

W POSZUKIWANIU METODY WYZNACZANIA WARTOŚCI PRZEDSIĘBIORSTWA SPOŁECZNEGO

DOI: 10.26399/meip.3(82).2024.17/e.florczak

WPROWADZENIE

Zagadnienie prospołeczności ma istotne miejsce zarówno w teorii ekonomii, intelektualnym nurcie perspektywy nauk ekonomicznych, jak i w praktycznych przejawach życia gospodarczego. Dlatego również z punktu widzenia użyteczności, kreowania rozwoju cywilizacyjnego ważne jest, aby podjąć próbę nadania i określenia kwantyfikowalnej wartości prospołeczności w życiu gospodarczym. Problematyka prospołeczności w ekonomii dotyczy realizacji celów społecznych w ramach działalności rynkowej. W tym zakresie wyodrębnił się specyficzny podmiot określany jako **przedsiębiorstwo społeczne**.

Tematyka przedsiębiorstwa społecznego już na etapie tworzenia definicji wzbudza dyskusje i brak jednoznaczności zarówno w obszarze teorii ekonomii, jak i praktyki gospodarczej².

Chociaż tematyka przedsiębiorstw społecznych na gruncie naukowym i akademickim rozpatrywana jest od ponad 20 lat, nadal mówi się o niejednoznaczności definicyjnej, jaka dotyczy przedsiębiorstwa społecznego. Na przestrzeni lat w literaturze międzynarodowej tworzone były definicje przedsiębiorstw społecznych, na które wpływ miały **kraj, położenie kontynentalne, instytucje tworzące definicje czy perspektywy badawcze, jakie prezentują autorzy**.

Kluczowym jednak punktem wyjścia do dyskusji nad różnorodnymi definicjami jest, wspólne dla wszystkich podejść, stwierdzenie, że przedsiębiorstwo społeczne to

¹ Szkoła Główna Handlowa w Warszawie, ORCID 0000-0002-5958-7163, e-mail: ewelina.florczak@gmail.com.

² Wskazuje to J. Brdulak, E. Florczak, *Uwarunkowania działalności przedsiębiorstw społecznych w Polsce*, Oficyna Wydawnicza Uczelni Łazarskiego, Warszawa 2016.

podmiot, który w ramach działalności gospodarczej realizuje określone cele społeczne. Jednak na etapie dyskusji naukowej i praktyki gospodarczej wyodrębnia się szczegółowe składowe elementy zagadnienia metodyki tworzenia definicji przedsiębiorstwa społecznego. Z tego powodu możemy wyodrębnić perspektywy, które określają jego zakres – odnoszący się do ogółu podmiotów realizujących cele społeczne lub ściśle określonych form wskazanych przez rozwiązania legislacyjne w poszczególnych krajach.

Celem niniejszego artykułu jest przedstawienie profilu przedsiębiorstwa społecznego w kontekście wieloznaczności definicyjnej. Następnie omówiona zostanie problematyka wartości w ekonomii i użytkowej wartości społecznej. Teza, jaka przyświeca niniejszym rozważaniom, określa, że w obliczu pluralizmu definicyjnego przedsiębiorstwa społecznego, sposobem, jaki pozwoli na odnalezienie wspólnego mianownika między definicjami, jest poszukanie metody na obliczenie wartości społecznej, generowanej przez przedsiębiorstwa niezależnie od formy prawnej, struktury organizacyjnej, lokalizacji kontynentalnej czy państwowej. Do konstruowania metody obliczania użytkowej wartości społecznej wykorzystano model usytuowania przedsiębiorstwa społecznego w społeczeństwie obywatelskim, zaproponowany przez autorkę³.

WIELOZNACZNOŚĆ DEFINICYJNA PRZEDSIĘBIORSTWA SPOŁECZNEGO

Od lat 90. XX w., kiedy w literaturze naukowej zaczęły pojawiać się zagadnienia przedsiębiorstw społecznych, prezentowane są równocześnie propozycje definicyjne. Tworzone są przez naukowców, ośrodki badawcze i naukowe, instytucje sfery publicznej, więc ta różnorodność instytucjonalna i podmiotowa ma znaczny wpływ na formułowane treści w tworzeniu określonych definicji.

Powszechnie uważa się, że początki współczesnej przedsiębiorczości społecznej sięgają końca lat 70. XX w., kiedy w Stanach Zjednoczonych Bill Draytona założył Ashokę, organizację stworzoną w celu podkreślania pracy przedsiębiorców społecznych – przedsiębiorców zaangażowanych w rozwiązywanie problemów społeczno-ekonomicznych.

W latach 70. rozpoczął swoją działalność także Muhammed Yunus⁴, który w Bangladeszu założył Grammen Bank, przyznający najbiedniejszym mieszkańcom mikrokredyty na preferencyjnych warunkach. Jego założeniem było i jest pomoc biednym rodzinom, szczególnie kobietom, aby mogły samodzielnie wyzwolić się z ubóstwa, poprzez samozatrudnienie lub podjęcie innej pracy zarobkowej.

³ Niniejsze rozważania są kontynuacją tematyki podjętej w: E. Florczak, *Wartość przedsiębiorstwa społecznego w systemie rynkowym społeczeństwa obywatelskiego*, „Kwartalnik Nauk o Przedsiębiorstwie” 2023, nr 70(4), s. 19–35.

⁴ M. Yunus, *Świat bez ubóstwa. Czas na przedsiębiorstwo społeczne*, ConCorda sp. z o.o., Warszawa 2013.

W Europie początek działalności modelowych dla europejskiej interpretacji przedsiębiorstw społecznych datuje się na rozwój spółdzielni społecznych w północnych Włoszech. Rozwój przedsiębiorstw w tym kraju był odpowiedzią na ówczesne problemy socjalne, których państwo nie było w stanie efektywnie rozwiązać. Wówczas wykorzystano funkcjonujące tam na szeroką skalę spółdzielnie i nadano im specjalną funkcję realizacji usług społecznych i integracji społeczno-zawodowej. Przejęły one zarazem w dużym stopniu zadania właściwe dla sfery instytucji publicznych i podkreśliły oddolny, obywatelski i lokalny charakter zabezpieczenia podstawowych potrzeb socjalnych społeczeństwa włoskiego (szczególnie północnej i zachodniej części). Uznanie prawne spółdzielni społecznych we Włoszech dokonało się w 1991 r. poprzez uchwalenie odrębnego aktu prawnego im poświęconego – wyodrębniając spółdzielnie działające w obszarze zdrowia, edukacji i usług społecznych (spółdzielnie typu A) i spółdzielnie integrujące z rynkiem pracy (spółdzielnie typu B)⁵.

