich warunkach większym zaufaniem klientów cieszyć się

¹¹ Dokładny opis zob: M. Wojtysiak-Kotlarski, *Teoria przedsiębiorstwa a koncepcje zarządzania i praktyka biznesu*, Oficyna Wydawnicza Szkoły Głównej Handlowej w Warszawie, Warszawa 2011, s. 120–132.

¹² J. Schumpeter, *Teoria rozwoju gospodarczego*, PWN, Warszawa 1960.

¹³ A. Noga, *Teorie przedsiębiorstw...*, *op. cit.*, s. 174–176.

¹⁴ Szerzej o dyskusji dotyczącej strony popytowej i podażowej ekonomii sektora non-profit w: D. Buttler, *Ekonomia sektora non profit. Krytyka i reinterpretacja wybranych aspektów teoretycznych*, „Ruch Prawniczy, Ekonomiczny i Socjologiczny”, Rok LXXI, zeszyt 4–2009.

Ekonomiczne podejście do sektora non-profit zdominowane jest przez tzw. teorie strony popytowej, spośród których dwie – zawodności kontraktów i dóbr publicznych – zyskały największą popularność. W ujęciu Hansmanna są to organizacje typu przedsiębiorczego oraz donacyjnego. Podmioty pierwszego typu dostarczają dobra prywatne, a ich istnienie tłumaczy teoria zawodności kontraktów. Podmioty drugiego typu dostarczają dóbr publicznych i muszą liczyć na prywatne donacje lub granty państwowe. Przede wszystkim do tych podmiotów odnosi się teoria dóbr publicznych Weisbroda. D. Buttler, *Ekonomia...*, *op. cit.*, s. 135–138.

¹⁵ H. Hansmann, *The Role of Nonprofit Enterprise*, „The Yale Law Journal” 89, 1980, s. 835–898.

będą organizacje, które mają statusowy zakaz dystrybucji zysków, ponieważ nie czerpią zysków z przewagi dostępu do informacji.

Przejawia się zatem potrzeba uznania pluralizmu organizacyjnego, natomiast zróżnicowanie pod względem treści społecznych stanowi czynnik jakościowy, którego nie sposób ujmować wyłącznie do zero-jedynkowej dychotomii obecność–nieobecność. Konsekwencją tego jest potrzeba zmiany w określaniu kwestii wartościujących rolę przedsiębiorstw społecznych.

W literaturze wskazuje się na opinię, że organizacje inne niż przedsiębiorstwa nastawione na generowanie zysków powstają dlatego, że bardziej efektywnie minimalizują koszty¹⁶. Podmioty przedsiębiorczości społecznej potrafią osiągnąć wysoki poziom wydajności tylko wówczas, gdy interesariusze danego przedsiębiorstwa wykazują jednorodne cechy i preferencje. Jednak w teorii Hansmanna¹⁷ rola organizacji ekonomii społecznej ma spadać wraz ze wzrostem konkurencyjnych rynków i spadkiem popytowo-podażowych deficytów. Argumentuje to tym, że podmioty nastawione na zysk mają lepiej zdefiniowane cele w sytuacji uregulowanych relacji mechanizmu rynkowego. Jednak takie stanowisko nie wyjaśnia obecnych tendencji do funkcjonowania przedsiębiorstw społecznych i gospodarczych innowacji uzupełniających o treść społeczną tradycyjne formy interakcji społecznych.

Niezdolność teorii ekonomicznych do wyjaśnienia istnienia takich organizacji wynika z ograniczenia samej teorii, na które próbują znaleźć odpowiedź najnowsze poszukiwania badawcze, które w metodach weryfikacji podejmują podejście sytuacyjne w zarządzaniu, indywidualizm i kontekstualizm badawczy. Taka ścieżka analizy jest niezbędna do identyfikowania przedsiębiorstw społecznych w teorii i praktyce gospodarczej.

Przyjmując definicję przedsiębiorstwa społecznego dla potrzeb niniejszych rozważań, uwzględnione zostało kryterium wykorzystywania zysku do realizacji szeroko pojętych celów społecznych dowolnej formy instytucjonalno-prawnej przedsiębiorstwa. Przywołując równocześnie istotną dla poruszanego problemu wypowiedź, że:

„przedsiębiorstwo społeczne przekracza granice sektorów i form organizacyjnych. Może zaistnieć we wszystkich sektorach oraz w relacjach w międzysektorowej współpracy”¹⁸,

¹⁶ C. Borzaga, E. Tortia, *Miejsce organizacji ekonomii społecznej teorii firmy*, [w:] J.J. Wygnański, *Antologia tekstów wybranych. Przedsiębiorstwo społeczne, wybór tekstów*, FISE, Warszawa 2008, s. 293 i nast.

¹⁷ H. Hansmaan, *The Ownership of the Enterprise*, Harvard University Press, Harvard 1996.

¹⁸ J. Austin, *Trzy kierunki badań nad przedsiębiorczością społeczną*, [w:] J. Mair, J. Robinson, K. Hockerts (red.), *Przedsiębiorczość społeczna*, przekład K. Dzieciolowicz, Wyższa Szkoła Pedagogiczna TWP w Warszawie, Warszawa 2010, s. 35.

należy w zdecydowanej szerszej mierze zwrócić uwagę na działalność przedsiębiorstwa, a nie tylko na jego konstrukcję formalną. Na ten problem wskazuje także W. Kwaśnicki¹⁹, który stwierdza, że działalność niektórych podmiotów komercyjnych można uznać za działalność przedsiębiorstw społecznych. W tym przypadku argumentuje to funkcjonowanie przedsiębiorstw w interesie ekonomicznej stabilizacji pracowników oraz nastawienie na podmiotowość człowieka w działalności gospodarczej, co jednocześnie potwierdza uznanie różnorodności podmiotowej przedsiębiorstw społecznych w praktyce gospodarczej.

