

Edyta Stępczak

ORCID: 0000-0003-4903-0705

Uniwersytet Wrocławski

Przedsiębiorczość społeczna na gruncie polskim. Wielowymiarowy potencjał modelu

<https://doi.org/10.19195/1643-0328.28.10>

Słowa kluczowe: przedsiębiorczość społeczna, ekonomia społeczna, inwestycje społecznie zaangażowane, społeczna odpowiedzialność biznesu

Wprowadzenie

Do lat osiemdziesiątych XX wieku odpowiedzialność za rozwiązywanie problemów społecznych (ubóstwa, braku dostępu do opieki medycznej i edukacji, bezrobocia itd.) spoczywała głównie na państwach, zarówno wewnątrz, jak i w ramach pomocy zagranicznej. Z czasem do rządów państw dołączyło społeczeństwo obywatelskie w ramach powstających organizacji pozarządowych. Dziś podmiotów aktywnych w tej dziedzinie jest wiele: państwa, organizacje międzynarodowe, instytucje i organizacje non profit, firmy nastawione na zysk, lecz prowadzące działalność w ramach społecznej odpowiedzialności biznesu oraz podmioty indywidualne (filantropia, wolontariat). Ich wysiłki na tym polu okazały się jednak daleko niewystarczające (a często wręcz zgubne w skutkach przez wywieranie negatywnego wpływu na odbiorców pomocy), co potwierdzają dane:

Obcenie 1% populacji świata posiada połowę globalnego majątku — kilkusobowa grupa najzamożniejszych ludzi kontroluje połowę światowych zasobów. Jednocześnie dzienny budżet połowy mieszkańców Ziemi wynosi dwa dolary. Nierówności społeczne stale się pogłębiają, co dowodzi, że system gospodarczy nie tylko nie potrafi poradzić sobie z istniejącymi problemami, ale je potęguje. Dochodzi do coraz większej polaryzacji — tak wewnątrz społeczeństw, jak między państwami.

Bogate narody przeznaczają ponad sześćdziesiąt miliardów USD każdego roku na walkę z ubóstwem. Mimo to ubogich przybywa. Problemem nie jest więc brak środków, ale nieudolność systemu w ich dystrybucji — nie mają do nich dostępu ci, którzy najbardziej ich potrzebują.

Reasumując, systemowe wysiłki wspólnoty międzynarodowej na rzecz zwalczania ubóstwa, zainicjowane po drugiej wojnie światowej, trwają już blisko siedemdziesiąt lat. Tymczasem postępy w tej dziedzinie nie odpowiadają zainwestowanym środkom. Podczas gdy na pomoc zagraniczną przeznaczana się coraz więcej pieniędzy, liczba ubogich rośnie. Podobnie rzecz ma się z liczbą podmiotów w tym sektorze — wraz z ich wzrostem nie maleją problemy społeczne, do zwalczania których zostały powołane.

Na skuteczność szeroko pojętej działalności prospołecznej wpływ ma także światowa koniunktura. Kryzys finansowy z 2007 roku, który rozpoczął lata recesji na świecie, przyniósł znaczny spadek wsparcia celów społecznych, zarówno ze strony sektora prywatnego, jak i publicznego. Przykładem jest tu Hiszpania, jeden z krajów najbardziej dotkniętych przez tenże kryzys. W jego wyniku ponad 30% organizacji pozarządowych zamknięto. Pomoc rządowa dla krajów rozwijających się została zredukowana do poziomów sprzed trzydziestu lat, to jest do jej początków, kiedy to Bank Światowy zmienił kategorię Hiszpanii z kraju otrzymującego pomoc na emitującą ją.

Kryzys finansowy nie tylko zmusił rządy państw oraz ichuboższych obywateli do znacznego ograniczenia wsparcia celów społecznych poprzez, odpowiednio, subsydia i donacje, ale też wyeksponował potrzebę zmiany obowiązującego modelu działalności prospołecznej, wypracowania innych metod rozwiązywania problemów społecznych.

Ale grunt pod nowe rozwiązania kształtował się nie tylko w ostatnich latach. Sięga znacznie głębiej, na co zwracają uwagę niektórzy badacze. Kryzys państwa opiekuńczego na zachodzie Europy, rozpad bloku wschodniego i upadek socjalizmu oraz globalizujący się gospodarczo i politycznie świat to także czynniki mające wpływ na poszukiwanie rozwiązań, które pozwoliłyby na zmierzenie się ze współczesnymi wyzwaniami¹.

Choć różni badacze zajmowali się poszczególnymi aspektami ekonomii społecznej i jej podmiotami w Polsce, nie ma dostatecznej analizy modelu przedsiębiorczości społecznej w formie, w jakiej występuje on na świecie, a także jego przydatności na gruncie polskim.

Celem tego artykułu jest ustalenie różnic definicyjnych terminu „przedsiębiorczość społeczna” w kraju i zagranicą oraz zbadanie potencjału przedsiębiorczości społecznej dla różnych interesariuszy: inwestorów, korporacji i filantropów.

Postawiono następującą hipotezę: Brak definicyjnej klarowności terminu „przedsiębiorczość społeczna” w Polsce oraz jego popularyzacji powoduje, iż wielowymiarowy potencjał, jaki model ten reprezentuje dla przedstawicieli różnych środowisk, nie jest w pełni wykorzystywany.

Metody

Główną metodą badawczą są tradycyjne studia literaturowe, uwzględniające takie źródła, jak publikacje książkowe, artykuły naukowe oraz popularnonaukowe, dokumenty normatywne (ustawy), czasopisma branżowe, serwisy internetowe i inne.

¹ Zob. P. Frączak, *Ekonomia społeczna — szerokie spojrzenie*, „Ekonomia Społeczna” 2007, nr 1, s. 55.

Zastosowano także obserwację uczestniczącą: trwająca kilka tygodni obserwacja przedsiębiorstw społecznych, przeprowadzona w Nigerii², wraz z wywiadami pogłębionymi z trzema przedsiębiorcami społecznymi.

Przegląd literatury

Wbrew powtarzającej się w pracach wielu zagranicznych autorów opinii co do znaczenia terminu „przedsiębiorczość społeczna” (*social entrepreneurship*) nie dostrzegam sporów definicyjnych, a raczej bogactwo definicji. Nie są one wzajemnie wykluczające się, a dopełniające, każdy badacz dostrzega jakiś aspekt tegoż modelu, który traktuje jako dominujący i na nim skupia swoją uwagę.

Przedsiębiorczość społeczna to innowacyjny model rozwiązywania społecznych problemów. W najszerszym znaczeniu polega on na połączeniu istoty działalności społecznej, charytatywnej z modelem operacyjnym klasycznego biznesu, nastawionego na maksymalizację zysków. Innymi słowy — przedsiębiorczość społeczna polega na tworzeniu pozytywnej zmiany społecznej przy użyciu narzędzi biznesowych.

Jak każdy biznes, przedsiębiorstwo społeczne musi być samowystarczalne, to znaczy generować taką ilość dochodów, aby nie tylko całkowicie pokrywać własne koszty, ale także przynosić zyski. Takie przedsiębiorstwo sprzedaje produkty lub świadczy usługi; w strukturze organizacyjnej nie różni się niczym od zwykłej firmy czy korporacji: posiada departament sprzedaży i marketingu, komunikacji, księgowości itd.; konkuruje na wolnym rynku z innymi firmami czy przedsiębiorstwami społecznymi o klientów oraz inwestorów. Jego główną cechą jest jednak to, że skupia się na problemach społecznych, jakie może rozwiązać, przynosząc jednocześnie wymierny zysk właścicielowi. Przedsiębiorca społeczny to zatem osoba powodowana sprawą, społeczną misją raczej niż zyskiem, choć w procesie osiągnięcia celów społecznych musi odzyskać swoje koszty operacyjne i wygenerować profit.