Ważne jest również skierowanie uwagi na kontynent amerykański, gdzie w późniejszym okresie w Stanach Zjednoczonych instytucjonalne ujęcie tematyki przedsiębiorstw społecznych zaznaczyło się w 1993 r., kiedy Harvard Business School wprowadził program *Social Enterprise Initiative*⁶. Wówczas na większą skalę w Stanach Zjednoczonych, i w Europie, wprowadzano systemowe programy poświęcone przedsiębiorczości społecznej – w kontekście naukowym, badawczym, szkoleniowym i praktycznym. W USA, z uwagi na przedsiębiorczą tradycję tego kraju, prospołeczność będzie umiejscawiana również wśród podmiotów komercyjnych, które realizując cele społeczne, traktowane są jako przedsiębiorstwa społeczne w ramach szerokiej i pojemnej definicji przedsiębiorczości społecznej w tym kraju, nieograniczającej się do form prawnych czy struktury własności.

Dlatego też analizę różnorodności definicyjnej warto dokonać pod kątem różnienia na europejskie i amerykańskie podejście do definiowania przedsiębiorstw społecznych. Ważne jest również naukowe rozpatrzenie, jak to podejście ewoluowało na przestrzeni lat w dwóch rozpatrywanych perspektywach.

W Unii Europejskiej przedsiębiorstwa społeczne wprowadzone zostały w strategiczną politykę spójności ekonomicznej i społecznej instytucji unijnych, w szczególności Rady Europejskiej, Rady Unii Europejskiej, Parlamentu Europejskiego, Komisji Europejskiej, Komitetu Ekonomiczno-Społecznego i Komitetu Regionów⁷. Koncepcja

⁵ C. Borzaga, A. Santuari, *Przedsiębiorstwa społeczne we Włoszech*, MPiRS, Warszawa 2005, s. 26–27.

⁶ <https://www.hbs.edu/socialenterprise/about/> [dostęp: 23.07.2024].

⁷ Więcej na ten temat: J. Brdulak, E. Florczak, T. Gardziński, *Przedsiębiorstwo społeczne szansą zmniejszenia kosztów napięć we współczesnym kapitalizmie*, [w:] *Prospołeczność w życiu społeczno-gospodarczym w XXI wieku*, red. E. Florczak, M. Dahl, Oficyna Wydawnicza Uczelni Łazarskiego, Warszawa 2021.

ta polega na uznaniu przedsiębiorstw społecznych jako ważnego elementu aktywizacyjnej polityki społeczno-gospodarczej i prozatrudnieniowej w UE. Formy prawne przedsiębiorstw społecznych, jakie są szczególnie obecne w państwach unijnych, są wynikiem historycznych uwarunkowań. W tradycji europejskiej podkreślić należy spółdzielczy i stowarzyszeniowy rodowód przedsiębiorstw społecznych, który ukształtował się szczególnie w gospodarce państw Europy Zachodniej i Południowej (należy zaznaczyć bogatą tradycję spółdzielczą i stowarzyszeniową w Polsce, mającą swoje początki w XVIII w.). Takie podejście wyznacza tzw. instytucjonalny kontekst identyfikacji przedsiębiorstw społecznych, zorientowany na formach prawnych podmiotów – jest tu mowa przede wszystkim o spółdzielniach, stowarzyszeniach, fundacjach, towarzystwach wzajemnościowych. Uwagę jednak zwraca różny kontekst instytucjonalny w poszczególnych krajach europejskich, ponieważ każde państwo ze względu na indywidualną tożsamość systemową, historyczną, kulturową i społeczną, wykształciło odmienne podejście do definiowania, a także uwzględniania przedsiębiorstwa społecznego w swojej przestrzeni gospodarczej i politycznej. Dlatego też w 1996 r. Europejska Sieć Badawcza EMES⁸ podjęła się określania wspólnych kryteriów w celu identyfikacji funkcjonujących podmiotów gospodarczych, które mogłyby zostać nazwane „przedsiębiorstwami społecznymi” w każdym z piętnastu badanych państw. Na podstawie badań, sieć przyjęła następującą definicję: „Przedsiębiorstwo społeczne może być definiowane jako prywatna, autonomiczna organizacja dostarczająca produktów lub usług na rzecz szerszej społeczności, której założycielem albo zarządzającym jest grupa obywateli i w której zakres korzyści materialnych podlega ograniczeniom”⁹.

Z kolei w Stanach Zjednoczonych przedsiębiorstwo społeczne pozostaje pojęciem bardzo szerokim i często dość niejasnym, odnoszącym się przede wszystkim do rynkowej działalności gospodarczej, służącej celowi społecznemu. Przedsiębiorstwo społeczne jest zatem postrzegane jako innowacyjna odpowiedź na problemy finansowe organizacji non-profit, które mają coraz większe trudności w pozyskiwaniu prywatnych darowizn oraz dotacji rządowych i fundacyjnych¹⁰. Podejście amerykańskie ma wpływ na otwarcie się przedsiębiorczości społecznej na różnorodne sfery życia

⁸ EMES – francuska organizacja – sieć badawcza zajmująca się badaniami nowopowstających w latach 90. XX w. przedsiębiorstw społecznych w Europie (1996–1999). Inicjatorem powstania sieci badawczej była Dyrekcja Generalna ds. Badań Komisji Europejskiej, która zleciła zakreślony wówczas zakres badawczy przedsiębiorstw społecznych w Unii Europejskiej. W dalszych latach EMES rozszerzył swoją działalność i obecnie łączy ona ośrodki badawcze, naukowców, wyspecjalizowane w ekonomii społecznej i przedsiębiorczości społecznej z całej Europy.

⁹ J. Defourny, *Przedsiębiorstwo społeczne w poszerzonej Europie: koncepcja i rzeczywistość*, „Rynek Pracy” 2005, nr 1, s. 31.

¹⁰ J.G. Dees, *Enterprising Nonprofits*, „Harvard Business Review” 1998, January – February, s. 55–67.

społeczno-gospodarczego, nieodnoszące się jedynie do problemu wykluczenia społecznego i realizacji podstawowych usług społecznych, ale jest przejawem budowania innowacyjnego podejścia przedsiębiorców i liderów lokalnych do podnoszenia jakości życia społeczności lokalnych.

Podkreślając rynkowy charakter przedsiębiorstw społecznych, należy zwrócić uwagę na równoważenie kondycji ekonomicznej i finansowej, która jest niezbędna do realizacji misji społecznej. Dlatego też w amerykańskim podejściu wyniki finansowe są istotnym elementem działalności przedsiębiorstw społecznych i pozwalają na generowanie tzw. podwójnego wyniku, czyli osiąganie korzyści finansowych i społecznych w ramach swojej działalności gospodarczej oraz misji społecznej.

Polskie definicje przedsiębiorstwa społecznego zaczęły pojawiać się w literaturze naukowej na początku XXI w.¹¹ po przystąpieniu Polski do Unii Europejskiej. Szczególnie tematyka ta upowszechniła się podczas realizacji Inicjatywy Wspólnotowej EQUAL, finansowanej przez Europejski Fundusz Społeczny¹². W ramach tematu przewodniego programu – wzmocnienia krajowej gospodarki społecznej (trzeciego sektora) – rozwinęły się inicjatywy naukowe, badawcze, konferencyjne i projektowe w dziedzinie przedsiębiorczości społecznej. I tak, jednymi z pierwszych autorów polskiej definicji przedsiębiorstwa społecznego są J. Hausner i H. Izdebski, którzy określają ją jako: „Społecznie użyteczną działalność gospodarczą prowadzoną w rozwijającym się obszarze ekonomii społecznej”¹³, a przedsiębiorstwo społeczne jako: „[...] organizację prowadzącą działalność gospodarczą, która wyznacza sobie cele ściśle społeczne i która inwestuje wypracowane nadwyżki zależnie od wyznaczonych sobie celów w działalność lub we wspólnotę, zamiast kierować się potrzebą osiągnięcia maksymalnego zysku na rzecz akcjonariuszy lub właścicieli”¹⁴.