4. PRZEDSIĘBIORSTWO SPOŁECZNE W TEORII KONFIRMY

Konsekwencją takiego podejścia było zwrócenie uwagi na *teorię konfirmy*, która powstała z potrzeby zaakcentowania podmiotowości człowieka w działalności gospodarczej

W rozważaniach na temat wyodrębnienia przedsiębiorstw społecznych z *teorii konfirmy* należy szczególną uwagę skierować na gospodarstwo domowe, które A. Noga traktuje jako centralny regulator gospodarczy²⁰. Podmiotowość gospodarstw domowych w relacji do przedsiębiorstwa szczególnie klarownie obserwuje się przy aktywności przedsiębiorstw społecznych. Dlatego też uznać można za zasadne poszukiwania w ramach *teorii konfirmy* problematyki funkcjonowania przedsiębiorstw społecznych.

To zagadnienie było przedmiotem zainteresowania badań teoretyczno-empirycznych przeprowadzanych w latach 2011–2014. W próbie badawczej uwzględniono różnorodność badanych form prawnych dobierając je tak, aby reprezentowały tzw. tradycyjną w ujęciu europejskim ekonomię społeczną, oraz przedsiębiorstw społecznych w ujęciu amerykańskim.

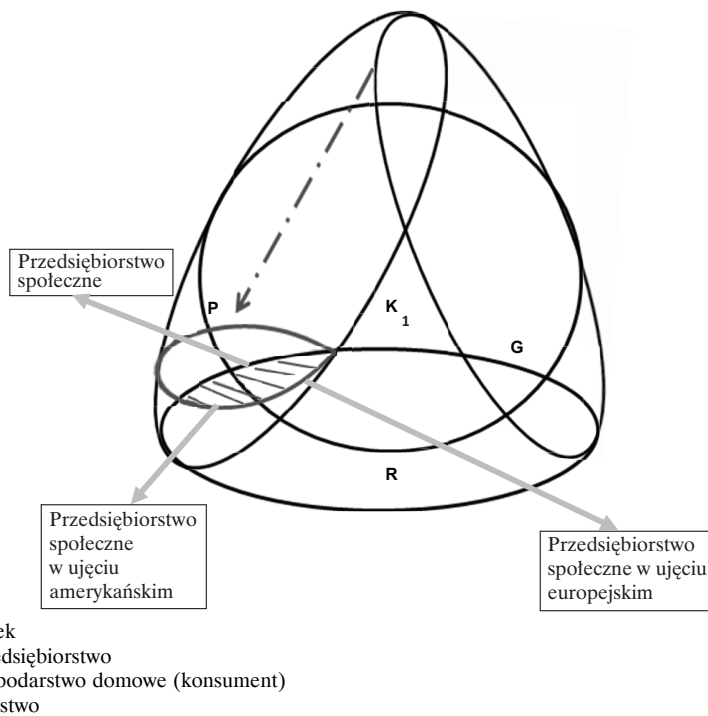
Dla graficznego przedstawienia koncepcji przedsiębiorstwa społecznego w *teorii konfirmy* konieczna jest modyfikacja rysunku A. Nogi, która polega na przeniesieniu obszaru odpowiadającego roli państwa (por. rysunek 1). W rezultacie powstanie pole zbieżności gospodarstwa społecznego, przedsiębiorstwa, rynku i państwa.

¹⁹ W. Kwaśnicki, *Ekonomia (gospodarka) społeczna*, Instytut Nauk Ekonomicznych, Uniwersytet Wrocławski, 2005, s. 11–16.

²⁰ A. Noga, *Teorie przedsiębiorstw...*, *op. cit.*, s. 218.

Rysunek 1

Umiejscowienie przedsiębiorstwa społecznego w kontekście teorii konfirmy



Źródło: opracowanie własne na podstawie A. Noga, *Teorie przedsiębiorstw...*, op. cit., s. 227.

Powstałe pole zbieżności wszystkich czterech elementów można poddać analizie w kontekście umiejscowienia w nim przedsiębiorstwa społecznego jako połączenie funkcji gospodarstwa domowego, przedsiębiorstwa, rynku i państwa.

Podstawą osadzenia w układzie przedsiębiorstwa społecznego jest połączenie celów podmiotów gospodarujących: przedsiębiorstwa, gospodarstwa domowego, państwa w relacji do rynku. Przedsiębiorstwo społeczne, realizując zintegrowane cele społeczno-ekonomiczne, umiejscowione jest w obszarze łączącym *konfirmę* i podmiot państwa, ze względu na przejęcie funkcji, jakie wymagane są od instytucji państwowych w stosunku do obywateli. Wskazać należy tu przede wszystkim również na przedsiębiorczy charakter podmiotów – stąd uwzględnienie rynku w kontekście pełnionych celów społecznych²¹.

²¹ Dokładny opis koncepcji w: E. Florczak, *Przedsiębiorstwo społeczne w teorii konfirmy*, „Kwartalnik Nauk o Przedsiębiorstwie” nr 3(20), Oficyna Szkoły Głównej Handlowej w Warszawie, Warszawa 2011, s. 40–47.