Można zatem postrzegać przedsiębiorstwo społeczne jako hybrydę³, podmiot z pogranicza pomocy społecznej oraz biznesu. Stąd przedsiębiorstwa społeczne są także nazywane organizacjami hybrydowymi. Czerpią one z obu kategorii to, co najlepsze: cel społeczny oraz zysk finansowy, łącząc potrzebę podejmowania konkretnych działań w celu rozwiązywania społecznych problemów, którą motywowany jest działacz humanitarny, ze skutecznością, jaka charakteryzuje przedsiębiorcę. Eliminuje to brak efektywności organizacji charytatywnych, stale borykających się z niedofinansowaniem, oraz agresywne dążenie do zysków po stronie korporacji. Muhammad Yunus, zwany „bankierem ubogich” laureat Pokojowej Nagrody Nobla, twórca koncepcji mikrokredy-

² Obserwacja jawna uczestnicząca przeprowadzona w stanie Ondo w południowej Nigerii w styczniu/lutym 2018 roku, polegająca na udziale w codziennych pracach trzech przedsiębiorstw społecznych, studium prowadzonych przez nie projektów i programów, struktury organizacyjnej oraz profilu ich założycieli.

³ Zob. K. Hockerts, *Entrepreneurial Opportunity in Social Purpose Business Ventures*, [w:] *Social Entrepreneurship*, red. J. Mair, J. Robinson, K. Hockerts, London 2006, s. 142–154.

tów i czołowy popularyzator społecznego biznesu (ang. *social business*), ujął jego istotę jako *doing well by doing good* (dobrze sobie radzić, czyniąc dobro).

Ponieważ główną motywacją przedsiębiorcy społecznego jest tworzenie wartości społecznej, a nie osobistych zysków, w rzeczywistości takie przedsiębiorstwo działa na styku trzech sektorów: społecznego, komercyjnego i publicznego.

Zgodnie z definicją zawartą w Rozporządzeniu Parlamentu Europejskiego i Rady w sprawie Programu Unii Europejskiej na rzecz przemian i innowacji społecznych

przedsiębiorstwo społeczne oznacza przedsiębiorstwo, którego głównym celem jest raczej wywarcie wpływu społecznego niż wygenerowanie zysków dla właścicieli i zainteresowanych stron. Działa ono na rynku, produkując towary i świadcząc usługi w innowacyjny sposób zgodny z duchem przedsiębiorczości, a także wykorzystuje nadwyżki głównie do osiągania celów społecznych. Jest zarządzane w odpowiedzialny i przejrzysty sposób, w szczególności poprzez angażowanie pracowników, klientów i zainteresowanych stron, których dotyczy działalność gospodarcza przedsiębiorstwa⁴.

W literaturze przedmiotu spotykamy się z wieloma definicjami, proponowanymi przez różnych zagranicznych badaczy. Jeffrey Robinson określa przedsiębiorczość społeczną jako proces, podczas którego zostaje zidentyfikowany dany problem społeczny i dla którego następnie proponuje się konkretne rozwiązanie. Jeśli chodzi o formę prawną przedsiębiorstwa społecznego, autor dopuszcza dwie opcje: jest to bądź zorientowane na misję społeczną klasyczne przedsiębiorstwo generujące zyski, bądź zorientowany biznesowo podmiot non profit, który dąży do maksymalnego zysku społecznego⁵.

Z kolei Paul C. Light postrzega przedsiębiorczość społeczną jako proces zmiany. Przedsiębiorca społeczny ma wprawdzie na względzie zysk finansowy, ale zasadniczo jest motywowany chęcią społecznych zmian, wypracowania rozwiązań dla wyzwań, przed którymi stoją współczesne społeczeństwa. Zamiast generować coraz to większe zyski dla firmy, przedsiębiorstwo społeczne wykorzystuje owe zyski do rozwiązywania największych społecznych problemów⁶.

Należy tu także nakreślić zakres pojęciowy „problemów społecznych”, do których ten artykuł często się odwołuje. Przez problemy społeczne rozumie się najbardziej palące współcześnie kwestie globalne, zidentyfikowane przez Organizację Narodów Zjednoczonych i zebrane w postaci Milenijnych Celów Rozwoju (ang. *Millennium Development Goals*, MDGs), przyjętych w 2000 roku na szczycie ONZ przez przywódców stu osiemdziesięciu dziewięciu państw mocą Deklaracji Milenijnej. Ideowym spadkobiercą Milenijnych Celów Rozwoju są Cele Zrównoważonego Rozwoju (ang. *Sustainable Development Goals*, SDGs). Przyjmując Agendę na rzecz Zrównoważonego Rozwoju w 2015 roku, społeczność międzynarodowa ponownie zobowiązała się do spełnienia serii celów⁷.

⁴ Zob. Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady w sprawie Programu Unii Europejskiej na rzecz przemian i innowacji społecznych, <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PL/TXT/PDF/?uri=CELEX:52011PC0609&from=PL>, s. 15 (dostęp: 30.08.2020).

⁵ Zob. J. Robinson, *Navigating Social and Institutional Barriers to Markets: How Social Entrepreneurs Identify and Evaluate Opportunities*, [w:] *Social Entrepreneurship...*, s. 95–121.

⁶ Zob. P.C. Light, *Social entrepreneurship revisited*, „Stanford Social Innovation Review” 2009, summer, s. 21–22.

⁷ Więcej na ten temat zob.: <https://www.un.org/millenniumgoals/>, <https://sustainabledevelopment.un.org/?menu=1300>, <http://www.un.org.pl> (dostęp: 30.08.2020).

Przedsiębiorczość społeczna w Polsce

W naszym kraju przedsiębiorczość społeczna nie ma odrębnej formy prawnej; w polskim prawodawstwie nie występuje pojęcie „przedsiębiorstwa społecznego”, traktuje się je jako jeden z podmiotów szeroko pojętej ekonomii społecznej.

Kluczowym dokumentem, który określa, czym jest ekonomia społeczna, definiuje działania państwa oraz interesariuszy, służące rozwojowi ekonomii społecznej w Polsce, jest Krajowy Program Rozwoju Ekonomii Społecznej (KPRES) przyjęty przez Radę Ministrów w 2014 roku. Zgodnie z nim ekonomia społeczna to sfera aktywności obywatelskiej, która poprzez działalność ekonomiczną i działalność pożytku publicznego służy integracji zawodowej i społecznej osób zagrożonych marginalizacją społeczną, tworzeniu miejsc pracy, świadczeniu usług społecznych użyteczności publicznej oraz rozwojowi lokalnemu.

W dokumencie sklasyfikowano także podmioty ekonomii społecznej, wyróżniając następujące ich typy:

1. Przedsiębiorstwa społeczne;
2. Podmioty reintegracyjne służące reintegracji społecznej i zawodowej osób zagrożonych wykluczeniem społecznym, to jest zakłady aktywności zawodowej, warsztaty terapii zajęciowej, centra integracji społecznej, kluby integracji społecznej;
3. Podmioty działające w sferze pożytku publicznego, które prowadzą działalność ekonomiczną, ale ich aktywność nie jest oparta na ryzyku ekonomicznym, czyli organizacje pozarządowe prowadzące odpłatną i nieodpłatną działalność pożytku publicznego;
4. Podmioty sfery gospodarczej, które nie posiadają wszystkich cech przedsiębiorstwa społecznego, ale były stworzone, aby realizować społeczne cele, bądź dla których cel społeczny jest racją bytu działalności komercyjnej (organizacje pozarządowe prowadzące działalność gospodarczą, z której zyski wspierają realizację celów statutowych; zakłady aktywności zawodowej; spółdzielnie, których celem jest zatrudnienie; pozostałe spółdzielnie o charakterze konsumenckim i wzajemnościowym);
5. Inicjatywy o charakterze nieformalnym, które nie są organizacjami, ale mogą stanowić istotną bazę dla rozwoju ekonomii społecznej, działające w sferze wzajemnościowej, „ekonomii współdzielonej” — kooperatywy, ruchy miejskie, lokatorskie, sąsiedzkie⁸.

Reasumując i upraszczając, z perspektywy prawno-instytucjonalnej, ekonomia społeczna obejmuje: spółdzielnie, zwłaszcza spółdzielnie socjalne, stowarzyszenia i fundacje prowadzące działalność gospodarczą, centra integracji społecznej, warsztaty terapii zajęciowej czy zakłady aktywności zawodowej. Dodatkowo w literaturze przedmiotu pojawiają się poglądy sytuujące pośród podmiotów ekonomii społecznej również towarzystwa ubezpieczeń wzajemnych czy też agencje rozwoju regionalnego.

