ekonomia społeczna

nr 2/2016

UNIWERSYTET
EKONOMICZNY
W KRAKOWIE
1925

MSAP

Redakcja

Maciej Frączek, Redaktor naczelny
Stanisław Mazur, Redaktor tematyczny
Michał Możdżen, Redaktor ds. baz danych
Marcin Kukiełka, Redaktor on-line
Agnieszka Pacut, Redaktor tematyczny, Sekretarz redakcji
Magdalena Pokora, Redaktor tematyczny
Andrzej Sokołowski, Redaktor statystyczny

Rada programowa

Mike Aiken – The Open University, Wielka Brytania
Joanna Brzozowska-Wabik – Związek Lustracyjny Spółdzielni Pracy, Polska
Michael Bull – The Manchester Metropolitan University, Wielka Brytania
Jerzy Hausner – Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie, Polska
Joanna Karmowska – The University of Oxford, Wielka Brytania
Oskar Kowalewski – Europa-Universität Viadrina, Niemcy
Piotr Krośniak – United Nations Development Programme
Magdalena Małecka-Łyszczek – Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie, Polska
Izabela Przybysz – Instytut Spraw Publicznych, Polska
Artur Steiner – Scotland's Rural College, Wielka Brytania
Ermanno Tortia – University of Trento, Włochy

Wydawca

Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie
Małopolska Szkoła Administracji Publicznej
ul. Rakowicka 16, 31-510 Kraków
tel.: +48 12 293 74 80, tel./fax: +48 12 293 75 59
e-mail: redakcjaes@uek.krakow.pl
www.msap.uek.krakow.pl

Projekt graficzny

Andrzej Kamiński
Oficyna Drukarska Jacek Chmielewski
ul. Sokołowska 12a, 01-142 Warszawa
tel./faks: +48 22 632 83 52

Skład, druk i oprawa

Zakład Poligraficzny Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie
ul. Rakowicka 27, 31-510 Kraków

Nakład: 100 egz.

ISSN: 2081-321X
eISSN: 1898-7435

Formuła wydawnicza: Open Access, licencja: cc-by-nc-nd 3.0 pl.

Cytowanie artykułów zamieszczonych w piśmie „Ekonomia Społeczna" dozwolone jest z podaniem źródła.

Wersją pierwotną czasopisma jest wydanie papierowe. Czasopismo dostępne w bazach: BazEkon, CEJSH (the Central European Journal of Social Sciences and Humanities), CEEOL (The Central and Eastern European Online Library), Index Copernicus.

Pismo jest dystrybuowane bezpłatnie.

Czasopismo dostępne na stronie: www.ekonomiaspoleczna.msap.pl

SPIS TREŚCI

Od Redakcji 5

ARTYKUŁY

Michał Sobczak, Dwa światy spółdzielni socjalnych w Polsce 7

Monika Tkacz, New generation of social entrepreneurs: Exploratory research and cross case study analysis of new generation of social enterprises 20

Michał Broniszewski, Rozwój podmiotów ekonomii społecznej w Polsce ze szczególnym uwzględnieniem regionu opolskiego – uwarunkowania instytucjonalno-organizacyjne 38

Krystyna Górnicka, Krajowy Program Rozwoju Ekonomii Społecznej jako dokument strategiczny. Założenia – treść – recepcja 48

Anna Nowacka, Postrzeganie społecznej odpowiedzialności biznesu w bankach spółdzielczych przez ich klientów 60

Anna Michna, Anna Męczyńska, Lokalne innowacje społeczne wspierające rozwój i funkcjonowanie przedsiębiorczości 71

Anna Mirzyńska, Charakterystyka sfery gospodarczej na przykładzie studentów i absolwentów Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie 80

Recenzenci czasopisma „Ekonomia Społeczna" w 2016 roku 95

Table of content

Foreword 5

Articles

Michał Sobczak, Two worlds of social cooperatives in Poland 7

Monika Tkacz, New generation of social entrepreneurs: Exploratory research and cross case study analysis of new generation of social enterprises 20

Michał Broniszewski, Development of social economy entities in Poland with particular emphasis on the Opole region: Institutional and organizational conditions 38

Krystyna Górnicka, National Programme for Social Economy Development as a strategic document: Assumptions - content - reception 48

Anna Nowacka, Perception of corporate social responsibility in a cooperative banks by their clients 60

Anna Michna, Anna Męczyńska, Local social innovation supporting the development and functioning of entrepreneurship 71

Anna Mirzyńska, Characteristics of economic sphere: An example of Cracow University of Economics students and graduated 80

List of reviewers in 2016 95

Szanowni Państwo,

Oddajemy w Państwa ręce kolejny numer półrocznika „Ekonomia Społeczna". Mamy nadzieję, że podejmowana na łamach naszego pisma tematyka spotka się z zainteresowaniem praktyków i teoretyków w dziedzinie ekonomii społecznej i przedsiębiorczości społecznej.

Prezentujemy Państwu artykuły odnoszące się nie tylko do głównego nurtu rozważań naukowych o ekonomii społecznej, ale i teksty, których autorzy poszukują nowych pól badawczych, mogących poszerzyć dotychczasowe ujmowanie i opisywanie gospodarki społecznej. Liczymy na to, że odkrywanie nowych perspektyw dla ekonomii społecznej pozwoli ją dalej rozwijać w wymiarze teoretycznego opisu, jak i praktycznych działań realizowanych w tym sektorze, a Państwu dostarczy interesującej, skłaniającej do refleksji lektury.

Zbiór artykułów w tym numerze rozpoczynamy opracowaniem Michała Sobczaka, dotyczącym charakterystyki populacji spółdzielców społecznych funkcjonujących w województwie łódzkim. Autor pokazuje, wykorzystując wyniki badań własnych, jak mocno zróżnicowane są dwie grupy spółdzielców – założycieli i pracowników najemnych – pod względem charakterystyk demograficznych, edukacyjnych i zawodowych, poziomu motywacji czy zdolności do radzenia sobie na otwartym rynku pracy. Te informacje są szczególnie istotne dla twórców i realizatorów systemu wsparcia spółdzielczości socjalnej, ponieważ wskazują na konieczność profilowania stosowanych instrumentów w zależności od ich adresatów. Integracja społeczno-zawodowa w ramach spółdzielni socjalnych może i powinna bowiem przebiegać przy uwzględnieniu indywidualnych potrzeb i możliwości osób związanych z tym typem przedsiębiorstwa społecznego.

W tekście Moniki Tkacz pt. „New generation of social entrepreneurs: Exploratory research and cross case study analysis of new generation of social enterprises" została zwrócona uwaga na globalne zmiany zachodzące w przedsiębiorczości społecznej. Coraz częściej dostrzegane jest zaangażowanie się młodego pokolenia tzw. millenialsów w działalność gospodarczą połączoną z realizacją działań społecznych. Niewątpliwie przyczynia się do tego rosnąca w ostatnich latach niepewność i zmienność w otoczeniu społeczno-gospodarczym (czego przykładem był kryzys z 2008 r.). Z uwagą należy przyglądać się tym nowym trendom, bo to właśnie millenialsi będą w nieodległej perspektywie poszukiwali nowych sposobów konstruowania ładu społecznego i gospodarczego, zarówno w wymiarze mikroekonomicznym – tworząc i realizując określone modele biznesowe w swoich przedsiębiorstwach, jak i systemowym – decydując o kształcie stosunków społecznych i gospodarczych na poziomie całego Państwa i realizowanej przez niego polityki publicznej.

Michał Broniszewski w swoim artykule analizuje funkcjonowanie podmiotów ekonomii społecznej w najmniejszym polskim województwie – opolskim. Boryka się ono z licznymi problemami społecznymi, związanymi m.in. z rosnącym poziomem zagrożenia wykluczeniem społecznym czy też niekorzystnymi tendencjami demograficznymi. Podmioty ekonomii społecznej są dostrzegane w tym województwie jako istotny aktor regionalnej polityki społecznej, acz równocześnie Autor wskazuje słabości istniejącego systemu wsparcia ekonomii społecznej oraz niepokojącą tendencję w słabnącej dynamice wzrostu nowych PES na Opolszczyźnie.

Tekst Krystyny Górnickiej traktuje o kluczowym dokumencie dla funkcjonowania ES w Polsce, którym jest Krajowy Program Rozwoju Ekonomii Społecznej. Autorka przygląda się procedurze jego tworzenia, analizuje najważniejsze jego zapisy oraz, co szczególnie ważne, zastanawia się nad jego recepcją wśród różnych aktorów, w tym władz publicznych szczebla krajowego i regionalnego. Ważne i niepokojące równocześnie jest dostrzeżenie przez Autorkę istotnego dysonansu między zapisami KPRES a regionalnymi programami operacyjnymi. Przekłada się to bowiem na generowa-

nie operacyjnych problemów związanych chociażby z funkcjonowaniem OWES-ów, czy też występowanie swoistego dwugłosu interpretacyjnego w środowisku ES odnoszącego się do publicznej polityki wsparcia ES.

W artykule Anny Nowackiej poruszona została problematyka percepcji społecznej odpowiedzialności biznesu w bankach spółdzielczych przez ich klientów. Autorka, wykorzystując wyniki własnych badań prowadzonych w powiecie płockim i żywieckim, wskazuje wielość i różnorodność działań społecznych realizowanych przez banki spółdzielcze oraz przedstawia ich ocenę, dokonaną przez klientów. Prezentowany artykuł potwierdza znaczenie bankowości spółdzielczej – zwłaszcza w wymiarze lokalnym – i pokazuje, że idea społecznej odpowiedzialności biznesu wdrażana w bankach bliskich społecznościom i klientom pozwala m.in. wspomagać rozwój lokalny i wzmacniać lokalne więzi społeczne.

Anna Michna i Anna Męczyńska z szerszej perspektywy przyglądają się możliwościom wspierania rozwoju i funkcjonowania przedsiębiorczości (w tym przedsiębiorczości społecznej) poprzez lokalne inicjatywy społeczne. Punktem odniesienia są dla Autorek zarówno wyniki badań ogólnopolskich, jak i analiza działań realizowanych przez władze Zabrza. Pokazują one, że polskie JST relatywnie rzadko wychodzą poza stosowanie standardowych instrumentów wspierania przedsiębiorczości. Zabrzańskie władze samorządowe próbują poszerzać pola swojego odziaływania i kooperacji z przedsiębiorcami, co zasługuje na docenienie, ale i pozwala na postawienie pytania, czy i jak polskie JST próbują wykorzystywać sektor przedsiębiorczości społecznej do kreowania rozwoju swoich lokalnych wspólnot.

Ostatni tekst w bieżącym numerze, autorstwa Anny Mirzyńskiej, ponownie przywołuje temat pokolenia millenialsów. W tym przypadku Autorka przygląda się znaczeniu wartości społecznych wyznawanych przez młodych ludzi dla funkcjonowania polskiej sfery gospodarczej. Autorka twierdzi, analizując wyniki swoich badań, prowadzonych na populacji studentów i absolwentów Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie, że to młode pokolenie, tworzące w przyszłości elity gospodarcze, ma szansę stworzyć nowy kształt polskiego kapitalizmu. Nie musi on być oparty wyłącznie na zimnej, wyniszczającej wolnorynkowej konkurencji, bo ma możliwość uwzględnienia potencjału ekonomii wartości, która bardzo bliska jest założeniom gospodarki społecznej.

Zapraszamy do lektury niniejszego numeru półrocznika oraz jego oceny i przekazywania nam uwag. W tym celu zachęcamy do odwiedzenia strony internetowej: http://www.ekonomiaspoleczna.msap.pl. Zamieszczono tam bieżący i archiwalne numery czasopisma.

Maciej Frączek
Redaktor naczelny

Ekonomia Społeczna
Nr 2/2016, s. 7–19
ISSN: 2081-321X, eISSN: 1898-7435
DOI: 10.15678/ES.2016.2.01

Dwa światy spółdzielni socjalnych w Polsce

Michał Sobczak*

Streszczenie: Spółdzielczość socjalna jest jednym z narzędzi polityki społecznej, które ma za zadanie przeciwdziałać wykluczeniu społecznemu. W zależności od oddalenia od rynku pracy realizowane jest to na dwa sposoby, tj. ścieżkę założycielską lub pracowniczą. Celem artykułu jest przedstawienie charakterystyki występujących w przestrzeni społeczno-gospodarczej dwóch typów spółdzielców socjalnych, czyli właśnie założycieli i pracowników najemnych. Zwrócona też będzie szczególna uwaga na różnice w sposobie realizacji przez spółdzielnie socjalne reintegracji zawodowej dla obu typów spółdzielców wraz z analizą szans na powodzenie tego procesu. Rozważania w artykule przeprowadzone zostały w oparciu o wyniki ankietowych badań własnych autora nad spółdzielczością socjalną w województwie łódzkim.

Przeprowadzone badania wskazały, że założyciele to zazwyczaj osoby młode, dobrze wykształcone, przedsiębiorcze oraz pełne zapału do pracy. Spółdzielnia socjalna to dla nich szansa na spełnienie marzeń i spróbowanie sił w działalności gospodarczej. Pracownicy natomiast to w większości osoby słabo wykształcone, o niewielkich możliwościach odnalezienia się na otwartym rynku pracy. Dzięki spółdzielni pracują, co powoduje poprawę ich sytuacji materialnej, a przy okazji nabywają cenne kompetencje, które w razie konieczności zmiany pracy mogą wykorzystać u nowego pracodawcy.

Słowa kluczowe: spółdzielnia socjalna, wykluczenie społeczne, inkluzja społeczna, rynek pracy.

Wprowadzenie

Spółdzielnie socjalne to organizacje wprowadzone do polskiego porządku prawnego w celu rozszerzenia oferty organizacji zajmujących się inkluzją społeczną, czyli przeciwdziałaniu wykluczeniu społecznemu. Organizacje te działają poprzez prowadzenie reintegracji zawodowej i społecznej osób w nich zatrudnionych, które to procesy odbywają się niejako przy okazji świadczenia pracy dla spółdzielni.

Spółdzielczość socjalna oferuje dwie możliwe ścieżki reintegracji społeczno-zawodowej. Pierwsza – założycielska – dotyczy spółdzielni socjalnych założonych przez osoby fizyczne i częściej obierana jest przez osoby samodzielne, przedsiębiorcze, dość dobrze wykształcone, dla których spółdzielnia może być sposobem na przezwyciężenie chwilowych problemów życiowych. Druga – pracownicza – związana jest głównie ze spółdzielniami socjalnymi zakładanymi przez osoby prawne. Tu spotkamy najczęściej osoby zdecydowanie bardziej oddalone od otwartego rynku pracy, które dopatrują się w spółdzielni jednej z ostatnich szans na jakąś poprawę ich sytuacji życiowej.

Celem artykułu jest przedstawienie charakterystyki występujących w przestrzeni społeczno-gospodarczej dwóch typów spółdzielców socjalnych: założycieli i pracowników najemnych. Zwrócona też będzie szcze-

* **Michał Sobczak**
Katedra Pracy i Polityki Społecznej
Wydział Ekonomiczno-Socjologiczny
Uniwersytet Łódzki
ul. Rewolucji 1905 r. nr 39, 90-214 Łódź
e-mail: msobczak@uni.lodz.pl

gólna uwaga na różnice w sposobie realizacji przez spółdzielnie socjalne reintegracji zawodowej dla obu typów spółdzielców wraz z analizą szans na powodzenie tego procesu. Rozważania w artykule przeprowadzone zostały w oparciu o wyniki badań własnych autora nad spółdzielczością socjalną w województwie łódzkim.

W pierwszej części artykułu przeprowadzono od strony prawnej analizę wyodrębnienia się dwóch typów spółdzielców socjalnych w Polsce. Następnie opisano od strony teoretycznej przebieg procesu inkluzji społecznej w spółdzielniach socjalnych. W ostatniej części artykułu przedstawiono wyniki badań własnych, które obrazują różnice pomiędzy założycielami a pracownikami najemnymi spółdzielni socjalnych w Polsce.

1. Jak powstały dwa typy spółdzielni socjalnych w Polsce

Spółdzielczość socjalna pojawiła się w polskim porządku prawnym w ustawie z dnia 20 kwietnia 2004 roku o promocji zatrudnienia i instytucjach rynku pracy (Dz.U. 2004 nr 99 poz. 1001), którą to znowelizowano Prawo spółdzielcze, dopisując do niego zasady tworzenia i funkcjonowania spółdzielni socjalnych. Na mocy tych przepisów zaczęły powstawać pierwsze tego typu organizacje, jednak bez dedykowanych programów wsparcia rozwój tej branży spółdzielczej był bardzo wolny. Dwa lata później przyjęto ustawę z dnia 27 kwietnia 2006 roku o spółdzielniach socjalnych (Dz.U. 2006 nr 94 poz. 651), która z uwzględnieniem kilku nowelizacji reguluje spółdzielczość socjalną w Polsce do chwili obecnej. Rozwiązania zastosowane w naszym kraju oparto o doświadczenia włoskie [Brzozowska, 2011, s. 227–229].

Zgodnie z zapisami wyżej przytoczonych aktów prawnych przedmiotem działalności spółdzielni socjalnej jest prowadzenie wspólnego przedsiębiorstwa w oparciu o osobistą pracę członków organizacji. Celem aktywności ekonomicznej w spółdzielni socjalnej jest jednak społeczno-zawodowa reintegracja zatrudnionych, którzy w większości powinni się wywodzić z grup zagrożonych wykluczeniem społecznym. Można powiedzieć, że spółdzielnie socjalne wypełniły lukę pomiędzy organizacjami prowadzącymi wstępne działania z zakresu reintegracji społeczno-zawodowej wykluczonych, jak kluby lub centra integracji społecznej, a otwartym rynkiem pracy [Koperek, Koperek, 2015, s. 14–19].

W pierwotnym rozwiązaniu organizacyjno-prawnym spółdzielnie socjalne mogły być zakładane tylko przez osoby fizyczne, a minimum 80% z nich musiały stanowić osoby zagrożone wykluczeniem społecznym. Bardzo szybko okazało się, że niewiele osób, u których faktycznie nagromadziły się problemy życiowe, potrafiło skutecznie prowadzić tego typu przedsiębiorstwo. Spółdzielcom najzwyczajniej brakowało kompetencji, doświadczenia i wiedzy fachowej. W tamtym okresie w spółdzielczości socjalnej najlepiej radzili sobie bezrobotni absolwenci szkół wyższych, którzy chcieli spróbować sił w biznesie, nie ryzykując zbyt wielu własnych środków. Stąd pierwsza nowelizacja ustawy o spółdzielniach socjalnych z 2009 roku (Dz.U. 2009 nr 91 poz. 742) obniżyła wymóg 80% zagrożonych wykluczeniem społecznym do co najmniej połowy. Ponadto, wprowadzono możliwość zakładania spółdzielni socjalnych przez osoby prawne (co najmniej dwie), takie jak organizacje pozarządowe, kościelne osoby prawne czy jednostki samorządu terytorialnego. W takim przypadku spółdzielnia socjalna ma obowiązek zatrudnić co najmniej połowę pracowników z grup zagrożonych wykluczeniem społecznym. Było to wyjście naprzeciw postulatom, które pojawiały się po pierwszym okresie powstawania spółdzielni socjalnych w Polsce. Samodzielne utworzenie przedsiębiorstwa przez osoby w bardzo trudnej sytuacji zawodowej i życiowej najczęściej kończyło się niepowodzeniem przedsięwzięcia, co poddawało w wątpliwość sensowność

wspierania spółdzielczości socjalnej w Polsce. Sukces odnosiły głównie projekty osób, które raczej przejściowo znalazły się w trudniejszym położeniu. Dla osób w bardzo trudnej sytuacji życiowej i zawodowej ważne jest, aby trafić do bezpiecznego, dobrze zorganizowanego miejsca pracy, stąd dla nich lepsze powinny być spółdzielnie socjalne osób prawnych [Szczygieł, 2014, s. 45–46].

W ten właśnie sposób powstały w Polsce dwa typy spółdzielni socjalnych, potocznie nazywane spółdzielniami „osób fizycznych" oraz „osób prawnych". Jak się okazało, przy okazji wytworzyły się również dwa typy spółdzielców socjalnych w Polsce:

- założyciele spółdzielni to osoby, które miały okazję współtworzyć spółdzielnię socjalną osób fizycznych. Charakteryzują się oni dość dużą samodzielnością życiową i przedsiębiorczością. Decyzja o założeniu spółdzielni była dla nich jednym ze sposobów na rozwiązanie raczej przejściowych problemów życiowych;
- pracownicy najemni spółdzielni to osoby zatrudnione w zdecydowanej większości w spółdzielniach socjalnych osób prawnych. Przystępowali oni do istniejących organizacji jako pracownicy najemni i sporadycznie zostają członkami organizacji. Charakteryzują się małą samodzielnością życiową, ich powrót na otwarty rynek pracy wydaje się być bardzo trudny [Sobczak, 2015, s. 176–177].

Podział na te dwa typy spółdzielców socjalnych wytworzył się niejako samoczynnie, wraz z możliwością zakładania spółdzielni przez osoby prawne, jednak znalazł też swoje usankcjonowanie w polityce rynku pracy wraz z wprowadzeniem profilowania bezrobotnych [Wojdyło-Preisner, 2009, 49–56]. Ustawa z dnia 14 marca 2014 roku o zmianie ustawy o promocji zatrudnienia i instytucjach rynku pracy oraz niektórych innych ustaw (Dz. U. 2014 poz. 598) wprowadziła w Polsce trzy profile bezrobotnych. Mają one za zadanie określić stopień oddalenia bezrobotnego od otwartego rynku pracy. Profil I przeznaczony jest dla aktywnych bezrobotnych, czyli osób potrzebujących właściwie tylko oferty pracy lub stosunkowo niewielkiego wsparcia w dostosowaniu się do aktualnych wymogów. Jedną z proponowanych form pomocy w tym przypadku jest uruchomienie spółdzielni socjalnej. Pozostałe dwa profile przeznaczone są dla bezrobotnych znacznie bardziej oddalonych od otwartego rynku pracy, a jedną z proponowanych form pomocy jest podjęcie pracy w spółdzielni socjalnej osób prawnych [Łukasiewicz, 2016, s. 224–226].

2. Przebieg inkluzji społecznej w spółdzielniach socjalnych

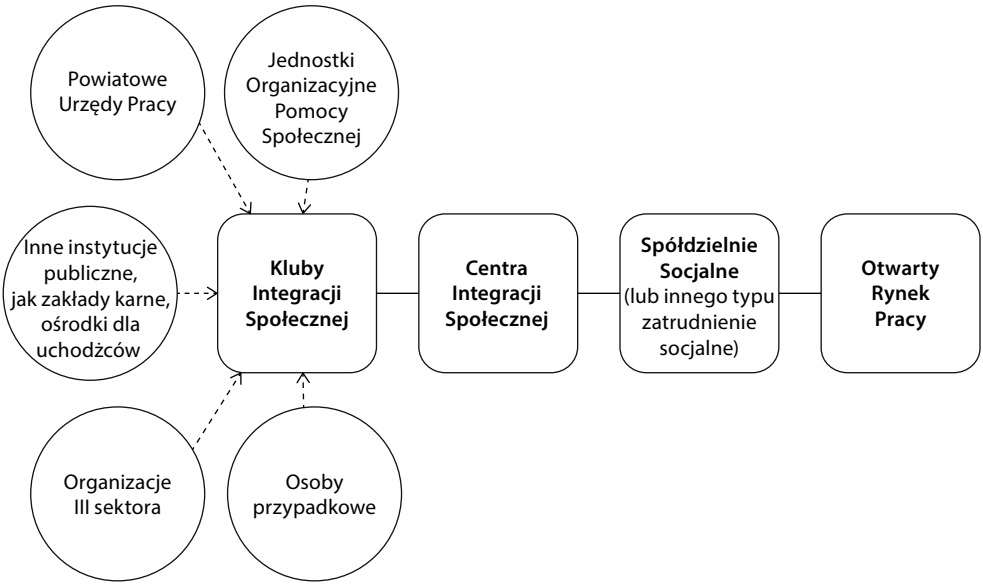
Do prowadzenia inkluzji społecznej w Polsce wykorzystywanych jest wiele różnych podmiotów ekonomii społecznej. Można tu wskazać szczególnie na: Kluby Integracji Społecznej (KIS), Centra Integracji Społecznej (CIS), Warsztaty Terapii Zajęciowej (WTZ), Zakłady Aktywności Zawodowej (ZAZ) i spółdzielnie socjalne, ale również wyspecjalizowane stowarzyszenia, fundacje, spółki non-profit, czy spółdzielnie pracy i inwalidów. Modelowa reintegracja przebiega według schematu przedstawionego na rysunku 1.

Zgodnie z powyższym schematem, do Klubów Integracji Społecznej trafiają raczej klienci skierowani z instytucji publicznych, np. urzędów pracy lub organizacji pozarządowych, czy po prostu przypadkowe osoby szukające wsparcia. Następnie KIS-y, a w dalszej kolejności CIS-y przeprowadzają wstępną reintegrację zawodową i przekazują tych klientów dalej, czyli np. zachęcają ich do przystąpienia, bądź założenia spółdzielni socjalnej albo oferują inną formę zatrudnienia socjalnego. Celem tego procesu jest wprowadzenie osób zagrożonych ekskluzją społeczną na otwarty rynek pracy [Sobczak, 2016b, s. 120–121]

Już sam fakt oferowania pracy osobom zagrożonym wykluczeniem społecznym

powoduje, że osoby pracujące w spółdzielniach socjalnych przechodzą proces reintegracji społeczno-zawodowej. Dodatkowo, konkurowanie w warunkach rynkowych wymusza na spółdzielcach ciągłą profesjonalizację, poprawę jakości świadczonych usług i oferowanych produktów oraz coraz sprawniejszą obsługę klientów. Spółdzielnia socjalna pozwala zatem zatrudnionym na uzupełnienie oraz podniesienie kwalifikacji zawodowych, a nawet na zupełną reorientację zawodową [Sobol, 2009, s. 33].

Rysunek 1. System reintegracji zawodowej w Polsce oparty o podmioty ekonomii społecznej



Źródło: [Sobczak, 2016b, s. 121].

Reintegracja społeczna w spółdzielniach socjalnych przebiega równolegle do reintegracji zawodowej. Jej przebieg jest związany nierozerwalnie z pracą w grupie, która tworzy spółdzielnię. Właśnie praca grupowa powoduje, że [Kliombka-Jarzyna, 2009, s. 32–34]:

1. Członkowie spółdzielni socjalnych czują się bezpieczniej, są bardziej pewni siebie, mniej wątpią we własne możliwości. Dzięki pracy w grupie są bardziej odporni na zagrożenia płynące z zewnątrz.
2. Członkowie spółdzielni socjalnych czują się ważni i wyróżnieni, a inni traktują ich z poważaniem, bo zdobyli się na odwagę i determinację, by taką organizację założyć.
3. Dzięki uznaniu ze strony innych wzrasta samoocena spółdzielców socjalnych i ich wiara we własne możliwości.
4. Spółdzielnia socjalna zaspokaja potrzebę przynależności – członkowie czują się potrzebni, użyteczni, należą do określonej komórki społecznej.
5. Członkowie spółdzielni czerpią z grupy siłę do realizacji zadań, których zapewne nie podjęliby się w pojedynkę.
6. Do wykonania niektórych zadań potrzebna jest kombinacja umiejętności i wiedzy różnych osób, więc grupa staje się niezbędna do ich realizacji.
7. Działając w grupie zmniejsza się ryzyko popełnienia błędu.

8. Działalność grupowa skutkuje wyższym poziomem kapitału społecznego w porównaniu do przedsiębiorcy działającego w pojedynkę.
9. Grupa pobudza kreatywność i motywuje do bardziej efektywnego działania wszystkich jej członków.
10. Działając w grupie spółdzielcy zyskują nowych przyjaciół i utrwalają dawne przyjaźnie.
11. Pracując w grupie członkowie wiele uczą się od innych i od siebie nawzajem.
12. Członkowie grupy udzielają sobie wsparcia w trudnych chwilach – pokazują, że warto działać pomimo pojawiających się trudności.
13. Praca w grupie uczy, jak rozwiązywać konflikty, komunikować się z innymi oraz jak panować nad wybuchami złości. To, co powstrzymuje członków spółdzielni od niewłaściwych zachowań to poczucie wstydu, odczuwane przed innymi członkami grupy.
14. Spółdzielnie socjalne uczą demokracji dzięki takiemu właśnie systemowi podejmowania decyzji.

Większość z wyżej wymienionych korzyści to kompetencje cenione i poszukiwane przez pracodawców na otwartym rynku pracy, co oznacza, że osoby zatrudnione w spółdzielniach socjalnych podnoszą swoją zdolność do konkurowania w ramach rynku pracy. Niewątpliwie patrząc na spółdzielnie socjalne z tego punktu widzenia można stwierdzić, że wpisują się one w koncepcję przejściowych rynków pracy (*Transitional Labour Markets*), gdzie trafiają ludzie niezdolni do podjęcia zatrudnienia na rynkach otwartych. Z założenia osoby trafiające na przejściowy rynek pracy powinny uniezależnić się od pomocy społecznej i przygotować do ponownego konkurowania w ramach rynku otwartego [Schmid, 1998, s. 5–10].

Odnosząc się do wyróżnionych wcześniej dwóch typów spółdzielców socjalnych można stwierdzić, że proces reintegracji społeczno-zawodowej przebiega lepiej wśród założycieli, którzy byli po prostu mniej oddaleni od otwartego rynku pracy. Spółdzielczość socjalna to dla nich szansa na usamodzielnienie się oraz na wzięcie we własne ręce odpowiedzialności za swoje życie i pracę. Niezależnie od rodzaju wykonywanej pracy na rzecz organizacji, uzyskują dodatkowo poczucie sprawstwa. Mają szanse rozwinąć wiele kompetencji związanych z prowadzeniem biznesu i pracą w zespole. W przypadku pracowników istotne jest to, że wracają oni na rynek pracy. Uczą się obowiązkowości, zyskują poczucie przydatności oraz rozwijają szereg kompetencji ściśle powiązanych ze stanowiskiem pracy. Z punktu widzenia interesu społecznego prowadzenie reintegracji zawodowej w obu tych grupach jest zatem równie ważne.

Z punktu widzenia interesu publicznego istotne jest też, że reintegracja zawodowa w spółdzielniach socjalnych może być uznana za efektywną finansowo i środowiskowo. Organizacje te generują przychody i ponoszą wydatki, co obniża konieczność wsparcia ze środków publicznych procesu aktywizowania osób bezrobotnych. Praca spółdzielców pozwala też na osiągnięcie założonych celów aktywizacji zawodowej i doprowadzenie do samodzielności ekonomicznej [Sobczak, 2016a, s. 47-48].

Spółdzielczość socjalna to instrument aktywizacji społeczno-zawodowej osób wykluczonych, który zdaje się być dotąd nie w pełni wykorzystywany. Klienci spółdzielni socjalnych, szczególnie ci zaliczani do grupy pracowników, zdają się być największym wyzwaniem dla publicznych służb zatrudnienia, gdyż dla tych osób brakuje ofert nawet, gdy mamy do czynienia z dobrą sytuacją na rynku pracy. Wynika to z niedopasowania ich kompetencji do wymagań rynkowych. Podjęcie mimo wszystko trudu aktywizacji tych osób przynosi jednak szereg korzyści dla:

- samorządu – mniej podopiecznych ośrodków pomocy społecznej, więcej ludzi

aktywnych zawodowo, a zatem mniejsze wydatki socjalne,
- służb zatrudnienia – odciążenie od najtrudniejszej klienteli, która odnajduje swoje miejsce w spółdzielniach socjalnych,
- społeczności lokalnych – więcej firm świadczących usługi ważne dla rozwoju lokalnego (np. usługi opiekuńcze na terenach mało zurbanizowanych).

Zatem spółdzielnie socjalne są organizacjami, w których rozwój warto inwestować, a ich działalność winna być szeroko promowana oraz dobrze rozumiana przez władze lokalne i urzędników związanych z polityką społeczną [Koral, 2008, s. 2].

3. Dwa typy spółdzielców socjalnych w badaniach

Ta część artykułu została oparta na wynikach badań ankietowych prowadzonych z założycielami oraz pracownikami najemnymi z 42 spółdzielni socjalnych z regionu łódzkiego w okresie od grudnia 2013 do czerwca 2014 r. Badania zostały wykonane przez ankieterów bezpośrednio w spółdzielniach. Użyte na potrzeby niniejszego artykułu badania były częścią większego projektu badawczego związanego z badaniem skuteczności spółdzielczości socjalnej w zakresie reintegracji zawodowej osób zagrożonych ekskluzją społeczną w Polsce na przykładzie województwa łódzkiego. Podjęta została próba bezpośredniego dotarcia do wszystkich 82 spółdzielni socjalnych zarejestrowanych w regionie na koniec listopada 2013 r. W ramach tego projektu przeprowadzono też badanie ankietowe skierowane do zarządów spółdzielni, co pozwoliło przeanalizować spółdzielnie jako przedsiębiorstwa. Przeprowadzono także wywiady z przedstawicielami podmiotów z otoczenia spółdzielni socjalnych, takich jak: ośrodki wsparcia ekonomii społecznej, urzędy oraz Ogólnopolski Związek Rewizyjny Spółdzielni Socjalnych. Analiza w niniejszym artykule została oparta wprawdzie tylko na jednym komponencie badawczym, jednak wyciągane przez autora wnioski wynikają również siłą rzeczy ze znajomości szerszych wyników badań.