Umiejscowienie przedsiębiorstw społecznych w gospodarce ma dodatkowe znaczenie. Wiąże się ono z poszukiwaniem ostatecznej definicji i metod precyzyjnej identyfikacji przedsiębiorstw społecznych. Powszechną metodą jest rozróżnienie na europejską i amerykańską interpretację przedsiębiorstw społecznych. W obu spojrzeniach występują podobieństwa wynikające z funkcji przedsiębiorstw społecznych – nastawienia na realizowanie celów społecznych. Różnice natomiast wynikają z metod i form działania, dzięki którym te cele się osiąga. Rozróżnienie to jest uwzględnione w graficznym ujęciu regulatorów gospodarki i poszukiwania w nim obszaru przedsiębiorstw społecznych (por. rysunek 1).

W Europie, a szczególnie w strukturach Unii Europejskiej (gdzie łączy się pojęcie przedsiębiorstwa społecznego z gospodarką społeczną) występuje formalnourzędniczy sposób klasyfikacji. Wyznacza się tu podmioty ze względu na ich formę organizacyjno-prawną, i uwzględnia się takie formy, jak spółdzielnie, fundacje, stowarzyszenia, towarzystwa wzajemnościowe. Taka interpretacja reprezentuje tzw. podejście instytucjonalne. Należy dodać, że wśród tych kryteriów istotne znaczenie mają partycypacja i demokratyczność w zarządzaniu, co skłania się ku spółdzielczemu profilowi przedsiębiorstwa.

W amerykańskim podejściu określania przedsiębiorstw społecznych eksponuje się przede wszystkim aspekt komercyjny i działalność ta rozumiana jest bardziej swobodnie, ponieważ za przedsiębiorstwo społeczne można uznać każdą działalność gospodarczą generującą dochód, który został uzyskany dla celów i z powodów społecznych. Dlatego w obszarze takiego ujęcia znajdują się przedsiębiorstwa społeczne bez względu na ich formę prawną.

Podstawą umiejscowienia przedsiębiorstw społecznych w ujęciu europejskim, w układzie przedstawionym na rysunku 1, jest połączenie celów podmiotów gospodarujących przedsiębiorstwa, gospodarstwa domowego i państwa w relacji do rynku. W omawianiu europejskim umiejscowieniu przedsiębiorstw społecznych należy odnieść się do funkcji jakie przedsiębiorstwa te mają w Europie pełnić – funkcja społecznej i zawodowej integracji oraz przeciwdziałaniu wykluczeniu społeczno-ekonomicznemu.

Dzięki wymienionym obszarom zbieżności połączenia poszczególnych regulatorów można zlokalizować przedsiębiorstwa społeczne w gospodarce na podstawie *teorii konfirmy*. Jednym z istotnych czynności jest graficzne rozróżnienie na przedsiębiorstwa społeczne w kontekście europejskim i amerykańskim (por. rysunek 1).

5. PRZEDSIĘBIORSTWO SPOŁECZNE W ŚWIETLE BADAŃ EMPIRYCZNYCH

Jak wynika z badań empirycznych²² działalność gospodarcza prowadzona dla realizacji celu społecznego nie musi być bezpośrednio związana z określonymi formami prawnymi przedsiębiorstw, ponieważ podmioty wykazujące prospołeczne dążenia w dowolnej działalności mogą zostać uznane według koncepcji amerykańskiej za przedsiębiorstwa społeczne.

Istotny element działalności przedsiębiorstwa społecznego, który wyróżnia go w kontekście *teorii konfirmy*, to uwzględnianie zbieżnego z nim gospodarstwa domowego w jego otoczeniu. Analizując funkcjonowanie przedsiębiorstw społecznych, podkreśla się ich „zakorzenienie lokalne” oraz bazowanie na sieciach relacji z poszczególnymi podmiotami w regionie. Jest to kolejny powód potrzeby rozszerzenia celów przedsiębiorstw społecznych gospodarstw domowych o wyraźnie sformułowane cele społeczne.

Konfrontując wyniki badań empirycznych z założeniami przedsiębiorstwa społecznego w *teorii konfirmy*, można zauważyć, że:

1. Przewaga w badaniu mikroprzedsiębiorstw potwierdza przeważający udział mikroprzedsiębiorstw wśród działających firm w skali kraju, w tym przedsiębiorstw społecznych.
2. Z analizy działalności badanych podmiotów wynika, że wśród nich 90% prowadzi działalność usługową, natomiast 10% deklaruje działalność produkcyjną lub mieszaną. Taka proporcja odpowiada także strukturze działalności prospołecznej dla mikro i małych przedsiębiorstw o profilu usługowym.
3. W różnorodnym rozkładzie branżowym przeanalizowanych przedsiębiorstw potwierdza się, że usługi społeczne definiowane przez system statystyczny, np. GUS, nie są adekwatne do zróżnicowania profilu działalności przedsiębiorstw społecznych.
4. Zanotowany został równomierny rozkład wśród podmiotów prowadzących działalność o zasięgu lokalnym, gminnym, powiatowym i wojewódzkim. Z punktu widzenia związku przedsiębiorstw społecznych ze ściśle lokalną, miejscową społecznością potwierdza się ich mikroskala działalności i przewaga „ukorzenienia” w lokalnych społecznościach.
5. Jak wskazują wyniki badań, najczęściej występującym motywem podejmowania działania jest zaobserwowane zapotrzebowanie społeczne na daną usługę lub produkt. Z ekonomicznego punktu widzenia przedsię-

²² E. Florczak, *Przedsiębiorstwo społeczne w środowisku lokalnym*, Szkoła Główna Handlowa w Warszawie, Warszawa 2014, rozprawa doktorska, materiał niepublikowany.