Pojęcie „ekonomia społeczna” jest zatem znacznie szersze od pojęcia „przedsiębiorstwo społeczne”. Oznacza to, że każde przedsiębiorstwo społeczne jest podmiotem ekonomii społecznej, ale nie każdy podmiot ekonomii społecznej jest przedsiębiorstwem społecznym.

⁸ Zob. Krajowy Program Rozwoju Ekonomii Społecznej, załącznik do uchwały nr 164 Rady Ministrów z dnia 12 sierpnia 2014 roku, https://www.ekonomiaspoleczna.gov.pl/download/files/EKONOMIA_SPOLECZNA/KPRES_2014.pdf (dostęp: 30.08.2020).

Mimo to terminy „przedsiębiorczość społeczna” i „ekonomia społeczna” są często stosowane zamiennie, traktowane jako synonimy, przedsiębiorstwa społeczne utożsamia się z innymi podmiotami ekonomii społecznej i w tej postaci funkcjonują w zbiorowej świadomości Polaków, także w literaturze naukowej:

Przedsiębiorstwa społeczne w Polsce działają w różnych formach prawnych, jak spółdzielnie socjalne, zakłady aktywizacji zawodowej, towarzystwa ubezpieczeń wzajemnych, spółki pożytku publicznego, non profit lub te należące do organizacji pozarządowych, spółdzielnie pracy, wzajemnościowe fundusze poręczeniowe i pożyczkowe (w tym mikropożyczkowe), wreszcie organizacje pozarządowe prowadzące działalność gospodarczą w różnej postaci⁹.

Przedsiębiorstwom społecznym brak zatem odrębnego statusu prawnego, który uznawałby ich unikalne cechy na tle innych podmiotów ekonomii społecznej.

Krajowy Program Rozwoju Ekonomii Społecznej definiuje przedsiębiorstwo społeczne jako „fundament ekonomii społecznej”, a do jego cech zalicza prowadzenie działalności gospodarczej, której celem jest integracja społeczna i zawodowa osób zagrożonych wykluczeniem społecznym lub świadczenie usług społecznych użyteczności publicznej, a także nierozdzielanie nadwyżki bilansowej pomiędzy udziałowców, lecz przeznaczanie jej na wzmocnienie potencjału przedsiębiorstwa oraz zarządzanie na zasadach demokratycznych lub co najmniej konsultacyjno-doradczych z udziałem pracowników i innych interesariuszy. Ponadto wynagrodzenia kadry zarządzającej są ograniczone limitami¹⁰.

Widzimy zatem rozbieżność definicyjną między modelem przedsiębiorczości społecznej, który funkcjonuje zagranicą (*social entrepreneurship*), a tym w Polsce. Z jednej strony w naszym kraju utożsamia się go z innymi podmiotami ekonomii społecznej, a z drugiej definicja przedsiębiorczości społecznej, którą posługują się badacze i praktycy zagranicą, nie zawiera wspomnianych ograniczeń, dotyczących profilu zatrudnionych pracowników, sposobu podejmowania decyzji czy dystrybucji zysków. Będzie o tym mowa szerzej w dalszej części tego artykułu.

Spośród wszystkich podmiotów ekonomii społecznej najczęściej w polskim kontekście stawia się znak równości między przedsiębiorstwem społecznym a spółdzielnią: „Polskie prawodawstwo przewiduje tworzenie jednej z form przedsiębiorczości społecznej, jaką jest spółdzielnia socjalna”¹¹. „Każda spółdzielnia to przedsiębiorstwo społeczne”¹².

Prawdą jest, że ekonomia społeczna, zarówno w Polsce, jak i w Europie, narodziła się ze spółdzielczości, której tradycja ma już blisko dwieście lat. Za jej prekursorów uważa się między innymi angielskiego myśliciela Roberta Owena, w Polsce zaś Stanisła-

⁹ Zob. M. Wronka-Pośpiech, *Kulturowe uwarunkowania zarządzania przedsiębiorstwem społecznym*, „Studia Ekonomiczne” 2017, nr 336, s. 90–102.

¹⁰ Zob. Uchwała nr 164 Rady Ministrów z dnia 12 sierpnia 2014 roku w sprawie przyjęcia programu pod nazwą „Krajowy Program rozwoju Ekonomii Społecznej”, http://www.ekonomiaspoleczna.gov.pl/download/files/KPRES_RM.pdf (dostęp: 30.08.2020).

¹¹ Zob. J. Brzozowska, *Spółdzielnia jako podmiot ekonomii społecznej*, „Ekonomia Społeczna” 2007, nr 1, s. 33.

¹² Zob. J. Paszkowski, *Korzenie ekonomii społecznej a spółdzielczość w Polsce*, „Ekonomia Społeczna” 2007, nr 1, s. 57.

wa Staszica, Edwarda Abramowskiego oraz Franciszka Stefczyka. Określili oni zasady spółdzielczości, na których oparła się później szeroko pojęta ekonomia społeczna¹³.

Historia spółdzielczości w Polsce sięga czasów zaborów. Pierwszą organizacją o charakterze spółdzielczym było Towarzystwo Rolniczego Ratowania się w Nieszczęściach, które w 1816 roku założył Stanisław Staszic. Do głównych zadań spółdzielni w owym czasie należała samopomoc, choć oprócz działań o podłożu ściśle społecznym miały one także rys patriotyczny — dbały o kultywowanie tradycji, gdy naród polski pozbawiony był państwowości.

Po drugiej wojnie światowej spółdzielczość stała się częścią systemu gospodarki centralnie planowanej. I to właśnie ze względu na owe asocjacje ideologiczne w czasach rodzenia się gospodarki wolnorynkowej po 1989 roku stosunek społeczeństwa do spółdzielni można określić jako zachowawczy. Ta postawa uległa zmianie w ostatnich kilkunastu latach za sprawą światowych trendów, które dotarły również do Polski: na mocy ustawy o promocji zatrudnienia i instytucjach rynku pracy z dnia 20 kwietnia 2004 roku powołano podmiot o nazwie „spółdzielnia socjalna”. Zerwano tym samym z negatywnym wizerunkiem spółdzielczości jako reliktu komunizmu, skupiając się na potencjale, jaki ma ona do zaoferowania w rozwiązywaniu problemów współczesnego społeczeństwa, a w szczególności bezrobocia i społecznego wykluczenia¹⁴.

Dziś, z prawnego punktu widzenia, spółdzielnie socjalne to autonomiczne podmioty, które łączą misję społeczną z ekonomiczną, charakteryzujące się demokratycznym modelem zarządzania. Ich głównym celem jest reintegracja zawodowa, tworzenie miejsc pracy dla osób wykluczonych¹⁵.

Podobieństwa i różnice między spółdzielnią socjalną a przedsiębiorstwem społecznym funkcjonującym na gruncie zachodnim

Jeśli chodzi o misję, zarówno spółdzielnie socjalne, jak i przedsiębiorstwa społeczne kierują się celami społecznymi. Jednocześnie operują jako przedsiębiorstwa w tradycyjnym rozumieniu, to jest podlegając zasadom konkurencji i innym prawom rynku. Zysk finansowy nie jest zasadniczym celem działalności tych podmiotów, a traktuje się go instrumentalnie jako narzędzie umożliwiające realizację konkretnej misji społecznej, przyświecającej członkom spółdzielni czy przedsiębiorstwa¹⁶. Cechuje je też szeroko rozumiana pomoc dla biednych i odrzuconych, a także działalność na rzecz ochrony środowiska¹⁷.

¹³ Zob. *ibidem*.

¹⁴ Zob. J. Brzozowska, *op. cit.*

¹⁵ Zob. Raport, Komisja Europejska, 2015c, s. 5–6, cyt. za: A. Frączkiewicz-Wronka, M. Tkacz, S. Arando, *Ekonomia społeczna a koncepcje polityki społecznej państwa: model polski. Percepcja ryzyka w działalności przedsiębiorstw społecznych — badanie porównawcze Polska–Hiszpania*, „Ekonomia Społeczna” 2016, nr 1, s. 7–26.