¹¹ <https://publicystyka.ngo.pl/przedsiębiorstwa-spoeczne-doc-dr-hab-ewa-les-gazeta-prawna> [dostęp: 03.08.2024]; J. Blicharz, *Gospodarka społeczna: nowy model przedsiębiorczości w służbie interesu ogólnego?*, „Acta Universitatis Wratislaviensis. Przegląd Prawa i Administracji” 2002, nr 4116, t. CXXVIII, https://repozytorium.uni.wroc.pl/Content/136271/PDF/02_J_Blicharz_Gospodarka_spoeczna_nowy_model_przedsiębiorczosci.pdf [dostęp: 22.07.2024].

¹² Inicjatywa Wspólnotowa EQUAL jest częścią strategii Unii Europejskiej na rzecz stworzenia większej liczby lepszych miejsc pracy i zapewnienia szerokiego do nich dostępu. Głównym celem inicjatywy EQUAL jest testowanie oraz popieranie nowych sposobów zwalczania wszelkich form dyskryminacji i nierówności na rynku pracy, z powodu płci, pochodzenia rasowego, etnicznego, wyznania, przekonań, niepełnosprawności, wieku lub orientacji seksualnej, zarówno wobec osób zatrudnionych, jak i poszukujących pracy, <http://www.equal.org.pl/equal.php?lang=pl> [dostęp: 22.07.2024].

¹³ J. Hausner, H. Izdebski, *Przedsiębiorstwo społeczne w Polsce. Teoria i praktyka*, skrypt 4, Małopolska Szkoła Administracji Publicznej UEK, Kraków 2008.

¹⁴ K. Herbst, *Tezy do „Ekspertyzy w zakresie wzmocnienia instytucji Ekonomii Społecznej”*, „Kwartalnik Ekonomia Społeczna” 2008, nr 2/(3), UE, MSAP, Kraków 2008.

W Polsce od 2022 r. funkcjonuje prawna definicja przedsiębiorstwa, mającego status przedsiębiorstwa społecznego – zgodnie z ustawą o ekonomii społecznej z dnia 5 sierpnia 2022 r. Według jej zapisów przedsiębiorstwo społeczne – to podmiot ekonomii społecznej, który prowadzi działalność gospodarczą zarejestrowaną, działalność odpłatną pożytku publicznego, działalność kulturalną lub oświatową, spełnia formalne zasady co do zatrudniania personelu, podejmowania formy działalności zorientowanej na usługi, przyjmuje określoną wewnętrzną politykę do rozporządzania zyskiem i stosuje zasady związane z partycypacją pracowników w zarządzanie przedsiębiorstwem¹⁵.

Powyższe zapisy określają w sposób formalno-administracyjny charakter i miejsce przedsiębiorstwa społecznego. Podsumowując główne wytyczne, jakie wynikają z ustawy, specyfikę przedsiębiorstwa społecznego kształtuje przede wszystkim jego funkcja (integracja i reintegracja społeczno-zawodowa), realizacja usług społecznych i socjalnych, struktury zatrudnienia, z uwzględnieniem osób z grupy tzw. wykluczenia społecznego i zarządzania demokratycznego, a także celów przeznaczania zysku z działalności gospodarczej.

Przedstawione spektrum perspektyw terminologicznych przedsiębiorstwa społecznego wskazuje z jednej strony na chaos definicyjny, niejednoznaczność i trudność w ostatecznym jej określeniu, lecz z drugiej strony inspiruje do poszukiwania istoty wspólnej dla różnorodnych podejść. Istotą tą jest tworzenie społecznej wartości dodanej przez przedsiębiorstwo społeczne, czyli podkreślenie jego funkcjonalnej użyteczności, oddziałującej na otoczenie wewnętrzne i zewnętrzne. Z kolei przedstawiona różnorodność definicyjna świadczy o potencjale tej formy działalności i jej zdolności adaptacyjnych do różnorodnych uwarunkowań. Takie podejście przyświeca autorce, odwołującej się do tezy przyjętej na początku rozważań, o uznaniu różnorodności definicyjnej i wyodrębnieniu uniwersalnego sposobu do określania identyfikacji wartości użytkowej generowanej przez przedsiębiorstwa bez względu na ich formę prawną i strukturę zarządczą.

Dodatkowo analizę definicyjną można przeprowadzić poprzez zidentyfikowanie cech odróżniających je od typowo komercyjnych przedsiębiorstw rynkowych, a także celów i funkcji, jakie realizuje w ramach swojej działalności. Jest to przydatne w procesie określania społecznej wartości użytkowej przedsiębiorstw społecznych. Jak określa A. Waligóra¹⁶, sens gospodarowania ma charakter wielowymiarowy i częściowo pozamaterialny. Dlatego różnica między przedsiębiorstwami społecznymi a komercyjnymi nie powinna być radykalna, lecz stopniowana. Istota tego różnicowania, w ramach niniejszej pracy, dotyczy identyfikacji obszarów generowania społecznej wartości

¹⁵ Więcej na ten temat: J. Brdulak, E. Florczak, *Przedsiębiorstwo społeczne w ujęciu ustawy o ekonomii społecznej versus teoria i praktyka gospodarcza*, „Studia Ekonomiczne i Regionalne” 2022, vol. 15, issue 4.

¹⁶ A. Waligóra, *Przedsiębiorczość społeczna, gospodarka społeczna, ekonomia społeczna*, CeDeWu, Warszawa 2022, s. 27.

dodanej, niezależnie od form prawnych i organizacyjnych podmiotów. W konsekwencji główne kategorie różnic można odnieść do 5 wymiarów, które dotyczą specyfiki przedsiębiorstwa społecznego¹⁷.

Pierwszym jest motyw powstania – przedsiębiorstwo społeczne cechuje się tym, że powołane zostaje do życia z powodu i dla celów społecznych; do realizowania zmiany społeczno-ekonomicznej otoczenia.

Drugim jest misja – dla przedsiębiorstw społecznych realizowanie celów społecznych jest jednoznacznie połączone z ich misją, a zysk jest narzędziem do realizacji tych celów. W związku z tym maksymalizacja zysku nie będzie głównym celem działalności przedsiębiorstwa.

Trzecim jest rodzaj prowadzonej działalności – rozpatrywane tutaj będą zarówno usługi, jak i produkty, które wytwarzają społeczną wartość użytkową.