- biorcy odpowiadają na zarejestrowany deficyt lub ujawniający się popyt na usługę/ produkt, co może świadczyć o określonej strategii rynkowej.
6. Jednym z głównych wniosków z badań empirycznych jest rozszerzenie również zakresu celów społecznych, nie ograniczających się tylko do działalności w obszarze wykluczenia społeczno-ekonomicznego, lecz poprawy jakości życia społeczności poprzez prowadzenie działalności gospodarczej o charakterze niejednoznacznie nastawionej na maksymalizację zysku.
 7. Istotnym elementem prowadzenia działalności gospodarczej w przypadku komercyjnych przedsiębiorstw społecznych jest chęć samorealizacji, jak również zapewnienie warunków w rodzinnym życiu społecznym (w obliczu słabości państwa w tym zakresie).

Wymienione przesłanki podają w wątpliwość tradycyjne neoklasyczne teorie przedsiębiorstw, a wskazują na takie ujęcie przedsiębiorstw, według którego „przedsiębiorstwa to struktury gospodarowania nastawione na koordynację działań podmiotów ekonomicznych”²³. Wyeksponować tu należy możliwości adaptacyjne przedsiębiorstw oraz generowanie wartości gospodarczych i społecznych. Przez to nawiązać można do druckerowskiej koncepcji przetrwania przedsiębiorstw w środowisku²⁴. Traktując przedsiębiorstwa społeczne jako przedsiębiorstwa zakorzenione lokalnie i posiadające umiejętność do dostosowania się do lokalnych warunków.

Powyższa interpretacja wskazuje na zasadność wyodrębnienia przedsiębiorstwa społecznego w *teorii konfirmy*. Z powodu realizowanych celów społecznych – szerszych od celów gospodarstw domowych, można umiejscowić przedsiębiorstwo społeczne w systemie gospodarczym odpowiadającym zakreślowanemu obszarowi na rysunku 1. Wychodząc z *teorii konfirmy* gospodarstwa domowe (części składowe społeczeństwa) traktujemy jako realne byty ekonomiczne gospodarcze, a nie do społeczeństwie obywatelskim, które pod względem ekonomicznym jest formą abstrakcyjną²⁵.

²³ C. Borzaga, E. Tortia, *Miejsce organizacji ekonomii społecznej...*, op. cit., s. 283.

²⁴ P. Drucker twierdzi, że podstawowym celem przedsiębiorstwa jest **przetrwanie**. Dlatego przedsiębiorstwo, aby przetrwać, powinno:

- wykazywać odpowiednią rentowność, aby przetrwać,
- adoptować się do obecnych i zmieniających się warunków społeczno-ekonomicznych, aby umożliwić sobie przetrwanie,
- podejmować innowacyjne przedsięwzięcia, gwarantujące przetrwanie produktów, usług na rynkach ulegających ciągłej modyfikacji.

²⁵ Por. J. Hausner, *Przedsiębiorstwo społeczne w Polsce. Teoria i praktyka*, MSAPUE, Kraków 2008, s. 10.

W ontologicznym definiowaniu przedsiębiorstwa społecznego według kryterium przekazywania zysku na cele społeczne przy dowolnej formie instytucjonalno-prawnej przedsiębiorstwa gospodarstwo domowe w ujęciu A. Nogi stanowi podstawowy budulec jego profilu zarówno w wewnętrznym funkcjonowaniu przedsiębiorstwa, jak i jego relacji do otoczenia. Punkt wyjścia w wydaje się być niezaprzeczalnym punktem połączenia gospodarstwa domowego z przedsiębiorstwem społecznym – zgodnie z założeniami konfirmacji w gospodarce. Jak wynika z badań przeznaczanie zysków na działalność społeczną jest jednym z kluczowych kryteriów identyfikacji przedsiębiorstwa społecznego. Wstępna ich selekcja, oparta na badaniu autorskim, wskazuje na potrzebę indywidualnego traktowania zysku, nawiązując do podejścia sytuacyjnego w zarządzaniu.

Lewa część zakreskowanego obszaru na rysunku 1 reprezentuje obszar przedsiębiorstw społecznych w gospodarce w ujęciu amerykańskim. Gdy mówi się o przedsiębiorstwie społecznym w Stanach Zjednoczony szczególnie jest akcentowana jego zdolność do generowania dochodów. Takie spojrzenie jest wspólne dla praktyków i teoretyków. Do przedsiębiorstw społecznych zalicza się zarówno organizacje nastawione na zysk, które angażują się w inicjatywy społeczne, jak i formy hybrydowe – które łączą ze sobą dążenia nastawione na zysk, z celami społecznymi, aż po organizacje non-profit, które prowadzą działalność gospodarczą wspierającą ich działalność misyjną²⁶. Dlatego też uzasadnione jest uwzględnienie na rysunku 1 obszaru odpowiadającemu oddziaływaniom rynku, wychodzącemu poza pole gospodarstw domowych. W perspektywie amerykańskiej cele społeczne przedsiębiorstw mogą być realizowane wspólnie z autonomicznymi celami rynkowymi. Zaobserwować tu można również działalnie przedsiębiorstw wykraczające poza kontekst gospodarstw domowych w celu generowania zysku, umożliwiającego realizację w kolejnym etapie funkcji społecznych. Nawiązując do podmiotowego traktowania w *teorii konfirmy* gospodarstw domowych, zaznacza się wyraźne rozróżnienie dwóch omawianych perspektyw. W europejskim ujęciu przedsiębiorstw społecznych (por. rysunek 1) cele gospodarstw domowych są silnie utożsamiane z celami i misją przedsiębiorstw społecznych, nie akcentują też, jak w ujęciu amerykańskim, swobody wpływów rynkowych.