Obie grupy spółdzielców socjalnych różnią się od siebie znacznie już na poziomie charakterystyki próby. Szczegółowe dane na ten temat przedstawia tabela 1. Próba badawcza składała się z 74 pracowników najemnych oraz 116 założycieli spółdzielni. Taką też przyjęto liczebność próby przy analizie odpowiedzi na pytania wielokrotnego wyboru. Jednak nie wszyscy respondenci odpowiadali na każde pytanie, co przełożyło się na przyjęte liczebności próby w pytaniach jednokrotnego wyboru – wtedy tabela zawiera odpowiednią wartość N lub ogółem, które sugerują właściwą liczebność próby.

Tabela 1. Struktura próby pracowników najemnych i założycieli spółdzielni socjalnych wg płci, wieku, miejsca zamieszkania, poziomu wykształcenia i stanu cywilnego

Kategoria	Założyciele spółdzielni		Pracownicy najemni		Ogółem	
	l. osób	[%]	l. osób	[%]	l. osób	[%]
PŁEĆ	N=114		N = 70		N = 184	
Kobieta	69	60,5	30	42,9	99	53,8
Mężczyzna	45	39,5	40	57,1	85	46,2
WIEK	N = 115		N = 72		N = 187	
Do 34 lat	64	55,7	33	45,8	97	51,9
35-54 lata	35	30,4	25	34,7	60	32,1
Powyżej 54 lat	16	13,9	14	19,4	30	16,0

Kategoria	Założyciele spółdzielni		Pracownicy najemni		Ogółem	
	l. osób	[%]	l. osób	[%]	l. osób	[%]
WYKSZTAŁCENIE	N = 114		N = 71		N = 185	
Co najwyżej podstawowe	2	1,8	19	26,8	21	11,4
Gimnazjalne	6	5,3	5	7,0	11	5,9
Średnie, zawodowe	49	43,0	31	43,7	80	43,2
Wyższe	57	50,0	16	22,5	73	39,5
MIEJSCE ZAMIESZKANIA	N = 114		N = 71		N = 185	
Wieś	23	20,2	–	–	23	12,4
Miasto	91	79,8	71	100,0	162	87,6
STAN CYWILNY	N = 116		N = 74		N = 190	
Mężatka\ żonaty	48	42,5	20	27,8	68	36,8
W związku nieformalnym	19	16,8	9	12,5	28	15,1
Panna\ kawaler	34	30,1	24	33,3	58	31,4
Po rozwodzie	11	9,7	10	13,9	21	11,4
Wdowa\ wdowiec	1	0,9	9	12,5	10	5,4

Źródło: [Sobczak, 2016a, s. 102].

Z powyższych danych wyłania się obraz założyciela spółdzielni jako młodej kobiety, z dobrym wykształceniem, najczęściej mieszkającej w mieście, o ułożonym życiu prywatnym. W przypadku pracowników spółdzielni są to raczej młodzi mężczyźni, dość słabo wykształceni, pochodzący tylko z miast, częściej stanu wolnego. Te dwie populacje różnią się również pod względem czasu poświęcanego na pracę tygodniowo (tabela 2).

Tabela 2. Faktycznie przepracowywana średniotygodniowa liczba godzin pracy przez pracowników i założycieli badanych spółdzielni socjalnych

Tygodniowy czas pracy w h	Założyciele spółdzielni		Pracownicy najemni		Ogółem	
	l. osób	[%]	l. osób	[%]	l. osób	[%]
Poniżej 20	22	21,2	12	18,2	34	20,0
20–39	19	18,3	8	12,1	27	15,9
40	21	20,2	36	54,5	57	33,5
41-60	28	26,9	10	15,2	38	22,4
Powyżej 60	14	13,5	–	–	14	8,2
OGÓŁEM	104	100,0	66	100,0	170	100,0

Źródło: [Sobczak, 2016a, s. 105].

Duża grupa założycieli spółdzielni socjalnych miała wspólną cechę z osobami prowadzącymi działalność gospodarczą – potrafili poświęcać na pracę więcej godzin tygodniowo niż wynosi pełny wymiar czasu pracy, czyli 41 h i więcej. W wielu organizacjach napotkano nawet założycieli zatrudnionych na część etatu (np. 1/16), a faktycznie pracujących nawet 100 h w tygodniu. Natomiast u pracowników najemnych przepra-

cowana średniotygodniowa liczba godzin wynosiła dla 54,5% badanych równo 40 h, a 30% pracowało na ogół krócej. Warto tu dodać, że pracownicy spółdzielni socjalnych też zdecydowanie lepiej zarabiają (choć niewiele więcej od płacy minimalnej), dla nich zarobkowy wymiar tej pracy ma jednak duże znaczenie. Założyciele raczej zarabiali mniej, a z rozmów z nimi wynikało, że oczekiwali lepszych wynagrodzeń w przyszłości, gdy przedsiębiorstwo się rozwinie.

Istotne dla niniejszych rozważań są również czynniki, które miały wpływ na decyzję o założeniu lub przystąpieniu do spółdzielni socjalnej. W obu badanych grupach do najważniejszych czynników należały: możliwość uzyskania dochodów (założyciele – 50%, pracownicy – 58,1%) oraz chęć zdobycia pracy (odpowiednio: 49,1% oraz 55,4%). U założycieli do najważniejszych czynników należy również wewnętrzna chęć dokonania zmiany w życiu (49,1%), która wśród pracowników była wymieniana przez mniej niż 1/3 respondentów. Do istotnych różnic zaliczyć też można to, że dla 1/3 założycieli spółdzielni wpływ na jej założenie miała chęć spróbowania sił w biznesie, a dla 1/5 namowa znajomych. Wynikać to mogło z tego, że dla sporej grupy założycieli spółdzielnia socjalna była szansą na utworzenie swojego wymarzonego biznesu, a do rozpoczęcia działalności w tej formie prawnej potrzeba kilku osób, stąd poszukiwania chętnych odbywały się często wśród znajomych. Pracownicy natomiast częściej wymieniali namowę rodziny oraz pracownika socjalnego, co można interpretować jako przejaw mniejszej samodzielności tych osób. Dość duże różnice pomiędzy tymi grupami widać też porównując najważniejsze oczekiwane korzyści z pracy w spółdzielniach socjalnych (tabela 3).

Dla pracowników najważniejszą z oczekiwanych korzyści z pracy w spółdzielni było uzyskiwanie dochodów, o wiele ważniejszą niż w przypadku założycieli, o czym świadczy istotność statystyczna tej różnicy. Dla założycieli była to oczywiście dość ważna korzyść, jednak minimalnie więcej respondentów wskazało na nowe kwalifikacje zawodowe (istotnie statystycznie więcej niż wśród pracowników). Pozostałe korzyści znacznie częściej wskazywane w grupie założycieli niż pracowników to zdobywanie kontaktów zawodowych i realizacja własnych marzeń. Dość jasno wskazuje to, że problemy ekonomiczne dla założycieli nie były głównym motywatorem do założenia spółdzielni.

Tabela 3. Najważniejsze korzyści ekonomiczne i zawodowe z pracy w spółdzielniach socjalnych według oczekiwań pracowników i założycieli

Najważniejsze oczekiwane korzyści z pracy w spółdzielni socjalnej:		Grupa		Ogółem [N = 190]
		założyciele spółdzielni [N = 116]	pracownicy spółdzielni [N = 74]	
KORZYŚCI EKONOMICZNE				
uzyskanie dochodów	N	64	56	120
	%	**55,2**	**75,7**	**63,2**
p = 0,004, Phi = –,21, Chi-kwadrat = 8,16 (df = 1)				
niezależność	N	40	19	59
	%	**34,5**	**25,7**	**31,1**
p = 0,20				

Najważniejsze oczekiwane korzyści z pracy w spółdzielni socjalnej:		Grupa		Ogółem [N = 190]
		założyciele spółdzielni [N = 116]	pracownicy spółdzielni [N = 74]	
KORZYŚCI ZAWODOWE				
nowe kwalifikacje zawodowe	N	65	25	90
	%	**56,0**	**33,8**	**47,4**
p = 0,003, Phi = 0,22, Chi-kwadrat = 8,97 (df = 1)				
kontakty, które będzie można w przyszłości wykorzystać dla rozwoju zawodowego	N	58	23	81
	%	**50,0**	**31,1**	**42,6**
p = 0,01, Phi = 0,19, Chi-kwadrat = 6,61 (df = 1)				
realizacja własnych marzeń	N	45	9	54
	%	**38,8**	**12,2**	**28,4**
p < 0,001, Phi = 0,29, Chi-kwadrat = 15,75 (df = 1)				

Źródło: [Sobczak, 2016a, s. 115–116].

Jedną z klasycznych cech przedsiębiorstwa społecznego jest system podejmowania decyzji oparty na zasadach współuczestnictwa, demokratyczny – jeden interesariusz jeden głos. Jak wygląda to w praktyce, obrazuje tabela 4.

Tabela 4. Sposoby podejmowania decyzji w spółdzielniach socjalnych według pracowników najemnych i założycieli

Sposoby podejmowania decyzji w spółdzielniach socjalnych	Założyciele spółdzielni		Pracownicy najemni		Ogółem	
	l. osób	[%]	l. osób	[%]	l. osób	[%]
Zdecydowana większość decyzji w spółdzielni była podejmowana przez wszystkich członków, bądź przynajmniej z nimi konsultowana	68	60,7	21	32,8	89	50,6
Decyzje najważniejsze dla działalności spółdzielni podejmowali wszyscy członkowie, a codzienne zarządzanie było w gestii zarządu	26	23,2	14	21,9	40	22,7
Zarządzaniem zajmował się zarząd, a rolą członków było tylko wybieranie i rozlicznie zarządu, gdy upływała kadencja	14	12,5	1	1,6	15	8,5
Respondenci nie mieli wpływu na zarządzanie spółdzielnią	4	3,6	28	43,8	32	18,2
OGÓŁEM	112	100,0	64	100,0	176	100,0

Źródło: [Sobczak, 2016a, s. 121].

Praktycznie każdy z badanych założycieli miał okazję w jakimś stopniu współzarządzać spółdzielnią socjalną, a 60% z nich brało udział przy podejmowaniu większości decyzji w organizacji. W przypadku pracowników większość miała okazję współuczestniczyć w zarządzaniu, jednak ponad 40% z nich nie miała żadnego wpływu na zarządzanie organizacją. Oznacza to, że rozwój kompetencji menedżerskich i przedsiębiorczych był niewątpliwie ograniczony wśród pracowników. Różnice między badanymi grupami uwidaczniały się również w charakterze pracy wykonywanej w spółdzielni socjalnej (tabela 5).

Tabela 5. Charakter pracy wykonywanej w spółdzielni socjalnej wg pracowników najemnych i założycieli

Charakter pracy w spółdzielniach socjalnych:		Grupa		Ogółem [N = 190]
		założyciele spółdzielni [N = 116]	pracownicy najemni [N = 74]	
Wykonywanie prostych prac fizycznych nie wymagających żadnych specjalnych kwalifikacji	N	29	23	52
	%	**25,0**	**31,1**	**27,4**
p = 0,36				
Prace fizyczne z wykorzystaniem wcześniej zdobytej wiedzy i umiejętności	N	35	28	63
	%	**30,2**	**37,8**	**33,2**
p = 0,27				
Prace fizyczne, na potrzeby których uzupełniano wiedzę i zdobyto nowe umiejętności	N	40	11	51
	%	**34,5**	**14,9**	**26,8**
p = 0,003, Phi = 0,22, Chi-kwadrat = 8,85 (df = 1)				
Prace umysłowe z wykorzystaniem wcześniej zdobytej wiedzy i umiejętności	N	51	20	71
	%	**44,0**	**27,0**	**37,4**
p = 0,02, Phi = 0,17, Chi-kwadrat = 5,54 (df = 1)				
Prace umysłowe, na potrzeby których rozwinięto wiedzę i umiejętności	N	54	14	68
	%	**46,6**	**18,9**	**35,8**
p < 0,001, Phi = 0,28, Chi-kwadrat = 15,01 (df = 1)				
Sprawowanie w spółdzielni funkcji zarządczych	N	42	5	47
	%	**36,2**	**6,8**	**24,7**
p < 0,001, Phi = 0,33, Chi-kwadrat = 21,05 (df = 1)				
Inny	N	1	2	3
	%	**0,9**	**2,7**	**1,6**
p = 0,32				
Trudno powiedzieć	N	6	1	7
	%	**5,2**	**1,4**	**3,7**
p = 0,17				

Źródło: [Sobczak, 2016a, s. 122].

Powyższe dane obrazują dużo większą wszechstronność założycieli, którzy wykonują w spółdzielniach wszelkie prace – od prostych fizycznych po specjalistyczne umysłowe oraz związane z kierowaniem organizacją. W przypadku prac fizycznych wymagających uzupełniania wiedzy i umiejętności, wszelkich prac umysłowych i zarządczych, testowanie statystyczne wykazało istotną różnicę w częstotliwości wyboru tych odpowiedzi pomiędzy grupami. Pracownicy nieco częściej byli kierowani do wszelkiego typu prac fizycznych (choć różnica nie była istotna statystycznie), czasem umysłowych. Tym samym, odpowiadać temu też będzie profil kompetencyjny osoby po przejściu procesu reintegracji zawodowej w spółdzielni socjalnej.

Spółdzielnie socjalne mają też wpływ na kontakty społeczne swoich członków lub pracowników. Większość respondentów (54,2%)

rozwinęła kontakty społeczne i zdobyła nowe grono znajomych. Żadnych większych zmian w zakresie kontaktów z otoczeniem nie zauważyło u siebie ponad 40% pracowników oraz przeszło 23% założycieli. Jednocześnie założyciele częściej niż pracownicy odpowiadali, że praca w spółdzielni socjalnej przyczyniła się do ograniczenia kontaktów z rodziną (odpowiednio: 22,4% oraz 9,5%) i znajomymi (20,7% oraz 5,4%). Z przeprowadzonych rozmów ze spółdzielcami wynikało, że miało to związek z natłokiem pracy w spółdzielni socjalnej.

Ostatnią z kategorii, w których uwidoczniły się różnice pomiędzy grupami, było hipotetyczne zachowanie spółdzielców w sytuacji, w której upada spółdzielnia socjalna. Założyciele byli raczej pewni swoich kwalifikacji i zdobycia nowej pracy (50%) lub deklarowali chęć założenia działalności gospodarczej (20%). U pracowników najczęściej udzielaną odpowiedzią była utrata reszty nadziei na jakąkolwiek możliwość poprawy sytuacji życiowej (24%). Przy okazji mniej więcej 1/5 respondentów w obu grupach nie potrafiła odpowiedzieć na to pytanie.

Podsumowanie

Przeprowadzone badania potwierdziły założenie, że w spółdzielniach socjalnych funkcjonują dwa typy spółdzielców o dość różnej charakterystyce. Założyciele to zazwyczaj osoby młode, dobrze wykształcone, przedsiębiorcze oraz pełne zapału do pracy. Spółdzielnia socjalna to dla nich szansa na spełnienie marzeń i spróbowanie sił w działalności gospodarczej. W razie upadku organizacji byli raczej pewni swojego przygotowania do powrotu na otwarty rynek pracy lub założenia własnego biznesu. Pracownicy byli grupą ze zdecydowanie większymi problemami życiowymi. To często osoby słabo wykształcone, o niewielkich możliwościach odnalezienia się na otwartym rynku pracy. Dzięki spółdzielni pracowali, co powodowało poprawę ich sytuacji materialnej. Innych korzyści raczej sami nie dostrzegali. Pracując nabywali jednak cenne kompetencje, które w razie konieczności zmiany pracy mogliby wykorzystać u nowego pracodawcy.

Realizowany przy okazji proces reintegracji społeczno-zawodowej przebiegał trochę lepiej w grupie założycieli, którzy na wstępie byli mniej oddaleni od otwartego rynku pracy. Spółdzielczość socjalna to dla nich jeden ze sposobów na życie, okazja na spełnienie marzeń o własnym biznesie. Spółdzielczość socjalna była dla nich szansą na usamodzielnienie się, wzięcie we własne ręce odpowiedzialności za swoje życie i pracę. Przez to nawet w sytuacjach, gdy czasami wykonywali proste prace fizyczne, zyskiwali też poczucie sprawstwa w organizacji. Mieli również szansę rozwinąć szereg kompetencji związanych z prowadzeniem biznesu czy pracą w zespole. Założyciele zdecydowanie więcej czasu poświęcali na pracę, niż to wynikało z formalnych uregulowań, co miało związek z ich poczuciem odpowiedzialności za przedsięwzięcie. Na badanym etapie rozwoju organizacji, założyciele raczej nie uzyskiwali większych korzyści ekonomicznych wynikających z pracy, ale też ich oczekiwania były odmienne. Chcieli głównie rozwinąć się zawodowo, a spółdzielnia stwarzała taką sposobność, rozwijając przy okazji jeszcze ich kompetencje społeczne i psychologiczne. Dzięki pracy w spółdzielniach nawiązywali wiele nowych kontaktów międzyludzkich, choć czasem nawał pracy ograniczał intensywność kontaktów towarzyskich czy rodzinnych. W większości traktowali spółdzielnię jako trwałe miejsce pracy, jednak w razie upadku organizacji byli raczej spokojni o powodzenie swojej dalszej kariery zawodowej.

Wśród pracowników najemnych reintegracja zawodowa związana była głównie z zapewnieniem bezpieczeństwa ekonomicznego oraz pewnością zatrudnienia. Pracownicy w momencie przystąpienia do

spółdzielni liczyli w pierwszej kolejności na korzyści ekonomiczne. Korzyści natury zawodowej, społecznej czy psychologicznej były swoistym pozytywnym skutkiem ubocznym. Dzięki pracy w spółdzielniach nastąpiła u nich również poprawa kontaktów społecznych, w tym rodzinnych. Najczęściej traktowali spółdzielnie jako stałe miejsce pracy i nie przewidywali możliwości dobrowolnego odejścia z organizacji. W przypadku bankructwa spółdzielni istniało spore ryzyko, że wielu pracowników najemnych może utracić nadzieję na jakąkolwiek poprawę swojej sytuacji życiowej, co mogłoby doprowadzić do pogłębienia ich wykluczenia.

Literatura

Brzozowska J. (2011). „Usługi społeczne świadczone przez spółdzielnie socjalne", w: M. Grewiński, M. Rymsza (red.), *Polityka aktywizacji w Polsce. Usługi reintegracji w sektorze gospodarki społecznej* (s. 218–233). Warszawa: Wydawnictwo WSP TWP w Warszawie.

Kliombka-Jarzyna J. (2009). „Psychospołeczne aspekty funkcjonowania spółdzielni socjalnych", w: Z. Janowska (red.), *Spółdzielczość socjalna drogą do aktywności zawodowej i przeciwdziałania wykluczeniu społecznemu*. Łódź: Międzynarodowa Fundacja Kobiet.

Koperek J., Koperek A. (2015). „Zasady funkcjonowania spółdzielni socjalnych w Polsce (na podstawie Ustawy o spółdzielniach socjalnych)", w: W. Janocha, J. Koperek, K. Zielińska-Król (red.), *Spółdzielnie socjalne jako instrument polityki społecznej państwa* (s. 9–28). Lublin: Wydawnictwo KUL.

Koral J. (2008). *Podmioty ekonomii społecznej. Spółdzielnie socjalne*. Warszawa: Fundacja Inicjatyw Społeczno-Ekonomicznych.

Łukasiewicz A. (2016). „Profilowanie bezrobotnych – problemy i wyzwania", *Kwartalnik KES Studia i Prace*, 1 (25), s. 217–237.

Schmid G. (1998). „Transitional labour markets: A new European employment strategy", *WZB Discussion Paper*, FS I 98-206.

Sobczak M. (2015). „Reintegracja społeczno-zawodowa osób po 45 roku życia w spółdzielniach socjalnych", *Acta Universitatis Lodziensis. Folia Oeconomica*, 2 (312), s. 173–194.

Sobczak M. (2016a). *Reintegracja zawodowa w spółdzielniach socjalnych na przykładzie województwa łódzkiego*. Łódź: Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego.

Sobczak M. (2016b). *Wykluczenie społeczne i inkluzja społeczna z wykorzystaniem podmiotów ekonomii społecznej w Polsce na przykładzie województwa łódzkiego*. Łódź: Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego.

Sobol A. (2009). *Społeczne aspekty działalności spółdzielni socjalnych*. Warszawa: Ogólnopolski Związek Rewizyjny Spółdzielni Socjalnych oraz Krajowa Rada Spółdzielcza.

Szczygieł E. (2014). „Spółdzielnie socjalne jako odpowiedź na wybrane problemy społeczne. Przykład województwa podkarpackiego", *Ekonomia Społeczna*, nr 2, s. 36–47.

Wojdyło-Preisner M. (2009). *Profilowanie bezrobotnych jako metoda przeciwdziałania długookresowemu bezrobociu*. Toruń: WNUMK.

Ustawa z dnia 20 kwietnia 2004 roku o promocji zatrudnienia i instytucjach rynku pracy (Dz.U. 2004 nr 99 poz. 1001 z późn. zm).

Ustawa z dnia 27 kwietnia 2006 roku o spółdzielniach socjalnych (Dz.U. 2006 nr 94 poz. 651 z późn. zm).

Two worlds of social cooperatives in Poland

Summary: Social co-operatives are one of the social policy's tools that aims to counteract social exclusion. Depending on the distance from the open labor market it might be implemented in two ways, i.e. the path of founders or employees. The aim of the paper is to present the characteristics of two types of social cooperative stakeholders, i.e. founders and employees. Special attention will also be paid to the differences in the way social co-operatives implement occupational reintegration for both types of stakeholders together with an analysis of the chances of success of this process. The discussion in this paper was based on the results of the survey of the author's own research on social co-operatives in the Lodz province.
The research indicated that the founders are usually young, well-educated, entrepreneurial and energetic. Social co-operatives gave them a chance to fulfill their dreams and try their hand at business. Employees, on the other hand, are mostly poorly educated and have little chance of finding themselves in the open labor market. Thanks to the cooperatives they improve their financial situation and acquire valuable competences.

Keywords: social cooperative, social exclusion, social inclusion, labor market.

Prawa autorskie i licencja / Copyright and License

Artykuł opublikowano na licencji Creative Commons
Uznanie autorstwa – Użycie niekomercyjne – Bez utworów zależnych 3.0 Polska
http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/pl/

This article is published under the terms of the Creative Commons
Attribution – NonCommercial – NoDerivs (CC BY-NC-ND 3.0) License
http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/

Ekonomia Społeczna
Nr 2/2016, s. 20–37
ISSN: 2081-321X, eISSN: 1898-7435
DOI: 10.15678/ES.2016.2.02

New generation of social entrepreneurs: Exploratory research and cross case study analysis of new generation of social enterprises

Monika Tkacz*

Summary: The extensive development of social entrepreneurship transnationally is being increasingly shaped by youth entrepreneurs from the so-called millennial generation. The newest reports unveil that social entrepreneurship has become a youthful movement engaged in developing social initiatives worldwide. The article is an exploratory and pilot research with an objective to verify the profile of the new generation of social entrepreneurs. The author applies qualitative, narrative and cross case study analysis of the young social entrepreneurs (under the age 30) giving insights into 71 social ventures from 14 European countries and 5 overseas. The study focuses on e.g. innovation types, fields of operation, capacity of social impact, market orientation and revenue capacity models, founders' biographical traits and their opportunity recognition patterns. The findings discover a few leading features within the members of the new generation of social entrepreneurs such as, inter alia, increasing market orientation, high utilization of technological solutions (especially in the area of social exclusion) or approximate level of pull and push factors that engage young entrepreneurs to create social enterprises.
Keywords: new generation, social entrepreneur, social entrepreneurship, social innovation.

Introduction

We live in the fast-moving times and discontinuous changes of the new age of knowledge, information and access. At this juncture, there are opportunities for radical improvement, solutions and new approaches to complex and long lasting issues [Andersson, Curley, Formica, 2010]. We can observe widespread entrepreneurial activity and technology that are central to countries' economic growth. In addition, politicians, business leaders and members of society call for endeavours that focus on social and environmental objectives leading to social health and overall socioeconomic development of countries. Some of these objectives are pursued by governments and by semi-public organisations. However, there is no clear boundary concerning which social and environmental problems should be the responsibility of governments and which problems may, at least partly, be left open for the market for private and other non-governmental organisations [Bosma, Schøtt, Terjesen, Kew, 2016].

As a result, there are blurring boundaries between public, private, and non-profit sectors leading to formation of various hybrid social enterprises in the quest for more effective solutions to national and global issues [Kaplan, 2013]. GEM special report on social

* **Monika Tkacz**
MIK, S. Coop.
Ibarra Zelaia Zelaigunea, 2, 20560 Oñati, Gipuzkoa
e-mail: mtkacz@mondragon.edu

entrepreneurship[1] shows that social entrepreneurial activities are taking root in both developing and developed nations. The early-stage social entrepreneurial activity, measured by the percentage of adults between the age of 18 and 64 who are currently trying to start a social purpose business is at a global average of 3.2%. By comparison, the rate of start-up commercial entrepreneurship averages 7.6% [GEM Consortium, 2017b]. It must be underlined that the social purpose businesses do not exceed the commercial activities, however, there is a growing trend of young people in particular that facilitate their passion for social change into new social enterprises. According to the newest report [Bosma, Schøtt, Terjesen, Kew, 2016] there are more social entrepreneurs in the age between 18-34 than commercial entrepreneurs in every global region, except for Latin America and the Caribbean (see Figure 2; operational stage). It indicates high contribution of millennial generation (born between mid-1970s and 2000s,) to socioeconomic transformation and it allows to consider the social entrepreneurship to be a global youth movement.

The discovered trend in the youth entrepreneurship has been already globally discussed by, inter alia, Ashoka[2], World Economic Forum[3], Skoll Word Forum[4], or EFESEIIS[5] Not surprisingly, the article makes an attempt to observe the discovered phenomena in youth entrepreneurship and to verify key patterns and characteristics of the new generation of social entrepreneurs from transnational perspective. The author conducts pilot research and analysis of social enterprises of millennial generation presented by Forbes in the last 2 years [Forbes Europe, 2016; Forbes Europe, 2017; Forbes Global, 2016; Forbes Global, 2017][6]. The author adapts two selective criteria: (1) the formation year: 2013-2017, (2) and the age of the founders: 18-30. It resulted in a sample of 71 social enterprises from 14 European countries (e.g. Poland, England, Germany, France or Spain) and 5 overseas (US, India, Kenya, Botswana, Nepal). The main study objective is to discover key leading features that shape the profile of new generation of social entrepreneurs. The study, however, is limited to the well prospering and promising social ventures of the young generation detecting characteristics of the best practices within the youth social entrepreneurship. The research discovers (1) main biographical traits such as age or male/female component, (2) the most frequently chosen innovation types, (3) revenue capacity models, (4) predominant fields of operations (5) and the main motives that push or pull young entrepreneurs to apply their ideas to social enterprises.

[1] GEM is the Global Entrepreneurship Monitor, and it is the world foremost study of entrepreneurship. GEM is the richest resource of information on the subject, publishing a range of global, national and ‚special topic' reports on an annual basis. The special report on social entrepreneurship is the largest comparative study of social entrepreneurship in the world, based on interviews with 167,793 adults in 58 economies in 2015 and published in 2016 [GEM Consortium, 2017a].

[2] Ashoka is a network of more than 3,300 world's leading social entrepreneurs (Ashoka Fellows) that implement system-changing solutions to human and environmental problems [Ashoka, 2017].

[3] World Economic Forum was established in 1971 as a not-for-profit foundation to engages the foremost political, business and other leaders of society to shape global, regional and industry agendas [World Economic Forum, 2017].

[4] Skoll World Forum on Social Entrepreneurship was established to accelerate entrepreneurial approaches and solutions to the world's most pressing problems by uniting social entrepreneurs with essential partners in a collaborative pursuit of learning, leverage, and large-scale social change [Skoll World Forum, 2017].

[5] Research project for 'Enabling the Flourishing and Evolution of Social Entrepreneurship for Innovation and Inclusive Societies' supported and funded by European Commission [EFFESEIIS, 2016].

[6] Forbes conducts exhaustive assessment of worldwide social enterprises on the basis of specific key quantifiable metrics such as revenue, social impact, inventiveness or social benefit.

For the purpose of better understanding of the concept, the author starts with a brief background description of new approaches in the area of solving socioeconomic issues, transformations in social innovation patterns or social entrepreneurship boundaries on the basis of broad literature review. The author gradually introduces the evaluating profile of a new generation of social entrepreneurs presenting a theoretical overview of their specific features or characteristics. To provide proof and explore the concept the author investigates a sample of social enterprises worldwide applying a compilation of two methodological approaches: Benadusi's and Sapienza's variables and analysis approach [2012] and Condie's and Cooper's [2015] categorization model (see Figure 3). The findings of the pilot research are a solid base for further and deeper research and a valuable source of initial estimation of the current patterns and future pathways within the youth social entrepreneurship.

1. Innovation for common good

Nowadays, societies more intensively than ever articulate the drive to make a change in a form of innovation innovation that engages, motivates and mobilizes people and resources for progressive impact [World Economic Forum, 2015]. According to Andersson, Curly, Formica [2010] the impulses for action cannot in a general sense come 'from above' and a fundamental feature of the current era is the scope it creates for bottom–up initiative. Innovation is less frequently pushed by experts and technocrats and more often pulled by the real needs of people, and of society, to produce better responses to real issues, which are further facilitated in cross-sectoral actions. Social innovators share, taste, redefine, develop and apply innovations faster than ever before as the open source technologies allow individuals to innovate from anywhere quickly and rapidly [Kaplan, 2013]. More and more often social or economic gaps and risks or issues are not just something to be avoided but, on the contrary, they result in cutting edge solutions, products, services or programmes invented by 'socially sensitive' entrepreneurs leading to social transformation, economic growth, social change and new market opportunities [Global Opportunity Network, 2017; Nicholls, Murdock, 2012].

Social innovation is cross-disciplinary and occurs within and between existing institutions including business, public sector services and community organisations [Kaplan, 2013] and it plays a crucial role especially in the sectors where the existing models of innovation are unsuccessful, obsolete or unable to take advantage of the opportunities arising in the environment [Mulgan, Tucker, Ali, Sanders, 2007]. Relating to the Global Opportunity Network's[7] report [2016] there is a significant and observed shift in global mindset where people transform global and national risks into opportunities offering varied solutions and innovations for social good. Yearly, the Global Opportunity Network's [2017] team selects critical global risks and is touring continents to harvest insights and ideas from thought leaders in several sectors on how to turn the global risks into sustainable opportunities. They inspire academia experts, researchers, scholars, social entrepreneurs and social strategists worldwide to seek new solutions for collective social transformation.

The growing sensitivity towards national and global issues, the number of initiatives to make a change, and the number of available technological tools increase the rapid growth of problem solvers from the millennial generation. The innovation types are as diversi-

[7] Global Opportunity Network was established to identify and understand and seek solutions for global risks through collection of insights of leaders from within business, government and civil society across continents [Global Opportunity Network, 2017].

fied as the social needs and vary from sanitation health projects to open source platforms and diverse networks to create new products and services for social good [Kaplan, 2013; UNICEF, 2007]. It results in an emerging phenomena of a new wave of social innovators that transform their ideas into social enterprises tackling social challenges in the area of education, healthcare, human rights or social isolation [The Guardian, 2014].