Czwartym jest ekonomizacja celów społecznych – cele społeczne w tym zakresie są stymulatorem działalności gospodarczej, która daje szansę na ich realizację i spełnienie oczekiwań w zakresie społecznych potrzeb. Należy wskazać na termin **ekonomizacji celów społecznych** jako generowanie wartości ekonomicznej w ramach realizacji celów społecznych. Wprowadza to synergii postępu społecznego i ekonomicznego w kategoriach wzrostu ekonomicznego, rozwoju jakościowego i ilościowego.

Piąty aspekt to podwójny rachunek wartości ekonomiczno-społecznej – dotyczy on tego, że kwantyfikacji w przypadku przedsiębiorstw społecznych podlegają zarówno rezultaty działalności ekonomicznej, jak i społecznej.

Takie funkcje odnoszą się do przedsiębiorstw społecznych w ujęciu administracyjnym i prawnym (poprzez wpisanie ich w treści ustaw i aktów prawnych)¹⁸, a także były przedstawiane w początkowym etapie dyskusji naukowej, dotyczącej obecności przedsiębiorstw społecznych w gospodarce¹⁹.

Patrząc na ewolucję działalności i postrzegania przedsiębiorstw społecznych, należy wskazać na rozwój katalogu funkcji, jakie one pełnią – również podążając za ewolucją rynku i potrzeb, które pojawiają się na przestrzeni lat:

- rozwój społeczny w szerszym zakresie zaspokajania potrzeb turystycznych, kulturalnych, estetycznych – dotyczący społeczeństw z wyższym dochodem rozporządzalnym;

¹⁷ Należy ponadto zwrócić uwagę na szeroko zakrojoną konceptualizację przedsiębiorczości społecznej. Więcej na ten temat: A. Pacut, *Rozwój przedsiębiorczości społecznej w Polsce*, Scholar, Warszawa 2022.

¹⁸ E. Florczak, K. Skrobisz, *Samorząd gminny a ekonomia społeczna – struktura organizacyjna i perspektywy współpracy*, Oficyna Wydawnicza Uczelni Łazarskiego, Warszawa 2023.

¹⁹ E. Leś, *Gospodarka społeczna, nowa gospodarka społeczna, przedsiębiorstwo społeczne*, [w:] *Gospodarka społeczna i przedsiębiorstwo społeczne. Wprowadzenie do problematyki*, red. E. Leś, WUW, Warszawa 2008.

- realizacja pozafinansowych celów przedsiębiorców, w tym kreowanie trendów, zaangażowanie w społeczne inicjatywy;
- integracja wartości ekonomicznych i społecznych na poziomie oferty zewnętrznej przedsiębiorstwa, jak również jego środowiska wewnętrznego;
- rozwój świadomości konsumentów, w kontekście wyborów konsumenckich dyktowanych prospołecznymi względami przedsiębiorstwa i społeczną wartością oferowanych przez nie dóbr i usług;
- rozwój przedsiębiorczości obywatelskiej, jako kierunek kształtowania lokalnego otoczenia gospodarczego i rozwiązywanie lokalnych problemów poprzez ukierunkowaną działalność gospodarczą;
- realizacja założeń gospodarki zamkniętego obiegu – w tym należy wskazać na zrównoważone gospodarowanie zasobami i działalność w obszarze tzw. zielonej gospodarki.

Zakres funkcji będzie z biegiem lat się poszerzał i zmieniał równoległe do zmian następujących na rynku i w życiu społeczno-gospodarczym.

Uwidacznia się tutaj integralność funkcji przedsiębiorstwa społecznego poza typowe funkcje: wytwórczą, finansową i ekonomiczną. Jak wskazuje K. Wygnański²⁰, jego funkcją bowiem nie jest tylko wytwarzanie określonych dóbr i usług, ale też mobilizacja kapitału społecznego, generowanie innowacyjności oraz poszerzanie rynku przez włączanie do uczestnictwa w nim osób dotychczas wykluczonych. Poszerzanie rynku odnosi się również do uwzględniania wielu innych interesariuszy przedsiębiorstwa (bezpośrednich i pośrednich, będących odbiorcami wartości społecznych generowanych przez przedsiębiorstwo społeczne).

Rozszerzenie rynku dotyczy uwzględnienia w jego zasięgu celów społecznych, które dzięki ich ekonomizacji mogą przełożyć się na wymierną zmianę rozwojową. W literaturze zaznacza się, że przedsiębiorstwo społeczne jest częścią gospodarki rynkowej, ale specyficzną, gdyż lokującą swoją misję i cele poza rynkiem. Uczestniczy w gospodarce rynkowej, jednak według specyficznych reguł, co różni je od przedsiębiorstw komercyjnych²¹. Takie spojrzenie można rozszerzyć do stwierdzenia, że działalność gospodarcza przedsiębiorstw społecznych pozwala na ekonomizację ich społecznych celów i misji, przez co mogą być realizowane w bardziej skuteczny i wymierny sposób.

Przedstawiony zakres definicyjny wskazuje, że problematyka przedsiębiorstwa społecznego jest bezpośrednio powiązana z praktyką gospodarczą, społeczną i skomplikowanymi ich przejawami w zależności od kraju i regionu, w którym się rozstrzygają.

²⁰ J.J. Wygnański, *Przedsiębiorstwo społeczne, Antologia kluczowych tekstów*, FISE, Warszawa 2008.

²¹ E. Czerwińska, *Ekonomia społeczna w ujęciu prawnym*, [w:] *Zarządzanie przedsiębiorstwem społecznym – raport z badań*, W. Czemieli-Grzybowska (red.), Regionalny Instytut Społeczno-Ekonomiczny, Białystok 2010, s. 174.

Dowodzi to temu, że wprowadzenie jednoznacznej uniwersalnej definicji odnoszącej się do kategorii prawnych, własnościowych, organizacyjnych może wykluczyć podmioty, które faktycznie realizują cele społeczne i mają silne prospołeczne oddziaływanie na otoczenie, w którym się znajdują. Z drugiej strony należy zrozumieć potrzebę porządkowania podmiotów dla celów administracyjnych i urzędniczych. Przyjmując jednak ekonomiczno-społeczną perspektywę, autorka wprowadza koncepcję określania przedsiębiorstw społecznych ze względu na użytkową wartość społeczną, jaką generują.

WARTOŚĆ SPOŁECZNA W EKONOMII

Mówiąc o społecznej wartości użytkowej przedsiębiorstwa, należy rozpocząć rozważania od samej kategorii wartości w ekonomii i różnych jej przejawów. Wartość jest jednym z najważniejszych pojęć ekonomicznych, która określa zasadność i celowość gospodarowania. Od czasów starożytnych definiowana była m.in. przez filozofów, ekonomistów teoretyków i przedstawicieli praktyki zarządzania.

Odnosząc się do działalności podmiotów gospodarczych, kluczowe jest pojęcie ekonomicznej wartości dodanej (*Economic Value Added*), które zostało wprowadzone przez Bennetta Stewarta III w 1991 r. Według tej definicji przedsiębiorstwo generuje ekonomiczną wartość dodaną, gdy stopa zwrotu z zainwestowanego kapitału jest wyższa od średniego ważonego kosztu kapitału (WACC).