Na podstawie badań jakościowych dokonano typologii przedsiębiorstw społecznych rozszerzających dotychczasowe reprezentujące podmioty występujące w literaturze.

²⁶ J.A. Kerlin, *Przedsiębiorstwa społeczne w Stanach Zjednoczonych a w Europie*, [w:] *Przedsiębiorstwo społeczne...*, op. cit., s. 120.

Typologia została przeprowadzona według następujących kryteriów:

- motywy powstania przedsiębiorstw społecznych;
- rodzaj prowadzonej działalności w ramach podstawowej działalności gospodarczej;
- grupa beneficjentów i interesariuszy przedsiębiorstwa społecznego;
- miejsce prowadzonej działalności – rozgraniczenie na obszary wiejskie i miejskie, aglomeracyjne.

Na podstawie badań zidentyfikowano następujące reprezentatywne podmioty:

1. Przedsiębiorstwa społeczne prozatrudnieniowe (spółdzielnie socjalne osób fizycznych), cechujące się wyraźnymi problemami funkcjonowania na rynku (niekiedy, pomimo dużej aktywności pracowników).
2. Przedsiębiorstwa społeczne powoływane instytucjonalnie przez organizacje pozarządowe lub JST w celach prozatrudnieniowych (spółdzielnie społeczne osób prawnych, spółki z o.o. non-profit, ZAZ-y).
3. Przedsiębiorstwa społeczne w formie organizacji pozarządowych prowadzących działalność gospodarczą na rzecz rozwoju lokalnego i regionalnego na obszarach wiejskich, lecz siedzibę mające w miastach.
4. Przedsiębiorstwo społeczne jako podmiot komercyjny „terytorialnie odpowiedzialny” ukierunkowany jest na rzecz zmiany społeczno-gospodarczej, rozwoju regionu i środowiska lokalnego. Nie jest to główna działalność zarobkowa właścicieli, lecz chęć ich samorealizacji.
5. Przedsiębiorstwo komercyjne o charakterze samopomocy – działalność podjęta np. z myślą o zabezpieczeniu emerytalnym w obliczu słabości instytucji państwa w tym zakresie.
6. Przedsiębiorstwo społeczne instrumentalnie powoływane w formie podmiotów ekonomii społecznej w celu pozyskania środków na działalność gospodarczą.

We wskazanej typologii trzy pierwsze podmioty są typowymi przedsiębiorstwami społecznymi obecnymi w literaturze. Rozszerzenie typologii następuje poprzez wprowadzenie podmiotów nr4, 5, i6. Przedstawiona interpretacja ma na celu wskazanie na miejsce przedsiębiorstwa społecznego w strukturach gospodarki – w jej sferze ekonomicznej i społecznej. W takim ujęciu narzędziowe oparcie się na *teorii konfirmy* wynika z uwzględniania w niej humanizmu i podmiotowości człowieka w działalności gospodarczej.

Istotnym zagadnieniem staje się uwzględnienie nowej *teorii konfirmy* w funkcjonujących w literaturze ekonomicznej teoriach przedsiębiorstw. Szczególnie zaś w obszarze określania funkcji przedsiębiorstwa w strukturze gospodarczej.

Konsekwencją zastosowania teorii *konfirmy* w rozważaniach teoretycznych jest ujęcie tego kierunku myślenia w procesie badawczym. Pierwszym wyróżniającym się aspektem jest uwzględnianie w badaniu podmiotów gospodarczych, bez względu na ich formę prawno-organizacyjną. Istotą pozostaje natomiast realizowanie poprzez ich działalność gospodarczą określonych celów społecznych, mających przełożenie do uznanej w *teorii konfirmy* użyteczności dla gospodarstw domowych.

Wobec powyższych stwierdzeń zamierzeniem metodycznym rozprawy jawi się ważna konfrontacja podmiotów uznanych przez europejską koncepcję za należące do obszaru przedsiębiorstw społecznych z podmiotami komercyjnymi²⁷. Chodzi przy tym o zweryfikowanie przydatności amerykańskiej koncepcji w warunkach Polski. Została ona uznana wcześniej przez autorkę za punkt wyjścia do zlokalizowania procesów *konfirmacji* także społecznej w gospodarce.

Nawiązując do teoretycznych założeń *teorii konfirmy*, kluczowym elementem jest połączenie poszczególnych regulatorów gospodarki z założonymi celami prowadzonej działalności gospodarczej. Dlatego również analizowanie problemu z perspektywy działalności podmiotów komercyjnych jest dodatkowym elementem określania celów i motywów ich aktywności gospodarczej.