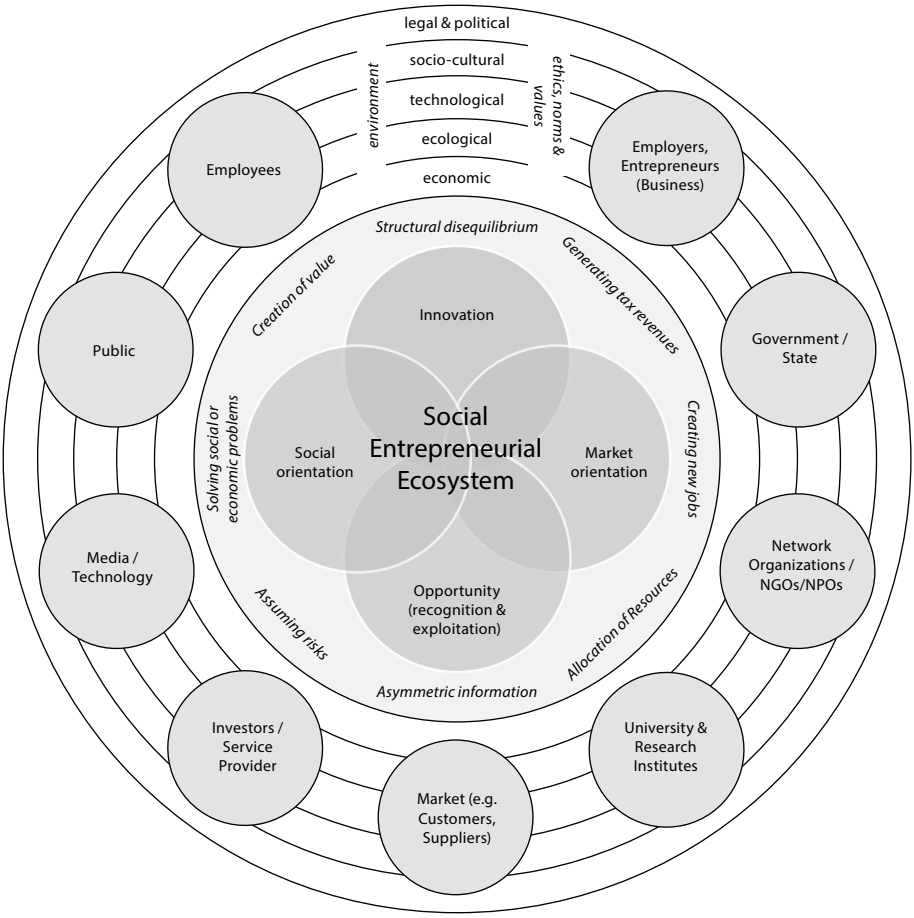
2. Social entrepreneurship – overview

In recent years, social entrepreneurship has received increased recognition from public sector, the population at large as well as from scholars. This growing interest can be explained by at least two arguments. First, the innovativeness of treating social problems that are becoming more and more complex. Second, social entrepreneurship can be seen as a way to reduce the financial dependence on private donations and government funding of socially oriented organizations by using market-based solutions [Bacq, Hartog, Hoogendoorn, Lepoutre, 2011]. Consequently, hybrid models of enterprises have emerged that apply for-profit and non-profit elements such as charities and voluntary groups that establish trading operations to generate income for their social missions, co-operatives/social firms that tackle social exclusion by adopting 'bottom-up' and pluralist approaches to governance and human resource management or businesses that invest or share their surpluses in a 'public interest' or 'fair trade' enterprise [Ridley-Duff, Bull, Seanor, 2008.]. As a result, the term 'social enterprise' has become highly contested and it seems that the theories have been grouped into two competing perspectives. The first perspective perceives social enterprises as trading organisations sitting in the middle of a continuum between the pursuit of a social mission (charitable) and trading in a market (private). Another perspective, however, views social enterprise as a cross-sector trading organisation or activity capable of rebuilding and developing social capital and addressing shortcomings of each sector [ibidem] Last but not least, Borzaga and Defourny [2001] admit that social enterprise cannot be just seen as new development of non-profit sector and social economy but it deserves to be seen as a new entrepreneurship. Therefore, the authors [ibidem] identify social entrepreneurship as innovative economic practices just listed with social dimension embedded in the traditional conceptualisation of the third sector. Taking all theories into consideration, it seems to be challenging to place social enterprises in just one distinct area in current economy. Nevertheless, according to Drayton [Forbes, 2012], the founder of Ashoka, the mainstreaming of social enterprise means its disappearance as a distinct activity, where non-profits now routinely engage in profit-seeking activities, for-profits seek social value through business and charitable activities, and public agencies form partnerships with both [Rangan, Herman, McDonald, 2008]. It causes, however, difficulties in creating precise or agreed upon definition of social entrepreneurship among governments, academics or practitioners in transnational perspective. Therefore, for the purpose of the study, the paper relates to two theories: the first one focuses on commonality among all social initiatives and it understands social venture as a 'problem-solving' enterprise that produces measurable results in the form of changed social outcomes and/or impacts [Johnson, 2003]; the second definition relates to GEM (Global Entrepreneurship Monitor) and it describes social entrepreneurship as any kind of activity, organisation or initiative that has a particularly social, environmental or community objective [Bosma, Schøtt, Terjesen, Kew, 2016].

Currently, the field is influenced by significant changes in the flow of funding, growing but often untapped philanthropic

resources, a shift in the role of government, new social investment models as well as shift in commercial activities by socially minded organizations. Undoubtedly, there is a phenomenon within current economy in which various cross-sectoral actors are co-creating the process of social and economic transformation forming diversified types of social entrepreneurial activities embodied in larger ecosystem (Figure 1) [Condie, Cooper, 2015].

Figure 1. Social entrepreneurial ecosystem



Source: [Condie, Cooper, 2015].

The Figure 1. based on recent social science research of over 80 urban social entrepreneurs [ibidem] perfectly presents a larger picture of new perspective on social entrepreneurship involving contexts from different spheres (innovation, social & market orientation, opportunity recognition & exploitation) and actors from different sectors ranging from investors, entrepreneurs, government, NGOs to media, technology, universities or research centres. There is more support in the area of social entrepreneurship than even before encouraging many youth individuals to create social ventures and it has already influenced the youth entrepreneurship globally (see section 3 and 4).

3. Social entrepreneurship – trends, patters and future directions

According to the newest comparative report on the basis of 167,793 adults in 58 economies [Bosma, Schøtt, Terjesen, Kew, 2016], social entrepreneurs are starting businesses in all major regions of the world but with notable variations throughout countries and different economic areas.

The early-stage social entrepreneurial activity, measured by the percentage of adults between the age of 18 and 64 who are currently trying to start a social purpose business is at a global average of 3.2%. The statistics indicate lower prevalence of social entrepreneurial activities in comparison to commercial early-stage activities that are at the global average of 7.2% [ibidem]. Nevertheless, the detected rate is promising in terms of further social entrepreneurship development.

In overall perspective, Australia and the US have the highest ratios of social entrepreneurship activities (11%). In Australia and the US, one out of 10 individuals are social entrepreneurs. Sub-Saharan Africa is classified as the second economic area with high social entrepreneurial activities including early and post start-up stage. While social entrepreneurship rates are high in sub-Saharan Africa, these economies tend to be characterised by small-scale entrepreneurial activity in general, in terms of employing few people and not having very high levels of sales. Eastern and Western Europe, Latin America and Caribbean, Middle East and South Africa have average levels of social entrepreneurial activities and they are at the third place in the ranking. The last place belongs to South-East Asia with the least amount of social entrepreneurs – at just 3.8% [ibidem].

The studies indicate various motives of differsified dynamics of social entrepreneurial activities across the globe, from those innovation driven to those necessity driven. It has been unveiled that the areas with the highest average level of economic welfare and institutional development have the highest ratios of social entrepreneurial activities due to institutional support mechanisms, such as dedicated facilities to support entrepreneurs. As a contrary, the areas at lower levels of economic development have some of the highest rates of necessity-driven entrepreneurship where individuals' social initiatives are driven by needs that emerge from the local community. Interestingly, the findings illustrate that, at lower levels of economic development, new entrepreneurial activities with social goals are more intertwined with those of regular new businesses [ibidem].

In addition, the newest GEM Report [ibidem] presents four crucial patterns. (1) 55% of social entrepreneurial activities are led by male and 45% by female[8]. (2) 38% of the world's social entrepreneurial ventures rely on government funding. The rest relay on, inter alia, private funds, banks, investors and online crowdfunding. (3) The majority of social enterprises in most economies around the world across all economies are market based rather than non-market based (4) but between 50 and 70% of operational social entrepreneurs are 'value creators' where generating value to society and environment is more important than financial value.

Besides the observed growth in social entrepreneurial activities globally, the experts from the Harvard Business School [Rangan, Herman, McDonald, 2008] admit that the direction of social entrepreneurship development remains on the brink of several possible futures, including consolidation, entrepreneurial growth, and expressive experimentation. In the consolidation scenario, funding will keep growing and organizations will compete for resources by demonstrating performance. The sector will consolidate, with

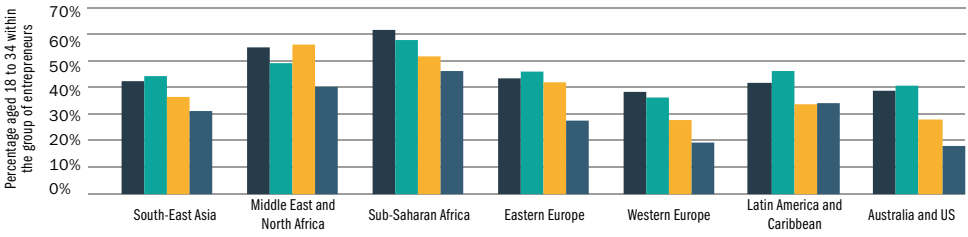
[8] This gender gap in social entrepreneurial activity is significantly smaller than the roughly 2:1 gender gap in commercial entrepreneurial activity [Bosma, Schøtt, Terjesen, Kew, 2016].

some efficient organizations gaining scale, some merging and then growing, and some failing to achieve either scale or efficiency and eventually shutting down. The entrepreneurial scenario predicts that the existing and new enterprises will apply strategies to achieve and demonstrate performance, improving efficiency and effectiveness and attracting innovative funding strategies and new entrepreneurial models. In the expressive scenario rather than focusing exclusively on performance, funders and organizations may view their investment as an expressive civic activity with an emphasis on employing concrete measures of impact or efficiency. In this scenario, funding will flow as social entrepreneurs experiment with new models based on a range of individual priorities and relationships. The scenario that unfolds over the next 20 years will depend largely on the ability of social enterprise leaders to make a leap forward in thought and action to capitalize on the abundant potential for social change [ibidem]. It seems, additionally, that the future of social entrepreneurship highly depends on the young entrepreneurs aged between 18-34 as statistically they contribution to social entrepreneurial activities is the highest (see section 4, Figure 2).

4. New generation of social entrepreneurs

A significant number of discussions highlighted the vital role of a new wave of young individuals from millennial generation joining the area of social entrepreneurship. Millennials massively enter the labour market reshaping the global economy and the way how business is conducted [Millennial Center for Social Entrepreneurship, 2016]. This generation brings a youthful energy, a technological twist and a different perspective to entrepreneurship and community service as they venture out in new ways to address local and world issues [Michigan State University, 2015].

Figure 2. Age of social entrepreneurs, and commercial entrepreneurs, by phase



	South-East Asia	Middle East and North Africa	Sub-Saharan Africa	Eastern Europe	Western Europe	Latin America and Caribbean	Australia and US
Nascent social entrepreneurship	42%	55%	61%	43%	38%	42%	39%
Nascent commercial entrepreneurship	44%	49%	58%	46%	36%	46%	41%
Operational social entrepreneurship	36%	56%	52%	42%	28%	34%	28%
Operational commercial entrepreneurship	31%	40%	46%	27%	19%	34%	18%

Source: [Global Entrepreneurship Monitor, 2015].

The newest report of Global Entrepreneurial Monitor [Bosma, Schøtt, Terjesen, Kew, 2016] shows that youth entrepreneurs at the age of 18–34 are more likely to set up socially oriented business than commercial ventures. The statistic shows that the rate of

the young (at that particular age range) leading social entrepreneurial activities at operation stage (post start-up stage) exceeds the number of those involved in regular business, which unveils a new phenomenon in the global youth entrepreneurship (see Figure 2).

The discovered trend has influenced more focus on the youth education and professional development in the area of social entrepreneurship. In the Ashoka network [Ashoka, 2013] about 700 of the 3,000 social entrepreneurs already work directly with youth to help them develop entrepreneurial skills to flourish in the social entrepreneurial area and to solve critical global or national issues. The developing sector of social entrepreneurship needs talented individuals who have the ability to turn the idea into profitable and sustainable long-term business venture [Millennial Center for Social Entrepreneurship, 2016].

New generation surrounded by online environment has an ability to connect with cultures across the world, making it easier to understand and quickly respond to various global problems. Technology provides all sorts of tools ranging from solution design, advertisement to sharing, collaborating or networking. The technologically emboldened generation, with attention to capital, financial sustainability and access to community or infrastructure, seems to have no barriers in creativity and innovation [Kaplan, 2013; World Economic Forum, 2015]. Nevertheless, those who go into the direction of social innovation differ in terms of motivation to engage in social activities: social entrepreneurs demonstrate a socio-moral motivation in their entrepreneurial initiatives [Bacq, Hartog, Hoogendoorn, Lepoutre, 2011]. Shaw and Carter [2007, as cited by Bacq, Hartog, Hoogendoorn, Lepoutre, 2011], found that social entrepreneurs are more likely to be motivated by social aims, such as to affect change and make a difference, to meet local needs or to tackle a social issue. Dees [as cited in Johnson, 2003] identifies five criteria that social entrepreneurs possess: adopting a mission to create and sustain social value; recognizing and relentlessly pursuing new opportunities to serve that mission; engaging in a process of continuous innovation, adaptation and learning; acting boldly without being limited by resources currently in hand; and exhibiting a heightened sense of accountability to the constituencies served and to the outcomes created. However, the today's profile of millennial social entrepreneurs expands the previous descriptions and majority of the specific traits are confronted with functional questions on how millennials acquire resources for their social businesses, how they allocate resources, how they build successful organizations, and how they achieve impact from social investment [Rangan, Herman, McDonald, 2008] A recent review of social entrepreneurship literature showed that young social entrepreneurs are likely to share a series of behavioural characteristics with the commercial entrepreneurs, such as: the ability to detect opportunities, the drive to innovate, the willingness to bear risk and the display of proactive behaviour towards survival, growth and serving the market [Bacq, Hartog, Hoogendoorn, Lepoutre, 2011]. Nevertheless, majority of early developing social entrepreneurs have difficulty to make their ventures sustainable. Therefore, many countries (especially those at higher level of economic development) offer supportive mechanism and mentoring, coaching or co-working with experts at different stages of the social enterprise development [Bosma, Schøtt, Terjesen, Kew, 2016].

5. Exploratory research of new generation of social entrepreneurs

The performed pilot research is based on narrative and qualitative analysis exploring the profile of new generation of social entrepreneurs. The analysis is an elabora-

tion attempt on already released extensive exploratory research of new generation social enterprises worldwide including 14 European countries and 5 overseas performed by Benadusi and Sapienza [2012] within EFESEIIS project – Enabling the Flourishing and Evolution of Social Entrepreneurship for Innovation and Inclusive Societies [EFFESEIS, 2016]. The previous analysis of a sample of social ventures emerged in the particular time frame (2006–2012) provided broad and valuable overview of the main organizational characteristics, forms of diffusion and identify-based specificities that contribute to shaping the new generation of social entrepreneurs. However, taking into consideration the field dynamics, there is constant and further observation needed to detect the evolution of the pathways of social entrepreneurship. Therefore, the current research is exploratory and introductory in the area of new generation of social enterprises emerged between 2013 and 2017 expanding the time frame of the previously performed analysis (2006-2012) [Benadusi, Sapienza, 2012].

The research explores 71 new generation of social enterprises worldwide (see Appendix) selected from the total 120 social enterprises presented by Forbes in four yearly reports. The selection has been on the basis of two fundamental criteria: the age of the co-founders/founders (18-30) and the time frame of the social enterprises emergence (2013–2017).

The research methodology is a compilation of two main approaches:

(1) part of EFESEIIS [ibidem] narrative methodology and analysis approach (mix of data collection techniques, desk analysis collection of relevant promotional materials, website information, biographical reviews of founders' life story) and core variables:

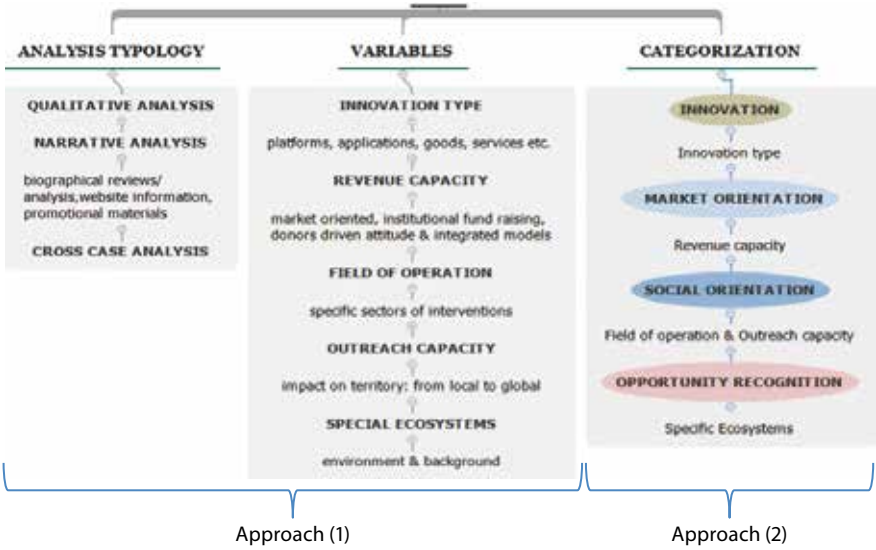
- innovation type – new technology, platforms, applications, products, service, scientific processes etc.,
- revenue capacity – market oriented, customer driven, institutional fund raising, donation or integrated models,
- field of operation – specific sector of intervention,
- outreach capacity – national or global social impact,
- specific ecosystems – patterns in market, society, environment and founders' life stories, experiences, background etc. influencing the social enterprise emergence;

(2) social entrepreneurship ecosystem model that categorize the chosen variables [Condie, Cooper, 2015]:

- innovation – innovation type,
- social orientation – field of operation, outreach capacity,
- market orientation – revenue capacity,
- opportunity recognition/pattern – specific ecosystems.

The compilation provides sample of variables, tool for its analysis and exemplary categorization model (see Figure 3).

Figure 3. Data collection and categorization



Source: own elaboration on the basis of EFESEIIS cross case analysis approach [Benadusi, Sapienza, 2012] and social entrepreneurial ecosystem model [Condie, Cooper, 2015].

The collected data have been categorized and analysed on the basis of cross case analysis approach. The analyses identify differences and similarities and effectively synthesize the chosen sample of new generation of social enterprises unveiling leading patterns within specific core areas (innovation, market orientation, social orientation, opportunity recognition). It provides a base for initial assessment of the three previously discussed possible future directions of social entrepreneurship (see section 3).

6. Research findings

The biographical traits of the selected sample have unveiled that 66% of the new generation of social entrepreneurs are male and 34% female in transnational perspective. Majority of them (both male and female) is at the age of 29 (27%) and at the age of 27 (15%).

The European sample of 45 new generation of social enterprises has its origins in 14 European countries: UK, Poland[9], Greece, Germany, Bulgaria, Spain, Austria, France, Netherlands, Sweden, Italy, Switzerland, Ireland and Belgium. 33% of the analysed social enterprises have been established in UK, 15% in Germany, 13% in France and the lasting 39% in the rest 11 European countries. The majority of the headquarters of the global sample of social enterprises is located in US and the rest in the developing world including Kenya, Botswana, India, Nepal.

The deeper insights into the selected sample of social enterprises have explored four basic and major features shaping the profile of new generation of social entrepreneurs: innovation, social and market orientation and opportunity recognition patterns influencing the formation of the social enterprises. The

[9] SOCIAL WOLVES is the go-to platform for creating original social projects and developing skills of the future, see more at http://socialwolves.com/#/app/home.
FIVE APP is the world's first sign messenger for Deaf people, see more at http://fiveapp.mobi/.

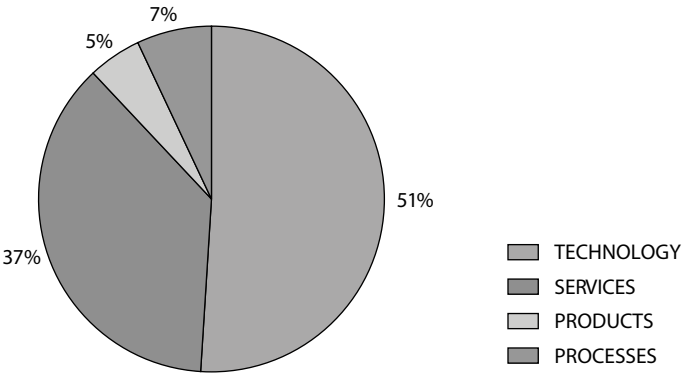
four major categories are determined by various features and factors presented below.

Innovation

Innovation Type

The cross-case study analysis of selected social enterprises has unveiled four innovation types: (1) Technology (including platforms, applications, devices, tech products and digital systems), (2) Products (various types but not tech made), (3) Services (including community building and programmes & trainings), (4) Processes (e.g. scientific processes).

Graph 1. The most frequently chosen innovation types by new generation of social entrepreneurs



Source: own elaboration.

The technological innovation represents 51% of the total number of the analysed European and global solutions among young social entrepreneurs. The studies have revealed broad range of technological solutions ranging from platforms navigating people with autism, online job platforms for refugees [REFUGEESWORK, see Appendix], online marketplaces preventing food waste [SPOILER ALERT, see Appendix] to devices for visible impaired [BLINDSHELL, EYRA, see Appendix] or solar powered microclimates [WAKATI, see Appendix] and biosolar leafs [ARBOREA, see Appendix]. Platform and tech products (especially biotechnology products) are the leading solution patterns within technological innovation. The creativity in connecting technological solutions with diversified social issues results in development of assistive technology where around 46 % of technological solutions in Europe and 60 % of technological solutions in global context are devoted to those socially excluded (see more in section: Fields of operation).

Services in a form of community building or programmes or trainings are the second core innovation representing 37% of all collected solutions. This category offers variety of solution patterns including empowerment, educational, integration or interventional programmes affecting numerous beneficiaries ranging from women entrepreneurs, vulnerable kids, youth, refugees or poor families in developed or developing countries.

Products and processes are the lowest frequency innovation types among young social entrepreneurs and together represent only 12% in European and global area. The invented products are mainly aimed at child care and education and vary from production of glasses for one dollar for kids in developing countries [ONE DOLLAR GLASSES, see

Appendix], wooden robot for coding learning [PRIMO TOYS, see Appendix] or books introducing kids to entrepreneurial models [CLEVER TYKES, see Appendix]. Processes in a form of scientific mechanisms are mainly aimed at environment in a form of roof farming [UP TOP ACRES, see Appendix], or process of changing waste feathers into sustainable materials (AEROPOWDER, see Appendix).

Market orientation

Revenue Capacity

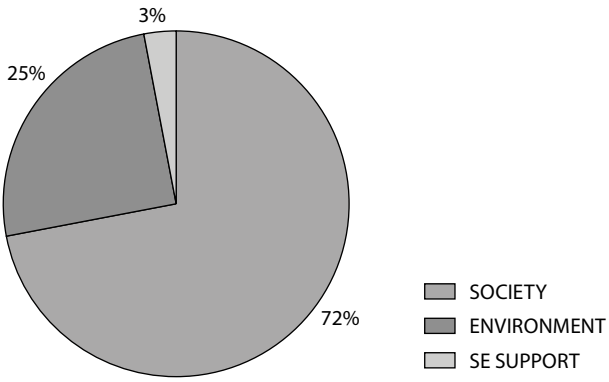
The market orientation has been mainly assessed on the basis of revenue capacity of the analysed social enterprises in European and global context. The cross case analyses have unveiled two types of revenue capacity: 1) donor driven, fund raising, 2) integrated models – combining market orientation with donor driven and fund raising. None of the selected new generation of social enterprises has been fully market oriented without additional public or societal support. According to the research, the revenue capacity approach is highly dependent from the innovation type and field of operation. Majority of online e-commerce platforms e.g. promotion and selling of rural artisans' products [ENROU, see Appendix] or platforms preventing waste of food or promoting local farmers products [GROW UP URBAN FARMS, FOOD CLOUD, see Appendix] operate on the basis of margins, fees and donors or public-private partnerships. Various programmes and trainings for vulnerable groups are highly publicly supported while tech solutions in a form of devices or products frequently and easily integrate business and social approach as they are more likely to be supported by entrepreneurs or business advisors. The research unveils gradual increase in business activities of all new generation of social enterprises where 48% of total (European and global) revenue capacity operate in a form of integrated models.

Social orientation

Field of operation

The analyses explore three core areas of intervention: 1) society: education, health care and social inclusion, 2) (sustainable) environment: energy, recycling, air pollution, water ecology and farming, 3) support mechanisms for social economy: fundraising, social awareness.

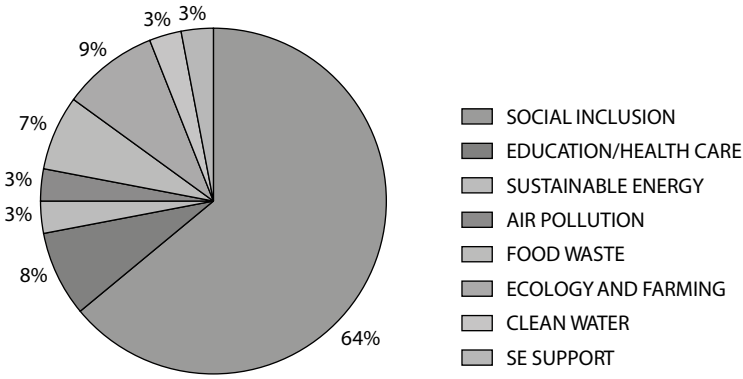
Graph 2. The core fields of operation of new generation of social enterprises



Source: own elaboration.

With relation to the analysed data, 51 of 71 social enterprises (72%) offer solutions for society including improvement in the area of education, health care or social exclusion. Importantly, social exclusion is the prominent subcategory and 32 of 51 of the analysed social enterprises (64 %) focus on issues of specific vulnerable groups (see below). The remaining 19 social enterprises (8%) are devoted to education and health care support including e.g. knowledge and data store platforms or new digital systems for overall better educational or health performance.

Graph 3. The areas of intervention of new generation of social entrepreneurs



Source: own elaboration.

On the basis of the collected data, it can be assumed that the young generation of social entrepreneurs significantly supports various types of socially excluded groups. In Europe, new generation of social entrepreneurs devote their work to social inclusion of 10 groups: autistic people, young, refugees, deaf people, visually impaired or blind, people with eating disorder, elderly people, poor families or individuals in developed and developing world, kids and women. The global context expands the area of operation by additional 6 examples: people after jail, black kids, artisans from rural communities, homeless, farmers and not qualified at different age. In total, new generation of social entrepreneurs work with or for 16 social groups solving their issues mainly through technological innovation and various intervention or integration programmes.

Accordingly, the environmental protection solutions represent 25% of the total number of innovation types and are considered to be the second major field of operation among new generation of social enterprises. The young generation seeks solutions in the area of sustainable energy production (3%), air pollution (3%), waste, especially food waste (7%), ecology and farming (9%) and access to clean water in developing countries (3%). Technological savvy and high educational/engineering background of the young social entrepreneurs result in environmental transformations unveiling the strongest intervention in the area of waste, ecology and farming including micro ecosystems or platforms, applications and biotechnological systems for food waste reduction.

The last discovered category relates to support mechanisms for social economy representing the lasting 3% of total solutions. The small percentage of solutions within this area does not necessary indicate less importance as the offered solutions build extensive

public-social and private partnerships helping in fund raising, spreading social awareness or blurring boundaries between society, companies, NGOs, charities or associations.

Outreach capacity

The sample of data allows to observe the scale of social impact of young social entrepreneurs' solutions assessing the tendency to solve mainly local or global issues. In Europe only 10 out of 45 social enterprises solve local issues while the lasting majority of 35 social enterprises reaches global market including 5% with a focus on the developing world such as Africa, Asia or Latin America. The analysed sample of global social enterprises indicates that 15 out of 26 social enterprises acts in local area and the remaining 17 social enterprises spread their impact into other countries and the developing world (7%). In total (from European and global perspective), 35 % of social enterprises focus on local issues and 65% reach global scale where 12% solves issues in developing world from distance and only 8% is headquartered in rural areas solving the issues from the local perspectives.

Opportunity recognition

Special Ecosystems and Backgrounds

The analysis of the founders' background has allowed to explore the unique recognition patterns, which is highly significant to discover the potential motives and factors that push or pull the new generation to notice and solve social issues. Additionally, the overview of the surrounding ecosystems has allowed to assess the basic factors of opportunity acceleration.

The analysed sample of social enterprises has revealed three recognition patterns: (1) personal background: own story or experience, life philosophy and passion, (2) somebody's story: observations and inspirations, (3) education and scientific research.

The data has unveiled that the personal background is the leading opportunity recognition pattern among young social entrepreneurs in European and global context and it represents 56% of all discovered patterns. However the personal background is characterized by push and pull factors influencing the opportunity identification. Frequently, push factors (21%) are connected with negative experience in a form of bad personal story such as being diagnosed with an illness or bad childhood experience or death of family member, which forces young social entrepreneurs to take an action in particular area. The pull factors (35%) are very often connected with a need of the young generation to express their life philosophy (such as democratization of entrepreneurial sources or equality of opportunities or using technology to create catalysts to unite communities).

The young generation of social entrepreneurs are very frequently inspired to make a social change by observations and/or somebody's stories (28%). According to the data, traveling to the developing world or volunteering in rural communities are the main core external factors influencing the identification of the area of intervention.

Additionally, 15% of the young social entrepreneurs has entered the area of social entrepreneurship on the basis of educational background or scientific research. There is a tendency among advanced technological or biotechnological solutions that are mainly discovered through extensive educational programmes and individuals' passion to devote knowledge or science to something purposeful.

The analyses of the specific ecosystems have discovered that young generation of social entrepreneurs are broadly surrounded by seven types of cross-sectoral actors: (1) advisory board: professors, doctors, entrepreneurs, specialists etc.; (2) capital partners: individual investors, enterprises; (3) press: international or global press; (4) incubators:

coaches and mentors; (5) institutional partners: government or other public institutions; (6) research partners: e.g. technological institutes; (7) social partners: foundation, charities or donors. The share of knowledge, experiences or resources results in co-creation and acceleration of social innovation and socioeconomic change.

Conclusions

The theoretical review combined with the insights into 71 social enterprises (45 Europe, 26 global, see Appendix) have explored various factors and features shaping the profile of new generation of social entrepreneurs worldwide. The created model of own research and the cross case studies analysis of European and global examples have resulted in extensive comparative studies leading to discovery of two general biographical traits and five key patterns that strongly characterize the whole selected sample of the young social entrepreneurs.

BIOGRAPHICAL TRAITS

The female component is lower than the male component: 66% of the new generation of social entrepreneurs are male and 34% female in transnational perspective. Majority of them (both male and female) is at the age of 29 (27%) and at the age of 27 (15%).

FIVE KEY PATTERNS

- TECHNOLOGY – technology is the most frequently used innovation type (51% of total innovation types, and 27% are in a form of online platforms);
- SOCIAL ORIENTATION – social exclusion is a leading intervention area (64% of all fields of operation);
- SOCIOECONOMIC BALANCE – growing balance between two models of revenue capacity: donor driven / fund raising (48%) and integrated models (52%);
- PUSH AND PULL FACTORS – personal traits and life stories are the main opportunity recognition patterns that push (21%) or pull (35%) young generation to solve national or global issues;
- SECTORAL PARTNERSHIPS – specific ecosystem of new generation of social enterprises provides support from 7 types of different actors building public-private and social partnerships blurring the sectoral barriers.

Technological savvy and creativity of young social entrepreneurs improves the social and environmental conditions worldwide. The analysis has unveiled that around half of the selected social enterprises uses technology as a tool to unite communities or to solve socioeconomic issues in transnational perspective. The new generation of social entrepreneurs seeks innovative solutions to support 16 vulnerable groups e.g. autistic kids, homeless and disabled people, refugees or rural communities. The environmental protection solutions represent a quarter of total number of innovation types where food waste, ecology and farming are the main areas of intervention. Interestingly, the motives of the unique solutions fulfilling social, economic or environmental gaps are hidden in three recognition patterns: personal experience and believes (56%), education/scientific research (15%) or observations and discovery of somebody's story (28%).

The exploratory research findings, commonalities and unique patterns allow to assess possible future directions of the new generation of social entrepreneurship with relation to the Harvard Business School's theory [2008] (see section 2). The analysed sample, however, has limitations in a form of number of analysed entities or variables types and lack of primary research. Nevertheless, it can be assumed that young social entrepreneurs become more entrepreneurial applying more frequently integrated models connecting business activities with public

and social support. Additionally, the growing number of individual investors, business capital partners, advisors, specialists or coaches equip young social entrepreneurs with resources and knowledge which might result in experiments in new approaches and models or consolidation of some of those already active in socioeconomic area. Consequently, the future direction of young social entrepreneurs might be a compilation of entrepreneurial, consolidation and expressive scenarios where young social entrepreneurs will be challenged to maintain or increase or experiment with new solutions and business approaches in social area facilitating their personal passions, stories and values into social innovation but with public and entrepreneurial support from the expanding social entrepreneurial ecosystem.