Podkreślić należy, że przez ekonomiczną wartość przedsiębiorstwa rozumiana jest jego zdolność do generowania wolnych przepływów pieniężnych w przyszłości. Jednak na przestrzeni lat coraz częściej zwraca się uwagę na zmianę paradygmatu w ekonomii i skierowanie go w stronę upodmiotowienia człowieka w procesie gospodarowania, a także wyznaczania różnorodnych celów działalności przedsiębiorstwa.

Biorąc pod uwagę takie założenia M. Panfil i A. Szablewski określili główne kierunki niezbędnej modyfikacji definiowania wartości przedsiębiorstwa:

- „przeformułowanie celu przedsiębiorstwa: od maksymalizacji wartości dla akcjonariuszy do maksymalizacji wartości dla interesariuszy i zrównoważonego rozwoju przedsiębiorstwa;
- modyfikacja systemu motywacyjnego: podporządkowanie go długoterminowemu budowaniu wartości, a nie krótkoterminowemu zyskom;
- wzmocnienie społecznego wymiaru zarządzania wartością przedsiębiorstwa”²².

²² M. Panfil, A. Szablewski, *Historia, standardy i techniki wyceny przedsiębiorstwa*, [w:] *Wycena przedsiębiorstwa. Od teorii do praktyki*, M. Panfil, A. Szablewski (red. nauk.), Wydawnictwo Poltext, Warszawa 2011, s. 27.

Odnosząc się do przedsiębiorstwa społecznego, należy zaznaczyć przeważające znaczenie nowego definiowania wartości w kontekście celów i funkcji, jakie ma realizować w życiu społeczno-gospodarczym. Wyznaczone cele przedsiębiorstwa społecznego kształtują nową perspektywę kategorii wartości, która odpowiadać będzie na prospołeczne wyniki, rezultaty i społeczne zwroty z inwestycji.

W standardowym postrzeganiu wartości w wycenie przedsiębiorstw przyjmuje się następujące kategorie wartości:

1. godziwa wartość rynkowa (*Fair Market Value*) – to cena, za którą aktywa lub usługi mogą być wymieniane na wolnym rynku pomiędzy dobrze poinformowanymi i niezależnymi stronami, działającymi z pełną wolnością wyboru;
2. wartość sprawiedliwa (*Fair Value*) – to szacowana cena, jaką należałoby zapłacić za aktywa lub otrzymać za zobowiązanie w transakcji pomiędzy uczestnikami rynku na podstawie wyceny na dany dzień, która odzwierciedlałaby obiektywne warunki rynkowe;
3. wartość inwestycyjna (*Investment Value*) – to wartość danego aktywa z perspektywy konkretnego inwestora, uwzględniająca indywidualne cele inwestycyjne, wymagania i ograniczenia;
4. wartość wewnętrzna (*Intrinsic Value*) – to fundamentalna wartość aktywa określona na podstawie jego cech wewnętrznych, takich jak przyszłe przepływy pieniężne i ryzyko, niezależnie od jego aktualnej ceny rynkowej²³.

Odnosząc się do zagadnienia poszerzania definicji wartości, już w samym środowisku przedsiębiorstw nakierowanych na zysk finansowy, dostrzega się różnorodność generatorów budowy wartości przedsiębiorstwa – od finansowych, poprzez marketingowe do niematerialnych.

²³ Dotychczasowe określanie wartości przedsiębiorstwa na podstawie wartości księgowej zostało zmodyfikowane przez B. Grahama, który przyjął pojęcie „wartość wewnętrzna” odróżniając je od wartości księgowej i wartości rynkowej. Identyfikował spółki, które generowały zdolność do wypłacania dywidend w przyszłości i uznawał to jako rzeczowy wymiar wartości akcji.

Tabela 1.
Generatory i prawidłowości budowy wartości przedsiębiorstwa

Finansowe	Marketingowe	Niematerialne
<ul style="list-style-type: none"> • wzrost sprzedaży; • wzrost marży zysku operacyjnego; • powiększanie majątku trwałego, ale z dodatnim IRR; • obniżenie średniego ważonego wzrostu kapitału. 	<ul style="list-style-type: none"> • pozyskiwanie nowych klientów; • budowa nowych kanałów dystrybucji; • umiędzynarodowienie wzrostu. 	<ul style="list-style-type: none"> • kapitał intelektualny; • zdolność do innowacji; • wzmacnianie siły marki; • tworzenie i rozwój kultury wewnętrznej; • komunikacja, budowanie zaufania i wzmacnianie reputacji społecznej.

Źródło: M. Panfil, A. Szablewski, *Historia, standardy i techniki wyceny przedsiębiorstwa*, [w:] *Wycena przedsiębiorstwa. Od teorii do praktyki*, M. Panfil, A. Szablewski (red. nauk.), Wydawnictwo Poltext, Warszawa 2011, s. 35.

Definiowanie wartości przedsiębiorstwa wymaga również zastosowania odpowiedniej metodologii obliczeniowej. Współcześnie najczęściej podejścia stosowane w wycenie przedsiębiorstwa dotyczą:

- podejścia majątkowego:
 - metoda wartości skorygowanych aktywów netto;
 - metoda wartości likwidacyjnej;
 - metoda wartości odtworzeniowej;
- podejścia dochodowego:
 - metoda zdyskontowanych przepływów pieniężnych;
 - metoda zdyskontowanych zysków.
- Podejście porównawcze w określaniu wartości przedsiębiorstwa, zwane również metodą rynkową lub porównawczą. Dotyczy określania wartości przedsiębiorstwa poprzez porównanie go z innymi, podobnymi. Zbieżność dotyczy branży, profilu, wielkości i innych istotnych parametrów. Sam mechanizm porównywania dotyczy zestawienia kluczowych wskaźników, takich jak m.in. P/E (*price to earnings*), EV/EBITDA (*enterprise value to earnings before interest, taxes, depreciation, and amortization*), P/BV (*price to book value*) oraz inne ważne wskaźniki finansowe. Pomimo klarowności kwantyfikacyjnej tej metody uwidacznia ona swoje wady, jak np. brak uwzględnienia unikalnych cech przedsiębiorstwa, koncentracja tylko na wskaźnikach finansowych, bazujących na danych ze sprawozdań.

Przedstawione metody poszukują sposobu określania wartości organizacji poprzez odwołanie się do wyceny pozycji bilansowych lub efektywności opartej na wskaźnikach finansowych czy przepływach pieniężnych. W prezentowanych podejściach widoczna jest również uniwersalność zastosowania i definiowania cech wspólnych w podmiotach funkcjonujących na rynku. Należy zauważyć, że teraźniejszością i przyszłością teorii i praktyki wycen jest integracja perspektywy analizy fundamentalnej, kultury organizacyjnej wycenianego przedsiębiorstwa z modelami DCF (zdyskontowanych wolnych przepływów pieniężnych), a także opieranie się na szerszych danych rynkowych. Akcentując jednak pozafinansowe czynniki wpływające na efektywność funkcjonowania przedsiębiorstwa (w tym m.in. wiarygodność, sieć kontaktów, umiejętność tworzenia nowych trendów rynkowych i społecznych), powinny stanowić również zakres definiowania wartości przedsiębiorstwa społecznego w kontekście rynkowym i społeczno-gospodarczym. Omawiając z kolei przedsiębiorstwa społeczne, szczególnie wymagana jest perspektywa ujęcia pozafinansowych czynników, a także pozafinansowych rezultatów jego działalności. Należy zatem stwierdzić, że wartość przedsiębiorstwa społecznego będzie dotyczyć nie tylko kwestii finansowych, ale także szeroko rozumianej wartości społecznej i ekologicznej.