¹⁶ Zob. J. Brzozowska, *op. cit.*

¹⁷ Zob. J. Paszkowski, *op. cit.*

Jedną z głównych różnic jest praca na rzecz osób tworzących spółdzielnię. Z ustawowej definicji spółdzielni wynika, iż jej celem jest działalność na rzecz społecznej i zawodowej reintegracji jej członków. Tymczasem przedsiębiorcą społecznym kieruje chęć rozwiązania społecznych problemów w szerszej skali, które ponadto nie muszą dotyczyć jego samego. Tym samym jest on bardziej zorientowany „na zewnątrz”.

Poza tym w przypadku spółdzielni istotny jest nie tyle rodzaj świadczonych usług, ile rodzaj członkostwa. Członkami spółdzielni są przede wszystkim bezrobotni, niepełnosprawni, bezdomni czy też uzależnieni od alkoholu, narkotyków lub innych środków odurzających¹⁸. Spółdzielnia umożliwia osobom z różnych względów trwale niezdolnym do pracy na zasadach rynkowych wyjść ze stanu marginalizacji, zarówno społecznej, jak i ekonomicznej.

W przedsiębiorstwie społecznym nie istnieją wyżej wymienione wymogi profilowe ani ograniczenia, jeśli chodzi o członkostwo, a jego głównym celem nie jest reintegracja określonych grup społecznych na rynku pracy. Tu zasadnicze znaczenie ma rodzaj sprzedawanych produktów czy świadczonych usług. To właśnie natura oferowanych produktów i usług decyduje o tym, czy dany biznes może być zakwalifikowany jako przedsiębiorstwo społeczne — czy realizuje misję społeczną w postaci rozwiązywania jakiegoś społecznego problemu, a nie sposób organizowania się pracowników czy ich profil społeczny.

Kolejne elementy charakteryzujące spółdzielnię to forma własności (współwłasność) oraz sposób podejmowania decyzji (demokratyczne zarządzanie). W spółdzielniach decyzje podejmowane są zgodnie z zasadą „jeden członek — jeden głos”, bez względu na wysokość kapitału zainwestowanego przez poszczególnych członków, zyski dzielone są zaś po równo. W przedsiębiorstwach społecznych, podobnie jak w klasycznych przedsiębiorstwach, obowiązuje najczęściej system hierarchii, a zyski dzielone są proporcjonalnie do zainwestowanego kapitału. Można zatem powiedzieć, że podczas gdy spółdzielnia jest zrzeszeniem osób, przedsiębiorstwo społeczne to zrzeszenie kapitału¹⁹.

Polski model przedsiębiorstw społecznych czerpie z rozwiązań przyjmowanych na poziomie Unii Europejskiej. Zgodnie z treścią rozporządzenia nr 1296/2013

dla uznania za przedsiębiorstwo społeczne nie ma znaczenia forma prawna, ale opisowe wskazanie cech charakterystycznych, których spełnienie oznacza, iż mamy do czynienia właśnie z takim podmiotem. Dlatego badaniu podlegać musi jego akt założycielski pod kątem tego, czy przedsiębiorstwo to powstało właśnie w celu osiągnięcia wymiernych, pozytywnych skutków społecznych, nie zaś wygenerowania zysków dla swych właścicieli, członków i udziałowców. Dopiero taka wstępna weryfikacja pociąga za sobą dalsze badanie²⁰.

W myśl tegoż rozporządzenia przedsiębiorstwo społeczne nie wymaga powołania nowej, odrębnej formy prawnej, a dotychczas funkcjonujące podmioty mogą zostać

¹⁸ Zob. J. Brzozowska, *op. cit.*

¹⁹ Zob. *ibidem*.

²⁰ Zob. Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) nr 1296/2013 z dnia 11 grudnia 2013 roku w sprawie programu Unii Europejskiej na rzecz zatrudnienia i innowacji społecznych („EaSI”) i zmieniające decyzję nr 283/2010/UE ustanawiającą Europejski instrument mikrofinansowy na rzecz zatrudnienia i włączenia społecznego Progress (Dz. Urz. UE L 347 z 20.12.2013 r., s. 238), cyt za: http://repozytorium.uni.wroc.pl/Content/79910/20_M_Malecka-Lyszczek_Zakres_podmiotowy_i_klasyfikacja_pojecia_podmiot_ekonomii_spolecznej.pdf (dostęp: 30.08.2020).

objęte zbiorczym określeniem „przedsiębiorstwa społecznego”, jeśli spełniają następujący warunek: łączą działalność gospodarczą, a więc nastawioną na generowanie zysków finansowych, z realizacją celu prozatrudnieniowego lub świadczeniem usług społecznie użytecznych. Do tak rozumianych przedsiębiorstw społecznych autorzy rozporządzenia zaliczają spółdzielnie socjalne i te organizacje pozarządowe, które prowadzą działalność gospodarczą w obszarze reintegracji lub świadczenia usług społecznie użytecznych²¹.

Powyższe podejście owocuje brakiem ostrości definicyjnej, powoduje, iż występuje niespójność terminologiczna i trudności z uchwyceniem istoty tego modelu, na co zwracają uwagę także inni autorzy:

Definicja prawna sektora ekonomii społecznej w Polsce jest bardzo ograniczona, co prawdopodobnie wpływa na niski — w przestrzeni publicznej — poziom dyfuzji konceptu, brak powszechnego zrozumienia *spectrum* działalności podmiotów ekonomii społecznej i stanowi barierę w ich prawidłowym rozwoju²².

Problem jest zatem, powtórzmy, dwójakiej natury. Po pierwsze, mamy do czynienia z brakiem klarownych granic definicyjnych poszczególnych podmiotów ekonomii społecznej w Polsce. Drugi problem polega na różnicy w rozumieniu terminu „przedsiębiorczość społeczna” na gruncie polskim oraz zagranicą. Konsekwencje tej drugiej kwestii są takie, iż przyjęta w Polsce forma przedsiębiorczości społecznej ogranicza angażowanie się w tę dziedzinę działalności przedstawicieli różnych środowisk i powoduje, iż jej potencjał nie jest w pełni wykorzystywany.

Niniejszy artykuł wskazuje na korzyści płynące z nadania osobnej formy prawnej przedsiębiorstwu społecznemu jako podmiotowi w ramach ekonomii społecznej, nieutożsamiania tego modelu ze spółdzielnią lub innymi podmiotami i zaadaptowania znaczenia tego terminu, który obowiązuje zagranicą.

Na podstawie badań literatury przedmiotu oraz przeprowadzonych obserwacji argumentuję, iż przedsiębiorczość społeczna jest sposobem na zwiększenie inwestycyjnego portfolio.

I. Inwestycje społecznie zaangażowane

Inwestycje społecznie zaangażowane (ang. *impact investing*) polegają na inwestowaniu środków finansowych w taki sposób, aby przyniosły nie tylko dochód, ale przede wszystkim określony zysk społeczny. Termin *impact investing* ukuto w 2007 roku podczas spotkania w Fundacji Rockefellera w Nowym Jorku, na które zaproszono grupę inwestorów, aby przedyskutować innowacyjne formy inwestowania jako narzędzie rozwiązywania społecznych problemów.

Inwestycje społecznie zaangażowane charakteryzuje zintegrowane podejście, obejmujące cel finansowy, społeczny i środowiskowy. To w wyniku takich inwestycji tworzy

²¹ Zob. M. Małecka-Lyszczek, *Zakres podmiotowy i klasyfikacja pojęcia „podmiot ekonomii społecznej”*, http://repozytorium.uni.wroc.pl/Content/79910/20_M_Malecka-Lyszczek_Zakres_podmiotowy_i_klasyfikacja_pojecia_podmiot_ekonomii_spolecznej.pdf (dostęp: 30.08.2020).

²² Zob. A. Frączkiewicz-Wronka, M. Tkacz, S. Arando, *op. cit.*, s. 7–26.

się, jak to nazwał Jed Emerson, *blended value* — połączona, zmieszana wartość, a więc finansowa i społeczna zarazem²³.

Warunkiem *impact investment* jest także zaplanowana z góry korzyść społeczna. Oznacza to, że w przypadku, gdy osiąga się ją niemalże jako efekt uboczny działań nastawionych wyłącznie na zysk finansowy, w sposób niezamierzony, nie może być mowy o inwestycji społecznie zaangażowanej.