Rozważania dotyczące celów przedsiębiorstw stanowią odrębny obszar w badaniach ekonomicznych. Najczęściej wyodrębnianymi celami funkcjonowania przedsiębiorstw jest zysk i jego maksymalizacja, płynność w aktywności gospodarczej, osiągnięta rynkowa wartość przedsiębiorstwa, cele menedżerskie związane z ekspansją na rynku, cele behawioralne oraz cele połączone z indywidualnymi preferencjami dotyczącymi samorealizacji.

Poszczególne koncepcje aktywności przedsiębiorstw nie mogą więc określać ani ostatecznych ani jedynych opcjonalnych teorii przedsiębiorstwa. Jak podaje się w literaturze ekonomicznej²⁸, nie jest możliwa właściwa weryfikacja

²⁷ Podkreślić to można również wypowiedzią K. Kucińskiego:

„Wiadomo natomiast, że niezależnie od wszelkich lęków, ostrzeżeń i zakłęb gospodarka będzie się rozwijała tak w mikro- i makroskali, kierując się dążeniem do efektywności i maksymalizacji korzyści ekonomicznych, rozumianych zgodnie z właściwym dla danego miejsca i czasu sposobem formułowania celu gospodarowania. A dziać się tak będzie dzięki temu, że jej regulatorem pozostanie rynek, który wprowadzie nie jest doskonałym mechanizmem, ale nie należy go zastępować innym tylko dlatego, że nie potrafimy wykorzystać możliwości jakie stwarza i zaprzęgać go skutecznie do rozwiązywania piętrzących się trudności”.

K. Kuciński, *Istota nauk ekonomicznych*, [w:] *Metodologia nauk ekonomicznych. Dylematy i Wyzwania*, Difin, Warszawa 2010, s. 17–18.

²⁸ A. Noga, *Teorie przedsiębiorstw...*, *op. cit.*, s. 67.

tego, które z autonomicznych celów podmiotów gospodarowania stanowią główne czy też integrujące ujęcie przedsiębiorstwa. Przedsiębiorstwo jest złożonym zbiorem celów autonomicznych. I, jak wskazuje A. Noga, cele te mogą być realizowane bardziej skutecznie przez przedsiębiorstwo niż inne formy instytucji czy regulatorów gospodarki. Ostatecznie wyodrębniony zbiór celów działania determinujący powstanie i funkcjonowanie przedsiębiorstwa, określa wynikowo konwergencja priorytetów i oczekiwań – zarówno niezależnie ustalonych, jak i odgórnie wpisanych w uczestnictwo w środowisku rynkowym. Dlatego również problematyka przedsiębiorstw społecznym wymagają osobnej analizy w nawiązaniu do rozpoznanych w literaturze celów.

Jedną z grup celów szczególnie uwydatnianych w niniejszym wywodzie są cele społeczne przedsiębiorstw ujęte w perspektywie przedsiębiorstw społecznych. Cele społeczne w działalności gospodarczej akcentowane są szczególnie w literaturze amerykańskiej²⁹, gdzie zagadnienie przedsiębiorczości społecznej rozpatrywane jest w odniesieniu do wszystkich przedsiębiorstw. Na uwagę zwraca fakt, że realizowanie celów społecznych jest często konfrontowane na zasadzie antagonizmu z motywacją przedsiębiorstw skierowaną na zysk.

Konfrontując jednak to stwierdzenie z wynikami badań empirycznych, można wskazać na następujące prawidłowości:

- Jak wynika z badań kategoria misji społecznej stanowi istotny aspekt funkcjonowania przedsiębiorstw społecznych. W przeważającej liczbie badanych przedsiębiorstw zorientowanie pracowników na misję wskazywane jest jako najmocniejszą stroną funkcjonowania przedsiębiorstwa (zarówno w przypadku przedsiębiorstw społecznych w ujęciu europejskim, jak i amerykańskim). Również ze względu na przeważającą w badaniu liczbę mikroprzedsiębiorstw można wywnioskować wyraźną tendencję tych podmiotów do identyfikowania swojej działalności z określoną misją.
- Badane przedsiębiorstwa społeczne wskazują w działalności na cel wspierania grupy osób znajdujących się w szczególnie trudnej sytuacji.
- Poprawa jakości życia jest kategorią bezpośrednio uwzględniającą zasadność funkcjonowania przedsiębiorstw o celach społecznych.
- Badane potencjalne przedsiębiorstwa społeczne w jednostkowych przypadkach nie deklarują przeznaczania zysków na cele społeczne. Świadczy to o istniejącym potencjale przedsiębiorstw komercyjnych w dążeniu do realizowania celów prospołecznych w ramach prowadzonej działalności.

²⁹ Zob. wstęp w: S.K. Alter, *Managing the Double Bottom Line: A Business Planning Reference Guide for Social Enterprises*, Washington 2000, s. 5 oraz rozważania definicyjne wprowadzone w niniejszym artykule.

- Jedną z najważniejszych cech przedsiębiorstw społecznych biorących udział w badaniu jest oddziaływanie przedsiębiorstw na otoczenie nie przejawiające się tylko ściśle ukierunkowaną współpracą z partnerami handlowymi i transakcjami ekonomicznymi podporządkowanymi prowadzonej produkcji, ale także uczestnictwem w życiu społecznym regionu.