1. Wartość ekonomiczna

Podobnie jak w przypadku tradycyjnego ujęcia wartości ekonomicznej, uwzględnione tutaj będą: przychody i zyski, wartość aktywów, operacyjna efektywność działalności oparta na wskaźnikach finansowych, efektywność gospodarowania zyskiem przeznaczonym na realizację celów społecznych, racjonalizacja kosztów poprzez efektywne wykorzystanie zasobów i innowacyjne modele biznesowe.

2. Wartość społeczna

Głównym założeniem przedsiębiorstw społecznych jest realizacja celów i funkcji społecznych w obszarze zatrudnienia, potrzeb socjalnych, zdrowia, edukacji, kultury, rozwoju lokalnego, generowanie kapitału społecznego, pobudzanie oddolnej przedsiębiorczości i solidarności obywatelskiej.

3. Wartość ekologiczna

Przedsiębiorstwa społeczne realizują działania w ramach zrównoważonego rozwoju, zrównoważonego zarządzania zasobami w działalności produkcyjnej, jak i operacyjnej.

Uwzględniając funkcjonujące metody określania wartości przedsiębiorstwa, również do przedsiębiorstwa społecznego można przyporządkować je w klasycznym układzie:

1. metoda przychodowa – polega na szacowaniu przyszłych przepływów pieniężnych, generowanych przez przedsiębiorstwo społeczne, uwzględniając zarówno przychody z działalności gospodarczej, jak i potencjalne zdywersyfikowane źródła finansowania (w tym środki publiczne, obligacje społeczne, dotacje, darowizny prywatne);
2. metoda kosztowa – to ocena wartości przedsiębiorstwa społecznego na podstawie kosztów powołania i rozwinięcia działalności podobnej organizacji, z uwzględnieniem kosztów inwestycji zarówno w kapitał trwały, obrotowy, jak również w pozabilansowy, dotyczący kapitału relacyjnego, obywatelskiego, społecznego, czy ekologicznego;
3. metoda porównawcza – to określanie wartości przedsiębiorstw społecznych poprzez porównanie z innymi podobnymi przedsiębiorstwami społecznymi, które działają w podobnych branżach, realizują zbieżne cele, funkcjonują w przybliżonych warunkach i w oparciu o podobne zasoby.

Odnosząc się do komercyjnych przedsiębiorstw, również ich działalność jest weryfikowana pod kątem efektów społecznych, środowiskowych i związanych z normatywnym aspektem zarządzania²⁴.

Do głównych funkcjonujących raportów ESG, które określają ten zakres działalności przedsiębiorstw, należą:

- *Global Reporting Initiative* (GRI) – Standardy GRI są najczęściej używane do raportowania ESG i obejmują wskaźniki środowiskowe, społeczne i zarządzania;
- *Sustainability Accounting Standards Board* (SASB) – SASB opracowuje standardy raportowania specyficzne dla poszczególnych branż;
- *Task Force on Climate-related Financial Disclosures* (TCFD) – TCFD dostarcza wytyczne dotyczące raportowania finansowych implikacji zmian klimatycznych.

Poza tradycyjnymi metodami określenia wartości przedsiębiorstwa społecznego zostały wypracowane metody przeznaczone szczególnie dla przedsiębiorstw społecznych. I tutaj należy odnieść się do:

- pomiaru wpływu poprzez Społeczny zwrot z inwestycji (*Social Return on Investment*) – metoda ta przypisuje wartość pieniężną wynikom społecznym, środowiskowym i gospodarczym wytworzonym²⁵;

²⁴ Do głównych wskaźników środowiskowych (Ecology) zalicza się: emisje CO₂; zużycie energii, zarządzanie odpadami, zużycie wody. Wskaźniki społeczne (Social) – różnorodność i inkluzyjność, warunki pracy, bezpieczeństwo i higiena pracy, zaangażowanie społeczne, szkolenia i rozwój, prawa człowieka. Wskaźniki zarządzania (Governance) – struktura zarządu, etyka biznesowa, zarządzanie ryzykiem, przejrzystość, wynagrodzenia, <https://www.globalreporting.org/> [dostęp: 23.07.2024].

²⁵ *A guide to Social Return on Investment*, The SROI Network. Accounting for Value, January 2012; <https://www.socialvaluelab.org.uk/wp-content/uploads/2016/09/SROI-a-guide-to-social-return-on-investment.pdf> [dostęp: 23.07.2024].

- rachunkowości mieszanej (*Blended Accounting Value*) – podejście to łączy wygenerowane finansowe wartości społeczne i środowiskowe w jeden miernik, w celu zdefiniowania całościowej, zintegrowanej wartości tworzonej przez przedsiębiorstwo²⁶;
- analizy kosztów i korzyści – uwzględnia relację kosztów realizacji wyników społecznych i społecznych rezultatów zaangażowanych do uzyskanych korzyści, które ujmowane są do uzasadnienia finansowania inwestycji prospołecznych lub proekologicznych.

Główną trudnością i wyzwaniem w metodzie określania wartości społecznej jest jej monetyzacja i przełożenie rezultatów społecznych na wymierny ekonomiczny, kwantyfikowalny charakter. Jest to wymagający proces, ponieważ, jak twierdzi G. Mulgan:

„[...] nie ma jednej autorytatywnej definicji wartości społecznej, ale możemy powiedzieć, że odnosi się ona do szerszych, pozafinansowych skutków programów, organizacji i interwencji, w tym dobrostanu jednostek i społeczności, kapitału społecznego i środowiska. [...] wartość społeczna jest terminem subiektywnym i dla różnych ludzi będzie oznaczać co innego”²⁷.

Prezentowana wielość interpretacyjna wskazuje, że wartość społeczna uwarunkowana jest kontekstem społecznym, kulturowym, ekonomicznym i obywatelskim, a także ulega przemianom na przestrzeni lat, wraz ze zmianami tych uwarunkowań.