Zgodnie z jedną z definicji *impact investing*, z jakimi można się spotkać w literaturze przedmiotu, wykreowane zmiany społeczne lub środowiskowe powinny być także mierzalne. Ponadto, cechą tej formy inwestycji jest to, iż inwestorzy skłonni są zaakceptować niższe od rynkowych stopy zwrotu z zainwestowanego kapitału lub poniesienie wyższego ryzyka, gdyż fakt wymiernej pozytywnej zmiany społecznej, jaka się dokonała w konsekwencji tejże inwestycji, jest dla nich wystarczającą rekompensatą²⁴.

Jeśli chodzi o formy finansowania, najczęściej spotyka się wszelkiego typu pożyczki udzielane podmiotom realizującym zadania w ramach *impact investment* przez banki społeczne bądź instytucje finansowe wspierające rozwój społeczny. Charakteryzują się one z reguły niższym oprocentowaniem czy mniejszymi wymogami wobec pożyczkobiorców²⁵.

Hybrydowy charakter *impact investing*, polegający na pogodzeniu logiki rynkowej, opierającej się na maksymalizacji zysku, wraz ze społeczną, którą cechuje tworzenie społecznej wartości, powodował, że pionierzy na polu inwestycji społecznie zaangażowanych mierzyli się z wyzwaniem następującej natury: zdaniem inwestorów komercyjnych *impact investing* był „zbyt społeczny”, filantropom zaś wydawał się „za bardzo komercyjny”. Podobnie jak przedsiębiorczość społeczna obecnie w Polsce, *impact investing* jawił się zgranicą początkowo jako koncepcyjnie niejasny, jako że łączy dwie pozornie sprzeczne wartości: zysk finansowy i korzyść społeczną.

Aby zatem uniknąć nieporozumień, warto wyjaśnić, co odróżnia *impact investing* od innych typów inwestycji: 1. filantropii, 2. inwestycji społecznych oraz 3. inwestycji społecznie odpowiedzialnych.

1. W opozycji do tradycyjnej filantropii, opartej na donacjach i grantach, w przypadku *impact investing* spodziewane są zwroty finansowe, które pozwalają inwestorom na ponowne ulokowanie ich kapitału, zwiększając tym samym zasięg społecznych korzyści. Nie jest to, jak najczęściej bywa w przypadku donacji wspierających cele charytatywne, wydatek jednorazowy, a taki, który — jak ujął to Muhammad Yunus — podlega recyklingowi, a każde jego ponowne użycie oznacza wymierny zysk społeczny.

2. Jeśli chodzi o inwestycje społeczne, są one zasadniczo odpowiedzią na redukcję publicznych wydatków na cele społeczne. Obywatele przejmują częściowo rolę wcześniej zarezerwowaną na tym polu dla rządu i angażują się finansowo (spodziewając się zwrotu

²³ Zob. A. Bugg-Levine, J. Emerson, *Impact Investing. Transforming How We Make Money While Making a Difference*, Jossey-Bass 2011; zob. www.blendedvalue.org (dostęp: 30.08.2020).

²⁴ Zob. M. Porter, M. Kramer, *Tworzenie wartości dla biznesu i społeczeństwa*, „Harvard Business Review Polska” 2011, nr 99.

²⁵ Zob. M.W. Krawiec, *Impact investment — istota i otoczenie rynku*, „Annales Universitatis Mariae Curie-Skłodowska. Oeconomia” 49, 2015, nr 4.

z inwestycji lub nie) w działania o charakterze społecznym, na przykład wspieranie osób starszych²⁶.

3. Z kolei inwestowanie społecznie odpowiedzialne (ang. *socially responsible investment*, SRI) opiera się na powstrzymaniu się od inwestowania w firmy, które szkodzą społeczeństwu lub środowisku — czy to poprzez produkty, jakie sprzedają, usługi, jakie świadczą, bądź inne praktyki, na przykład nieprzestrzeganie prawa pracy, prawa w ogóle czy zasad etyki. SRI można określić jako bierną odpowiedzialność społeczną inwestora (nie wyrządzać krzywdy). Stoi ona w opozycji do czynnej postawy (aktywnie przyczyniać się do budowania wartości społecznej), za którą można uznać właśnie inwestycje społecznie zaangażowane, wspierające przedsiębiorstwa motywowane misją społeczną²⁷.

Podsumowując, *impact investment* polega na świadomym lokowaniu kapitału w przedsięwzięcia, które, oprócz generowania zysków finansowych, stawiają sobie za cel korzyść społeczną lub środowiskową. Jeśli chodzi o poziom zaangażowania, ten typ działalności wykracza daleko poza społeczną odpowiedzialność biznesu, a co do skuteczności i impactu — również poza klasyczną filantropię.

Nie ma wątpliwości, że przedsiębiorczość społeczna i inwestycje społecznie zaangażowane pozostają w ścisłym związku symbiozy oraz że dynamicznie się rozwijają. Zgodnie z szacunkami Global Impact Investing Network (GIIN) pula środków przeznaczonych na *impact investing* rośnie w tempie około 20% rocznie²⁸.

Inwestycje społecznie zaangażowane stworzyły szansę dla inwestorów na zwiększenie oraz dywersyfikację swojego portfolio. Jednocześnie przedsiębiorcy społeczni zyskali sprzymierzeńców w swojej misji rozwiązywania problemów społecznych. W ramach *impact investment* inwestorzy także przyczyniają się do tworzenia pozytywnych zmian społecznych, posługując się w tym celu narzędziami rynkowymi. W przeciwieństwie do klasycznej filantropii, korzyści z zaangażowania sektora biznesu w działania prospołeczne są wielostronne.

Jak zauważają badacze, inwestycje społecznie zaangażowane to model bardziej zrównoważonego (*sustainable*) rozwoju świata, a ich upowszechnianie może przyczynić się do zmniejszania społecznych dysproporcji²⁹.

Aby inwestowanie społecznie zaangażowane stało się możliwe w Polsce, konieczne jest stworzenie ku temu odpowiednich warunków. Pierwszym z nich jest tworzenie przedsiębiorstw społecznych w formie, w jakiej funkcjonują one zagranicą, gdyż, jak argumentowałam wcześniej, zasady, na których się one opierają, gwarantują szersze możliwości. Tak rozumiana przedsiębiorczość społeczna stworzy okazję do angażowania się w nią przedstawicieli różnych sektorów, między innymi inwestorów, i czerpania z niej korzyści.

²⁶ Zob. P.T. Roundy, *Regional differences in impact investment: A theory of impact investing ecosystems*, „Social Responsibility Journal” (w druku).

²⁷ Zob. *ibidem*.

²⁸ Zob. A. Frączkiewicz-Wronka, M. Tkacz, S. Arando, *op. cit.*

²⁹ Zob. M.W. Krawiec, *op. cit.*

II. Przedsiębiorstwo społeczne jako partner korporacji

Dziś wiele polskich firm prowadzi działalność z zakresu społecznej odpowiedzialności biznesu (ang. *corporate social responsibility*, CSR). Definicji fenomenu jest wiele, a ich ramą koncepcyjną jest Agenda na Rzecz Zrównoważonego Rozwoju ONZ oraz ISO 26000, międzynarodowa norma regulująca społeczną odpowiedzialność.

Ta ostatnia ujmuje istotę CSR jako

odpowiedzialność organizacji za wpływ jej decyzji i działań (produkty, serwis, procesy) na społeczeństwo i środowisko poprzez przejrzyste i etyczne zachowanie, które przyczynia się do zrównoważonego rozwoju, zdrowia i dobrobytu społeczeństwa, bierze pod uwagę oczekiwania interesariuszy, jest zgodne z obowiązującym prawem i spójne z międzynarodowymi normami zachowania, a także jest zintegrowane z działaniami organizacji oraz praktykowane w jej relacjach³⁰.

CSR ma charakter prawdziwie wielowymiarowy, a przykładów dziedzin, w których firmy realizują działania społecznie odpowiedzialne, jest wiele: w zakresie polityki pracy (na przykład niezatrudnianie niepełnoletnich, szanowanie praw pracowników); sprawiedliwego handlu (*fair trade*); integrowania wykluczonych grup społecznych (zatrudnianie niepełnosprawnych); wyrównywania szans kobiet i mężczyzn (równe płace, parytet dla kobiet na wysokich stanowiskach); ochrony środowiska itd.