There are, however, many aspects that remains empirically unexplored through the paper limitations such as country specific patterns of the new generation of social entrepreneurs, specific factors accelerating/limiting young social entrepreneurs per countries, or comparison between social and commercial entrepreneurs from millennial generation. The identified gaps might be a recommendation for further research.

Literatura

Andersson T., Curley G.M., Formica P. (2010). *Knowledge-Driven Entrepreneurship: The Key to Social and Economic Transformation*. New York: Springer.

Ashoka (2017). *Ashoka's Vision Realizing the 'Everyone Changemaker' World*.

Ashoka (2013). *The 10th annual Skoll World Forum*, https://www.ashoka.org/en/story/10-things-i-learned-skoll-world-forum-2013.

Bacq S., Hartog C., Hoogendoorn B., Lepoutre J. (2011). *Social and Commercial Entrepreneurship: Exploring individual and organizational characteristics*. Zoetermeer, The Netherlands.

Benadusi M., Sapienza R. (2012). "New Generation of Social Entrepreneurs", *Explanatory Case Study Series*, EFESEIIS.

Borzaga C., Defourny J. (eds.) (2001). *The emergence of social enterprise*. London: Routledge.

Bosma N.S., Schøtt T., Terjesen S.A., Kew P. (2016). *Global Entrepreneurship Monitor 2015 to 2016: Special Report on Social Entrepreneurship*. Global Entrepreneurship Research Association, www.gemconsortium.org.

Condie J. Cooper. A.M. (2015). *Dialogue of Sustainable Urbanization: Social Science Research and Transition to Urban Contexts*. Penrith, N.S.W.: University of Western Sydney.

EFESEIIS (2016). *Enabling the Flourishing and Evolution of Social Entrepreneurship for Innovative and Inclusive Societies*, http://www.fp7-efeseiis.eu/.

Forbes (2012). *Five Predictions For the Future of Social Entrepreneurship*, https://www.forbes.com/sites/ashoka/2012/11/19/five-predictions-for-the-future-of-social-entrepreneurship/#422e57c3508d.

Forbes Europe (2016). *30 under 30 Social Entrepreneurs in Europe*, https://www.forbes.com/30-under-30-europe-2016/social-entrepreneurs/#7cd8c8f5bd5b.

Forbes Europe (2017). *30 under 30 Social Entrepreneurs in Europe*, https://www.forbes.com/30-under-30-europe-2017/social-entrepreneurs/#15ed99d2154d.

Forbes Global (2016). *30 under 30 Social Entrepreneurs*, https://www.forbes.com/30-under-30-2016/social-entrepreneurs/#90d87574a320.

Forbes Global (2017). *30 under 30 Social Entrepreneurs*, https://www.forbes.com/30-under-30-2017/social-entrepreneurs/#26fd3c4a1332.

Global Opportunity Network (2017). *Report*, http://globalopportunitynetwork.org/the-2017-global-opportunity-report.pdf.

GEM Consortium (2017a). *What is GEM?*, http://www.gemconsortium.org/.

GEM Consortium (2017b). *Entrepreneurs Worldwide turn their focus on doing good*, http://gemconsortium.org/about/news/34.

Johnson S. (2003). *Young Social Entrepreneurs in Canada. Alberta: Canadian Centre for Social Entrepreneurship*, School of Business, University of Alberta, http://www.ub.edu/emprenedoriasocial/sites/default/files/Young%20Social%20Entrepreneurs%20in%20Canada.pdf.

Kaplan M.J. (2013). *Growing the Next Generation of Social Entrepreneurs*. Ian Axford Fellowship in Public Affairs, Fullbright New Zealand.

Michigan State University (2015). *Social entrepreneurs: New generation*, http://msue.anr.msu.edu/news/social_entrepreneurs_a_new_generation.

Millennial Center for Social Entrepreneurship (2016). *A Deeper Look at Social Entrepreneurship: Key Trends in 2016* (*And Beyond*), http://www.scu-social-entrepreneurship.org/new-blog/2016/7/7/a-deeper-

look-at-social-entrepreneurship-key-trends-in-2016-and-beyond.

Mulgan G., Tucker S., Ali R., Sanders, B. (2007). *Social Innovation: what it is, why it matters, how it can be accelerated*, http://youngfoundation.org/publications/social-innovation-what-it-is-why-it-matters-how-it- can-be-accelerated.

Nicholls A., Murdock A., eds. (2012). *Social Innovation: Blurring Boundaries to Reconfigure Markets*. Palgrave Macmillan.

Rangan V.K., Herman, B.L., McDonald S. (2008). "The Future of Social Enterprise", *Harvard Business School Working Paper*, No. 08-103, http://www.hbs.edu/faculty/Publication%20Files/08-103.pdf.

Ridley-Duff R., Bull M., Seanor P. (2008). *Understanding Social Enterprise: Theory and Practice*. SERC Conference, 5th UK SOCIAL ENTERPRISE RESEARCH CONFERENCE SERC 2008 – 26 &27 June.

Skoll World Forum (2017). *Mission*, http://skoll.org/skoll-world-forum/.

The Guardian (2014). *The new social entrepreneurs: young tech savvy and improving the world*, https://www.theguardian.com/social-enterprise-network/2014/feb/05/young-tech-savvy-doing-good-new-generation-social-entrepreneurs.

UNICEF (2007). *Adolescents and Civic Engagement: Social Entrepreneurship and Young People*. New York: United Nations Children's Fund (UNICEF).

World Economic Forum (2015). *New Generation of Social Entrepreneurs*, https://www.weforum.org/agenda/2015/02/the-next-generation-of-social-entrepreneurs/.

World Economic Forum (2017). *Mission*, https://www.weforum.org/about/world-economic-forum.

Appendix

(GLOBAL)

ANSEYE PAU AYITI: http://anseyepouayiti.org/en/
ASPIRE FOOD GROUP: http://www.aspirefg.com/
BAYES IMPACT: http://www.bayesimpact.org/
DRIVE CHANGE: http://drivechangenyc.org/
EDENWORKS: http://edenworks.com/
ENROU: https://enrou.co/
GOORU: https://www.gooru.org/welcome/
HUNGRY HARVEST: http://www.hungryharvest.net/
KIDOGO https://www.kidogo.co/
KISAN NETWORK: http://kisannetwork.in/
LUCKY IRON FISH: http://www.luckyironfish.com/
MADE IN BROWNSVILLE: http://madeinbrownsville.org/
MORINGA SCHOOL: http://moringaschool.com/
MOUNTAIN RESILIENCY https://www.mountainresiliency.org/
NEW STORY: https://www.newstorycharity.org/
PROFOUND GENTLEMEN: http://profoundgentlemen.org/
RORUS: https://www.rorusinc.com/
SHRI: https://www.sanrights.org/
SOKO: https://shopsoko.com/pages/about
SPOILER ALERT: https://www.spoileralert.com/
STREETCRED: https://www.mystreetcred.org/
THINK OF US http://thinkof-us.org/
UNREASONABLE INSTITUTE: https://unreasonableinstitute.org/
UP TO ACRES: http://uptopacres.com/index.html
WE THRIVE: https://wethrive.net/
YOUNG 1OVE: http://www.young1ove.org/

(EUROPEAN)

AEROPOWDER: http://www.aeropowder.com/
AGRICOOL: http://www.agricool.co/
APRENDICES VISUALES http://www.aprendicesvisuales.org/en/about-us/
ARBOREA: http://arborea.io/
AWAMO: http://awamo.com/
BEATFREEKS: http://www.beatfreeks.com/
BLINDSHELL: https://www.blindshell.com/
BRIDGE FOR MILLION: https://bridgeforbillions.org/about-us.html
CENTRE FOR EFFECTIVE ALTRUISM https://www.centreforeffectivealtruism.org/
CLEVER TYKES http://clevertykes.com/
DAYCAPE: https://www.daycape.com/
E-SOLIDAR https://www.esolidar.com/how-it-works
EDPUZZLE: https://edpuzzle.com/
EMPOWHER: https://www.empowherretreat.com/
ETHELON: http://www.ethelon.org/
EYRA: https://eyra.io/
FARMHOPPING: https://farmhopping.com/
FIVE APP: http://fiveapp.mobi/
FOOD CLOUD: https://food.cloud/
FRONTLINE: https://www.centreforeffectivealtruism.org/
GREEN CITY SOLUTIONShttp://greencitysolutions.de/english/
GREENELY: https://greenely.com/
GROWUP URBAN FARMS: http://growup.org.uk/
INTERNS GO PRO: http://www.internsgopro.com/en/home/
JOURVIE http://www.jourvie.com/en
LENSATIONAL: http://www.lensational.org/
LIBROMAT: http://www.libromat.com/about.html
NATAKALLAM: https://natakallam.com/

ONE DOLLAR GLASSES: https://www.onedollarglasses.org/
OORJA http://www.oorjasolutions.org/#about-us
PAPERHIVE: https://paperhive.org/
PHYSEE: http://www.physee.eu/powerwindow/
PRIMO TOYS: https://www.primotoys.com/
REFUGEES WORK: https://www.refugeeswork.at/
SEED STAR WORLD: https://www.seedstarsworld.com/
SELFAPHY: http://www.selfapy.de/
SIMPRINTS: https://www.simprints.com/
SINGA: https://www.singafrance.com/
SOCIAL WOLVES: http://socialwolves.com/#/app/home
SPEAKSET: https://www.speakset.com/
STARTUPBOAT: http://www.startupboat.eu/
THE 4FRONT PROJECT: http://4frontproject.org/
UBER DER TELLERRAND: https://ueberdentellerrand-kochen.de/
VRATSA SOFTWARE COMMUNITY: http://school.vratsasoftware.com/en/
WAKATI: http://www.wakati.co/

Nowe pokolenie przedsiębiorców społecznych – studium przypadku przedsiębiorstw społecznych pokolenia millenialsów

Streszczenie: Intensywny rozwój ekonomii społecznej jest coraz częściej kształtowany przez tzw. pokolenie millenialsów. Najnowsze raporty dotyczące przedsiębiorczości społecznej zauważają wzrost zaangażowania młodych przedsiębiorców w rozwój inicjatyw społecznych w skali globalnej. Artykuł podejmuje próbę weryfikacji kluczowych cech omawianego zjawiska oraz utworzenia profilu młodego przedsiębiorcy społecznego. W tym celu autorka analizuje studium przypadku wybranych przedsiębiorstw społecznych założonych przez młodych przedsiębiorców poniżej 30. roku życia. Próba obejmuje 71 podmiotów społecznych działających w Europe i na świecie. Badanie jakościowe dokonuje charakterystyki młodych przedsiębiorców społecznych według poszczególnych kategorii, m.in.: głównych typów innowacji społecznych, rodzaju wpływu społecznego i jego skali (globalna lub lokalna), orientacji rynkowej oraz specyficznych aspektów biograficznych i motywów działania w obszarze ekonomii społecznej. Badanie wykryło m.in. wzrost orientacji rynkowej, liczne technologiczne rozwiązania głównie w obszarze wykluczenia społecznego oraz zbliżone wartości czynników zachęcających i zmuszających (tzw. 'pull/push factors') mających wpływ na tworzenie się podmiotów ekonomii społecznej wśród młodych przedsiębiorców w wymiarze międzynarodowym.

Słowa kluczowe: nowe pokolenie, przedsiębiorca społeczny, przedsiębiorczość społeczna, innowacja społeczna.

Prawa autorskie i licencja / Copyright and License

Artykuł opublikowano na licencji Creative Commons
Uznanie autorstwa – Użycie niekomercyjne – Bez utworów zależnych 3.0 Polska
http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/pl/

This article is published under the terms of the Creative Commons
Attribution – NonCommercial – NoDerivs (CC BY-NC-ND 3.0) License
http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/

Ekonomia Społeczna
Nr 2/2016, s. 38–47
ISSN: 2081-321X, eISSN: 1898-7435
DOI: 10.15678/ES.2016.2.03

Rozwój podmiotów ekonomii społecznej w Polsce ze szczególnym uwzględnieniem regionu opolskiego – uwarunkowania instytucjonalno-organizacyjne

Michał Broniszewski*

Streszczenie: Rozwój podmiotów ekonomii społecznej (PES) w województwie opolskim związany jest w głównej mierze z rosnącymi regionalnymi potrzebami społecznymi. Ograniczone środki finansowe w sferze polityki społecznej skutkują brakiem skutecznych i efektywnych rozwiązań w obszarze problemów społecznych i ekonomicznych. Celem artykułu jest ukazanie aktualnego stanu rozwoju PES w województwie opolskim w odniesieniu do perspektywy czasowej 2009–2017. Przedstawiono również zmianę danych ilościowych dotyczących podmiotów ekonomii społecznej w województwie opolskim, w celu ukazania znaczenia tego wskaźnika dla działań publicznych ukierunkowanych na rozwój wsparcia instytucjonalno-organizacyjnego ES. W warstwie teoretycznej wykorzystano analizę literatury przedmiotu, która posłużyła do zbadania uwarunkowań organizacyjnych wspomagających wdrażanie warunków sprzyjających rozwojowi PES w województwie opolskim. W warstwie empirycznej wykorzystano metody analizy danych zastanych (ilościowych) jako metodę badawczą, opierającą się na analizie powstawania nowych PES. Dane te posłużą do lepszego zrozumienia warunków sprzyjających i hamujących rozwój PES w regionie opolskim. Autor wskazuje na niepokojącą tendencję w słabnącej dynamice wzrostu nowych PES.
Słowa kluczowe: ekonomia społeczna, polityka społeczna, przedsiębiorstwa społeczne.

Wprowadzenie

Wokół koncepcji ekonomii społecznej istnieje wiele kontrowersji, odnoszących się m.in. do tego, czy w ekonomii społecznej (ES), wraz z jej własnymi podmiotami, następuje właściwy rozwój instytucjonalno-organizacyjny, czy jest ona skuteczna w przeciwdziałaniu wykluczeniu społecznemu i marginalizacji społecznej (w tym: w województwie opolskim), oraz czy formuła, jaką przyjęła współczesna ES jest ekonomicznie uzasadnioną koncepcją istnienia, czy jedynie pomysłem na szukanie rozwiązań problemów w kwestii polityki społecznej. Próba odpowiedzi na te pytania dokonana zostanie w oparciu o literaturę przedmiotu i analizę kierunków rozwoju ekonomii społecznej w regionie opolskim.

Celem artykułu jest poznanie źródeł powstawania koncepcji ES w Polsce, przegląd wojewódzkich programów wsparcia ES w województwie opolskim oraz diagnoza stanu rozwoju PES w regionie opolskim na lata 2009–2017. W artykule wykorzystano

* **Michał Broniszewski**
Katedra Studiów Europejskich
Wydział Nauk Społecznych
Uniwersytet Wrocławski
ul. Koszarowa 3, 51-149 Wrocław
email: michal.broniszewski@uwr.edu.pl

przegląd literatury, która posłużyła do zbadania uwarunkowań organizacyjno-instytucjonalnych, wspomagających rozwój podmiotów ekonomii społecznej w województwie opolskim. W ostatniej części artykułu wykorzystano analizę danych zastanych (ilościowych), odnoszących się do stanu istniejących podmiotów ekonomii społecznej, w celu określenia kierunków rozwojowych PES i jego wsparcia instytucjonalno-organizacyjnego w województwie opolskim.

1. Rozwój koncepcji ekonomii społecznej w Polsce

Przegląd literatury dotyczącej badań nad ES w Polsce nie jest łatwym zadaniem, z uwagi na złożoność tego pojęcia [Mair, Robinson, Hockerts, 2010, s. 48]. Zalążka powstania ES w Polsce można upatrywać w ruchu społecznym, czy w ruchu spółdzielczym. Ewolucję rozwoju współczesnej koncepcji ekonomii społecznej w Polsce zapoczątkowały głębokie przemiany, co można zauważyć w ideach i koncepcjach rozwijanych współcześnie, w szeroko rozumianej debacie publicznej, jednak jej początek jest głęboko zakorzeniony w historii Polski i łączy się pośrednio z ruchem społecznym. W bogatej polskiej tradycji i historii prekursorami ruchu spółdzielczego byli: Stanisław Staszic, ks. Piotr Wawrzyniak, Edward Abramowski, ks. Wacław Bliziński, Maria Orsetti, Stefan Żeromski, Stanisław Wojciechowski, Teodor Toeplitz, Franciszek Stefczyk, Romuald Mielczarski, Jan Wolski, Stanisław Thugutt [KPRES, 2012, s. 6].

Stanisław Staszic (1755–1826) był oświeceniowym prekursorem spółdzielczości tworząc w 1816 r. na swojej ziemi *Towarzystwo Rolnicze Hrubieszowskie* [Frączak, 2006, s. 14]. Towarzystwo to powstało na podstawie umowy zawartej z 329 gospodarzami ziemskimi, tworząc tzw. kontrakt Towarzystwa RH, który miał na celu udoskonalenie rolnictwa i przemysłu oraz deklarację wspólnego ratowania się w nieszczęściach [ibidem, s. 15]. Jeżeli chodzi o ziemię, to stanowiła ona własność Towarzystwa tworzącego Wspólnotę mieszkańców dóbr. Ziemia była przekazywana w wieczyste użytkowanie. Poglądy Staszica kształtowane były głównie pod wpływem idei epoki oświeceniowej. W kwestii ekonomii wartością dla Staszica nie było osiąganie maksymalizacji zysku, lecz dbanie o rozwój endogeniczny, rozumiany jako dbanie o tworzenie własnego przemysłu w oparciu o jakość. Kolejnym z innowatorów spółdzielczych był ks. Piotr Wawrzyniak (1849–1910), który 29 maja 1873 r. przekształcił lokalną kasę Oszczędności i Pożyczek w Śremie w Bank Ludowy oparty na nowoczesnych zasadach spółdzielczości, a w 1891 r. został jego patronem. Banki spółdzielcze jako pewien ruch spółdzielczy w okresie zaborów Polski były formą akumulacji pieniądza przez Polaków, wspierały one również rozwój Wielkopolski. Trzecią postacią polskiej historii spółdzielczej był prekursor zarówno ruchu stowarzyszeniowego, jak i ruchu spółdzielczego Edward Abramowski (1868–1918). Przeniósł on na grunt polski ideę pankooperatyzmu, mającą na celu stworzenie „republiki spółdzielczej" poprzez kooperatywy, współpracę, stowarzyszenia, oddolne inicjatywy społeczne [Okraska, 2012, s. 11].

Ks. Wacław Bliziński (1870–1944) był ojcem ekonomicznego wzrostu w gminie Lisków w zaborze rosyjskim. Był pomysłodawcą Spółdzielni Spożywców, do której dołączono piekarnię, mleczarnię, a także Stowarzyszenie Budowlane i Stowarzyszenie Zbożowe. Skupiono się również na aspektach kulturalnych i edukacyjnych. Franciszek Stefczyk (1861–1924) był zaś założycielem wiejskiej spółdzielni oszczędnościowo-pożyczkowej, a także propagatorem „Kas Stefczyka" na wsi galicyjskiej.

Ewolucja rozwoju koncepcji ES w Polsce jest przede wszystkim odpowiedzią na specyficzne zagrożenia i problemy społeczno-gospodarczo-polityczne towarzyszące już od wieków. Koncepcji tej sprzyjały szanse

rozwojowe, co zapoczątkowało różnego rodzaju inicjatywy, a także miało wpływ na powstanie i ewolucję organizacji społecznych należących obecnie do sektora ekonomii społecznej. Do kluczowych przykładów wielkich projektów można zaliczyć *Społem* czy *Warszawską Spółdzielnię Mieszkaniową*. Były one odpowiedzią na problemy społeczne tamtych czasów, stanowiąc wówczas innowacyjne rozwiązania społeczne.

Ewolucja koncepcji ES w Polsce pozwala wyróżnić trzy główne fazy jej rozwoju [Kaźmierczak, 2007, s. 102.]:

- tradycyjna ES (przed II wojną światową),
- stara ES (okres PRL),
- nowa ES (po 1989 r.).

W okresie PRL-u ekonomia społeczna (stara) została zawłaszczona, czego wynikiem było wchłonięcie sektora spółdzielczego do sektora rządowego. Działania te obejmowały konfiskatę majątku spółdzielczego, kontrolę przez organy administracji państwowej, przeniesienie zadań polityki państwa na obszary spółdzielczości, czego przykładem mogło być: budowanie mieszkań (spółdzielnie mieszkaniowe), produkcja artykułów mleczno-spożywczych (spółdzielnie mleczarskie), aktywizacja pracy (spółdzielnie pracy) czy modernizacja rolnictwa (spółdzielnie rolnicze). Negatywną stroną takich działań było przejęcie realizacji zadań polityki państwa oraz uzależnienie się od finansowania z budżetu państwowego [Broniszewski, Goleński, Mesjasz, 2013, s. 146]. Główną różnicę między tradycyjną koncepcją ekonomii społecznej a starą koncepcją ES w Polsce stanowiło odejście od demokratycznych, wewnętrznych struktur społecznych tychże podmiotów na rzecz sterowania centralnego (instytucjonalnego). Jest to jedna z przyczyn dzisiejszego kryzysu spółdzielczości w Polsce. Idea powstała jeszcze przed II wojną światową oparta była na ruchu samoobrony i samopomocy, które nawiązywały do naturalnych ludzkich instynktów: kooperacji i solidarności, a także do istniejących od tysiącleci we wszystkich społeczeństwach instytucji nadających im materialne formy [Okraska, 2012, s. 6]. W okresie socjalizmu w Polsce upaństwowione zostały idea i fundamenty, na których opierała się ekonomia społeczna.

2. Współczesna ekonomia społeczna w Polsce i Unii Europejskiej

Współczesna ekonomia społeczna powraca do sektora pozapaństwowego, czyli do pierwotnych korzeni, które ją kształtowały (inicjatywy społeczne). Obecny rozwój ES w Polsce różni się zasadniczo od poprzednich faz rozwojowych (tradycyjnej i starej) – odmienny jest kontekst historyczny i typy problemów, jakie współcześnie występują. Przyczyną powrotu ES do dyskursu publicznego w Polsce i Unii Europejskiej są współczesne problemy bezrobocia, które wiążą się głęboko ze zjawiskiem wykluczenia społecznego, a w konsekwencji z pozostawaniem poza rynkiem pracy oraz wyczerpaniem się możliwości państwa narodowego w skutecznym regulowaniu problemów wywoływanych przez mechanizmy rynkowe. Konieczne staje się tworzenie nowego ładu instytucjonalnego w związku z wyczerpaniem się możliwości starych koncepcji [Kaźmierczak, 2007, s. 102].

Bogaty dorobek historyczny ES w Polsce nie wykształcił dotąd definicji w porządku prawnym, która by określała PES, nadal więc jest kwestią otwartą, jakie podmioty możemy zaliczyć do sektora ekonomii społecznej. Obecnie trwa jednak dyskusja nad kryteriami definicyjnymi sektora podmiotów ekonomii społecznej w Polsce. Jednocześnie uregulowanie instytucjonalne na rzecz rozwoju ES i jego otoczenia funkcjonowania przedsiębiorstw społecznych zostało uwzględnione w Krajowym Programie Rozwoju Ekonomii Społecznej na lata 2014–2020 (KPRES), przyjętym uchwałą nr 164 Rady Ministrów z dnia 12 sierpnia 2014 r. KPRES obejmuje okres 2014–2020 i stanowi rządowy programu roz-

woju, w rozumieniu ustawy z dnia 6 grudnia 2006 r. o zasadach prowadzenia polityki rozwoju (Dz. U. z 2014 r. poz. 1649). KPRES porządkuje cele i działania związane z ES, których finansowanie na lata 2014–2020 jest równolegle planowane ze środków unijnych, budżetu państwa, w tym funduszy celowych i budżetu jednostek samorządu terytorialnego. Obecnie, według definicji KPRES, ekonomia społeczna to sfera aktywności obywatelskiej, która poprzez działalność ekonomiczną i działalność pożytku publicznego służy: integracji zawodowej i społecznej osób zagrożonych społeczną marginalizacją, tworzeniu miejsc pracy, świadczeniu usług społecznych użyteczności publicznej (na rzecz interesu ogólnego) [KPRES, 2012].

Dokonując przeglądu PES w Polsce można stwierdzić, iż obejmują one następujący katalog form [KPRES, 2012, s. 23]:

- fundacje,
- stowarzyszenia,
- spółdzielnie (spółdzielnie pracy, spółdzielnie inwalidów i spółdzielnie niewidomych),
- spółdzielnie socjalne (Centra Integracji Społecznej, Kluby Integracji Społecznej, Zakłady Aktywności Zawodowej, Towarzystwo Ubezpieczeń Wzajemnych).

Funkcjonowanie podmiotów ekonomii społecznej w Polsce utrudnia brak jednolitej ustawy odnoszącej się do przedsiębiorstw społecznych i wsparcia sektora ekonomii społecznej (w chwili obecnej procedowany jest projekt ustawy o przedsiębiorstwach społecznych i wspieraniu ekonomii społecznej [Projekt, 2015], który może rozwiązać powyższy problem). Niewątpliwie brak jednolitej klasyfikacji PES utrudnia wyodrębnienie właściwych podmiotów, co skutkuje różnymi regulacjami prawnymi w Polsce odnoszącymi się do organizacji pozarządowych, takich jak: stowarzyszenia, fundacje, spółdzielnie czy inne organizacje społeczne, należące obecnie do sektora ekonomii społecznej. Katalog prawny regulujący działalność organizacji pozarządowych zawiera się w:

- ustawie z dnia 6 kwietnia 1984 r. o fundacjach (Dz.U. 1984 nr 21 poz. 97),
- ustawie z dnia 7 kwietnia 1989 r. prawo o stowarzyszeniach (Dz.U. 1989 nr 20 poz. 104),
- ustawie z dnia 27 kwietnia 2006 r. o spółdzielniach socjalnych (Dz.U. 2006 nr 94 poz. 651),
- ustawie z dnia 27 sierpnia 1997 r. o rehabilitacji zawodowej i społecznej oraz zatrudnianiu osób niepełnosprawnych (Dz.U. 1997 nr 123 poz. 776),
- ustawie z dnia 24 kwietnia 2003 r. o działalności pożytku publicznego i o wolontariacie (Dz.U. 2003 nr 96 poz. 873),
- ustawie z dnia 20 kwietnia 2004 r. o promocji zatrudnienia i instytucjach rynku pracy (Dz.U. 2004 nr 99 poz. 1001).

Brak precyzyjnej, jednolitej, powszechnie obowiązującej definicji przedsiębiorstwa społecznego może skutkować nieefektywnym wykorzystaniem środków publicznych (w tym znacznych środków pochodzących ze źródeł unijnych) w nowym okresie programowania 2014–2020. Problem ten zauważono w uzasadnieniu projektu ustawy o przedsiębiorstwach społecznych [Gazeta Podatnika, 2015].

Wzrost zainteresowania się Unii Europejskiej koncepcją ekonomii społecznej spowodowany był w głównej mierze powiększaniem się rozbieżności między oczekiwaniami społecznymi a aktualną sytuacją gospodarczą. Obecnie rozwój ES jest wspierany przez UE poprzez inicjatywę na rzecz przedsiębiorczości społecznej [Komisja Europejska, 2011, s. 8–11]. Argumentem dla podjęcia się tego działania jest sprzyjanie „silnej konkurencyjnej, społecznej gospodarce rynkowej" i włączeniu społecznemu ukierunkowanemu na zatrudnienie. Inicjatywa podejmowana przez Komisję Europejską umieściła gospodarkę i innowacyjność społeczną w obszarze swoich zainteresowań zarówno pod względem spój-

ności terytorialnej, jak i poszukiwań oryginalnych rozwiązań problemów społecznych. Ponadto ES wpisuje się w strategię Europa 2020, która jako program społeczno-gospodarczy UE dąży do realizacji celów w niej zawartych [Komisja Europejska, 2010, s. 5]:

- wskaźnik zatrudnienia osób w wieku 20–64 lat powinien wynosić 75%,
- liczbę osób zagrożonych ubóstwem należy zmniejszyć o 20 mln.

3. Wojewódzkie programy ES w województwie opolskim

Ukazując ekonomię społeczną i jej rozwój w województwie opolskim należy uwzględnić spojrzenie na problemy społeczne tego regionu w kontekście uruchomienia potencjału rozwojowego tkwiącego w samej wewnątrzregionalnej społeczności. Według badań w chwili obecnej ekonomia społeczna jest jednym z najskuteczniejszych sposobów walki z problemami społecznymi [Mair, Robinson, Hockerts, 2010, s. 119].

Ekonomia społeczna ma kluczowe znaczenie dla obszarów zapaści społeczno-gospodarczej, w których wciąż aktualne i przenikające się problemy społeczne blokują rozwój i aktywność [Giza-Poleszczuk, Hausner, 2008, s. 23]. Niewątpliwie głównym problemem społeczno-gospodarczym województwa opolskiego jest bezrobocie, jako znacząca determinanta wpływająca na rozszerzenie się sfery ubóstwa. Brak miejsc pracy został również dostrzeżony przez władze samorządowe woj. opolskiego w ramach „Wojewódzkiej strategii w zakresie polityki społecznej na lata 2016–2025" przygotowanej przez Zarząd Województwa Opolskiego oraz Regionalny Ośrodek Polityki Społecznej w Opolu (ROPS). Bezrobocie jest w niej postrzegane jako czynnik mający wpływ na generowanie ubóstwa, a co za tym idzie na wykluczenie społeczne [Zarząd, 2015, s. 83]. Skutkami bezrobocia są emigracja bezrobotnych poza województwo, tzw. migracja krajowa (do ośrodków metropolitarnych) oraz migracja zagraniczna. Korzyści płynące z rozwoju sektora ES w woj. opolskim zostały dostrzeżone w ramach działań na rzecz rozwoju przedsiębiorczości społecznej w „Wojewódzkim programie pomocy i integracji społecznej na lata 2016–2025". Wskazano w nim, iż działania podejmowane przez podmioty ekonomii społecznej (PES) przyczyniają się do [ROPS, 2015, s. 58]:

- osiągania spójności społecznej,
- sprzyjania wzrostowi zatrudnienia,
- wspierania walki z ubóstwem,
- uczestnictwa w demokracji,
- angażowania obywateli w realne działania na rzecz poprawy ich sytuacji,
- usprawnienia procesów zarządzania,
- zapewnienia stabilnego rozwoju lokalnego rynku pracy, a wraz z nim – dobrobytu całej społeczności.

Zdaniem Opolskiego Urzędu Wojewódzkiego skutecznym działaniem ES jest pobudzanie społeczeństwa lokalnego do powrotu na otwarty rynek pracy poprzez zachęcanie do większej aktywności i przedsiębiorczości społecznej. Przeciwdziałanie ubóstwu i wykluczeniu społecznemu zawarte zostało w założeniach „Wojewódzkiej Strategii w Zakresie Polityki Społecznej na lata 2016-2025" poprzez [Zarząd, 2015, s. 14]:

- rozwój usług i instytucji reintegracji społecznozawodowej,
- wsparcie sektora ekonomii społecznej,
- rozwój partnerstwa i otoczenia,
- rozwój systemu badań i informacji o sektorze ES.

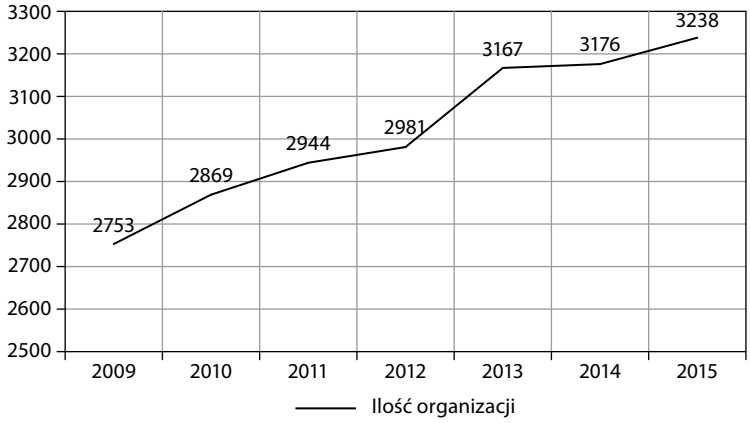
Rozwój ekonomii społecznej jest nieodzowną determinantą rozwoju endogenicznego, gdyż bazuje na własnych regionalnych zasobach. Cechą właściwą dla PES jest aktywizacja osób wykluczonych społecznie i pobudzanie rozwoju przy niskich nakładach zasobów endogenicznych. Każdy region ze względu na swoją specyfikę ma odmienną sytuację społeczno-gospodarczą, co skutkować może odmiennością uwarunkowań

rozwoju. System wsparcia ES jest odmienny w każdym z regionów i może posiadać różne cele rozwojowe systemu wsparcia. W województwie opolskim cele strategiczne są zawarte w „Wojewódzkim programie pomocy i integracji społecznej na lata 2016–2025" i są zgodne z Opolskim Programem Ekonomii Społecznej. Ten ostatni dokument wskazuje szereg działań, które powinny być realizowane na rzecz rozwoju opolskiego systemu wsparcia sektora ES. Po pierwsze, ma być to realizowane poprzez zwiększenie umiejętności kadr do prowadzenia profesjonalnej pracy socjalnej z rodziną i dzieckiem, z osobami zagrożonymi wykluczeniem społecznym oraz wykluczonymi w zakresie ich aktywizacji społeczno-zawodowej. Po drugie, doskonalone mają być umiejętności metodyczne oraz społeczne kadry pomocy i integracji społecznej. Po trzecie, stworzony ma zostać kompleksowy system kształcenia kadry pomocy i integracji społecznej w regionie. Podejście to wydaje się zasadne w kontekście aktualnych problemów województwa opolskiego, a konkretnie bezrobocia i starzejącego się społeczeństwa [ROPS, 2016, s. 27].