MODEL PRZEDSIĘBIORSTWA SPOŁECZNEGO W SYSTEMIE RYNKOWYM SPOŁECZEŃSTWA OBYWATELSKIEGO

Rozpatrywanie społecznej wartości użytkowej przedsiębiorstwa analizowana będzie w oparciu o model przedsiębiorstwa społecznego w systemie rynkowym społeczeństwa obywatelskiego (rys. 1). W modelu tym zostały wyodrębnione kluczowe elementy przedsiębiorstwa i otoczenia rynkowego, instytucjonalnego i społecznego, z którymi przedsiębiorstwo społeczne wchodzi w interakcje w ramach działalności gospodarczej. Każdy z 13 wyodrębnionych przez autorkę elementów jest nośnikiem i miejscem generowania wartości społecznej przez przedsiębiorstwo społeczne. A dotyczą one:

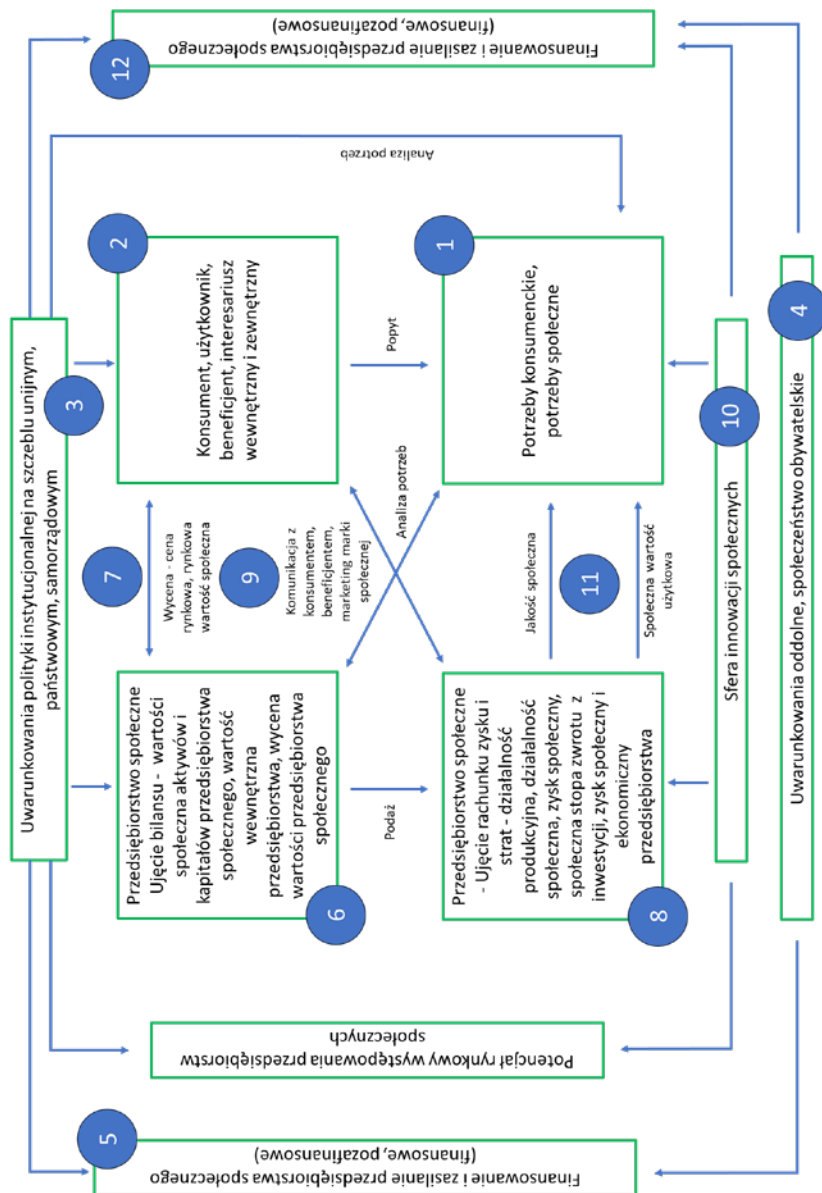
1. potrzeb społecznych i konsumenckich – w ujęciu przedsiębiorstwa społecznego będą to materialne i niematerialne potrzeby konsumenta, a także potrzeby społeczne jednostek i społeczności;

²⁶ <https://integratedreporting.ifrs.org/> [dostęp: 23.07.2024].

²⁷ G. Mulgan, *Pomiar wartości społecznej. Przegląd innowacji społecznych Stanforda*, 2010, nr 8(3), s. 38–43. Za: SOCENTER, Numer projektu: 2021-1-PL01-KA220-ADU-000030093, Efekt 1 „Podręcznik tworzenia przedsiębiorstw przyjaznych dorosłym”, s. 13.

2. pracowników, konsumentów, beneficjentów, interesariuszy – odbiorca rynkowych produktów i usług, wartości społecznych realizowanych przez przedsiębiorstwa społeczne;
3. formalnej polityki instytucjonalnej tworzenia przedsiębiorstw społecznych;
4. oddolnej polityki tworzenia przedsiębiorstw społecznych – rynek, społeczeństwo obywatelskie, społeczność lokalna;
5. źródeł finansowania i zasilania przedsiębiorstw społecznych;
6. analizy zasobów przedsiębiorstwa społecznego – finansowych, materialnych, niematerialnych, pozabilansowych, społecznych, decydujących o wartości zasobowej przedsiębiorstwa i wartości jego potencjału ekonomiczno-społecznego;
7. wyceny działalności za pomocą ceny rynkowej przedsiębiorstwa społecznego i wartości społecznej;
8. działalności przedsiębiorstwa społecznego – w zakresie działalności produkcyjnej i wytwarzania wartości społecznych;
9. komunikacji z konsumentem, beneficjentem, marketingu wartości społecznych;
10. sfery generowania innowacji społecznych;
11. jakości społecznej produktów, usług przedsiębiorstw społecznych – kategoria jakości społecznej;
12. zagregowania społecznej wartości dodanej, oddziałującej na rozwój lokalny i regionalny przedsiębiorstw społecznych;
13. potencjału występowania przedsiębiorstw społecznych w gospodarce – sfera łącząca zarówno przedsiębiorstwa społeczne, tworzone wg założeń formalno-prawnych, jak również te z otoczenia rynkowego, niewpisujące się w ramy formalne, ale realizujące cele społeczne.

Rysunek 1.
Model przedsiębiorstwa społecznego w systemie rynkowym społeczeństwa obywatelskiego



Źródło: opracowanie własne.

PODSUMOWANIE

Niniejszy artykuł stanowi przykład nowatorskiego spojrzenia na kategorie przedsiębiorstwa społecznego w życiu społeczno-gospodarczym. W tym zakresie zostały zaprezentowane podejścia do definiowania przedsiębiorstwa społecznego. Przyjęto, że w obliczu różnorodności definicyjnej przedsiębiorstw społecznych, która ze względu na skomplikowany charakter przestrzeni rynkowej i instytucjonalnej państw na świecie wydaje się być nieunikniona, należy poszukać sposobu, który będzie uniwersalną metodą, nie tyle definiowania samych przedsiębiorstw, co społecznej wartości użytkowej, którą generują w środowisku wewnętrznym i zewnętrznym. W kolejnej części przedstawiono problematykę wartości w ekonomii, różnych kategorii i metod jej obliczania. Dla celów niniejszych rozważań została wprowadzona kategoria wartości społecznej i ekologicznej. Odnosząc się do przedsiębiorstwa społecznego i generowania przez nie społecznej wartości użytkowej został zaprezentowany model składający się z głównych elementów otoczenia rynkowego takiego przedsiębiorstwa, które równocześnie są miejscami generowania społecznej wartości użytkowej. Szczegółowa analiza wskazanych elementów ujęcia całościowego tych części składowych będzie przedmiotem dalszych rozważań i badań podjętych przez autorkę.