Choć fenomen ów zaczął się jako moda, trend, z czasem stał się normą. Rosnąca świadomość ekologiczna i społeczna klientów powoduje, że coraz częściej zwracają uwagę na to, od jakich firm kupują produkty, i chętniej wybierają te, które prowadzą działania prospołeczne. Zwiększenie liczby klientów przekłada się z kolei na wzrost zysków takiej firmy. Wymierne korzyści przemówiły do tych, których nie przekonywały argumenty wyłącznie etyczne, i w ten oto sposób zaczęto poważniej podchodzić do działań z zakresu społecznej odpowiedzialności. Przedsiębiorstwa decydują się na implementację zasad społecznej odpowiedzialności biznesu, chcąc sprostać wymogom stawianym im przez rynek. Obecnie to już warunek konieczny, aby zachować konkurencyjną pozycję. Ta strategia to zatem wypadkowa „intuicji rynkowej” oraz poczucia odpowiedzialności za podejmowane działania³¹.

Wciąż nadal wiele przedsiębiorstw traktuje społeczną odpowiedzialność biznesu instrumentalnie, jako element strategii marketingowej, budowania pozytywnego wizerunku firmy jako dobrego obywatela, poprzestając na działaniach doraźnych czy nawet pozornych. W takich korporacjach aktywność w dziedzinie społecznej odpowiedzialności i związane z nią koszty są stawiane w opozycji do żywotnych interesów firmy, to jest celów finansowych, zamiast integrować strategię biznesową ze strategią prospołeczną.

CSR podlega zmieniającym się trendom. W ostatnich latach mówi się o nowym obliczu CSR, także w Polsce³². Klasyczne formy CSR stopniowo ewoluują w kierunku tworzenia wartości wspólnej (ang. *creating shared value*, CSV), czyli tworzenia nowych

³⁰ Zob. PN-ISO 26000, 2012, <https://www.pkn.pl/informacje/2013/09/iso-26000> (dostęp: 30.08.2020).

³¹ Zob. E. Mazur-Wierzbička, *Przedsiębiorczość a społeczna odpowiedzialność biznesu*, „Przedsiębiorczość i Zarządzanie” 18, 2017, z. 12, cz. 1, s. 119–132.

³² Zob. „Harvard Business Review Polska” 2017, numer specjalny.

możliwości biznesowych poprzez budowanie wartości społecznej. Ta faza ewolucji postaw nie jest jedynie odbiciem rosnącej odpowiedzialności społecznej korporacji. Została w dużej mierze wymuszona przez negatywną ocenę, jaką społeczeństwa wystawiają sektorowi biznesu.

Biznes jest postrzegany jako główna przyczyna społecznych, ekologicznych i gospodarczych problemów. [...] W wyniku utraty zaufania społecznego, firmy muszą przywrócić związek pomiędzy własnym sukcesem rynkowym a postępem społecznym. [...] Wartość ekonomiczno-społeczna to nowy sposób osiągania gospodarczego sukcesu”³³

— mówią ekonomiści.

W praktyce tworzenie wartości wspólnej polega na budowaniu otoczenia przedsiębiorstwa, na przykład infrastruktury drogowej, z której skorzystają okoliczni mieszkańcy, a dzięki której firma zwiększy obroty, a więc i dochód. Jest to inwestowanie w lokalną społeczność, sąsiedztwo firmy, co, mimo początkowych kosztów inwestycji, ostatecznie zwiększa konkurencyjność firmy, przekładając się na jej wymierny zysk. Wartości społeczna oraz ekonomiczna tworzone są jednocześnie i korzystają z niej wszyscy interesariusze. Takie przedsięwzięcie wymaga najczęściej współpracy wielu podmiotów, nie może go udźwignąć samo przedsiębiorstwo w ramach swojej odpowiedzialności społecznej. Nawiązuje więc współpracę z rządem, lokalnym bądź centralnym, miejscową społecznością i działającymi tam podmiotami, na przykład organizacjami pozarządowymi.

Każde przedsiębiorstwo jest integralną częścią swojego otoczenia, na które wpływa (korzystnie bądź negatywnie), a które to otoczenie z kolei warunkuje rezultaty finansowe tegoż przedsiębiorstwa. Wraz z postępem społecznym całego otoczenia rosną szanse biznesowe, czyli zyski: jeżeli zainwestuję w otoczenie mojego biznesu, na przykład w infrastrukturę lub dostawy energii, skorzystam i ja. Na tym zasadza się filozofia tworzenia wartości wspólnej.

Ewolucję społecznie odpowiedzialnych działań firm można zatem podsumować następująco: przebiegała ona od jednorazowych akcji skalkulowanych na korzyść marketingową (jak sprzątanie parku czy pomalowanie świetlicy), przez projekty długofalowe o zróżnicowanej formie (na przykład pomoc merytoryczna firm dla organizacji pozarządowych), do tworzenia wartości wspólnej.

Jednakże na tym nie wyczerpuje się potencjał CSR. Ponieważ faktem jest, iż CSR ewoluje, zasadne jest zatem pytanie: dokąd zmierza? Otóż kolejnym etapem w rozwoju tego obszaru są inwestycje społecznie zaangażowane, wspomniany już *impact investment*.

Jak zostało tu wcześniej powiedziane, firmy z dłuższym stażem w dziedzinie CSR odeszły od pozornych działań i wspięły się na wyższy poziom społecznej odpowiedzialności. Motywacji do tego było kilka: coraz większa świadomość w kręgach biznesowych, presja zmieniających się trendów i rosnące wymagania konsumentów oraz wymierne zyski, jakie przynoszą firmie działania w ramach społecznej odpowiedzialności. W ostatnich latach pojawił się jednak jeszcze jeden czynnik: prawny. Za sprawą dyrektywy unijnej 2014/95, zobowiązującej spółki i grupy akcyjne do składania raportów z działalności po-

³³ Zob. World Economic Forum, *From the Margins to the Mainstream*, 2013, za: *European SRI Study*, <http://www.eurosif.org/wp-content/uploads/2014/09/Eurosif-SRI-Study-20142.pdf>, s. 23 (dostęp: 30.08.2020).

zafinansowej, a więc z obszaru podejmowanych inicjatyw społecznych, CSR to już nie tylko moda czy wyraz wizjonerstwa, a konieczność. Nie należy się spodziewać, że z czasem owe praktyki ulegną liberalizacji — wręcz przeciwnie: biorąc pod uwagę kierunek, jaki obrała Unia Europejska w zakresie szeroko pojętej społecznej odpowiedzialności, coraz więcej firm i korporacji będzie objętych tym obowiązkiem. Tym samym dotychczasowa rywalizacja pozafinansowa, wizerunkowa między korporacjami zostaje przeniesiona do innego wymiaru. Powstaje wręcz kolejna ścieżka tejże rywalizacji. A w jaki sposób wygrywa się rywalizację? Będąc innowacyjnym. Tę innowacyjność może zagwarantować korporacjom wspieranie przedsiębiorstw społecznych poprzez finansowanie ich kapitału startowego. Innymi słowy: korporacja w ramach swoich działań CSR staje się inwestorem przedsiębiorstw społecznych.

Ponieważ przedsiębiorstwo społeczne to nie jednorazowa akcja prospołeczna, a firma, która została zaprojektowana, aby trwać na rynku jak każde inne, klasyczne przedsiębiorstwo, zysk marketingowy korporacji z jego wspierania będzie długotrwały i wielokrotny, a nie jednorazowy i krótkotrwały. Tak długo, jak długo funkcjonuje przedsiębiorstwo społeczne, korporacja, która umożliwiła mu zaistnienie, finansując jego kapitał startowy, może „odcinać od tego faktu wizerunkowe kupony”.

Ta ścieżka współpracy dowodzi, że symbioza między korporacjami i przedsiębiorstwami społecznymi jest nie tylko możliwa, ale wręcz wskazana, bo to gra o sumie dodatniej (ang. *win-win*), gdzie wszystkie strony czerpią korzyści.