Ważna staje się w tym momencie kondycja sektora ES w województwie opolskim i dalszy rozwój sektora ES na danym obszarze, a świadczyć o tym może m.in. liczba podmiotów należących do sektora ES.

W województwie opolskim według danych REGON z 2013 r. zarejestrowanych było około 3.167 jednostek spełniających kryteria organizacji pozarządowych, na 10 tys. mieszkańców przypadało więc 31,5 organizacji. Województwo opolskie pod tym względem uplasowało się na 13 miejscu w kraju. Na rysunku 1 przedstawiono dane ilościowe: widoczne są zmiany w liczbie organizacji pozarządowych w województwie opolskim w latach 2009–2015.

Rysunek 1. Zmiany w liczbie organizacji pozarządowych w latach 2009–2015 ogółem dla województwa opolskiego



Źródło: opracowanie własne na podstawie bazy danych GUS.

Według danych Krajowego Rejestru Sądowego (KRS) – stan na 24 kwietnia 2017 r., w województwie opolskim funkcjonowało 3.509 organizacji pozarządowych, w stosunku do 131.176 jednostek w całej Polsce (tabela 1).

Tabela 1. Liczba podmiotów zawartych w bazie KRS, spełniających kryteria organizacji pozarządowych, w podziale na województwa (stan na dzień 24 kwietnia 2017 r.)

1. dolnośląskie	10 754
2. kujawsko-pomorskie	6 493
3. lubelskie	7 558
4. lubuskie	3 626
5. łódzkie	7 610
6. małopolskie	11 899
7. mazowieckie	21 928
8. opolskie	**3 509**
9. podkarpackie	6 992
10. podlaskie	3 858
11. pomorskie	7 854
12. śląskie	12 348
13. świętokrzyskie	4 089
14. warmińsko-mazurskie	5 236
15. wielkopolskie	12 146
16. zachodniopomorskie	5 276
Razem:	131 176

Źródło: opracowanie własne na podstawie bazy danych KRS.

W długookresowej perspektywie można zauważyć powolny, lecz systematyczny wzrost liczby organizacji pozarządowych w województwie opolskim (liczony latami). Natomiast w skali całego kraju województwo opolskie plasuje się na ostatnim miejscu pod względem istniejącej liczby organizacji pozarządowych w KRS-ie. Stanowi to obecnie zagrożenie rozwojowe dla podmiotów ekonomii społecznej. Diagnozując stan (liczbę) organizacji pozarządowych w województwie opolskim ze względu na realizację celów społecznych, można wyodrębnić następujące obszary ich działalności [ROPS, 2016, s. 36]:

- poprawa jakości kształcenia oraz dostosowanie oferty edukacyjnej do potrzeb rynku pracy,
- wspieranie zatrudnienia i samozatrudnienia,
- przeciwdziałanie wykluczeniu społecznemu i ubóstwu,
- rozwój usług opiekuńczych i wychowawczych.

Dla przeciwwagi warto również wymienić bariery hamujące rozwój PES w województwie opolskim. Zaliczyć do nich można [Kwiatkowska i inni, 2011, s. 15]:

- nieliczne i słabe organizacje (pod względem kadrowym i finansowym), co powoduje brak stabilizacji oraz niemożność realizacji celów społecznych,
- niewystarczającą współpracę administracji publicznej z trzecim sektorem, co skutkuje słabą realizacją zadań publicznych z udziałem podmiotów ekonomii społecznej,
- brak zaufania publicznego do inicjatyw podejmowanych przez podmioty ekonomii społecznej oraz brak zaangażowania,
- młody i słabo rozwinięty nurt współczesnej ES, co przyczynia się do niewłaściwych proporcji między realizacją celów

społecznych a efektywnością gospodarczą.

Jeżeli popatrzymy na instytucjonalno-organizacyjny charakter wsparcia podmiotów ekonomii społecznej w Polsce, ze szczególnym uwzględnieniem województwa opolskiego, to według M. Klimowicz należy wspomnieć o znaczeniu środków unijnych i „w tym kontekście nie bez znaczenia jest fakt, że rozwój sektora ekonomii społecznej jest obecnie jednym z najważniejszych obszarów wsparcia polityki regionalnej Unii Europejskiej" [Klimowicz, 2008, s. 124].

Podsumowanie

Rozwój ekonomii społecznej w województwie opolskim wymaga podejścia horyzontalnego na rzecz trwałości i ciągłości realizacji celów społecznych w układzie społeczno-gospodarczym. Rozwiązania instytucjonalno-organizacyjne wspierające rozwój wymagają przede wszystkim stworzenia odpowiednich warunków egzystencjalnych, polegających na tworzeniu przyjaznego środowiska (otoczenia), umożliwiającego wsparcie, jak i zapewniającego dalsze kierunki rozwoju PES-ów. Diagnoza sytuacji społeczno-gospodarczej województwa opolskiego wykazuje występowanie niekorzystnych zjawisk społecznych, takich jak wzrost zagrożenia wykluczeniem społecznym czy starzenie się społeczeństwa. Rozwiązaniem niwelującym niekorzystne zjawiska społeczne w województwie opolskim jest infrastruktura wsparcia ES wraz ze swoimi podmiotami, gdzie zgodnie z nowoczesnymi trendami w obszarze polityki społecznej promowane jest aktywne społeczeństwo (odejście od pomocy doraźnej na rzecz aktywizowania oraz znacznego usamodzielnienia się społecznego). Moim zdaniem obecny rozwój PES w województwie opolskim jest obciążony aktualną sytuacją społeczno-gospodarczą, co może hamować powstawanie nowych podmiotów i wskazywać na słabość instytucji wspierających jego rozwój.

Literatura

Baza danych Krajowego Rejestru Sądowego (KRS), https://ems.ms.gov.pl/krs/wyszukiwaniepodmiotu (dostęp: 24.04.2017).

Baza danych stowarzyszenia KLON/JAWOR, http://www.mojapolis.pl/web/guest;jsessionid=277B02AB20CA63A1EFB851E75E6823A3 (dostęp: 24.04.2017).

Broniszewski M., Goleński W., Mesjasz K. (2013). „Trzy formy kapitału w podmiotach ekonomii społecznej województwa opolskiego", (w:) A. Zagórowska (red.), *Problemy Śląska ze szczególnym uwzględnieniem województwa opolskiego wyzwaniem dla ekonomii społecznej* (s. 140–148). Opole: ROPS w Opolu.

Frączak P. (2006). *Szkic do historii ekonomii społecznej w Polsce*. Warszawa: FRSO.

Gazeta Podatnika (2015). „Przedsiębiorstwa społeczne doczekają się własnej ustawy", *Gazeta Podatnika*, nr 67 (2197), http://www.gazetapodatnika.pl/artykuly/przedsiebiorstwa_spoleczne_doczekaja_sie_wlasnej_ustawy-a_19862.htm (dostęp: 24.04.2017).

Giza-Poleszczuk A., Hausner J. (2008). „Wprowadzenie – ekonomia społeczna i rozwój", (w:) A. Giza-Poleszczuk, J. Hausner (red), *Ekonomia społeczna w Polsce: osiągnięcia, bariery rozwoju i potencjał w świetle wyników badań* (s. 11–40). Warszawa: FISE.

Herbst K. (2013). „Perspektywy ekonomii społecznej", *Ekonomia społeczna*, nr 1 (6), s. 9–19.

Kaźmierczak T. (2007). „Zrozumieć ekonomię społeczną", (w:) T. Kaźmierczak, M. Rymsza (red.), *Kapitał społeczny. Ekonomia społeczna* (s. 93–126). Warszawa: Instytut Spraw Publicznych.

Klimowicz M. (2008). „Ekonomia społeczna w Polsce jako element zwiększania spójności gospodarczo-społecznej. Integracja społeczności lokalnej w sferze gospodarczej", (w:) A. Wiktorska-Święcka (red.), *Wyprowadzić na prostą. Innowacyjne metody aktywizacji społecznej i zawodowej na przykładzie wdrażania modelu lokalnej sieci wsparcia osób bezdomnych i zagrożonych bezdomnością* (s. 115–132). Wrocław: Wyd. Oficyna Wydawnicza ATUT.

Komisja Europejska (2010). *Europa 2020 – Strategia na rzecz intelektualnego i zrównoważonego rozwoju sprzyjającego włączeniu społecznemu* (COM 2010), Bruksela: Komisja Europejska, http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2010:2020:FIN:PL:PDF (dostęp: 24.04.2017).

Komisja Europejska (2011). *Inicjatywa na rzecz przedsiębiorczości społecznej. Budowanie ekosystemu sprzyjającego przedsiębiorstwom społecznym w centrum społecznej gospodarki i społecznych innowacji*. Bruksela: Komisja Europejska, http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2011:0682:FIN:PL:PDF (dostęp: 24.04.2017).

KPRES (2012). *Krajowy Program Rozwoju Ekonomii Społecznej. Projekt: czerwiec*. Zespół ds. rozwiązań systemowych w zakresie ekonomii społecznej. Warszawa, http://www.ekonomiaspoleczna.pl/files/wiadomosci.ngo.pl/public/korespondenci/portal_ekonomiaspoleczna/KPRES8.06.2012.pdf (dostęp: 24.04.2017).

Kwiatkowska M., Kucharska J., Wiesiołek A., Nawara T., Gawinek A., Kosmala T., Piechowicz D. (2011). *Rozwój Ekonomii Społecznej na Opolszczyźnie*. Opole: Opolskie Centrum Wspierania Inicjatyw Pozarządowych.

Mair J., Robinson J., Hockerts K. (2010). *Współczesna polityka społeczna. Przedsiębiorczość społeczna*. Warszawa: Elipsa.

Okraska R. (2012). *Edward Abramowski. Braterstwo, solidarność, współdziałanie. Pisma spółdzielcze i stowarzyszeniowe*. Łódź: Stowarzyszenie Obywatele – Obywatelom.

Projekt (2015). *Projekt. Ustawa o przedsiębiorstwie społecznych i wspieraniu ekonomii społecznej*, http://orka.sejm.gov.pl/druki7ka.nsf/projekty/7-020-1359-2015/$file/7-020-1359-2015.pdf (dostęp 24.04.2017).

ROPS (2015). *Wojewódzki Program Pomocy i Integracji Społecznej na lata 2016–2025*. Opole: Regionalny Ośrodek Polityki Społecznej w Opolu, http://rops-opole.pl/strategie_i_programy/Zal.%20Nr%201%20Program%20pomocy%20i%20integracji%20spolecznej%202016-2025.pdf (dostęp 24.04.2017).

ROPS (2016). *Opolski program rozwoju ekonomii społecznej na lata 2016–2022*. Opole: Regionalny Ośrodek Polityki Społecznej w Opolu, http://rops-opole.pl/strategie_i_programy/Opolski%20Program%20Rozwoju%20Ekonomii%20Spo%C5%82ecznej%20na%20lata%202016-2022_.pdf (dostęp 24.04.2017).

Ustawa z dnia 20 kwietnia 2004 r. o promocji zatrudnienia i instytucjach rynku pracy (Dz.U. 2004 nr 99 poz. 1001).

Ustawa z dnia 24 kwietnia 2003 r. o działalności pożytku publicznego i o wolontariacie (Dz.U. 2003 nr 96 poz. 873).

Ustawa z dnia 27 kwietnia 2006 r. o spółdzielniach socjalnych (Dz.U. 2006 nr 94 poz. 651).

Ustawa z dnia 27 sierpnia 1997 r. o rehabilitacji zawodowej i społecznej oraz zatrudnianiu osób niepełnosprawnych (Dz.U. 1997 nr 123 poz. 776).

Ustawa z dnia 6 kwietnia 1984 r. o fundacjach (Dz.U. 1984 nr 21 poz. 97).

Ustawa z dnia 7 kwietnia 1989 r. prawo o stowarzyszeniach (Dz.U. 1989 nr 20 poz. 104).

Wojciechowski S. (1939). *Historia spółdzielczości polskiej do 1914 r.* Warszawa: Spółdzielczy Instytut Naukowy.

Zarząd (2015). *Wojewódzka strategia w zakresie polityki społecznej na lata 2016–2025*. Opole: Zarząd Województwa Opolskiego, http://rops-opole.pl/strategie_i_programy/STRATEGIA%20POLITYKI%20SPOLECZNEJ%202016-2025.pdf (dostęp 24.04.2017).

Development of social economy entities in Poland with particular emphasis on the Opole region: Institutional and organizational conditions

Summary: The development of social economy entities (PES) in the Opole Voivodeship is mainly related to growing regional social needs. Limited financial resources in the sphere of social policy result in the lack of effective solutions in the area of social and economic problems. The aim of this article is to present the current state of PES development in the Opolskie Voivodship with respect to the time perspective 2009-2017. The changes in the number of social economy entities in Opolskie voivodship was also presented in order to show the significance of this indicator for public actions aimed at the development of institutional and organizational support. In the theoretical layer, literature analysis was used to examine the organizational conditions supporting the implementation of conditions conducive to the development of PES in the Opolskie Voivodeship. In the empirical layer, research methods of data analysis (quantitative), based on the analysis of the formation of new PES were used. These data will serve to better understand the conditions that favor and inhibit the development of PES in the Opolskie region. The author shows a disturbing tendency in the slowing growth of new PES.

Keywords: social economy, social policy, social enterprises.

Prawa autorskie i licencja / Copyright and License

Artykuł opublikowano na licencji Creative Commons
Uznanie autorstwa – Użycie niekomercyjne – Bez utworów zależnych 3.0 Polska
http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/pl/

This article is published under the terms of the Creative Commons
Attribution – NonCommercial – NoDerivs (CC BY-NC-ND 3.0) License
http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/

Ekonomia Społeczna
Nr 2/2016, s. 48–59
ISSN: 2081-321X, eISSN: 1898-7435
DOI: 10.15678/ES.2016.2.04

Krajowy Program Rozwoju Ekonomii Społecznej jako dokument strategiczny. Założenia – treść – recepcja

Krystyna Górnicka*

Streszczenie: Krajowy Program Rozwoju Ekonomii Społecznej został przyjęty w 2014 r. Miał stać się wyznacznikiem kierunków interwencji publicznej oraz przyczynić się do rozwoju ekonomii społecznej. Przyjęte ramy gwarantowały spójność realizowanych działań na wszystkich poziomach. W artykule omówiono proces powstawania KPRES, jego założenia, rolę regionów w jego realizacji oraz odbiór w środowisku. Jest on też próbą ustalenia, czy Program jako dokument strategiczny ma szansę wpłynąć na rozwój ekonomii społecznej. Wszystkie przewidziane w nim działania są spójne, logicznie powiązane oraz uwzględniają rolę regionów w rozwoju ES. Jednakże, na podstawie rozbieżności między nim a innymi programami (RPO) można zauważyć, iż nie wszystkie jego zapisy są wdrażane, szczególnie w regionach. O ile województwa zaktualizowały regionalne programy ES czy powołały regionalne komitety, o tyle były problemy z akredytacją OWES czy z ustaleniem liczby miejsc pracy, które mają być utworzone w PS. To pokazuje, iż KPRES prawdopodobnie nie jest postrzegany jako istotny dokument poza środowiskiem ekonomii społecznej.

Słowa kluczowe: ekonomia społeczna, program, miejsca pracy, KPRES.

Wprowadzenie

Krajowy Program Rozwoju Ekonomii Społecznej (KPRES), który został przyjęty w 2014 r., stał się wyznacznikiem kierunków interwencji publicznej. Jego celem jest nakreślenie wizji rozwoju oraz wsparcie sektora ekonomii społecznej (ES). Stworzone ramy oraz struktura miały zapewnić spójność realizacji działań oraz określić schematy planowanych przedsięwzięć. W Programie rozwój ekonomii społecznej został oparty o trzy filary: polityczny – związany z tworzeniem dobrego klimatu dla ES po stronie administracji, społeczny – dotyczący potencjału społecznego i aktywności oraz przedsiębiorczy – polegający na wzmocnieniu pozycji przedsiębiorstw społecznych na rynku [*KPRES przyjęty*, 2014].

Celem artykułu jest przedstawienie Krajowego Programu Rozwoju Ekonomii Społecznej jako dokumentu strategicznego, programującego zmianę na poziomie krajowym, regionalnym i lokalnym. W niniejszym artykule odpowiadam na następujące pytania: Jakie działania zaplanowano celem rozwoju sektora ES w Polsce? Jaka była intencja autorów i współautorów dokumentu oraz jak przebiegały prace redakcyjne? Czy jest to dokument wewnętrznie spójny? Czy i w jakim stopniu KPRES określa rolę regionów w rozwoju ekonomii społecznej? Z jakim odbiorem spotkał się dokument w gronie ekspertów i praktyków?

Artykuł składa się z trzech części. W pierwszej przedstawiono genezę analizowanego dokumentu, druga wskazuje jego główne założenia, strategię wdrażania oraz rolę regio-

* **Krystyna Górnicka**
Wydział Pedagogiki, Psychologii i Socjologii
Uniwersytet Zielonogórski
al. Wojska Polskiego 69, 65-762 Zielona Góra
e-mail: krysiagornicka@wp.pl

nów w planowanej zmianie. W trzeciej natomiast oceniono jego znaczenie dla polityki publicznej, umiejscowienie w hierarchii ważności dokumentów oraz zaprezentowano opinie środowiska ekonomii społecznej.

1. Geneza Krajowego Programu Rozwoju Ekonomii Społecznej

W grudniu 2008 r. jako efekt wspólnych publiczno-społecznych uzgodnień, Zarządzeniem nr 141 Prezesa Rady Ministrów, został powołany Zespół do Spraw Rozwiązań Systemowych w Zakresie Ekonomii Społecznej (Zespół). Głównym jego zadaniem było stworzenie projektu strategii rozwoju ekonomii społecznej. Wypracowane założenia zostały oficjalnie zaprezentowane na *III Ogólnopolskich Targach Aktywnych Form Pomocy* w Byczynie w czerwcu 2012 r., po czym poddane konsultacjom społecznym [KPRES, 2014]. W ich trakcie Zarząd Kujawsko-Pomorskiej Federacji Organizacji Pozarządowych zasugerował, iż Program w takiej formie nie może być wdrażany. Zarzucił on autorom KPRES nakładanie sztywnych ram na sektor, co zaszkodzi kreatywności i reagowaniu na zmiany oraz nowe i aktualne wyzwania [Kaczorek, 2012]. Stanowisko zaprezentowane przez Kujawsko-Pomorską Federację Organizacji Pozarządowych zostało poparte przez Dolnośląską Federację Organizacji Pozarządowych [Weihs, 2012].

Raport z przeprowadzonych konsultacji wskazuje na udział 111 podmiotów, w większości jednostek administracji publicznej. Głos w sprawie zabrali też przedstawiciele ośrodków wsparcia ekonomii społecznej, podmiotów ekonomii społecznej, organizacji pozarządowych, a także osoby fizyczne. Zdaniem autorów raportu Program został pozytywnie odebrany i oceniony przez środowisko, jednak mimo to wymagał dopracowania. Najwięcej uwag o charakterze negatywnym dotyczyło diagnozy oraz sposobu sformułowania celów KPRES. Zasugerowano, iż diagnoza nie oddaje pełnego obrazu ekonomii społecznej, źle dobrane zostały zadania, natomiast dane dotyczące przykładowo spółdzielni socjalnych są zbyt ogólne i głównie ilościowe. W konsekwencji nie prowadzi to do pokazania ich rzetelnego obrazu [Cibor, 2012]. Podczas VI Ogólnopolskich Spotkań Ekonomii Społecznej w październiku 2012 r. również dyskutowano nad projektem Programu. W czasie konferencji kilku panelistów ostro skrytykowało niektóre jego zapisy [Cibor, 2013]. Raport z konsultacji, który okazał się ważny w dyskusji o Programie oraz projekt KPRES zostały zaprezentowane w październiku 2012 r. na posiedzeniu Zespołu.

W lutym 2013 r. w czasie seminarium zorganizowanego przez Instytut Spraw Publicznych w imieniu Stałej Konferencji Ekonomii Społecznej także dyskutowano o założeniach KPRES. W odniesieniu do prezentacji Cezarego Miżejewskiego głos zabrali m.in. Joanna Wardzińska z Towarzystwa Inwestycji Społeczno-Ekonomicznych, Tomasz Schimanek z Instytutu Spraw Publicznych, Krzysztof Herbst z Fundacji Inicjatyw Społeczno-Ekonomicznych. Tomasz Schimanek poruszył problem zbyt dużej roli Państwa w programie: „Punkt ciężkości jest przechylony w stronę podejścia, że ekonomia społeczna jest instrumentem realizacji polityk publicznych. Wolałbym rozumienie ekonomii społecznej jako jedną z form aktywności obywateli. Zgadzam się, że jest to przeregulowane i momentami za dużo jest państwa" [Muzińska, 2013]. Jednakże trudno sobie wyobrazić program rozwoju jako programowanie polityki publicznej bez wskazania, jaką rolę widzi władza publiczna dla organizacji obywatelskich i jakie instrumenty w tym względzie projektuje.

Krzysztof Herbst zarzucił odejście od podstaw ekonomii społecznej oraz przerzucenie zadań publicznych w dużej mierze na PES za pomocą licznych instrumentów: „Ten dokument zaczyna się od opowieści o rozmaitych strategiach polskich i europejskich i z całą dobrą wolą próbuje to wdrożyć. Jeżeli tak się

tworzy dokumenty, że gdzieś na górze jest jakaś racja wyższa, to piszemy go w trybie zadaniowym. (…) Mamy używać do tego np. takiego instrumentu jak społecznie odpowiedzialne zamówienia publiczne. Zapominamy jednak, że system zamówień publicznych został wymyślony w zupełnie innym celu – nakręcania gospodarki, a nie po to, by czynić dobro" [ibidem]. Mimo zastrzeżeń i negatywnych komentarzy, uczestnicy seminarium zauważyli, że nowa propozycja KPRES jest lepsza od poprzedniej.

Zgodnie z wymaganiami ustawy z dnia 6 grudnia 2006 r. o zasadach prowadzenia polityki rozwoju KPRES został poddany ewaluacji *ex ante*. W raporcie z ewaluacji podkreślono, iż celem Programu jest spowodowanie zmiany społecznej. Przenikanie się rezultatów spowoduje efekt synergii, zaś podejście strategiczne jest odpowiedzią na problemy i potrzeby sektora. Rekomendacje, które zawarto w raporcie zostały uwzględnione w treści Programu [KPRES, 2014, s. 7]. Kolejna wersja KPRES została opracowana w 2013 r. na podstawie wniosków z konsultacji społecznych, które przeprowadzono w 2012 r. oraz ewaluacji *ex ante*. W porównaniu do poprzedniej poszerzono diagnozę, wprowadzono aktualne dane, uzupełniono Program o listę wskaźników, plan finansowy, a także uporządkowano cele i zadania, którym przyporządkowano terminarz, źródła finansowania i koordynatorów. W poprawionej wersji KPRES założono, iż podjęte w Programie działania przyczynią się do powstania ponad 38 tys. miejsc pracy [*Nowa*, 2014] (ok. 35 tys. będzie miało trwały charakter, natomiast ok. 20 tys. finansowanych będzie ze środków EFS [KPRES, 2014]).

30 kwietnia 2014 r. projekt Krajowego Programu Rozwoju Ekonomii Społecznej został zaakceptowany przez Komisję Wspólną Rządu i Samorządu Terytorialnego. Następnie został przekazany do Ministerstwa Infrastruktury i Rozwoju w celu sprawdzenia jego zgodności ze Strategią Rozwoju Kraju 2020 [*Krajowy*, 2014]. Pod koniec czerwca 2014 r. projekt Krajowego Programu Rozwoju Ekonomii Społecznej przekazano do Kancelarii Prezesa Rady Ministrów w celu skierowania go pod obrady Komitetu Stałego Rady Ministrów [MPiPS, 2014]. 12 sierpnia 2014 r. KPRES został przyjęty przez Radę Ministrów. Za główny cel Programu uznano doprowadzenie do tego, by ekonomia społeczna stała się istotnym czynnikiem wzrostu zatrudniania, spójności oraz rozwoju społecznego. Twórcy Programu zauważyli również, iż niezwykle ważne jest zwiększenie udziału PES w realizacji usług społecznych na poziomie lokalnym w celu wzmocnienia zarówno podmiotów, jak i samej wspólnoty [*KPRES przyjęty*, 2014].

2. Cele, założenia i strategia wdrażania

Autorzy KPRES zdefiniowali cel nadrzędny Programu następująco: W roku 2020 ekonomia społeczna stanowi ważny czynnik wzrostu zatrudnienia, spójności społecznej oraz rozwoju kapitału społecznego [KPRES, 2014, s. 26]. Ustalono, że do osiągnięcia tak określonego celu potrzebne będzie zwiększenie działań na rzecz całego sektora ekonomii społecznej, a także zwiększenie wsparcia kierowanego do niego. Jak wskazano w KPRES, nacisk należy położyć na osoby i podmioty zaangażowane w ekonomię społeczną, przedsiębiorstwa społeczne jak również tworzenie miejsc pracy dla osób w trudnej sytuacji społecznej, dostarczenie dobrej jakości usług społecznych oraz stworzenie stabilnych podstaw działalności przedsiębiorstw społecznych [ibidem, s. 26]. Poniżej zaprezentowano strukturę celu nadrzędnego oraz celów głównych i operacyjnych.

Rysunek 1. Schemat Krajowego Programu Rozwoju Ekonomii Społecznej

Źródło: [KPRES, 2014, s. 27].

Realizacja celu nadrzędnego oraz całego Programu została oparta o 5 priorytetów, które obejmują 19 kierunków interwencji. Cel operacyjny 1: *Odpowiedzialna wspólnota* realizowany będzie poprzez *Priorytet I Ekonomia społeczna na społecznie odpowiedzialnym terytorium*, III *System wsparcia ekonomii społecznej* oraz V *Edukacja dla ekonomii społecznej*. W Priorytecie I szczególny nacisk, w części merytorycznej, został położony na realizację usług prozatrudnieniowych oraz usług użyteczności publicznej. Priorytet III skupia się na wymaganych uwarunkowaniach do tworzenia sieci współpracy oraz animacji lokalnej, zaś Priorytet V wskazuje rolę edukacji w rozwoju odpowiedzialnej wspólnoty [ibidem, s. 33]. W ramach Priorytetu II *Działania regulacyjne w zakresie ekonomii społecznej* i III *System wsparcia ekonomii społecznej* realizowany będzie Cel operacyjny 2 *Otoczenie*. Działania i instrumenty przewidziane w powyższych Priorytetach mają wspomóc tworzenie przyjaznego otoczenia prawnego, finansowego oraz organizacyjnego, a tym samym stworzyć infrastrukturę do rozwoju ekonomii społecznej. W Priorytecie I zostały określone konkretne preferencje, które mają służyć zrealizowaniu Celu 2 [ibidem]. Realizacja Celu Operacyjnego 3 *Przywództwo* będzie opierała się o środki, mechanizmy i rozwiązania systemowe przewidziane w Priorytecie IV *Włączenie ekonomii społecznej do głównego nurtu polityk publicznych na poziomie krajowym i regionalnym*, III *System wsparcia ekonomii społecznej* oraz V *Edukacja dla ekonomii społecznej*. Interwencje w tych Priorytetach związane są z koordynacją działań podejmowanych na poziomie krajowym i regionalnym, włączeniem ekonomii społecznej do głównego nurtu polityk publicznych, sieciowaniem oraz zwiększaniem wiedzy i kompetencji z zakresu gospodarki społecznej. Priorytet V *Edukacja dla ekonomii społecznej*, obejmujący kwestie edukacyjne i świadomościowe na rzecz ekonomii społecznej, przyczyni się również do realizacji założeń Celu operacyjnego 4 *Kompetencje* [ibidem].

Wdrożenie powyższych działań wymaga skoordynowania ich w zakresie organizacyjnym, finansowanym czy prawnym. Zaangażowanie administracji publicznej i wielu partnerów publiczno-społecznych[1] niesie ryzyko

[1] Zgodnie z zapisami KPRES zaplanowano, iż w realizację Programu zaangażowane będą m.in.: Urząd Zamówień Publicznych, Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów, minister właściwy ds. zabezpieczenia społecznego, jednostki samorządu terytorialnego wszystkich szczebli.

powielania działań, co w konsekwencji może doprowadzić do większego wsparcia jednych obszarów kosztem innych. Dlatego niezwykle istotne jest powiązanie wszystkich działań – zarówno tych na poziomie krajowym, jak i regionalnym. Zarządzanie całym Programem zostało powierzone Krajowemu Komitetowi Rozwoju Ekonomii Społecznej (KKRES)[2], który określa kierunki interwencji. Do działań na poziomie kraju należą szczególnie te o charakterze legislacyjnym oraz organizacyjnym. Finansowane są one ze środków budżetowych. Zgodnie z założeniami Programu, KKRES powinien być głównym koordynatorem prac dotyczących Programu, a w jego skład mają wchodzić przedstawiciele resortów z kluczowych dla ekonomii społecznej obszarów, reprezentanci województw oraz przedstawiciele sektora. Środki na publikacje i ekspertyzy pochodzą z budżetu ministra właściwego do spraw zabezpieczenia społecznego oraz Europejskiego Funduszu Społecznego [ibidem, s. 70]. Wsparciem dla KKRES jest Krajowy Sekretariat Ekonomii Społecznej, którego funkcję, zgodnie z Regulaminem Komitetu, pełni Departament Ekonomii Społecznej i Pożytku Publicznego w Ministerstwie Rodziny, Pracy i Polityki Społecznej. Do jego zadań, zgodnie z KPRES, należy koordynowanie prac związanych z działaniami administracji publicznej w obszarze ekonomii społecznej, organizacja procesu akredytacji OWES, działania edukacyjne, promocyjne, a także wsparcie doradcze dla województw. Zajmuje się on również monitoringiem wdrażania Programu na poziomie regionów oraz ewaluacją [ibidem]. Zgodnie z zapisami KPRES powstał „fundusz funduszy". Jego rolę pełni obecnie Krajowy Fundusz Przedsiębiorczości Społecznej. Wybrani przez Bank Gospodarstwa Krajowego pośrednicy finansowi: Fundusz Regionu Wałbrzyskiego i Towarzystwo Inwestycji Społeczno-Ekonomicznych S.A będą udzielać pożyczek podmiotom ekonomii społecznej. Zaplanowano, iż wsparcie pochodzące z pożyczek i poręczeń będzie stanowiło uzupełnienie dotacji przyznawanych w ramach Regionalnych Programów Operacyjnych (RPO) na miejsca pracy w przedsiębiorstwach społecznych [MRPiPS, 2016].

Najważniejsze działania w obszarze ekonomii społecznej będą jednak realizowane na poziomie województw. Dlatego niezwykle istotne są interwencje wskazane w Priorytecie I i II, które będą wpisywały się w regionalne polityki rozwoju. Finansowanie tych działań pochodzi ze środków Funduszu Pracy, Państwowego Funduszu Rehabilitacji Osób Niepełnosprawnych oraz jednostek samorządu terytorialnego. Ich rozdysponowaniem zajmą się Ośrodki Pomocy Społecznej, Powiatowe Centra Pomocy Rodzinie czy Powiatowe Urzędy Pracy. Dodatkowym źródłem funduszy będą te pochodzące z Regionalnych Programów Operacyjnych [KPRES, 2014, s. 71]. Środki unijne w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego (EFS) będą w większości przeznaczone na wspieranie działań systemu Ośrodków Wsparcia Ekonomii Społecznej oraz koordynację ekonomii społecznej na poziomie województw, która została przekazana Regionalnym Ośrodkom Polityki Społecznej. To one będą zarządzały wdrażaniem Programu na poziomie poszczególnych województw. Wspierane będą również, ze środków krajowych, fundusze pożyczkowe, działania innowacyjne czy też edukacyjne, zaś ze środków regionalnych start-upy dla młodych organizacji obywatelskich w ramach Funduszu Inicjatyw Obywatelskich [ibidem].