BIBLIOGRAFIA

- A guide to Social Return on Investment*, The SROI Network. Accounting for Value, January 2012, <https://www.socialvaluelab.org.uk/wp-content/uploads/2016/09/SROI-a-guide-to-social-return-on-investment.pdf> [dostęp: 23.07.2024].
- Blicharz J., *Gospodarka społeczna: nowy model przedsiębiorczości w służbie interesu ogólnego?*, „Acta Universitatis Wratislaviensis. Przegląd Prawa i Administracji”, 2022, nr, t. CXXVIII, https://repozytorium.uni.wroc.pl/Content/136271/PDF/02_J_Blicharz_Gospodarka_spoeczna_nowy_model_przedsiębiorczosci.pdf [dostęp: 23.07.2024].
- Borzaga C., Santuari A., *Przedsiębiorstwa społeczne we Włoszech*, MPiRS, Warszawa 2005.
- Brdulak J., Florczak E., Gardziński T., *Przedsiębiorstwo społeczne szansą zmniejszenia kosztów napięć we współczesnym kapitalizmie*, [w:] *Prospołeczność w życiu społeczno-gospodarczym w XXI wieku*, E. Florczak, M. Dahl (red.), Oficyna Wydawnicza Uczelni Łazarskiego, Warszawa 2021.
- Brdulak J., Florczak E., *Uwarunkowania działalności przedsiębiorstw społecznych w Polsce*, Oficyna Wydawnicza Uczelni Łazarskiego, Warszawa 2016.

- Brdulak J., Florczak E., *Przedsiębiorstwo społeczne w ujęciu ustawy o ekonomii społecznej versus teoria i praktyka gospodarcza*, „Studia Ekonomiczne i Regionalne” 2022, vol. 15, nr 4, s. 492–508.
- Czerwińska E., *Ekonomia społeczna w ujęciu prawnym*, [w:] *Zarządzanie przedsiębiorstwem społecznym – raport z badań*, W. Czemieli-Grzybowska (red.), Regionalny Instytut Społeczno-Ekonomiczny, Białystok 2010.
- Dees J.G., *Enterprising Nonprofits*, „Harvard Business Review” 1998, s. 55–67.
- Defourny J., *Przedsiębiorstwo społeczne w poszerzonej Europie: koncepcja i rzeczywistość*, „Rynek Pracy” 2005, nr 1, s. 11–41.
- Florczak E., Skrobisz K., *Samorząd gminny a ekonomia społeczna – struktura organizacyjna i perspektywy współpracy*, Oficyna Wydawnicza Uczelni Łazarskiego, Warszawa 2023.
- Florczak E., *Wartość przedsiębiorstwa społecznego w systemie rynkowym społeczeństwa obywatelskiego*, „Kwartalnik Nauk o Przedsiębiorstwie” 2023, nr 70(4), s. 19–35.
- Hausner J., Izdebski H., *Przedsiębiorstwo społeczne w Polsce. Teoria i praktyka*, skrypt 4, Małopolska Szkoła Administracji Publicznej UEK, Kraków 2008.
- Herbst K., *Tezy do „Ekspertyzy w zakresie wzmocnienia instytucji Ekonomii Społecznej”*, „Kwartalnik Ekonomia Społeczna” 2008, nr2/(3), UE, MSAP, Kraków 2008.
- Leś E., *Gospodarka społeczna, nowa gospodarka społeczna, przedsiębiorstwo społeczne*, [w:] *Gospodarka społeczna i przedsiębiorstwo społeczne. Wprowadzenie do problematyki*, E. Leś (red.), WUW, Warszawa 2008.
- Mulgan G., *Pomiar wartości społecznej. Przegląd innowacji społecznych Stanforda*, 2010, nr 8(3), s. 38–43.
- Pacut A., *Rozwój przedsiębiorczości społecznej w Polsce*, Scholar, Warszawa 2022.
- Panfil M., Szablewski A., *Historia, standardy i techniki wyceny przedsiębiorstwa*, [w:] *Wycena przedsiębiorstwa. Od teorii do praktyki*, M. Panfil, A. Szablewski (red. nauk.), Wydawnictwo Poltext, Warszawa 2011.
- SOCENTER, Numer projektu: 2021-1-PL01-KA220-ADU-000030093, Efekt 1 „Podręcznik tworzenia przedsiębiorstw przyjaznych dorosłym”.
- Waligóra A., *Przedsiębiorczość społeczna, gospodarka społeczna, ekonomia społeczna*, CeDeWu, Warszawa 2022.
- Wygnański J.J., *Przedsiębiorstwo społeczne, Antologia kluczowych tekstów*, FISE, Warszawa 2008.
- Yunus M., *Świat bez ubóstwa. Czas na przedsiębiorstwo społeczne*, ConCorda sp. z o.o., Warszawa 2013.

Źródła internetowe

<http://www.equal.org.pl/equal.php?lang=pl> [dostęp: 23.07.2024].

<https://integratedreporting.ifrs.org/> [dostęp: 23.07.2024].

<https://publicystyka.ngo.pl/przedsiębiorstwa-spoeczne-doc-dr-hab-ewa-les-gazeta-prawna> [dostęp: 23.07.2024].

<https://www.globalreporting.org/> [dostęp: 23.07.2024].

<https://www.hbs.edu/socialenterprise/about/> [dostęp: 23.07.2024].

W POSZUKIWANIU METODY WYZNACZANIA WARTOŚCI PRZEDSIĘBIORSTWA SPOŁECZNEGO

W artykule przedstawiono różne podejścia do definiowania przedsiębiorstwa społecznego. Omówiono pojęcie wartości ekonomicznej i metody jej ustalania. W drugiej części artykułu zaprezentowano problematykę wartości przedsiębiorstwa społecznego i model jako narzędzie do określania.

Słowa kluczowe: przedsiębiorstwo społeczne, wartość przedsiębiorstwa, społeczna wartość

IN SEARCH OF A METHOD FOR DETERMINING THE VALUE OF A SOCIAL ENTERPRISE

The article presents different approaches to defining a social enterprise. Then, the concept of economic value and methods for determining it are discussed. The second part of the article presents the issue of the value of a social enterprise and the model as a tool for determining it.

Keywords: social enterprise, enterprise value, social value

Cytuj jako:

Florczak E., *W poszukiwaniu metody wyznaczania wartości przedsiębiorstwa społecznego*, „Mysł Ekonomiczna i Polityczna” 2024, nr 3(82), s. 62–80 DOI: 10.26399/meip.3(82).2024.17/e.florczak

Cite as:

Florczak E. (2024). ‘In Search of a Method for Determining the Value of a Social Enterprise’. *Mysł Ekonomiczna i Polityczna* 3(82), 62–80 DOI: 10.26399/meip.3(82).2024.17/e.florczak