Podobnie jak to zostało powiedziane w poprzednim punkcie, aby do takiej współpracy mogło dojść na gruncie polskim, konieczne jest stworzenie ku temu odpowiednich warunków. Korporacje dostrzegą partnerów w przedsiębiorstwach społecznych, które oferują więcej form współpracy niż choćby spółdzielnie, przez wzgląd na sposób, w jaki zostały zaprojektowane. Obecnie taka współpraca nie jest eksplorowana, ani potencjalne korzyści, które z niej wynikają, a jedyną przeszkodą jest ta natury normatywno-poznawczej. Nadanie przedsiębiorczości społecznej w Polsce odrębnej formy prawnej oraz popularyzacja tego modelu i jego potencjału otworzy drogę do angażowania się w niego przedstawicieli różnych środowisk i sektorów i w konsekwencji — do tworzenia wartości społecznej w większej skali, niż to ma miejsce w tej chwili.

Biotrem. Studium przypadku

Biotrem to flagowy i rzadki przykład polskiego przedsiębiorstwa społecznego, działającego według kryteriów przyjętych dla tego modelu zagranicą.

Jest to przedsiębiorstwo z Zambrowa, zajmujące się produkcją biodegradowalnych naczyń jednorazowego użytku z otrębów pszennych. Innowacyjną technologię opracował właściciel firmy, Jerzy Wysocki. W ofercie firmy znajdują się talerze o różnej średnicy, miski, półmiski oraz sztucce. Nadają się do serwowania dań zimnych i gorących; można je stosować zarówno w piekarnikach, jak i kuchenkach mikrofalowych. Produkty Biotrem ulegają pełnej biodegradacji w ciągu 30 dni, co czyni je „zieloną” alternatywą

dla naczyń jednorazowych z papieru lub szkodliwych dla środowiska tworzyw sztucznych. Autorski proces technologiczny produkcji naczyń bazuje na naturalnych surowcach — otrębach pszennych i śladowych ilościach wody, bez użycia środków chemicznych. Z jednej tony naturalnych otrębów spożywczych, będących produktem ubocznym w procesie produkcji mąki, firma jest w stanie wytworzyć do dziesięciu tysięcy sztuk naczyń. Wydajność obecnej linii produkcyjnej szacowana jest w skali roku na blisko piętnaście milionów sztuk biodegradowalnych naczyń i taką samą ilość sztuków. Zdaniem producenta, dzięki standaryzacji i powtarzalności procesu technologicznego, zagwarantowana jest łatwa skalowalność produkcji, co pozwala na szybką reakcję na rosnącą liczbę zamówień³⁴.

Ponieważ model przedsiębiorczości społecznej w formie, w jakiej występuje on za granicą, nie jest w Polsce znany i mamy do czynienia z brakiem definicyjnej klarowności, warto przyjrzeć się temu przykładowi i prześledzić, co konkretnie czyni Biotrem przedsiębiorstwem społecznym i w jaki sposób firma ta spełnia warunki przypisane temu modelowi:

a) innowacyjny pomysł — autorska technologia produkcji naczyń z otrębów pszennych;

b) cel, czyli rozwiązanie bądź przyczynianie się do rozwiązania jakiegoś społecznego problemu — działanie na rzecz ochrony środowiska przez opracowanie alternatywy dla naczyń jednorazowego użytku wykonanych z plastiku;

c) w naturze produktu czy usługi leży rozwiązywanie wybranego społecznego problemu — zaangażowanie prospołeczne jest głównym celem firmy, a nie działalnością dodatkową, na przykład w ramach marginalnych aktywności CSR;

d) posiada cechy klasycznego biznesu — funkcjonowanie firmy Biotrem nie zależy od donacji czy darowizn — firma czerpie zysk ze sprzedaży produktów, zatrudnia pracowników, posiada strukturę organizacyjną klasycznej firmy oraz podlega wszelkim prawom rynku w stopniu, w jakim podlegają im przedsiębiorstwa zorientowane na maksymalizację zysków³⁵.

W ten sam nurt wpisuje się wynalazek naukowców z Wydziału Chemicznego Politechniki Gdańskiej. Zespół badawczy pod kierunkiem profesor Heleny Janik opracował innowacyjny materiał z kukurydzy i mąki ziemniaczanej, z którego następnie wykonał sztucce. Kompozycja materiału zawiera między innymi skrobię termoplastyczną uzyskaną z mąki ziemniaczanej i dodatki pochodzenia naturalnego oraz biopolimer polilaktyd (w skrócie: PLA). Są to materiały termoplastyczne, co oznacza, że mogą być wykorzystane w produkcji wyrobów jednorazowych metodą formowania wtryskowego lub metodą wytłaczania, uznawanych za jedno z najtańszych i najszybszych metod otrzymywania wyrobów użytkowych z klasycznych tworzyw sztucznych³⁶. Testy wykazały, że są one tak samo trwałe jak ich plastikowe zamienniki, a przy tym w pełni biodegradowalne.

³⁴ Zob. <http://biotrem.pl/pl/> (dostęp: 30.08.2020).

³⁵ Analiza własna autorki.

³⁶ Zob. A. Dobiegała, *eko-wynalazek naukowców z Gdańska. Sztucce z kukurydzy i mąki ziemniaczanej*, „Wyborcza.pl” 25 lutego 2019, <http://trojmiasto.wyborcza.pl/trojmiasto/7,35612,24483788,ekologiczny-wynalazek-naukowcow-z-gdanska-sztucce-z-kukurydzy.html> (dostęp: 30.08.2020).

Ów wynalazek to jeszcze nie przedsiębiorstwo społeczne, lecz patent, ale, jak można było przypuszczać, biorąc pod uwagę potencjał wynalazku, już znalazł się inwestor, który go skomercjalizuje.

Przykłady te pokazują, że pojawia się w Polsce świadomość korzyści płynących z przedsiębiorczości społecznej oraz z inwestycji społecznie zaangażowanych. Jednak aktywność takich podmiotów jest wciąż marginalna, bo sam koncept przedsiębiorczości społecznej pozostaje niejasny, jego definicja myląca, brak mu odrębnej formy prawnej oraz popularyzacji w różnych sektorach.

Podsumowanie

Obserwujemy w Polsce rodzące się zainteresowanie poszczególnych sektorów rozwiązaniami hybrydowymi. Przykłady takie jak Biotrem należą jednak nadal do wyjątków, przez co są także słabo zauważalne. Potrzeba zatem budowania świadomości na temat tak rozumianego modelu przedsiębiorczości społecznej i jego potencjału, aby zachęcić znacznie szersze grono interesariuszy do angażowania się, w dowolnym charakterze, czy to jako przedsiębiorca, czy inwestor.

Brakuje koordynacji środowisk i uruchomienia wszystkich dostępnych im narzędzi akademickiego — które zajmie się badaniem modelu i jego popularyzacją wśród młodego pokolenia, potencjalnych przedsiębiorców społecznych; biznesowego — aby zaczął eksplorować nowe formy współpracy z podmiotami, już nie tylko z trzeciego sektora, których celem jest działalność prospołeczna, oraz prawnego.

Wśród formułowanych w tym artykule rekomendacji chcę zwrócić szczególną uwagę na tę dotyczącą właśnie nadania przedsiębiorczości społecznej w naszym kraju statusu oddzielnego podmiotu ekonomii społecznej.

Nadzwyczaj często mamy do czynienia z sytuacją, gdzie najpierw zaistnieje jakaś rzeczywistość, pewien model jest praktykowany, a dopiero z czasem (nierzadko po upływie wielu lat) zyskuje on ramy formalne. Tych ostatnich nie należy lekceważyć, bo nie tylko porządkują rzeczywistość, ale także stwarzają nowe możliwości. Formalne rozpoznanie przedsiębiorczości społecznej jako osobnego bytu, nadanie jej formy prawnej na równi z innymi podmiotami ekonomii społecznej i mainstreamowymi zawodami ułatwi interesariuszom różnych środowisk (biznesu, filantropii) zaangażowanie się, jak dzieje się to wtedy, gdy istnieją klarowne reguły gry.