3. Miejsce regionów w Programie[3]

W Programie zwrócono uwagę, iż rozwój sektora ekonomii społecznej powinien

[2] KKRES został powołany Zarządzeniem nr 7 Ministra Pracy i Polityki Społecznej z dnia 27 lutego 2017 r. w sprawie powołania Krajowego Komitetu Rozwoju Ekonomii Społecznej.

3 Na poziomie województwa szczególny wpływ na rozwój ekonomii społecznej mają: Regionalny Ośrodek Polityki

opierać się na działaniach w społecznościach lokalnych: „(…) Rozwój sektora ekonomii społecznej powinien opierać się na działaniach zakorzenionych w społeczności lokalnej, orientacji na kwestie społeczne, preferencjach związanych z aktywnością lokalną i lokalnym rynkiem wewnętrznym. Oznacza to, że produkty i usługi oferowane przez przedsiębiorstwa społeczne i podmioty ekonomii społecznej muszą odpowiadać potrzebom odbiorców we wspólnocie lokalnej. Działanie to może i powinno być zbieżne z konstytucyjnymi obowiązkami wspólnoty samorządowej, których celem jest bieżące i nieprzerwane zaspokajanie zbiorowych potrzeb ludności w drodze świadczenia powszechnie dostępnych usług użyteczności publicznej (…)" [ibidem, s. 34].

Jak pokazuje przytoczony cytat, działania powinny odpowiadać na specyficzne potrzeby i problemy społeczności lokalnych. Należy je oprzeć na wzajemnych relacjach obywateli, instytucji czy innych podmiotów pochodzących z jednej wspólnoty samorządowej. W Programie zaplanowano przedsięwzięcia, które powinny zostać zrealizowane na poziomie regionów. Jednakże planowanie zostało przeprowadzone odgórnie, na poziomie ogólnym w Programie. Powoduje to sytuację, w której każde z województw będzie musiało przełożyć i dostosować działania do specyfiki i potrzeb swojego regionu.

Niezwykle istotne z punktu widzenia wdrażania założeń KPRES na poziomie regionów są diagnozy lokalne z uwzględnieniem procesów rozwojowych. Powiązane jest to z ciągłą weryfikacją danych oraz z czynnym udziałem społeczności lokalnej w tworzeniu diagnoz. W związku z tym planuje się, w Działaniu związanym ze wspieraniem partycypacyjnych modeli badania, wprowadzenie zmian prawnych, które pozwolą uporządkować programowanie strategiczne na poziomie samorządu lokalnego, zwłaszcza w obszarze polityki społecznej, a także system konsultacji społecznych. Zaplanowano do realizacji m.in. przegląd aktów prawnych, wprowadzenie obowiązku przygotowywania jednolitej strategii polityki społecznej gminy czy wprowadzenie jednolitych trzyletnich programów polityki społecznej [ibidem].

Kolejnym działaniem silnie powiązanym z poziomem lokalnym jest Działanie I.2 związane ze wsparciem aktywności obywatelskiej i samoorganizacji. Rozwój ekonomii społecznej na poziomie lokalnym nie jest możliwy bez rozwoju inicjatyw i organizacji obywatelskich. W związku z tym, planuje się zmiany prawne w obszarze aktywności obywatelskiej, które mają na celu ułatwienie zrzeszania się, wspieranie rozwoju instytucjonalnego oraz nowopowstałych organizacji, wspieranie działań sieciujących lub promujących dialog, a także wsparcie dla rozwoju jednostek pomocniczych gminy i wolontariatu [ibidem, s. 35–36].

Wsparcie dla rozwoju usług użyteczności publicznej przez ekonomię społeczną zaplanowano w Działaniu I.3. Jak zauważyli autorzy KPRES: „(…) Wzajemne relacje sektora ekonomii społecznej z samorządem gminnym i powiatowym wymagają zintegrowanych działań na rzecz aktywnego włączenia się partnerów w realizację lokalnych usług użyteczności publicznej. W debacie europejskiej wskazuje się w szczególności na rozwój usług uzupełniających i wspierających rolę i funkcje rodziny, w tym: opieki nad dziećmi, usług w zakresie opieki nad osobami starszymi i niesamodzielnymi oraz osobami niepełnosprawnymi (…)" [ibidem, s. 36–37].

W związku z powyższym w Programie wskazano działania o charakterze [ibidem, s. 37–38]:

Społecznej jako koordynator działań administracji publicznej w obszarze ekonomii społecznej, Instytucja Zarządzająca Regionalnym Programem Operacyjnym jako dysponent środków unijnych, Regionalny Komitet Rozwoju Ekonomii Społecznej jako koordynator działań województwa w obszarze ES oraz Ośrodki Wsparcia Ekonomii Społecznej – realizatorzy działań związanych z ekonomią społeczną w ramach projektów finansowanych z EFS.

- metodycznym (wypracowanie standardów dla różnych typów usług, wdrażanie projektów innowacyjnych testujących, bazy dobrych praktyk na poziomie regionalnym),
- systemowym (powołanie Ogólnopolskiej Platformy Usług Społecznych jako partnerstwa publiczno-społecznego z udziałem przedstawicieli MPiPS, zrzeszeń jednostek samorządu terytorialnego oraz federacji organizacji obywatelskich zrzeszających organizacje realizujące usługi społeczne),
- prawno – edukacyjnym (zmiany prawne przy zlecaniu zadań użyteczności publicznej i rozliczenia ich realizacji, przygotowanie i wdrożenie w lokalnych dokumentach zapisów dotyczących stosowania klauzul społecznych w zamówieniach publicznych, wprowadzenie instytucji kontraktu terytorialnego, zawieranego przez samorząd wojewódzki z samorządami gminnymi i powiatowymi, działania edukacyjne),
- rozwojowym (wypracowanie ścieżek finansowania ze środków europejskich projektów realizowanych wspólnie przez gminy lub powiaty i organizacje obywatelskie).

Niezwykle istotnym kierunkiem rozwoju ekonomii społecznej są działania związane z programami rozwojowymi, szczególnie na poziomie regionalnym i lokalnym. Dlatego planuje się wspieranie zrównoważonego rozwoju (rozwój podmiotów ekonomii społecznej związanych z ekologią, przedsiębiorstw społecznych w zakresie selektywnego zbierania odpadów, wsparcie dla rolnictwa społecznego), rozwoju społeczności lokalnej, tożsamości i edukacji kulturowej (miejsca pracy w PES związanych z obszarem turystyki społecznej, budownictwem społecznym czy animacją społeczną), solidarności pokoleń (zakładanie PES przez osoby w wieku przedemerytalnym, rozwój podmiotów wspierających politykę rodzinną, wsparcie dla PES oferujących usługi starszym konsumentom) oraz rozwoju usług aktywnej integracji (zmiany w przepisach związanych z zatrudnieniem socjalnym, kształcenie pracowników instytucji pomocy i integracji społecznej w zakresie ekonomii społecznej i przedsiębiorczości społecznej, system zatrudnienia monitorowanego) [ibidem, s. 39–40].

Potrzeba zapewnienia ciągłego wsparcia doradczego, szkoleniowego oraz animacyjnego na każdym szczeblu wynika z zapotrzebowania środowiska ekonomii społecznej. Pakiet takich usług (świadczonych łącznie), w skład którego wchodzą: usługi animacji lokalnej, usługi rozwoju ekonomii społecznej, usługi wsparcia istniejących przedsiębiorstw społecznych świadczony jest przez ośrodki wsparcia ekonomii społecznej (konsorcjum lub partnerstwo kilku instytucji) [ibidem, s. 50]. Finansowanie ośrodków odbywa się w ramach Regionalnych Programów Operacyjnych poszczególnych województw.

Szczególna rola regionów w polityce rozwoju powoduje potrzebę włączenia ekonomii społecznej do działań realizowanych na poziomie województwa. To na tym szczeblu zapadają kluczowe dla polityk lokalnych decyzje programowe, organizacyjne czy finansowe. W związku z tym w ramach Działania IV.2 związanego z koordynacją zaplanowano m.in. następujące zadania: włączenie ekonomii społecznej do strategii rozwoju każdego województwa, realizacja i monitoring regionalnych programów rozwoju ekonomii społecznej, stworzenie Regionalnych Komitetów Rozwoju Ekonomii Społecznej z funkcją koordynacji działania województw w zakresie ekonomii społecznej oraz ustanowienie Regionalnego Ośrodka Polityki Społecznej (ROPS) jako odpowiedzialnego za koordynowanie działania władzy publicznej w zakresie realizacji regionalnego programu. Zgodnie z KPRES, ROPS powinien również określać kierunki, preferencje i procedury wsparcia w obszarze ekonomii społecznej w ramach Regionalnych Programów Opera-

cyjnych [ibidem, s. 55–56]. Zapisy Programu dotyczące koordynacji przez ROPS zostały odzwierciedlone w Wytycznych w zakresie realizacji przedsięwzięć w obszarze włączenia społecznego i zwalczania ubóstwa z wykorzystaniem środków Europejskiego Funduszu Społecznego i Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego na lata 2014–2020. Umożliwiło to finansowanie większości działań przypisanych w Programie Regionalnym Ośrodkom Polityki Społecznej w ramach projektów realizowanych ze środków EFS. Przykładem może być projekt „Efekt Synergii – koordynacja lubuskiej ekonomii społecznej" realizowany przez ROPS województwa lubuskiego. Celem projektu jest poprawa warunków rozwoju PES, a także wzmocnienie potencjału instytucji otoczenia sektora ekonomii społecznej[4].

Nowa rola ROPS-ów w systemie wsparcia ekonomii społecznej wiąże się jednak z licznymi wyzwaniami, m.in. dostosowaniem się, w przypadku realizowanych projektów, do sztywnych ram, jakie nakładają *Wytyczne* czy też próbą uspójnienia działań koordynacyjnych na poziomie regionalnym z tymi realizowanymi na poziomie centralnym.

Ekonomia społeczna jest jeszcze zjawiskiem słabo zakorzenionym na poziomie lokalnym i regionalnym oraz często łączonym z pomocą społeczną. Dlatego Działania w Priorytecie V skupione są na jej upowszechnianiu oraz budowaniu pozytywnej marki, a także na zwiększaniu kompetencji osób zaangażowanych w jej rozwój. Działanie V.1 związane z tożsamością kulturową ma na celu stworzenie programów o ekonomii społecznej dla edukacji pozaformalnej [ibidem, s. 60]. W Działaniu V.2 dotyczącym edukacji dla środowiska lokalnego wsparcie edukacyjne w postaci szkoleń, doradztwa czy animacji ma być kierowane do członków Powiatowych i Wojewódzkich Rad Zatrudnienia, Gminnych, Powiatowych i Wojewódzkich Rad Działalności Pożytku Publicznego, wójtów, burmistrzów, prezydentów miast i starostów, członków kierownictwa jednostek pomocniczych gminy oraz członków komisji polityki społecznej i rozwoju gospodarczego w gminach, powiatach i województwach [ibidem, s. 60–61]. Celem tak zaplanowanej interwencji jest wzrost wiedzy władz lokalnych, co w konsekwencji powinno zmienić postrzeganie ekonomii społecznej na poziomie lokalnym i regionalnym. Planowane są też działania edukacyjne skierowane do osób na poziomie szkolnym i akademickim, mające dostarczyć wiedzy i kompetencji związanych z przedsiębiorczością społeczną oraz pozaformalna edukacja dzieci i młodzieży. Działania w tym zakresie zostaną oparte o Regionalne Fundusze Młodzieżowe, które będą promowały młodzieżowe inicjatywy lokalne na poziomie lokalnym, regionalnym i krajowym [ibidem, s. 63].

4. Recepcja Programu i jego perspektywy

Krajowy Program Rozwoju Ekonomii Społecznej stał się punktem odniesienia dla całego programowania interwencji w obszarze ekonomii społecznej. Obligowało to do określenia ram funkcjonowania tego sektora w przestrzeni publicznej. W środowisku opinie na temat Programu były zróżnicowane. Piotr Frączak na łamach portalu ekonomia-spoleczna.pl zwraca uwagę, iż zaproponowany w KPRES sposób koordynowania ekonomii społecznej na poziomie regionalnym nie jest pomysłem trafionym. Jednakże należy to rozwiązanie wykorzystywać. Porusza także kwestię braku dokumentu strategicznego nakierowanego na organizacje pozarządowe i tego, iż KPRES jest tym, który obecnie obejmuje sektor pozarządowy i tworzy z niego zaplecze do rozwoju ekonomii społecznej [Frączak, 2014].

[4] Efekt Synergii – koordynacja lubuskiej ekonomii społecznej, www.es.lubuskie.pl.

Problematyce związanej z miejscami pracy w ekonomii społecznej została poświęcona jedna sesja tematyczna na VIII Ogólnopolskich Spotkaniach Ekonomii Społecznej. Paweł Chorąży z Ministerstwa Rozwoju dostrzegł szansę realizacji założeń Programu w 17 programach wydatkowania środków EFS na lata 2014–2020 (jednego krajowego i 16 regionalnych). Jak zauważył: „W każdym programie jest tzw. priorytet inwestycyjny, czyli szufladka, która mówi o wspieraniu przedsiębiorstw społecznych i ekonomii społecznej. Chodzi jednak o danie impulsu do stworzenia miejsc pracy" [Cabajewski, 2014].

Do kwestii miejsc pracy w KPRES odniósł się również były wicemarszałek województwa lubuskiego Maciej Szykuła, który omawiał rolę samorządów regionalnych w rozwoju ekonomii społecznej. Podkreślił, iż 700 osób do zatrudnienia w lubuskim to minimum, a istotne jest, aby wykorzystać szansę, którą stworzył KPRES i fundusze EFS [Cabajewski, 2014].

Magda Dobranowska-Wittels na łamach portalu ekonomiaspoleczna.pl zwróciła uwagę na to, iż przyjęcie KPRES przyczyniło się do otrzymania środków z UE na ekonomię społeczną w kwocie ponad 1 mld PLN[5], mimo źle ocenionego przez Komisję Europejską wykorzystywania środków europejskich w latach 2007-2013. W swoim artykule zauważa, iż niestety regiony, które odpowiadają za dystrybucję środków UE oraz realizację wskaźników zarówno na poziomie RPO, jak i KPRES, nie mają spójnych regionalnych programów operacyjnych w obszarze związanym z ES z zapisami Programu Operacyjnego Wiedza Edukacja Rozwój, jak i z Krajowym Programem Rozwoju Ekonomii Społecznej [Dobranowska-Wittels, 2015]. Pokazuje to, iż zapisy KPRES nie zostały zastosowane przez samorządy wojewódzkie w trakcie tworzenia regionalnych programów operacyjnych. Szczególnym problemem jest niespójność związana z miejscami pracy występująca na poziomie RPO a KPRES. Magda Dobranowska-Wittels przytacza uwagi zgłaszane przez przedstawicieli OWES, przywołując przykład województwa lubelskiego, w którym to ze środków EFS powinno powstać wg KPRES 1.260 miejsc pracy, a w RPO zaplanowano tylko 302. Sytuacja ta dotyczy większości województw, gdzie zapisy Programu nie został odzwierciedlone w Regionalnych Programach Operacyjnych, a tym samym wprowadzono chaos, gdyż, jak zauważył przedstawiciel OWES, nie wiadomo, do których wartości należy się stosować.

Waga KPRES w stosunku do innych dokumentów została wyjaśniona na VIII Ogólnopolskich Spotkaniach Ekonomii Społecznej przez Piotra Krasuskiego z Ministerstwa Rozwoju: „Komisja Europejska negatywnie oceniła system wspierania ekonomii społecznej w Polsce w poprzednim okresie programowania. Zdaniem KE był on zbyt drogi i nieefektywny, to znaczy nie prowadził do osiągnięcia celów, które zakłada EFS, czyli zwiększenia liczby miejsc pracy. Dlatego wiosną, podczas negocjacji umowy partnerstwa, Polska usłyszała od KE twarde „nie", jeśli chodzi o wspieranie ekonomii społecznej. Uratowało nas to, że rząd właśnie przyjął KPRES, w którym przewidziane było stworzenie znacznie większej liczby miejsc pracy, a także akredytacja OWES-ów i podejście popytowe, czyli świadczenie usług odpowiadających na realne potrzeby podmiotów ekonomii społecznej. Jeśli jednak Komisja zobaczy, że KPRES nie jest realizowany, będzie chciała wpływać na zmianę Programów (..)" [Dobranowska-Wittels, 2015].

Powyższy cytat wskazuje KPRES jako znaczący dokument, który może zdecydować o budowie potencjału sektora w kolejnych latach. Pokazuje także, iż mimo tego,

[5] Przyjęcie KPRES było jednym z warunków ex-ante w perspektywie finansowej na lata 2014–2020. Oznacza to, iż uruchomienie funduszy objętych Wspólnymi Ramami Strategicznymi 2014–2020 uzależnione zostało od spełnienia warunków wstępnych, które miały przyczynić się do efektywnej realizacji programów.

że samorządy nie zastosowały zapisów Programu w trakcie tworzenia RPO, powinny się do nich stosować.

Podsumowanie

Krajowy Program Rozwoju Ekonomii Społecznej poprzez założenia, na których został oparty miał stać się czynnikiem zmiany w działaniach sektora oraz ramami strategicznymi jego rozwoju. Proces tworzenia dokumentu był stosunkowo długi, jednakże starano się w jego trakcie uwzględnić stanowiska i uwagi różnych stron. Najwięcej głosów sprzeciwu i niezadowolenia pojawiło się w trakcie powstawania i konsultacji Programu. Część organizacji zwracała uwagę, iż w proponowanych formułach Program nie powinien zostać przyjęty. Szeroko prowadzona akcja konsultacyjna oraz otwartość na zmiany i uwagi wśród autorów KPRES doprowadziły do przyjęcia przez rząd w 2014 r. poprawionej wersji Programu. Najważniejszym celem Programu stało się uczynienie z ekonomii społecznej czynnika wzrostu zatrudnienia i rozwoju kapitału społecznego. Realizacja celu głównego została oparta na 5 priorytetach i aż 19 kierunkach interwencji. Każdemu Działaniu został przyporządkowany koordynator oraz orientacyjne źródła finansowania wraz z harmonogramem realizacji. Zaproponowana przez autorów struktura Programu wydaje się być spójna oraz logicznie połączona. Jednakże, mimo iż dokument funkcjonuje już 3 lata ciągle występują związane z nim nieścisłości. Szczególnie dyskutowane są kwestie związane z miejscami pracy i rozbieżnością zapisów, która powstała na linii KPRES a RPO. W większości województw nie uwzględniono zapisów KPRES związanych z liczbą tworzonych miejsc pracy. Sytuacja ta jest o tyle istotna, iż samo przyjęcie Programu przyczyniło się do otrzymania dużych środków na działania wspierające ekonomię społeczną. Pokazuje to, że zapisy Programu nie współgrają z sytuacją regionów lub na etapie tworzenia regionalnych programów operacyjnych nie potraktowano KPRES jako dokumentu, który stwarza ramy rozwoju ekonomii społecznej. W przypadku tej pierwszej opcji może wydawać się to dziwne, gdyż zapisy KPRES nadają istotną rolą w rozwoju ekonomii społecznej właśnie regionom. Należy jednak pamiętać, iż Program został stworzony przez grono ekspertów na poziomie krajowym i miał być dostosowany do potrzeb regionalnych na podstawie Regionalnych Programów Rozwoju Ekonomii Społecznej. Problem ten może również wynikać ze słabości instytucji programujących politykę społeczną lub braku ich siły przebicia. Możliwe, że właśnie w tym miejscu należy szukać przyczyn rozbieżności. Tak więc w KPRES uwzględniona jest istotna rola regionów w rozwoju ekonomii społecznej. Jednakże są to odgórne ramy, w które każdy region powinien się wpisać, nie zaś uwzględnienie złożoności i różnorodności każdego z nich.

Działania wskazane w Programie zostały tak opisane, aby realizowane w ich ramach przedsięwzięcia przełożyły się na rozwój sektora ES w Polsce. Widać jednak na podstawie rozbieżności między różnymi Programami, iż prawdopodobnie zapisy KPRES nie są konsekwentnie wdrażane, szczególnie w regionach. O ile województwa zaktualizowały regionalne programy ekonomii społecznej czy powołały regionalne komitety rozwoju ekonomii społecznej, o tyle były problemy z akredytacją OWES (cofnięta akredytacja dla wszystkich ośrodków) oraz z ustaleniem liczby miejsc pracy, które mają być utworzone w PS. W 2017 r. zaplanowano aktualizację KPRES. Wynika ona z potrzeby dostosowania Programu do Strategii Odpowiedzialnego Rozwoju oraz uporządkowania kwestii monitoringowych i finansowych. Zbiegnie się to z przygotowywanymi zmianami w Regionalnych Programach Operacyjnych, które mają być renegocjowane z Komisją Europejską. Po wprowadzeniu zmian w tych dokumentach będzie można zaobserwować, czy KPRES

rzeczywiście jest traktowany jak wyznacznik założeń rozwoju ekonomii społecznej, w tym szczególnie w regionach oraz czy stał się dokumentem wyznaczającym cele rozwojowe i ma szansę przyczynić się do rozwoju ekonomii społecznej.

Literatura

Cabajewski S. (2014). *35 tysięcy nowych miejsc pracy w przedsiębiorstwach społecznych – kto za to odpowiada?*, http://www.ekonomiaspoleczna.pl/wiadomosc/1028752.html (dostęp: 02.04.2017).

Cibor K. (2012). *Raport z wstępnych konsultacji Krajowego Programu Rozwoju ES*, http://www.ekonomiaspoleczna.pl/wiadomosc/807270.html (dostęp: 02.04.2017).

Cibor K. (2013). *Krajowy Program Rozwoju Ekonomii Społecznej – zobacz, jak się zmienia*, http://www.ekonomiaspoleczna.pl/x/655566?doc_id=838301&projekt=433510 (dostęp: 02.04.2017).

Dobranowska-Wittels M. (2015). *Bez rozmów ambitne cele ekonomii społecznej trudne do osiągnięcia*, http://wiadomosci.ngo.pl/wiadomosc/1887571.html (dostęp: 22.04.0217).

Frączak P. (2014). *Krajowy Program Rozwoju Ekonomii Społecznej wzmocni organizacje pozarządowe?*, http://www.ekonomiaspoleczna.pl/wiadomosc/992281.html (dostęp: 09.04.2017).

Kaczorek Ł. (2012). *Federacja nie chce Programu*, http://www.ekonomiaspoleczna.pl/wiadomosc/803975.html (dostęp: 02.04.2017).

KPRES (2014). *Krajowy Program Rozwoju Ekonomii Społecznej*. Projekt z 24 lipca 2014 r. Warszawa: Ministerstwo Pracy i Polityki Społecznej.

KPRES przyjęty (2014). *KPRES przyjęty przez rząd!*, http://www.ekonomiaspoleczna.pl/wiadomosc/1001418.html (dostęp: 09.04.2017).

Krajowy (2014). *Krajowy Program Rozwoju Ekonomii Społecznej na ostatniej prostej*, http://www.ekonomiaspoleczna.pl/wiadomosc/979207.html (dostęp: 09.04.2017).

MPiPS (2014). *Krajowy Program Rozwoju Ekonomii Społecznej skierowany na Komitet Stały Rady Ministrów*, http://www.mpips.gov.pl/aktualnosci-wszystkie/art,5533,6773,krajowy-program-rozwoju-ekonomii-spolecznej-skierowany-na-komitet-staly-rady-ministrow.html (dostęp: 02.04.2017).

MRPiPS (2016). *Pożyczki dla podmiotów ekonomii społecznej*, https://www.mpips.gov.pl/aktualnosciw-szystkie/ organizacjepozarzadowe/art,8486,pozyczkidla-podmiotow-ekonomii-spolecznej.html (dostęp: 28.05.2017).

Muzińska A. (2013). *Krajowy Program Rozwoju Ekonomii Społecznej – co jeszcze można poprawić*, http://www.ekonomiaspoleczna.pl/wiadomosc/844258.html (dostęp: 09.04.2017).

Nowa (2013). *Nowa wersja Krajowego Programu Rozwoju Ekonomii Społecznej*, http://www.ekonomiaspoleczna.pl/wiadomosc/894347.html (dostęp: 02.04.2017).

Uchwała nr 1 Krajowego Komitetu Rozwoju Ekonomii Społecznej z dnia 4 października 2016 r. w sprawie Regulaminu Prac Komitetu, http://www.pozytek.gov.pl/Krajowy,Komitet,Rozwoju,Ekonomii,Spolecznej,3941.html (dostęp: 09.04.2017).

Weihs W. (2012). *Dolnośląska Federacja także nie chce Programu KPRES*, http://www.ekonomiaspoleczna.pl/wiadomosc/804890;jsessionid=FC98EDD980FB0CDF2CF67F8334EA8613.html?ci=es_komentarze&did=&state=ml (dostęp: 02.04.2017).

Wytyczne w zakresie realizacji przedsięwzięć w obszarze włączenia społecznego i zwalczania ubóstwa z wykorzystaniem środków Europejskiego Funduszu Społecznego i Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego na lata 2014–2020, https://www.mr.gov.pl/strony/zadania/fundusze-europejskie/wytyczne/wytyczne-na-lata-2014-2020/projekt-wytycznych-w-zakresie-realizacji-przedsiewziec-w-obszarze-wlaczenia-spolecznego-i-zwalczania-ubostwa-z-wykorzystaniem-srodkow-efs-i-efrr-na-lata-2014-2020/ (dostęp: 02.08.2017).

Zarządzenie nr 7 Ministra Pracy i Polityki Społecznej z dnia 27 lutego 2017 r. w sprawie powołania Krajowego Komitetu Rozwoju Ekonomii Społecznej, http://www.pozytek.gov.pl/Krajowy,Komitet,Rozwoju,Ekonomii,Spolecznej,3941.html (dostęp: 09.04.2017).

National Programme for Social Economy Development as a strategic document: Assumptions – content – reception

Summary: The National Programme for Social Economy Development (KPRES) was adopted in 2014. It was supposed to become a determinant of directions of public intervention and contribute to the development of the social economy. The adopted framework has ensured the consistency of the activities carried out at all levels. This article discusses the process of establishing the KPRES, its assumptions, the role of the regions in its implementation and its reception in the environment. It is also an attempt to determine whether the Program as a strategic document has the potential to influence the development of the

social economy. All of the measures envisaged in it are coherent, logically linked, and take into account the role of regions in development of social economy. However, on the basis of the discrepancy between it and other regional programs, it is noted that not all of its provisions are implemented, especially in the regions. While voivodships have updated regional social economy programs or set up regional committees, there have been problems with accrediting OWES or establishing the number of jobs to be created in PS. This shows that KPRES is probably not perceived as an important document outside the social economy.

Keywords: social economy, programme, jobs, KPRES.

Prawa autorskie i licencja / Copyright and License

Artykuł opublikowano na licencji Creative Commons
Uznanie autorstwa – Użycie niekomercyjne – Bez utworów zależnych 3.0 Polska
http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/pl/

This article is published under the terms of the Creative Commons
Attribution – NonCommercial – NoDerivs (CC BY-NC-ND 3.0) License
http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/

Ekonomia Społeczna
Nr 2/2016, s. 60–70
ISSN: 2081-321X, eISSN: 1898-7435
DOI: 10.15678/ES.2016.2.05

Postrzeganie społecznej odpowiedzialności biznesu w bankach spółdzielczych przez ich klientów

Anna Nowacka*

Streszczenie: Koncepcja społecznej odpowiedzialności biznesu wpisuje się w strategię działania banków spółdzielczych od momentu ich powstania. Spółdzielczy charakter tych instytucji a zarazem chęć konkurowania z innymi podmiotami na rynku finansowym odzwierciedlają główne założenia idei CSR. Banki spółdzielcze realizując swoją misję i wizję starają się połączyć cele komercyjne ze społecznym wymiarem swojej działalności.

Głównym celem opracowania jest zaprezentowanie opinii klientów banków spółdzielczych na temat realizacji idei społecznej odpowiedzialności biznesu przez te instytucje. Autorka próbuje odpowiedzieć na pytanie, czy klienci dostrzegają społeczne aspekty funkcjonowania banków spółdzielczych, jak oceniają ich podejście do prowadzenia biznesu.

Podstawą empiryczną problematyki poruszonej w artykule jest studium literatury przedmiotu oraz wyniki badania ankietowego przeprowadzonego wśród 132 klientów wybranych banków spółdzielczych. Pytania dotyczyły: inicjatyw społecznych podejmowanych przez banki spółdzielcze, form wsparcia udzielanych przez te instytucje oraz udziału klientów w imprezach sponsorowanych przez banki spółdzielcze. W artykule wykorzystano następujące metody opracowania wyników badania: wskaźniki struktury i test zgodności chi-kwadrat.

W oparciu o wyniki przeprowadzonego badania sformułowano ogólne konkluzje. Najważniejszą z nich jest fakt, że klienci dostrzegają inicjatywy społeczne podejmowane przez banki spółdzielcze. Pozytywnie oceniają zaangażowanie tych instytucji w promowanie imprez kulturalno-oświatowych oraz wspieranie i dotowanie organizacji społecznych i charytatywnych. Idea CSR realizowana jest również poprzez proces edukacji finansowej społeczności lokalnej, a zwłaszcza młodzieży.

Słowa kluczowe: banki spółdzielcze, społeczna odpowiedzialność biznesu, ekonomia społeczna, klienci.

Wprowadzenie

Pojęcie społecznej odpowiedzialności biznesu nie ma jednoznacznej definicji w literaturze przedmiotu. Zauważalna jest ewolucja interpretacji tego pojęcia, zarówno w ujęciu teoretycznym, jak i praktycznym. W latach 50. XX wieku, kiedy zaczęto używać terminu „społeczna odpowiedzialność biznesu", twierdzono, że menedżerowie biznesu mają obowiązek prowadzenia takiej polityki postępowania i podejmowania decyzji, która jest pożądana z punktu widzenia celów i wartości społecznych [Bartkowiak, 2011, s. 15].

W kolejnych latach podjęto liczne próby doprecyzowania tego pojęcia, szczególnie w kontekście różnych wymiarów CSR (*Corporate Social Responsibility* – społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstw/biznesu). Najczęściej dyskutowane i używane wymiary społecznej odpowiedzialności biznesu dotyczą: ujęcia z punktu widzenia interesariuszy, wymiaru społecznego, ekonomicznego, śro-

* **dr Anna Nowacka**
Zakład Finansów i Rachunkowości
Wydział Nauk Ekonomicznych i Informatyki
Państwowa Wyższa Szkoła Zawodowa w Płocku
e-mail: prorektor@pwszplock.pl

dowiskowego oraz wymiaru dobrowolności. W definicjach CSR akcentuje się poświęcenie przez przedsiębiorstwa części zysków na rzecz społecznego interesu [Benabou, Tirole, 2010, s. 2].

Według A. B. Carrolla społeczna odpowiedzialność biznesu obejmuje ekonomiczne, prawne, etyczne i uznaniowe/filantropijne oczekiwania, jakie społeczeństwo zgłasza wobec organizacji w danym czasie. W definicji tej zidentyfikowano różne kategorie CSR [Carroll, Shabana, 2010, s. 85–86].

Współcześnie również międzynarodowe instytucje i organizacje definiują społeczną odpowiedzialność biznesu na użytek swoich strategii i programów. Definicja CSR przedsiębiorstw zaproponowana przez Komisję Europejską podkreśla, że jest to koncepcja, zgodnie z którą firmy dobrowolnie uwzględniają aspekty społeczne i środowiskowe w swojej działalności biznesowej w ramach stosunków z interesariuszami [www1].

Międzynarodowa Organizacja Normalizacyjna odpowiedzialny biznes definiuje jako odpowiedzialność organizacji za skutki swoich decyzji i działania na rzecz społeczeństwa i środowiska poprzez przezroczyste i etyczne zachowanie, które [www2]:

- przyczynia się do zrównoważonego rozwoju, włączając troskę o ochronę zdrowia i dobrobyt społeczeństwa,
- jest stosowane wobec zainteresowanych stron,
- jest zgodne z prawem i międzynarodowymi normami,
- jest zintegrowane w całej organizacji i stosowane w jej relacjach z otoczeniem.

W dokumencie polskiego Ministerstwa Gospodarki [CSR, s. 6] przyjęto następującą definicję CSR: „Społeczna odpowiedzialność i zobowiązanie organizacji do włączenia aspektów społecznych i środowiskowych w proces podejmowania decyzji oraz wzięcie odpowiedzialności za wpływ podejmowanych decyzji i aktywności na społeczeństwo i środowisko".