Na uwagę zwraca istotny fakt, że przedsiębiorczość społeczna ze względu na tylko częściowe legislacyjne sprecyzowanie, które na przykład pomija przedsiębiorstwa społeczne wśród tzw. zwykłych przedsiębiorstw prywatnych, jest tylko w ograniczonym zakresie obecna w dyskursie publicznym i w działaniach instytucjonalnych, które preferują jedynie przedsiębiorstwa utożsamiane z tzw. ekonomią społeczną.

PODSUMOWANIE

Podsumowując zagadnienie empirycznej analizy przedsiębiorstw społecznych w kontekście teorii przedsiębiorstwa, należy wymienić następujące wnioski:

1. Nawiązując do poszukiwania nowego paradygmatu nauk ekonomicznych zarówno w wymiarze analizy wydarzeń społeczno-gospodarczych, jak również właściwej metodologii opartej również na aspektach jakościowych i interpretatywnych, następuje wyraźne skierowanie w stronę humanizacji nauk ekonomicznych. Właściwą konstrukcją teoretyczną, według której można określić relacyjność funkcjonowania przedsiębiorstw społecznych, okazała się *teoria konfirmy*.
2. Zgodnie z założeniami *konfirmy* przedsiębiorstwo, aby mogło najefektywniej realizować się w życiu gospodarczym powinno równoważyć cele przedsiębiorstwa z celami gospodarstw domowych. Dywersyfikacja celów i społeczna specyfika działania przedsiębiorstw społecznych w konsekwencji pozwala na odniesienie się również obok *teorii konfirmy* do konsumenckiej teorii przedsiębiorstwa, teorii behawioralnej oraz ewolucyjnej teorii przedsiębiorstw. Dodatkowo wykazana w badaniu przewaga mikro- i małych przedsiębiorstw potwierdza funkcjonalność analizowanych przedsiębiorstw społecznych w aspekcie powiązania z gospodarstwem domowym i ich otoczeniem.
3. Założenia przedsiębiorstwa społecznego w rozwinięciu *teorii konfirmy* można usystematyzować w następujących stwierdzeniach:

- połączenie celów gospodarstwa domowego przedsiębiorstwa i państwa może być realizowane w środowisku lokalnym i być elementem lokalnego rozwoju endogenicznego;
 - konsekwencją rozwinięcia *teorii konfirmy* jest zaakcentowanie głównej roli mikroprzedsiębiorstw jako podmiotów realizujących cele społeczne w środowisku lokalnym;
 - analizowane w badaniu empirycznym przedsiębiorstwa społeczne komercyjne i podmioty ekonomii społecznej wykazują podobne zachowania w podobnych warunkach rynkowych, co świadczy o możliwości selekcji przedsiębiorstw społecznych z szerszego zbioru przedsiębiorstw funkcjonujących na rynku.
4. Określając lokalny i społeczny charakter przedmiotu badawczego, uznać należy potrzebę integracji w ramach jego funkcjonowania celów działalności przedsiębiorstwa z celami gospodarstwa domowego i państwa. Zależność tą można zinterpretować opierając się na rozbudowanej *teorii konfirmy*.
 5. Jak wynika z przeprowadzonych badań część podmiotów statystycznie figurująca w zbiorze podmiotów ekonomii społecznej spełnia cele społeczne jedynie w sposób deklaracyjny.
 6. Uwadze wymyka się znaczna grupa przedsiębiorstw społecznych realizujących swoje funkcjonalnie społeczne cele w ramach formalnej działalności komercyjnej.

Podjęte badania empiryczne wpisują się w trendy określania funkcji, celów i istoty przedsiębiorstwa jako podmiotu gospodarczego uwzględniającego podmiotowość jednostki oraz celów społecznych.

BIBLIOGRAFIA

- Alter K., *Managing the Double Bottom Line: A Business Planning Reference Guide for Social Enterprises*, Washington 2000.
- Alter K., *Typologia przedsiębiorstw społecznych*, [w:] J.J. Wygnański, *Przedsiębiorstwo społeczne. Antologia kluczowych tekstów, wybór tekstów*, Fundacja Inicjatyw Społeczno-Ekonomicznych, Warszawa 2008.
- Austin J., *Trzy kierunki badań nad przedsiębiorczością społeczną*, [w:] J. Mair, J. Robinson, K. Hockerts (red.), *Przedsiębiorczość społeczna*, przekład K. Dzieciolowicz, Wyższa Szkoła Pedagogiczna TWP w Warszawie, Warszawa 2010.
- Borzaga C., Tortia E., *Miejsce organizacji ekonomii społecznej teorii firmy*, [w:] J.J. Wygnański, *Antologia tekstów wybranych. Przedsiębiorstwo społeczne, wybór tekstów*, FISE, Warszawa 2008.