Ekonomia społeczna i jej podmioty spotykane w Polsce, jakkolwiek pożyteczne, nie wyczerpują możliwości i form społecznego działania. Nie wykorzystują w maksymalnym stopniu potencjału, jaki tkwi w obywatelach w postaci społecznej odpowiedzialności oraz chęci angażowania się. Podstawowym i praktycznym rezultatem popularyzacji przedsiębiorczości społecznej jest kanalizacja owych prospołecznych postaw i bardziej optymalne ich wykorzystanie.

Tak na światowym, jak na polskim rynku istnieje miejsce zarówno dla klasycznych przedsiębiorstw skoncentrowanych na maksymalizowaniu zysku, jak i dla podmiotów

trzeciego sektora — spółdzielni czy organizacji pozarządowych, a także dla organizacji hybrydowych, czyli przedsiębiorstw społecznych.

Przedstawione w tym artykule argumenty mają posłużyć jako wskazówka, uzmysłowić, jak wielki potencjał może zostać uwolniony przy stworzeniu warunków sprzyjających powstawaniu przedsiębiorstw społecznych w naszym kraju. Pokazano tu korzyści, jakie członkowie różnych sektorów mogliby z nich czerpać, oraz wskazano płaszczyzny współpracy dla poszczególnych środowisk.

Bibliografia

- Brzozowska J., *Spółdzielnia jako podmiot ekonomii społecznej*, „Ekonomia Społeczna” 2007, nr 1.
- Bugg-Levine A., Emerson J., *Impact Investing. Transforming How We Make Money While Making a Difference*, Jossey-Bass 2011.
- Cele Zrównoważonego Rozwoju, <http://www.un.org.pl> (dostęp: 30.08.2020).
- Dobiegała A., *Eko-wynalazek naukowców z Gdańska. Sztuce z kukurydzy i mąki ziemniaczanej*, „Wyborcza.pl” 25 lutego 2019, <http://trojmiasto.wyborcza.pl/trojmiasto/7,35612,24483788,ekologiczny-wynalazek-naukowcow-z-gdanska-sztuce-z-kukurydzy.html> (dostęp: 30.08.2020).
- Frączak P., *Ekonomia społeczna — szerokie spojrzenie*, „Ekonomia Społeczna” 2007, nr 1.
- Frączkiewicz-Wronka A., Tkacz M., Arando S., *Ekonomia społeczna a koncepcje polityki społecznej państwa: model polski. Percepcja ryzyka w działalności przedsiębiorstw społecznych — badanie porównawcze Polska-Hiszpania*, „Ekonomia Społeczna” 2016, nr 1.
- „Harvard Business Review Polska” 2017, numer specjalny.
- Hockerts K., *Entrepreneurial Opportunity in Social Purpose Business Ventures*, [w:] *Social Entrepreneurship*, red. J. Mair, J. Robinson, K. Hockerts, London 2006.
- Krajowy Program Rozwoju Ekonomii Społecznej, <http://www.ekonomiaspoleczna.gov.pl/Krajowy,Program,Rozwoju,Ekonomii,Spoecznej,,3495.html> (dostęp: 30.08.2020).
- Krajowy Program Rozwoju Ekonomii Społecznej, załącznik do uchwały nr 164 Rady Ministrów z dnia 12 sierpnia 2014 roku, https://www.ekonomiaspoleczna.gov.pl/download/files/EKONOMIA_SPOLECZNA/KPRES_2014.pdf (dostęp: 30.08.2020).
- Krawiec W.M., *Impact investment — istota i otoczenie rynku*, „Annales Universitatis Mariae Curie-Skłodowska. Oeconomia” 49, 2015, nr 4.
- Light P.C., *Social entrepreneurship revisited*, „Stanford Social Innovation Review” 2009, summer.
- Małecka-Lyszczek M., *Zakres podmiotowy i klasyfikacja pojęcia „podmiot ekonomii społecznej”*, http://repozytorium.uni.wroc.pl/Content/79910/20_M_Malecka-Lyszczek_Zakres_podmiotowy_i_klasyfikacja_pojecia_podmiot_ekonomii_spoecznej.pdf (dostęp: 30.08.2020).
- Mazur-Wierzbicka E., *Przedsiębiorczość a społeczna odpowiedzialność biznesu*, „Przedsiębiorczość i Zarządzanie” 18, 2017, z. 12, cz. 1.
- Millennium Development Goals, <https://www.un.org/millenniumgoals/> (dostęp: 30.08.2020).
- Paszkowski J., *Korzenie ekonomii społecznej a spółdzielczość w Polsce*, „Ekonomia Społeczna” 2007, nr 1.
- PN-ISO 26000, 2012, <https://www.pkn.pl/informacje/2013/09/iso-26000> (dostęp: 30.08.2020).
- Porter E.M., Kramer R.M., *Tworzenie wartości dla biznesu i społeczeństwa*, „Harvard Business Review Polska” 2011, nr 99.
- Raport, Komisja Europejska, 2015c, s. 5–6, cyt. za: A. Frączkiewicz-Wronka, M. Tkacz, S. Arando, *Ekonomia społeczna a koncepcje polityki społecznej państwa: model polski. Percepcja ryzyka w działalności przedsiębiorstw społecznych — badanie porównawcze Polska-Hiszpania*, „Ekonomia Społeczna” 2016, nr 1.
- Robinson J., *Navigating Social and Institutional Barriers to Markets: How Social Entrepreneurs Identify and Evaluate Opportunities*, [w:] *Social Entrepreneurship*, red. J. Mair, J. Robinson, K. Hockerts, London 2006.

- Roundy P.T., *Regional differences in impact investment: A theory of impact investing ecosystems*, „Social Responsibility Journal” (w druku).
- Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady w sprawie Programu Unii Europejskiej na rzecz przemian i innowacji społecznych, <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PL/TXT/PDF/?uri=CELEX:52011PC0609&from=PL> (dostęp: 30.08.2020).
- Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) nr 1296/2013 z dnia 11 grudnia 2013 roku w sprawie programu Unii Europejskiej na rzecz zatrudnienia i innowacji społecznych („EaSI”) i zmieniające decyzję nr 283/2010/UE ustanawiającą Europejski instrument mikrofinansowy na rzecz zatrudnienia i włączenia społecznego Progress (Dz. Urz. UE L 347 z 20.12.2013 r., s. 238), cyt za: http://repozytorium.uni.wroc.pl/Content/79910/20_M_Malecka-Lyszczek_Zakres_podmiotowy_i_klasyfikacja_pojeucia_podmiot_ekonomii_spolecznej.pdf (dostęp: 30.08.2020).
- Strona internetowa firmy Biotrem, <http://biotrem.pl/pl/> (dostęp: 30.08.2020).
- Strona internetowa poświęcona modelowi *blended value*, www.blendedvalue.org (dostęp: 30.08.2020).
- Sustainable Development Goals, <https://sustainabledevelopment.un.org/?menu=1300> (dostęp: 30.08.2020).
- Uchwała nr 164 Rady Ministrów z dnia 12 sierpnia 2014 roku w sprawie przyjęcia programu pod nazwą „Krajowy Program rozwoju Ekonomii Społecznej”, http://www.ekonomiaspoleczna.gov.pl/download/files/KPRES_RM.pdf (dostęp: 30.08.2020).
- World Economic Forum, *From the Margins to the Mainstream*, 2013, za: *European SRI Study*, <http://www.eurosif.org/wp-content/uploads/2014/09/Eurosif-SRI-Study-20142.pdf> (dostęp: 30.08.2020).
- Wronka-Pośpiech M., *Kulturowe uwarunkowania zarządzania przedsiębiorstwem społecznym*, „Studia Ekonomiczne” 2017, nr 3.

Social entrepreneurship in Poland. Multidimensional potential of the model

Keywords: social entrepreneurship, social economy, impact investing, corporate social responsibility

Summary

The article provides an analysis of the differences in understanding the term “social entrepreneurship” in Poland and abroad. It argues that the lack of a sharp definition of this term, a clear distinction of it from other entities within the frame of social economy, and its separate legal form recognised in the country’s law, are limiting factors to a development of this type of activity. They prevent the representatives of different sectors from involvement in social entrepreneurship and as a result from benefiting from it.

This article displays the avenues of a possible collaboration between social enterprises and other stakeholders. It offers recommendations to investors, philanthropists and corporations, as well as lawmakers to remove the formal and legal obstacles so that this model can thrive in Poland like it does in other countries.