CSR obejmuje więc szeroki zakres zachowań, takich jak: przyjazne nastawienie wobec pracowników, wobec środowiska, świadomość zasad etycznych, respektowanie społeczności, w których funkcjonuje firma, a także przyjazne postępowanie wobec inwestorów [Wysokińska, Witkowska, 2016, s. 100].

1. Społeczna odpowiedzialność biznesu w bankach

W odniesieniu do banku, społeczna odpowiedzialność biznesu opiera się na służebnej roli banku w gospodarce rynkowej. Wyrazem tego jest bezpieczeństwo działania, które istotne jest nie tylko dla deponentów, ale również dla stabilności gospodarki. Rola służebna banków opiera się na pomaganiu w krążeniu siły nabywczej przy możliwie niskich kosztach transakcyjnych, tj. kosztach związanych z procesem wymiany dóbr w gospodarce. Istotny jest tu związek banków z realną sferą gospodarki rynkowej – jego jakość, zakres, skala i siła [Korenik, 2011, s. 24].

Służebna rola banku to także odpowiedzialność makroekonomiczna polegająca na efektywnym (odpowiedzialnym) przeprowadzaniu wykonywanych czynności bankowych. E. Gostomski zauważa, że bank najlepiej służy gospodarce i państwu przez to, że właściwie pełni swoje funkcje jako pośrednik na rynku finansowym [Gostomski, 2007, s. 47]. W szerszym ujęciu i w odniesieniu do zaprezentowanych koncepcji społecznej odpowiedzialności, bank powinien realizować wspomniane cele komercyjne z uwzględnieniem potrzeb pracowników, lokalnej społeczności oraz wykazywać troskę o środowisko naturalne.

Realizacja idei społecznej odpowiedzialności biznesu zakłada konieczność zrównoważonego wpływu podmiotu, jakim jest współczesny bank, na sferę ekonomiczną, społeczną oraz środowisko naturalne. W przypadku sfery ekonomicznej do kluczowych interesariuszy należy zaliczyć: właścicieli,

klientów, dostawców, kontrahentów oraz społeczności lokalne; do sfery społecznej: pracowników, klientów oraz społeczności; w obszarze środowiska naturalnego są to: klienci, pracownicy oraz społeczności lokalne [Marcinkowska, 2013, s. 23].

Kwintesencję działalności banków stanowi budowa trwałych relacji z otoczeniem bliższym i dalszym, opartych na zaufaniu. Kapitał relacyjny jest warunkiem koniecznym dla zapewnienia pozycji konkurencyjnej. Podstawą tworzenia wartości banku jest zbudowanie trwałej sieci relacji z interesariuszami.

Wśród głównych kwestii, które są podejmowane w sferze ekonomicznej i społecznej, można wymienić [Zabawa, 2015, s. 184–185]:

- w obszarze ekologii: kontrola odpadów, emisja szkodliwych substancji, zużycie energii, stabilny, zrównoważony wzrost;
- w obszarze społecznym: zaangażowanie w zewnętrzne kwestie społeczne (wykluczenie społeczne, regeneracja społeczności, edukacja kulturalna, wolontariat pracowniczy), polityka dotycząca zasobów ludzkich (równe prawa, prawa człowieka, rozwój, edukacja);
- w obszarze ekonomicznym: wynik finansowy, miejsca pracy, standardy reklamowe.

Społeczna odpowiedzialność banku może być rozpatrywana zarówno na różnych poziomach, jak i w odniesieniu do wybranych obszarów jego działalności. Stopniowalność zaangażowania banku w realizację zasad społecznej odpowiedzialności przedstawiono w tabeli 1.

Najniższy poziom oznacza te rodzaje aktywności, których podjęcie nie wymaga od banku specjalnego wysiłku, czyli społecznie odpowiedzialne reklamowanie oferowanych produktów (np. rzetelna informacja o rzeczywistym oprocentowaniu lokat) lub działalność charytatywna na rzecz lokalnej społeczności.

Tabela 1. Hierarchia działań banku z uwzględnieniem zasad CSR

Poziomy	Wyszczególnienie
Poziom III najwyższy	Oferowanie produktów i usług finansowych powiązanych z zasadami CSR
Poziom II	Organizacja pracy i procesu gospodarowania z uwzględnieniem wymogów CSR
Poziom I najniższy	Akcje charytatywne, public relations, marketing

Źródło: [Krasodomska, 2012, s. 155].

Kolejny poziom dotyczy procesów zachodzących wewnątrz banku, czego przykładem może być społecznie odpowiedzialne traktowanie pracowników, wykorzystywanie odnawialnej energii w codziennym funkcjonowaniu banku, racjonalizacja podróży służbowych poprzez zachętę do korzystania z publicznych środków transportu czy wideokonferencje, wyposażenie oddziałów w towary i usługi spełniające kryteria ekologiczne. Poziom trzeci zakłada oferowanie produktów i usług zgodnych z koncepcją społecznej odpowiedzialności, np. uwzględnianie ryzyka ekologicznego w procesie kredytowania, kredyty termomodernizacyjne, fundusze inwestycyjne uwzględniające aspekty środowiskowe w polityce inwestycyjnej czy też lokacyjne produkty ustrukturyzowane powiązane z ochroną środowiska, np. oparte na indeksach energii odnawialnej [Krasodomska, 2012, s. 155]. Takie rozwiązania ekologicznie przyjazne i ekonomicznie wartościowe służą realizacji idei zrównoważonego rozwoju. Społeczna odpowiedzialność biznesu często jest utożsamiana z koncepcją zrównoważonego rozwoju gospodarczego, który nie narusza w sposób istotny i nieodwracalny środowiska życia człowieka godząc w prawa przyrody i ekonomii.

Niezwykle ważną cechą relacji między klientami a bankami jest kultura zaufania publicznego, która warunkuje rozwój i przetrwanie banków. Wyróżniamy trzy płaszczyzny budowy zaufania publicznego: więzi osobiste, kodeksy deontologiczne (kodeks dobrej praktyki bankowej) oraz system prawny rynków finansowych [Masiukiewicz, 2007, s. 4]. Przestrzeganie zasad etycznych w praktyce bankowej powinno być realizowane poprzez uczciwą i przejrzystą ofertę bankową, rzetelny przekaz informacji zawartych w materiałach promocyjnych, bezstronne i uczciwe zasady załatwiania reklamacji oraz kształtowanie etycznych relacji z konkurencją.

Obecnie wśród najbardziej istotnych obszarów w zakresie społecznej odpowiedzialności współczesnych banków – obok poszanowania środowiska naturalnego – należy wymienić: edukację finansową społeczeństwa, przeciwdziałanie wykluczeniu finansowemu, jak również odpowiedzialne kredytowanie oraz przeciwdziałanie nadmiernemu zadłużeniu [Zabawa, 2015, s. 185].

2. Społeczna odpowiedzialność biznesu w bankach spółdzielczych

W sektorze bankowości spółdzielczej społeczna odpowiedzialność biznesu jest częścią filozofii ich działania oraz codziennej praktyki gospodarczej. Ponadto, w strategię banków spółdzielczych wpisana jest społeczna odpowiedzialność biznesu od samego początku ich funkcjonowania. Banki spółdzielcze uwzględniają interesy społeczne i relacje ze środowiskiem lokalnym. Przykładem może być współpraca na linii bank – szkoła, bank – lokalna grupa działania, bank – instytucje pozarządowe, bank – organizacje społeczne. Idea ta jest realizowana poprzez następujące działania [Nowacka i inni, 2017, s. 57]:

- rozwiązywanie i uwzględnianie następstw ekologicznych w organizowaniu działalności gospodarczej,
- budowanie zaufania publicznego poprzez przestrzeganie zasad etycznych w praktyce bankowej,
- rozwijanie i utrzymywanie miejsc pracy w lokalnych placówkach,
- promowanie lokalnego rozwoju gospodarczego i finansowego poprzez dostosowanie oferty produktowej i usługowej,
- edukacja prowadzona przez banki,
- zapobieganie wykluczeniu finansowemu.

Banki spółdzielcze sięgają po różne rozwiązania wspierające finansowanie inwestycji z zakresu ochrony środowiska. Są to m.in.: depozyty celowe, które wyróżnia przeznaczenie, udziałowe papiery wartościowe, a przede wszystkim kredyty bankowe. Mogą być one udzielane przez banki na warunkach:

- rynkowych – gdy przedsięwzięcie spełnia ogólne wymogi (głównie ekonomiczne),
- preferencyjnych – gdy przedsięwzięcie spełnia wymogi głównie ekologiczne, a w mniejszym stopniu ekonomiczne i dlatego projekt wymaga wsparcia.

Banki spółdzielcze angażują się w kredytowanie inwestycji na rzecz ochrony środowiska, głównie na zakup kolektorów słonecznych służących do ogrzewania wody użytkowej lub wspomagania zasilania w energię innych odbiorników ciepła w budynkach wykorzystywanych na cele mieszkaniowe. Ponadto kredytowany jest zakup przydomowych oczyszczalni ścieków lub podłączanie jak największej liczby gospodarstw domowych do istniejących instalacji kanalizacyjnych zbudowanych przez gminy.

W relacjach z klientami banki spółdzielcze starają się uwzględniać szczególne zaufanie, jakim są darzone poprzez wysokie wymagania co do rzetelności i starannego traktowania wszystkich klientów. Podejmowanie działań w tym zakresie postulowane jest w zasadach dobrej praktyki bankowej. Jest to zbiór norm postępowania dotyczący działalności banków i odnoszący się do osób zatrudnionych w bankach oraz także do osób pośredniczących w czynnościach bankowych, tj. działających

na rzecz banków i w ich imieniu [Strzelecki, 2008, s. 115]. Zasady te zawierają [ibidem]:

- zasady postępowania banków z klientami,
- zasady wzajemnych stosunków między bankami,
- zasady reklamy, zasady postępowania pracowników banku,
- postanowienia dotyczące Komisji Etyki Bankowej, wraz z załączonym regulaminem Komisji Etyki Bankowej.

Skuteczność działania banku spółdzielczego zależy od profesjonalnej wiedzy pracowników oraz ich przedsiębiorczości. Gdy poziom kwalifikacji pracowników wzrasta, maleje wykorzystywanie przez nich doświadczeń z przeszłości oraz tzw. zdroworozsądkowe podejście do rozwiązywania problemów. Coraz częściej przy podejmowaniu strategicznych decyzji, kierowaniu zespołem czy negocjacjach wykorzystywane są podstawy zarządzania, socjologii oraz psychologii. Zaufanie publiczne do banku budowane jest również poprzez:

- uczciwość, pracowitość i kompetencje zarządu oraz personelu banku,
- zachowanie przez pracowników tajemnicy bankowej.

Zatrudnienie w sektorze bankowości spółdzielczej utrzymuje się na wysokim poziomie w stosunku do udziału sektora w rynku. Przekłada się to na lepszą opiekę nad klientem. Pracownicy banków spółdzielczych cieszą się dużym zaufaniem klientów, dla których szczególnie istotna jest szybkość podejmowania decyzji kredytowych. Ich szeroka wiedza na temat produktów oraz klientów często wynika z długiego stażu pracy. Ta wiedza pracowników ułatwia szybkie i bezpieczne podejmowanie decyzji i jest jednym z najcenniejszych atutów bankowości spółdzielczej [Olszewski, Morye, 2013, s. 6]. Pracownicy banków spółdzielczych to najczęściej osoby z lokalnego środowiska, sąsiedzi lub znajomi klientów. Dzięki temu kontakty nie mają tylko charakteru biznesowego. Ponadto podmiotowe podejście do klienta i umiejętność rozpoznania jego potrzeb oraz oczekiwań sprzyjają budowaniu stabilnej pozycji całego banku.

Banki spółdzielcze są najczęściej podmiotami funkcjonującymi na rynku lokalnym lub regionalnym. Ich model biznesowy oparty jest na bankowości relacyjnej, decentralizacji i zrozumieniu potrzeb lokalnej społeczności.

Obsługując miejscowych mieszkańców oraz małe i średnie firmy wspierają rozwój swoich środowisk. Dostarczając klientom różnorodnych informacji, ułatwiają im prowadzenie działalności gospodarczej. Banki spółdzielcze odgrywają ogromne znaczenie w obsłudze finansowo-kredytowej elementów infrastruktury technicznej, np. budowy wodociągów, dróg itp. Jej unowocześnienie sprzyja wzrostowi pozarolniczej działalności gospodarczej ludności wiejskiej, co przyczynia się do lepszego wykorzystania lokalnych zasobów surowcowych, zaspokojenia rynku konsumpcyjnego, wykorzystania walorów rekreacyjnych, podnoszenia dochodów oraz ograniczenia i likwidacji bezrobocia [Siudek, Śledź, 1998, s. 57].

Ponadto banki spółdzielcze od dawna prowadzą aktywny proces edukacji społeczności lokalnej, która przybiera różne formy, jak prelekcje czy prezentacje skierowane do młodzieży. Te inicjatywy pozwalają młodym ludziom zrozumieć, na czym polega oszczędzanie, jak działają rachunki bankowe, karty płatnicze, bankowość mobilna i internetowa. Młodzi, którzy są bardziej otwarci na nowe technologie i rozwiązania oraz formy komunikacji, często edukują swoich rodziców i dziadków. Pokazują, jak łatwe jest korzystanie z bankowości mobilnej czy internetowej oraz zachęcają swoich bliskich do posiadania kart płatniczych. Przy tym podnoszona jest bardzo ważna kwestia, jaką jest bezpieczeństwo finansowe. Pracownik banku nigdy nie będzie tak wiarygodny jak najbliższa rodzina, dlatego tak ważny jest proces edukacji [Nowacka i inni, 2017, s. 60–61].

3. Opinia klientów na temat społecznej odpowiedzialności biznesu w bankach spółdzielczych

Celem badania przeprowadzonego wśród klientów banków spółdzielczych było poznanie ich opinii na temat zakresu usług bankowych, z jakich korzystają oraz społecznego wymiaru funkcjonowania banków spółdzielczych.

Przeprowadzone badania obejmowały następujące zagadnienia:

1. Identyfikacja społecznych aspektów funkcjonowania banków spółdzielczych.
2. Ocena realizacji koncepcji biznesu społecznie odpowiedzialnego w bankach spółdzielczych.
3. Inicjatywy banków spółdzielczych wpływające na rozwój społeczno-gospodarczy w wymiarze lokalnym i regionalnym.
4. Poznanie opinii klientów banków spółdzielczych na temat usług bankowych.

Badanie ankietowe zostało przeprowadzone we wrześniu i październiku 2015 r. wśród klientów wybranych banków spółdzielczych, zlokalizowanych na terenie powiatu płockiego (województwo mazowieckie) i żywieckiego (województwo śląskie). Kwestionariusz ankiety składał się z 29 pytań zamkniętych, półotwartych i otwartych. Klienci objęci badaniem zostali wybrani metodą doboru wygodnego [Hill, Aleksander, 2003, s. 126]. O wypełnienie ankiety poproszeni zostali klienci 11 placówek banków spółdzielczych, którzy wychodzili z banku i wyrażali chęć udzielenia odpowiedzi na zawarte w kwestionariuszu pytania. Łącznie przebadanych zostało 99 osób z województwa mazowieckiego i 32 z województwa śląskiego. Próba miała charakter niereprezentatywny. Obliczenia wykonano w programie IBM SPSS 23.0. Jako poziom istotności statystycznej przyjęto $p < 0,05$.

W badaniu uczestniczyło 58 mężczyzn i 74 kobiety, co stanowiło odpowiednio 43,5 i 56,5% próby. 22 osoby uplasowały się w przedziale wiekowym 18–25 lat, 25 respondentów było z przedziału wiekowego 26–35 lat, 34 osoby w przedziale 36–45 lat, 28 osób w przedziale wiekowym 46–55 lat, 18 respondentów w przedziale 56–65 lat i 5 osób powyżej 66 lat. Większość osób zamieszkiwała wieś, to jest 54 osoby, wieś gminną – 50 osób. Najwięcej osób posiadało wykształcenie wyższe zawodowe (30 osób) i średnie zawodowe (29 osób). 59 osób posiadało stałą pracę. Z reguły osoby te były rolnikami (25 osób) i pracownikami fizycznymi (26 osób). Najwięcej osób, to jest 37, deklarowało uzyskiwanie miesięcznego dochodu netto na osobę w przedziale 1001–1500 zł.

W bankach spółdzielczych odpowiedzialny biznes przyczynia się niewątpliwie do zwiększenia wiarygodności i budowania kapitału społecznego, a tym samym prowadzi do poprawy wizerunku podmiotu. Za istotne korzyści uznaje się także poprawę relacji z lokalną społecznością i wzrost zaufania klientów. Kompetencje w zakresie kształtowania relacji z otoczeniem mogą stanowić o przewadze konkurencyjnej banków spółdzielczych i są niezbędne do tworzenia ich wartości.

Respondentów zapytano, czy ich bank spółdzielczy wspiera inicjatywy społeczne (tabela 2).

Ponad 50% ankietowanych klientów uważało, że ich bank spółdzielczy wspiera lokalne inicjatywy społeczne. Przeciwnego zdania było 37,9% respondentów. Rozkład odpowiedzi wskazuje, że banki spółdzielcze są postrzegane przez klientów jako instytucje identyfikujące się z lokalnymi społecznościami, ich problemami i specyfiką, które chętnie podejmują działania mające na celu rozwój inicjatyw środowiska, w którym funkcjonują.

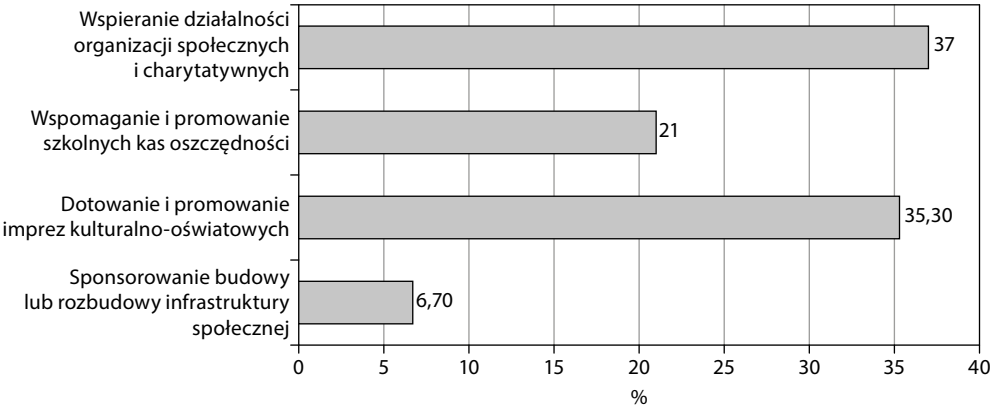
W dalszej części ankiety poproszono klientów o wskazanie inicjatyw społecznych, które banki spółdzielcze wspierają (wykres 1).

Tabela 2. Wspieranie inicjatyw społecznych przez bank spółdzielczy

Czy banki spółdzielcze wspierają inicjatywy społeczne?	Liczba	Procent
Tak	75	56,8
Nie	50	37,9
Brak odpowiedzi	7	5,3
Ogółem	132	100

Źródło: badania własne.

Wykres 1. Formy wspierania inicjatyw społecznych przez banki spółdzielcze według oceny klientów banków



Źródło: badania własne.

Z uzyskanych odpowiedzi wynika, że banki spółdzielcze najczęściej dotują i promują imprezy kulturalno-oświatowe (35,3%) oraz wspierają działalność organizacji społecznych i charytatywnych (37%). Wysoką aktywność banków spółdzielczych we wspieraniu takich form przedsięwzięć na rzecz społeczności lokalnych potwierdzają wyniki wcześniejszych badań [Stefański, 2012, s. 137].

Klienci banków spółdzielczych chętnie uczestniczą w różnych imprezach sponsorowanych przez te instytucje, o czym świadczy rozkład odpowiedzi zaprezentowany w tabelach 3 i 4.

Prawie połowa respondentów, którzy udzielili odpowiedzi, deklaruje uczestnictwo w imprezach sponsorowanych przez bank spółdzielczy. Największy odsetek odpowiedzi twierdzących uzyskano w grupie osób z wykształceniem wyższym zawodowym (31,7%) oraz ze średnim zawodowym (15%). Najmniejsze zainteresowanie odnotowano wśród osób z wykształceniem podstawowym (4,5%) i wyższym magisterskim (6,1%). Rozkład odpowiedzi twierdzących może wynikać z faktu, że osoby z wykształceniem średnim i wyższym zawodowym stanowiły najliczniejszą grupę wśród badanych klientów banków spółdzielczych. Dlatego też te osoby najczęściej uczestniczyły w imprezach sponsorowanych przez banki spółdzielcze.

Dane zawarte w tabeli 4 wskazują, że najliczniejszą grupę uczestników imprez sponsorowanych przez bank spółdzielczy stanowią osoby dysponujące dochodem miesięcznym powyżej 2000 zł. Takiej odpowiedzi udzieliło 35,6% respondentów. W grupie osób, które nie uczestniczyły w imprezach sponsorowa-

nych przez bank spółdzielczy rozkład odpowiedzi jest odwrotny. Najliczniejszą grupę stanowią respondenci uzyskujący dochód netto na osobę w przedziale do 1000 zł – 40,8%. Można więc zauważyć tendencję, że im wyższy dochód na osobę w gospodarstwie domowym, tym częstsze korzystanie z imprez sponsorowanych przez bank spółdzielczy.

Tabela 3. Zależność między udziałem w imprezach sponsorowanych przez bank spółdzielczy a wykształceniem respondentów

Udział w imprezach sponsorowanych przez bank spółdzielczy		Wykształcenie						Ogółem
		Podstawowe	Zasadnicze zawodowe	Średnie zawodowe	Średnie ogólno-kształcące	Wyższe zawodowe	Wyższe magisterskie	
Nie	N	3	19	14	15	11	4	66
	%	4,5%	28,8%	21,2%	22,7%	16,7%	6,1%	52,4%
Tak	N	1	9	15	5	19	11	60
	%	1,7%	15%	25%	8,3%	31,7%	18,3%	47,6%
Ogółem	N	4	28	29	20	30	15	126
	%	3,2%	22,2%	23,0%	15,9%	23,8%	11,9%	100%

$\chi^2 = 14{,}754$; $df = 5$; $p = 0{,}011$; test istotny przy $p < 0{,}05$

Źródło: badanie własne.

Tabela 4. Zależność między udziałem w imprezach sponsorowanych przez bank spółdzielczy a przybliżonym dochodem netto na osobę w gospodarstwie domowym respondentów

Udział w imprezach sponsorowanych przez bank spółdzielczy		Przybliżony miesięczny dochód netto na osobę w gospodarstwie domowym				Ogółem
		do 1000 zł	1001–1500 zł	1501–2000 zł	2000 zł i więcej	
Nie	N	29	28	8	6	71
	%	40,8%	39,4%	11,3%	8,5%	54,6%
Tak	N	15	9	14	21	59
	%	25,4%	15,3%	23,7%	35,6%	45,4%
Ogółem	N	44	37	22	27	130
	%	33,8%	28,5%	16,9%	20,8%	100%

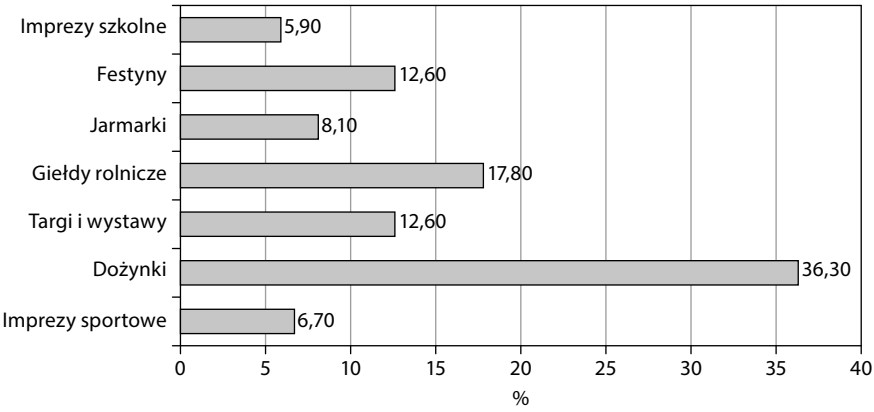
$\chi^2 = 23{,}272$; $df = 3$; $p = 0{,}000$; test istotny przy $p < 0{,}05$

Źródło: badanie własne.

Analiza wyników badania ankietowego wskazuje, że pozostałe cechy społeczno-demograficzne, takie jak: miejsce zamieszkania, wiek, płeć, obecna sytuacja zawodowa, przynależność do grupy społeczno-zawodowej nie miały wpływu na rozkład odpowiedzi respondentów w zakresie objętym powyższym pytaniem.

Wachlarz imprez sponsorowanych przez banki spółdzielcze jest relatywnie szeroki. Na wykresie 2 zaprezentowano odpowiedzi ankietowanych klientów ze wskazaniem popularności, jaką cieszyły się poszczególne inicjatywy banków.

Wykres 2. Rodzaje imprez sponsorowanych przez banki spółdzielcze, w których uczestniczyli ich klienci



Źródło: badanie własne.

Respondenci najczęściej wskazywali dożynki – 36,3% oraz giełdy rolnicze – 17,8%, a najrzadziej imprezy sportowe – 5,9%. Lokalny charakter działalności oraz umiejscowienie banków spółdzielczych w małych miejscowościach na terenach wiejskich wyznaczają kierunek działań tych instytucji w obszarze CSR. Jedną z najliczniejszych grup klientów spółdzielczego sektora bankowego są rolnicy i przedsiębiorcy z sektora rolno-spożywczego. Dlatego też zakres inicjatyw banków spółdzielczych jest skierowany do tych społeczności.

Podsumowanie

Banki spółdzielcze wpisują się w koncepcję społecznej gospodarki rynkowej nie tylko poprzez tworzenie miejsc pracy, budowanie konkurencyjności gospodarki, ale też odpowiednią strukturę własnościową, specyfikę tych banków, które wypełniają misję pośrednictwa finansowego, szczególnie na rynkach lokalnych, i gospodarowania częścią bogactwa obywateli, instytucji i firm.

Jako podmioty ekonomii społecznej podejmują one szereg inicjatyw społecznych, co potwierdzają przeprowadzone badania. Często współfinansują imprezy kulturalne, oświatowe i sportowe; wspierają finansowo szkoły, przedszkola, kluby sportowe, ochotniczą straż pożarną, stowarzyszenia, biblioteki. W opinii klientów, bank spółdzielczy jest instytucją godną zaufania, o długiej tradycji i stabilności. Często wskazywanym kryterium wyboru tego banku jest bliskość placówek oraz miła i profesjonalna obsługa. Niezaprzeczalnym atutem banków spółdzielczych jest znajomość realiów rynku lokalnego.

Przeprowadzone badania pokazują, że klienci doceniają działania banków spółdzielczych w obszarze społecznej odpowiedzialności biznesu. Ponad połowa respondentów dostrzega zaangażowanie banków spółdzielczych we wspieranie inicjatyw społecznych. Najczęściej wskazywano dotowanie i promowanie imprez kulturalno-oświatowych oraz wspieranie działalności organizacji społecznych i charytatywnych. Ankietowani klienci chętnie uczestniczą w imprezach sponsorowanych przez banki spółdzielcze.

Należy zauważyć, że banki spółdzielcze starają się wypełniać swoją misję społeczną poprzez działanie na rzecz swoich klientów, członków oraz środowiska lokalnego. Często realizują zadania, którymi inne instytucje finansowe lub podmioty gospodarcze nie są zainteresowane, np. zapobiegają wyklu-

czeniu finansowemu, wspomagają rozwój lokalny, służą budowaniu lokalnych więzi społecznych. Siłą tego sektora jest indywidualne podejście do klienta, umiejętność budowania relacji, w której klient rozpoznawany jest niemalże imiennie i tak obsługiwany.

Literatura

Benabou R., Tirole J. (2010). „Individual and Corporate Social Responsibility", *Economica*, nr 77 (s. 1–19).

Bartkowiak G. (2011). *Społeczna odpowiedzialność biznesu w aspekcie teoretycznym i empirycznym*. Warszawa: Difin.

Carroll A.B., Shabana K.M. (2010). „The Business Case for Corporate Social Responsibility: A Review of Concepts, Research and Practice", *International Journal of Management Reviews*, vol. 12, iss. 1 (s. 85–105).

CSR. Społeczna odpowiedzialność biznesu w Polsce, Krajowy Program Reform Europa 2020. Warszawa: Ministerstwo Gospodarki, http://biznessercem.pl/web/test/CSR_w_Polsce.pdf.

Gostomski E. (2007). „Nie tylko ekonomia", *Gazeta Bankowa*, nr 44 (s. 46–47).

Korenik D. (2011). „Refleksja na temat społecznej odpowiedzialności banku komercyjnego", *Bezpieczny Bank*, nr 3 (45), (s. 22–41).

Krasodomska J. (2012). „Znaczenie społecznej odpowiedzialności banków dla bezpieczeństwa finansowego", *Zeszyty Naukowe. Polskie Towarzystwo Ekonomiczne*, nr 12 (s. 151–159).

Marcinkowska M. (2013). *Kapitał relacyjny banku*. Tom I, II, III. Łódź: Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego.

Masiukiewicz P. (2007). „Zaufanie publiczne jako wartość w banku", *Bank i Rolnictwo*, nr 2 (s. 3–5).

Nowacka A., Szewczyk-Jarocka M., Kaczmarczyk P., Grzywacz J. (2017). *Banki spółdzielcze w społecznej gospodarce rynkowej*. Płock: Wydawnictwo Naukowe Państwowej Wyższej Szkoły Zawodowej w Płocku.

Olszewski K., Morye I. (2013), „Najważniejsi są ludzie, nie systemy", *Bank Wspólnych Sił*, nr 5 (s. 4–6).

Siudek T., Śledź A. (1998). *Rola spółdzielczości bankowej w finansowaniu rolnictwa w wybranych krajach Unii Europejskiej i w Polsce*. „Banki Hiszpanii i Polski oraz ich funkcjonowanie w warunkach integracji z Unią Europejską", III Seminarium Międzynarodowe Alicante – Hiszpania, 25-30 października 1998 r. Warszawa: Fundacja „Rozwój SGGW".

Stefański M. (2012). „Znaczenie banków spółdzielczych w rozwoju lokalnej przedsiębiorczości i innowacji", w: M. Stefański (red.), *Wybrane historyczne i współczesne aspekty rozwoju banków spółdzielczych w Polsce*, Włocławek: Wydawnictwo Wyższej Szkoły Humanistyczno-Ekonomicznej we Włocławku.

Strzelecki A. (2008). „Aspekty etyczne działalności banków spółdzielczych", w: M. Stefański (red.), *Perspektywy rozwoju bankowości spółdzielczej w Polsce* (s. 109–134). Włocławek: Wydawnictwo Wyższej Szkoły Humanistyczno-Ekonomicznej we Włocławku.

Wysokińska Z., Witkowska J. (2016). *Zrównoważony rozwój. Wybrane aspekty makro- i mikroekonomiczne*. Łódź: Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego.

Zabawa J. (2015). „Postrzeganie społecznej odpowiedzialności banków przez ich klientów. Perspektywa ekologiczna", *Studia Ekonomiczne. Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach*, nr 239 (s. 181–196).

www1: *Sustainable and responsible business. European Commission*, http://ec.europa.eu/enterprise/ policies/sustainable-business/corporate-social-responsibility/index_en.htm (dostęp: 28.07.2017).

www2: http://www.iso.org/iso/home/standards/iso26000.htm (dostęp: 28.07.2017).

Perception of corporate social responsibility in a cooperative banks by their clients

Summary: The concept of corporate social responsibility is part of the strategy of cooperative banks since they were set up. The cooperative character of these institutions and their willingness to compete with other financial market players reflect the main assumptions of CSR. Cooperative banks, while pursuing their mission and vision, try to combine commercial goals with the social dimension of their business.

The main purpose of the article is to present opinions of clients of cooperative banks on the implementation of corporate social responsibility by these institutions. The author attempts to answer the question, whether customers perceive the social aspect of cooperative banks operation and how they assess their approach to running a business.

The empirical basis for the issues discussed in the article is a study of the literature on the subject and the survey results of 132 clients of selected cooperative banks. The questions concerned include: social initiatives undertaken by cooperative banks, forms of support provided by these institutions and participation of clients in events sponsored by cooperative banks. To develop the research results the following methods have been used: structural indicators and chi-squared compliance test.

Following the results of the conducted research the general conclusion have been drawn. The most important of these is the fact, that the clients recognize social initiatives undertaken by cooperative banks. They appreciate the involvement of these institutions in promoting cultural and educational events as well as supporting and donating to social and charitable organizations. The idea of CSR is also realized through the process of financial education of the local community, and youth in particular.

Keywords: cooperative banks, corporate social responsibility, social economy, clients.