- Brdulak J., Florczak E., *Usytuowanie przedsiębiorstwa społecznego w gospodarce*, „Myśl Ekonomiczna i Polityczna”, nr 1–2(32–33)2011, Oficyna Wydawnicza Uczelni Łazarskiego.
- Brdulak J., Jakubik P., *Instytucjonalne i kulturowe uwarunkowania przedsiębiorczości*, [w:] K. Kuciński (red.), *Przedsiębiorczość a rozwój regionalny w Polsce*, Difin, Warszawa 2010.
- Buttler D., *Ekonomia sektora non profit. Krytyka i reinterpretacja wybranych aspektów teoretycznych*, „Ruch Prawniczy, Ekonomiczny i Socjologiczny”, Rok LXXI, zeszyt 4–2009.
- Florczak E., *Przedsiębiorstwo społeczne w środowisku lokalnym*, rozprawa doktorska, Szkoła Główna Handlowa w Warszawie, Warszawa 2014.
- Florczak E., *Przedsiębiorstwo społeczne w teorii konfirmy*, „Kwartalnik Nauk o Przedsiębiorstwie” nr 3(20), Oficyna Szkoły Głównej Handlowej w Warszawie, Warszawa 2011.
- Hansmaan H., *The Ownership of the Enterprise*, Harvard University Press, Harvard 1996.
- Hansmann H., *The Role of Nonprofit Enterprise*, „The Yale Law Journal” 89, 1980.
- Klimczak B., *Instytucje polityczne i prywatne w procesie transformacji polskiej gospodarki*, [w:] A. Noga (red.), *Zmiany instytucjonalne w polskiej gospodarce rynkowej*, Wydawnictwo PTE, Warszawa 2004.
- Kuciński K., *Istota nauk ekonomicznych*, [w:] *Metodologia nauk ekonomicznych. Dylematy i Wyzwania*, Difin, Warszawa 2010.
- Kwaśnicki W., *Ekonomia (gospodarka) społeczna*, Instytut Nauk Ekonomicznych, Uniwersytet Wrocławski, Warszawa 2005.
- Maciejewski M., *Przedsiębiorczość społeczna*, [w:] T. Sadowski (red.), *Rozwój. O tym jak integracja środowisk lokalnych i uspołecznienie gospodarki budują nową jakość*, Fundacja Pomocy Wzajemnej Barka, Poznań 2012.
- Noga A., *Teorie przedsiębiorstw*, Difin, Warszawa 2010.
- Schumpeter J., *Teoria rozwoju gospodarczego*, PWN, Warszawa 1960.
- Wojtysiak-Kotlarski M., *Teoria przedsiębiorstwa a koncepcje zarządzania i praktyka biznesu*, Oficyna Wydawnicza Szkoły Głównej Handlowej w Warszawie, Warszawa 2011.

Strony internetowe:

http://www.ekonomiaspoleczna.pl/files/ekonomiaspoleczna.pl/public/InstytucjeWspierajaceES/Zespol_strategiczny/ustawa_o_przedsiębiorstwie_spolescznym.pdf

PRAKTYCZNA TEORIA PRZEDSIĘBIORSTWA SPOŁECZNEGO

Streszczenie

Celem artykułu jest zlokalizowanie przedsiębiorstwa społecznego w problematyce funkcjonujących teorii przedsiębiorstw, ze szczególnym uwzględnieniem *teorii konfirmy*, jak również zestawienie wyników badań empirycznych dotyczących przedsiębiorstw społecznych ze zmodyfikowaną autorsko koncepcją *teorii konfirmy* przedsiębiorstwa.

Punktem wyjścia artykułu jest problem humanizacji teorii ekonomii oraz metodologii ekonomicznych badań empirycznych. Wyodrębniona została kategoria przedsiębiorstwa społecznego w gospodarce – jego funkcje, klasyfikacje oraz próby legislacyjnego unormowania. Przedsiębiorstwo społeczne zostało umiejscowione w obecnych w literaturze przedmiotu teoriach przedsiębiorstw. Głównym obszarem teorii przedsiębiorstw identyfikowanym z przedsiębiorstwem społecznym została koncepcja *teorii konfirmy*. *Teoria konfirmy* została zmodyfikowana autorsko na potrzeby umiejscowienia w jej ramach przedsiębiorstwa społecznego. Dla zweryfikowania teoretycznych założeń nastąpiła ich konfrontacja z wynikami empirycznych badań przedsiębiorstw społecznych.

PRACTICAL THEORY OF A SOCIAL ENTERPRISE

Summary

The aim of the article is to locate the issue of a social enterprise in the theory on how companies operate, with particular emphasis on the theory of a *konfirma* [a blend ‘*con-firm*’, coined of ‘*consumer*’ and ‘*firm*’], as well as to present a summary of the results of empirical research into social enterprises with a modified concept of the author’s theory of a *konfirma*.

The starting point for this paper is the issue of humanization of the economic theory and empirical economic research methodology. A category of a social enterprise in the economy has been distinguished and its functions, classification and legislative attempts to regulate it have been presented. A social enterprise has been located in the theories of the firm that are discussed in contemporary literature. The theory of a *konfirma* is the main part of the theory of the firm identified with a social enterprise. The author has modified his theory of a *konfirma* for the need of including it in the category of a social enterprise. To verify the theoretical assumptions, they have been confronted with the results of empirical research into social enterprises.

ПРАКТИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ СОЦИАЛЬНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Резюме

Целью статьи является определение социального предприятия в проблематике функционирующих теорий предприятия, с особым учётом *теории конфирмы*, а также обобщение результатов эмпирических исследований, касающихся социальных предприятий с авторской модификацией концепции *теории конфирмы* предприятия.

Точкой отсчёта в статье является проблема гуманизации экономической теории и методологии экономических эмпирических исследований. Была выделена категория социального предприятия в экономике – его функции, классификации и попытки законодательного нормирования. Определено место социального предприятия в существующих в литературе по данному вопросу теориях предприятия. Главным направлением теории предприятия, отождествляемым с социальным предприятием, оказалась концепция *теории конфирмы*. *Теория конфирмы* была модифицирована автором с целью определения её в рамках социального предприятия. Для проверки теоретических предпосылок были привлечены результаты эмпирических исследований социальных предприятий.