Prawa autorskie i licencja / Copyright and License

Artykuł opublikowano na licencji Creative Commons
Uznanie autorstwa – Użycie niekomercyjne – Bez utworów zależnych 3.0 Polska
http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/pl/

This article is published under the terms of the Creative Commons
Attribution – NonCommercial – NoDerivs (CC BY-NC-ND 3.0) License
http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/

Ekonomia Społeczna
Nr 2/2016, s. 71–79
ISSN: 2081-321X, eISSN: 1898-7435
DOI: 10.15678/ES.2016.2.06

Lokalne innowacje społeczne wspierające rozwój i funkcjonowanie przedsiębiorczości

Anna Michna*, Anna Męczyńska**

Streszczenie: Na stan lokalnej przedsiębiorczości duży wpływ mają działania podejmowane przez jednostki samorządu terytorialnego. Badania pokazują, że najczęściej wspieranie przedsiębiorczości ogranicza się do stosowania w różnym zakresie instrumentów finansowych i działań promocyjnych. Celem artykułu jest przedstawienie nowatorskich, usystematyzowanych, realizowanych lokalnie przez UM w Zabrzu innowacji społecznych – nowych rozwiązań, które mają wspierać rozwój i funkcjonowanie przedsiębiorczości. Zastosowanie tych innowacyjnych rozwiązań powinno przynosić społeczeństwu określone utylitarne i mierzalne korzyści. Działania te ujęte są w „Lokalnym programie przedsiębiorczości na lata 2016–2020".

Słowa kluczowe: zarządzanie publiczne, innowacje społeczne, wspieranie przedsiębiorczości.

Wprowadzenie

Działania podejmowane przez jednostki samorządu terytorialnego wpływają istotnie na stan regionu poprzez kształtowanie warunków społeczno-ekonomicznych. Stąd pożądane są takie działania, które prowadzą do ciągłej poprawy sytuacji ekonomicznej oraz jakości dóbr i usług dostarczanych lokalnej społeczności, czyli rozwoju lokalnego. Rozwój lokalny jest procesem, rozumianym jako ustawiczne „prowadzenie działań na rzecz rozwoju społeczno-gospodarczego danej jednostki terytorialnej, z wykorzystaniem jej zasobów oraz uwzględnieniem potrzeb mieszkańców i równocześnie przy ich udziale" [Kożuch, 2011]. Zatem tematyka ta usytuowana jest w subdyscyplinie *Zarządzanie publiczne i NGO* [Cyfert i inni, 2014].

Ponieważ działania podejmowane przez jednostki samorządu terytorialnego wpływają (pozytywnie lub negatywnie) na stan lokalnej przedsiębiorczości [Matejun, 2012], natomiast poziom przedsiębiorczości rzutuje na sposób funkcjonowania społeczności lokalnej i wpływa na określenie jej potrzeb, a warunki, w których funkcjonuje ta społeczność szybko się zmieniają, więc w niniejszym artykule skoncentrowano się na lokalnych sposobach wzmacniania przedsiębiorczości. Typowe instrumenty finansowe wykorzystywane przez jednostki samorządu terytorialnego do wspierania przedsiębiorczości na ogół nie są wystarczające, więc jednostki te próbują wprowadzać innowacje społeczne. W pracy przedstawiono przykład innowacji

*** Anna Michna**
Instytut Ekonomii i Informatyki
Wydział Organizacji i Zarządzania
Politechnika Śląska
ul. Roosevelta 26, 41-800 Zabrze
e-mail: anna.michna@polsl.pl

**** Anna Męczyńska**
Instytut Ekonomii i Informatyki
Wydział Organizacji i Zarządzania
Politechnika Śląska
ul. Roosevelta 26, 41-800 Zabrze
e-mail: annameczynska@polsl.pl

społecznej w tym zakresie realizowanej na terenie jednego z miast aglomeracji górnośląskiej – Zabrza.

1. Instrumenty wspierania przedsiębiorczości

Definicje osoby przedsiębiorczej, działań przedsiębiorczych oraz przedsiębiorczości zostały wypracowane w ramach Programu Wskaźników Przedsiębiorczości przez OECD we współpracy z Eurostatem [GUS, 2016]. Przyjęto, że:

- osoby przedsiębiorcze to osoby, które próbują generować wartość poprzez kreację lub rozwój działalności gospodarczej, dzięki rozpoznawaniu i wykorzystywaniu szans związanych z nowymi produktami, procesami lub rynkami;
- działania przedsiębiorcze to działania osób przedsiębiorczych w dążeniu do generowania wartości przez kreację lub rozwój działalności, dzięki rozpoznawaniu i wykorzystywaniu szans związanych z nowymi produktami, procesami lub rynkami;
- przedsiębiorczość to zjawisko łączące się z działaniami przedsiębiorczymi ludzi przedsiębiorczych.

Z punktu widzenia lokalnego rozwoju istotne jest wsparcie przedsiębiorczości przez lokalne jednostki samorządu terytorialnego – gminy. Gminy mają wiele instrumentów wsparcia [Skica, Bem, 2014; Dziemianowicz i inni, 2000]. Instrumenty te można podzielić na:

1. *Instrumenty dochodowe*
- ulgi podatkowe,
- zwolnienia podatkowe,
- obniżenie maksymalnych stawek opłat i podatków lokalnych,
- odraczanie, umarzanie, rozłożenie na raty zobowiązań podatkowych,
- zaniechanie poboru podatków,
- polityka czynszowa gminy,
- polityka cen za usługi komunalne,
- polityka prywatyzacyjna;

2. *Instrumenty wydatkowe*
- inwestycje w infrastrukturę techniczną (sieć transportowa, zaopatrzenie w media, przygotowanie terenów pod inwestycje),
- inwestycje w infrastrukturę społeczną i rozwój rynku pracy,
- instytucje wsparcia biznesu (fundusze pożyczkowe, fundusze poręczeń, pomoc techniczna, agencje rozwoju, inkubatory przedsiębiorczości, centra i parki technologiczne, centra wspierania biznesu itp.),
- promocja gminy, promocja lokalnych produktów i współpracy lokalnych przedsiębiorców.

Inny podział to:

1. *Instrumenty finansowe*
- budżet gminy,
- ulgi, zwolnienia podatkowe, stawki podatków i opłat lokalnych,
- polityka cen za usługi komunalne,
- wydatki inwestycyjne,
- fundusze pożyczkowe oraz fundusze poręczeń;

2. *Instrumenty pozafinansowe*
- instytucje wsparcia biznesu (pomoc techniczna, agencje rozwoju, inkubatory przedsiębiorczości, parki technologiczne itp.),
- rozwój rynku pracy,
- promocja gminy, promocja lokalnych produktów i współpracy lokalnych przedsiębiorców,
- stabilna polityka podatkowa, czynszowa i prywatyzacyjna gminy,
- strategia rozwoju gminy,
- „przyjazny klimat" dla inwestorów, pozytywne nastawienie lokalnych społeczności.

Można wyróżnić też:

1. *Instrumenty wywierające wpływ na podmioty gospodarcze* (ulgi podatkowe, nakazy administracyjne itp.),
2. *Instrumenty wywierające wpływ na otoczenie podmiotów gospodarczych* (np. infrastruktura techniczna, stan środowiska naturalnego).

Inna klasyfikacja obejmuje:

1. *Instrumenty obligatoryjne* (w świetle prawa),
2. *Instrumenty fakultatywne* (z inicjatywy samej jednostki samorządowej).

Jednostki terytorialne w różnym stopniu wykorzystują instrumenty wspierające przedsiębiorczość. Wynika to głównie ze zróżnicowania regionów pod względem rozwoju, zasobności, dostępności różnych zasobów (materialnych i niematerialnych), możliwości finansowych. Należy zauważyć, że niektóre instrumenty wspierające powinny być stosowane ze szczególną ostrożnością i poprzedzone rzetelną analizą pod kątem ich opłacalności dla budżetu. Przykładowo, w przypadku dużych inwestorów zagranicznych ulga podatkowa poniżej jednego promila obrotów inwestora może znacznie uszczuplić budżet gminy. Ponadto trzeba pamiętać, że dla przedsiębiorców szczególnie istotna jest przejrzystość i stabilność stosowanych rozwiązań.

2. Przedsiębiorczość i jej wspieranie przez jednostki terytorialne

W lipcu 2012 r. Biuro Analiz Sejmowych wysłało ankietę do 2.793 jednostek samorządu terytorialnego (JST) – gmin, powiatów i miast na prawach powiatu, dotyczącą wspierania rozwoju przedsiębiorczości przez te jednostki; zwrócono 1.436 (51,4%) ankiet [Ciura i inni, 2013]. Miasta na prawach powiatu reprezentowało 3,9% (56) respondentów, powiaty – 10,2% (146), gminy miejskie – 10,7% (154), gminy wiejskie – 52,4% (752) i gminy miejsko-wiejskie – 22,8% (327). Zwrot ankiet w poszczególnych kategoriach JST był następujący: miasta na prawach powiatu – 86,2%, powiaty – 46,5%, gminy miejskie – 63,9%, gminy wiejskie – 47,9% i gminy miejsko-wiejskie – 54,3%.

Prawie 96% respondentów stwierdziło, że stosowało stawki podatku od nieruchomości niższe niż maksymalne, przy czym częściej po ten instrument sięgały gminy wiejskie (96,1%) i miejsko-wiejskie (97,9%), aniżeli gminy miejskie (93,5%) i miasta na prawach powiatu (89,3%). W 2012 r. maksymalna ustawowa roczna stawka podatku wynosiła: 21,94 zł/m^2 dla budynków i 0,84 zł/m^2 dla gruntów, natomiast obniżone stawki podatku wskazane przez respondentów wahały się: dla budynków od 0,02 zł/m^2 do 21,93 zł/m^2, a dla gruntów od 0,30 zł/m^2 do 0,83 zł/m^2; mediany wynosiły odpowiednio 18,50 zł/m^2 i 0,74 zł/m^2.

99,6% jednostek biorących udział w badaniu wypowiedziało się w sprawie udzielania ulg, umorzeń i zwolnień w podatku od nieruchomości podmiotom prowadzącym działalność gospodarczą. 83% respondentów stwierdziło, że stosuje ten instrument wspierania przedsiębiorczości, przy czym prawie co czwarta gmina wiejska nie korzysta z tego instrumentu, natomiast w pozostałych kategoriach JST ponad 92% sięga po ten instrument finansowy. Ubytek dochodów z tytułu udzielanych ulg, umorzeń i zwolnień w podatku od nieruchomości w 2011 r. wyniósł łącznie 265.275.792 zł, a w poszczególnych JST wahał się od 22 zł do 10.470.605 zł; mediana wynosiła 24.103 zł.

Jednostki samorządu terytorialnego prowadzą różne inwestycje. Na ten temat wypowiedziało się 89,7% biorących udział w badaniu. Prawie we wszystkich kategoriach JST (z wyjątkiem gmin wiejskich) najczęściej wskazywano inwestycje w infrastrukturę komunikacyjną (76,6% ogółu respondentów), natomiast gminy wiejskie najczęściej inwestowały w infrastrukturę komunalną. W infrastrukturę komunalną inwestowało 63,6% ogółu respondentów. Wyraźnie rzadziej JST inwestowały w infrastrukturę sportu, rekreacji turystyki i kultury (21% ogółu respondentów) oraz w infrastrukturę społeczną (12,8% ogółu respondentów).

Prawie 2/3 respondentów (65,4%) stwierdziło, że nie udzielało poręczeń i gwarancji. Najczęściej poręczeń udzielały miasta na prawach powiatu (aż 71,4% spośród badanych

JST tej kategorii), najrzadziej z tego instrumentu korzystały gminy wiejskie (22,4%).

Większość badanych JST (78,2%) nie powoływała instytucji otoczenia biznesu, wspierających przedsiębiorczość. Najbardziej w takie działania angażowały się miasta na prawach powiatu (aż 94,6% JST tej kategorii), natomiast najmniejsze zaangażowanie w tym zakresie wykazały gminy wiejskie (tylko 9,0% JST tej kategorii).

99,2% ankietowanych udzieliło odpowiedzi na pytanie: „Czy jednostka w okresie 2007-2012 analizowała stan przedsiębiorczości na swoim terenie?". W przypadku pozytywnej odpowiedzi należało wskazać trzy główne bariery rozwoju przedsiębiorczości. Okazało się, że aż 76,9% respondentów odpowiedziało negatywnie. Częstość negatywnych odpowiedzi w poszczególnych kategoriach JST była następująca: gminy wiejskie – 85,7%, miasta na prawach powiatu – 76,8%, gminy miejsko-wiejskie – 74,7%, powiaty – 69,4%, gminy miejskie – 65,4%. Jako główne bariery respondenci wskazali: związane ze stanem infrastruktury (26,6%), ekonomiczne (17,1%), finansowe (10,3%), społeczne (9,5%), prawno-administracyjne (9,2%).

Prawie wszystkie JST (95,6% ogółu badanych) prowadziły działalność promocyjną. Wśród podmiotów, które nie prowadzą takiej działalności (4,2% ogółu badanych) przeważają gminy wiejskie (81,7%) i miejsko-wiejskie (15%). Wśród celów strategicznych promocji 71% badanych uwzględniło cele gospodarcze, takie jak: przyciąganie nowych inwestorów (56,8%), pobudzanie przedsiębiorczości mieszkańców (46,5%), rozwój przedsiębiorczości (41%), przyciąganie inwestorów z innowacyjnych branż (17,3%).

Jedynie 28% ogółu badanych zadeklarowało przeprowadzanie szerokich konsultacji ze środowiskiem przedsiębiorców w sprawach związanych z polityką gospodarczą. Takie konsultacje przeprowadziło 83,9% badanych miast na prawach powiatu, 44,9% badanych gmin miejskich, 41,6% badanych powiatów, 33,9% badanych gmin miejsko-wiejskich oraz 15,2% badanych gmin wiejskich. W 27,3% badanych JST funkcjonuje „rozwiązanie organizacyjne umożliwiające regularną współpracę z lokalnymi przedsiębiorcami", przy czym funkcjonowanie takiego rozwiązania deklarowało 83,9% badanych miast na prawach powiatu, 46,9% gmin miejskich, 38,9% powiatów, 31,8% gmin miejsko-wiejskich oraz 14,9% badanych gmin wiejskich; najczęściej były to spotkania konsultacyjno-dyskusyjne z samorządami gospodarczymi lub ze stowarzyszeniami przedsiębiorców.

Zaledwie 8,9% badanych JST prowadzi badania opinii przedsiębiorców. Na stosowanie tego instrumentu wskazało 53,6% badanych miast na prawach powiatu, 20,8% gmin miejskich, 11,6% powiatów, 9,2% gmin miejsko-wiejskich i 2,5% badanych gmin wiejskich.

Tylko 42 JST (2,9% ogółu badanych) przyjęło lokalny program rozwoju przedsiębiorczości; w tym: 10 miast na prawach powiatu (17,9% respondentów z tej kategorii JST), 8 powiatów (5,5%), 13 gmin miejsko-wiejskich (4,0%), 6 gmin miejskich (3,9%), 5 gmin wiejskich (0,7%).

Na podstawie przedstawionych wyników badań można stwierdzić, że stosunkowo powszechne, niejako „standardowe", jest stosowanie instrumentów finansowych (obniżonych stawek podatkowych i udzielanie ulg, umorzeń i zwolnień od podatku), inwestowanie (głównie w infrastrukturę komunikacyjną i komunalną) oraz prowadzenie działalności promocyjnej. Wśród działań, które są stosunkowo rzadko podejmowane, a które mogą istotnie wpłynąć na podniesienie lokalnej przedsiębiorczości są: analiza stanu przedsiębiorczości na danym terenie, szerokie konsultacje i stała współpraca z lokalnymi przedsiębiorcami, a w konsekwencji systemowe podejście do problemu wspierania lokalnej przedsiębiorczości i np. opracowanie i wdrożenie lokalnego programu rozwoju przedsiębiorczości. Należy zauważyć, że wśród tych

nielicznych ponadstandardowych działań przodują miasta na prawach powiatu, gminy miejskie i powiaty.

3. Lokalny plan rozwoju przedsiębiorczości w Zabrzu

Władze Zabrza uznały, że dotychczasowe wsparcie dla przedsiębiorczości jest niewystarczające i postanowiono opracować kompleksowy „Lokalny plan rozwoju przedsiębiorczości dla miasta Zabrze na lata 2016–2020"[1], który obecnie jest wdrażany. Opracowanie planu poprzedzone było badaniami ankietowymi przeprowadzonymi wśród zabrzańskich przedsiębiorców, które dotyczyły klimatu przedsiębiorczości i warunków prowadzenia działalności gospodarczej. Władze miasta chciały poznać oczekiwania i preferencje przedsiębiorców, informacje te miały być podstawą stworzenia dogodniejszych warunków prowadzenia działalności gospodarczej.

W badaniu wzięło udział 375 przedstawicieli firm, z czego 73,6% było właścicielami lub współwłaścicielami, zatem najlepiej znali klimat dla przedsiębiorczości w Zabrzu. Najczęściej (68,6%) byli to przedstawiciele firm prowadzących jednoosobową działalność gospodarczą. Najwięcej respondentów (52,8%) reprezentowało przedsiębiorstwa działające powyżej 10 lat. 15,4% badanych stanowili przedstawiciele firm funkcjonujących 5–10 lat. Zatem zdecydowana większość badanych to przedstawiciele przedsiębiorstw dobrze zakorzenionych na rynku, posiadający wieloletnie doświadczenie, dobrze znający realia, w jakich prowadzą działalność gospodarczą.

Respondentów poproszono o ocenę trudności prowadzenia działalności gospodarczej na terenie Zabrza w 10 stopniowej skali (1 – bardzo trudno, 10 – bardzo łatwo). Najczęstszą oceną było 5 (20,4%), druga co do liczności grupa (15,7%) wskazała ocenę 8, a mediana wyniosła 6, co świadczy, że przedsiębiorcy uważają, iż prowadzenie działalności gospodarczej w Zabrzu ani nie jest bardzo łatwe, ani nad wyraz trudne.

Najistotniejszymi priorytetami dla przedsiębiorstw w ciągu najbliższych 3 lat ocenianymi w pięciostopniowej skali były: rozwój oferty, zdobycie nowych rynków w Polsce oraz inwestycje. We wszystkich tych przypadkach najczęstsza była najwyższa ocena (odpowiednio: 39%, 35,8%, 22,9%); mediana wynosiła odpowiednio 4, 4, 3. Jako mniej istotne cele zostały uznane: pozyskanie inwestorów, zwiększenie zatrudnienia, zdobycie nowych rynków eksportowych oraz zakup nieruchomości. Takie wyniki nie wydają się zaskakujące, ponieważ zdecydowana większość respondentów reprezentowała mikro przedsiębiorstwa (64,8%), a 61% firm prowadziło tylko działalność usługową.

Przedsiębiorcy oceniali zabrzańskie instytucje mające wpływ na ich działalność na pięciostopniowej skali (1 – najgorsza, 5 – najlepsza). Kryteria oceny były następujące: 1) zrozumienie potrzeb przedsiębiorcy, 2) jasność i szybkość załatwiania spraw, 3) chęć pomocy i rozwiązywania problemów oraz 4) kompetencje pracowników. Oceniane były: Zabrzańskie Centrum Rozwoju Przedsiębiorczości, Urząd Skarbowy, Zakład Ubezpieczeń Społecznych, Powiatowy Urząd Pracy.

Z usług Zabrzańskiego Centrum Rozwoju Przedsiębiorczości (wydział urzędu miejskiego) nie korzystało aż 43,7% badanych – prawdopodobnie związane to jest z faktem, że działa ono stosunkowo niedługo i być może nie jest dostatecznie rozreklamowane. Osoby mające kontakt z tą instytucją przy każdym kryterium najczęściej przyznawały najwyższą notę. Jedynie w przypadku kryterium *zrozumienie potrzeb przedsiębiorcy* mediana wyniosła 4, w przypadku pozostałych kryteriów mediana była równa 5.

[1] Dostępny w Internecie, http://www.bip.um.zabrze.pl/engine//bip/8/310?o=tp1&e=s|310.

Zrozumienie potrzeb przedsiębiorcy u pracowników Urzędu Skarbowego w Zabrzu zostało ocenione na średnim poziomie – mediana była równa 3, natomiast w przypadku pozostałych kryteriów ocena pracowników tego urzędu była dobra – mediana wyniosła 4.

W przypadku Zakładu Ubezpieczeń Społecznych na średnim poziomie (mediana równa 3) oceniono *zrozumienie potrzeb przedsiębiorcy* u pracowników tej instytucji oraz *jasność i szybkość załatwiania spraw*, natomiast ocena *chęci pomocy i rozwiązywania problemów* oraz *kompetencje pracowników* zostały ocenione na poziomie dobrym (mediana równa 4).

Pracownicy Powiatowego Urzędu pracy z punktu widzenia każdego kryterium zostali ocenieni dobrze – mediany wynosiły 4, w przypadku każdego kryterium przynajmniej 20% oceniających dało 5 – najczęstszą ocenę.

Przedsiębiorcy przedstawili swoje oczekiwania w odniesieniu do władz lokalnych. Okazało się, że najbardziej pożądane działania to: wsparcie finansowe (np. różnego rodzaju ulgi), pomoc w dostępie do informacji, pomoc i szkolenia w zakresie pozyskiwania środków z UE, doradztwo prawne. Ponieważ Zabrze ma specjalną ofertę zwolnień i ulg podatkowych dla przedsiębiorców, więc wydaje się, że problemem jest słaba znajomość tej oferty. Wśród najmniej pożądanych działań znalazły się poszukiwanie terenów inwestycyjnych oraz poręczenia i gwarancje. Prawdopodobnie łączy to się z faktem, że znaczna część badanych przedsiębiorstw to mikro przedsiębiorstwa i wiele z nich działa w usługach. Z badań wynika, że przedsiębiorcy mają słabe rozeznanie w działaniach podejmowanych przez miasto na rzecz wsparcia przedsiębiorczości, gdyż postulują takie działania, które już są realizowane np. przez Zabrzańskie Centrum Rozwoju Przedsiębiorczości.

Respondenci zostali poproszeni o określenie barier rozwoju przedsiębiorczości w Zabrzu. Interesujące jest, że oprócz typowych barier, takich jak: niejasne przepisy prawne, działalność administracji (opieszałość urzędników, brak przepływu informacji), zbyt wysokie koszty prowadzenia działalności, działalność sklepów wielkopowierzchniowych, przedsiębiorcy zwrócili uwagę na słabość lokalnego kapitału ludzkiego, np. „małą aktywność przedsiębiorcza wśród potencjalnych założycieli firm", „ brak pracowników-specjalistów, których można by zatrudnić". Ta ostatnia bariera może wydawać się zaskakująca ze względu na bliskość wielu uczelni i instytutów badawczych. Jednakże wielu młodych ludzi podejmuje decyzję o migracji do innych ośrodków, które dają większe szanse na znalezienie ciekawej i dobrze płatnej pracy, bądź podejmuje pracę w Katowicach lub Gliwicach.

Z badań ankietowych wynika, że lokalne władze powinny dokonać przeglądu stosowanych instrumentów finansowych, które powinny nie tylko istotnie wpływać na decyzję o podjęciu działalności w Zabrzu, ale także wspierać już działające podmioty gospodarcze. Badania wykazały, że istnieją niedostatki w komunikacji z przedsiębiorcami, wielu przedsiębiorców nie wiedziało o już istniejących rozwiązaniach wspierających przedsiębiorczość w Zabrzu, a tym samym zwiększających atrakcyjność miasta pod względem prowadzenia działalności. Wydaje się, że pomoc w zakresie pozyskiwania środków unijnych jest niewystarczająca, zbyt mało jest szkoleń w tym zakresie. Bliskość dużych ośrodków (Katowice, Gliwice) wymaga poszukiwania takich rozwiązań, które pozwoliłyby wykorzystać regionalne obszary niszowe, jeszcze niezagospodarowane przez te „konkurencyjne" ośrodki.

Wyniki badań były m.in. podstawą przeprowadzenia analizy SWOT dla Zabrza w kontekście warunków prowadzenia działalności gospodarczej. Wyodrębniono mocne i słabe miasta w następujących obszarach: demografia, przedsiębiorczość, infrastruktura i ko-

munikacja, inwestycje, zarządzanie miastem, edukacja, badania i rozwój, rynek nieruchomości, innowacyjność, rekreacja i kultura. Zidentyfikowano szanse i zagrożenia w zakresie: demografii, otoczenia prawnego, rynku pracy, inwestycji, badań i rozwoju, przedsiębiorczości, współpracy międzynarodowej oraz kultury i rekreacji. Na tej podstawie sformułowano Lokalny Planu Rozwoju Przedsiębiorczości dla miasta Zabrze na lata 2016–2020 (LPRP), który stanowi uszczegółowienie celów strategicznych i kierunków działań w przyjętej Strategii Rozwoju Miasta Zabrze na lata 2008–2020 w zakresie stymulowania przedsiębiorczości oraz poprawy warunków prowadzenia działalności gospodarczej.

W Lokalnym Planie Rozwoju Przedsiębiorczości określono 5 celów, z którymi powiązano priorytety wraz z proponowanymi projektami. Do każdego z celów określono wskaźniki, które mają służyć monitorowaniu realizacji przyjętego planu. Przyjęto następujące cele:

1. Rozwijanie postaw przedsiębiorczych oraz społeczeństwa obywatelskiego; wskaźnik – liczba działań zrealizowanych na rzecz promocji i rozwoju postaw przedsiębiorczych.
2. Rozwijanie instrumentów wspierania przedsiębiorczości; wskaźnik – liczba działań i uczestników.
3. Promocja Zabrza i aktywności zabrzańskich przedsiębiorców na rynkach międzynarodowych; wskaźnik – liczba działań w zakresie promocji Zabrza i aktywności zabrzańskich firm na rynkach międzynarodowych oraz liczba uczestników.
4. Rozwój efektywnego systemu pozyskiwania inwestorów; wskaźnik – liczba i wartość działek inwestycyjnych sprzedanych przez miasto.
5. Kreowanie korzystnych warunków dla prowadzenia działalności gospodarczej; wskaźnik – liczba działań kreujących korzystne warunki dla prowadzenia działalności gospodarczej w Zabrzu oraz liczba uczestników tych działań.

Z celem 1 związane były następujące priorytety[2]: promocja koncepcji ekonomii społecznej (promocja ekonomii społecznej, a także wsparcie doradcze, szkoleniowe i finansowe dla podmiotów ekonomii społecznej); promocja postaw przedsiębiorczych wśród mieszkańców Zabrza (projekty dla dzieci i młodzieży w zakresie przedsiębiorczości – zajęcia z praktykami, prowadzenie wirtualnej firmy, działania z wykorzystaniem Internetu); włączenie przedsiębiorców w kreowanie środowiska gospodarczego w mieście (Rada Gospodarcza przy Prezydencie Miasta); edukacja na rzecz przedsiębiorczości (rozwój współpracy pomiędzy szkołami i przedsiębiorcami w celu dostosowania szkolnictwa zawodowego i technicznego do rynku pracy); ułatwianie zakładania działalności gospodarczej i wpieranie w jej prowadzeniu (Karta Młodego Przedsiębiorcy); współpraca z instytucjami, organizacjami, urzędami i przedsiębiorstwami na rzecz rozwijania przedsiębiorczości w Zabrzu (dekalog współpracy na rzecz rozwoju przedsiębiorczości).

Z celem 2 związane są dwa priorytety: finansowe instrumenty wspierania przedsiębiorców (dokonanie analizy systemu ulg i zwolnień pod kątem wsparcia firm z sektora MŚP); poprawa dostępności przedsiębiorców do usług doradczo-szkoleniowych (organizacja spotkań informacyjnych, szkoleń, warsztatów i seminariów dla przedsiębiorców oraz osób zainteresowanych rozpoczęciem działalności gospodarczej).

W celu 3 wyodrębniono 2 priorytety: promocja Zabrza i aktywności zabrzańskich przedsiębiorców na rynkach międzynarodowych (promocja Zabrza za granicą jako miasta medycyny – technologie, wiedza, zasoby ludzkie); wspieranie internacjonalizacji działalności gospodarczej (współpraca z Wydziałami Promocji Handlu i Inwestycji przy Ambasadach RP, Regionalną Izbą Gospodar-

[2] W nawiasie podano przykładowe projekty związane z danym priorytetem.

czą w Katowicach, Europejską Konfederacją Młodych Przedsiębiorców YES for Europe, Centrum Obsługi Inwestora i Eksportera przy Urzędzie Marszałkowskim w Katowicach, Ministerstwem Rozwoju i innymi w zakresie nawiązywania kontaktów międzynarodowych przez zabrzańskich przedsiębiorców).

Z celem 4 związany był priorytet – system pozyskiwania bezpośrednich inwestycji krajowych i zagranicznych (budowa strony internetowej poświęconej Zabrzu – Europejskiej Stolicy Startupów Medycznych).

W ramach celu 5 przewidziano priorytety: innowacyjne produkty i technologie w zabrzańskich przedsiębiorstwach (promocja systemu współpracy uczelni z sektorem MŚP); promocja usług dla przedsiębiorców oferowanych przez administrację publiczną (promocja działalności Urzędu Miejskiego w Zabrzu w obszarze wspierania rozwoju przedsiębiorczości).

Liczba i zakres realizacji proponowanych projektów zależy od możliwości finansowych i organizacyjnych miasta oraz ewentualnych zewnętrznych źródeł finansowania.

Podsumowanie

Wyniki badań przeprowadzonych wśród polskich JST wskazują, że jednostki te w przeważającej większości w zakresie wspierania przedsiębiorczości ograniczają się jedynie do „standardowych" działań, tj. wykorzystują, w różnym zakresie, instrumenty finansowe, inwestują (przeważnie w infrastrukturę komunikacyjną i komunalną) oraz prowadzą działalność promocyjną. Rzadko spotykana jest systematyczna współpraca i konsultacje z lokalnymi przedsiębiorcami na rzecz rozwoju przedsiębiorczości. Tylko nieliczne JST prowadzą dogłębne badania warunków prowadzenia działalności gospodarczej na ich terenie, z udziałem lokalnych przedsiębiorców, z których wnioski umożliwiają podejmowanie odpowiednich, kompleksowych, często innowacyjnych działań, wspierających przedsiębiorczość, a w konsekwencji lokalny rozwój. Wydaje się, że podejście do problemu wspierania lokalnej przedsiębiorczości w sposób systemowy, poprzedzony odpowiednimi badaniami, umożliwiającymi całościowe spojrzenie na problem, może prowadzić do wypracowania innowacji społecznych, rzutujących na lokalny rozwój.

W literaturze funkcjonuje wiele definicji innowacji społecznej. W każdej z nich można wskazać najistotniejsze elementy, którymi są działania prowadzące do istotnej zmiany w aspekcie życia społecznego. W artykule oparto się na definicji Caulier-Grice i współautorów [2012], mówiącej, że innowacje społeczne to nowe rozwiązania (usługi, produkty, procesy itd.), które skuteczniej niż dotychczasowe rozwiązania odpowiadają na potrzeby społeczne i umożliwiają lepsze wykorzystanie potencjału i zasobów. Innowacje społeczne są zarówno dobre dla społeczeństwa, jak i zwiększają zdolność społeczeństwa do działania.

Wydaje się, że w kontekście przytoczonej definicji wdrożenie Lokalnego Planu Rozwoju Przedsiębiorczości dla Miasta Zabrze na lata 2016–2020, a zwłaszcza niektórych rozwiązań w nim przyjętych można uznać za innowację społeczną. W szczególności do innowacji społecznych można zaliczyć:

- utworzenie przez Urząd Miasta Zabrze Zabrzańskiego Centrum Rozwoju Przedsiębiorczości, które jako wydział urzędu zajmuje się wszelkimi działaniami wspierającymi przedsiębiorczość w Zabrzu,
- wprowadzenie Karty Młodego Przedsiębiorcy, która pozwala młodym przedsiębiorcom do korzystania ze zniżek i ulg na różnego rodzaju usługi oferowane przez lokalne firmy i instytucje,
- organizacja cyklicznych spotkań „spotkanie śniadanie" w celu nawiązywania nowych kontaktów przez przedsiębiorców i integracji środowiska lokalnego przedsiębiorców.

Na podstawie badań opisanych wcześniej można stwierdzić, że te rozwiązania warte są szerszego rozpropagowania.

Literatura

Ciura G., Grycuk A., Korolewska M., Russel P., Smołkowska U., Stachurska-Waga M., Wołodkiewicz-Donimirski Z., Zgliczyński W. (2013). *Wspieranie rozwoju przedsiębiorczości przez jednostki samorządu terytorialnego w Polsce – raport z badań*. Warszawa: Wydawnictwo Sejmowe.

Caulier-Grice J., Davies A., Patrick R., Norman W. (2012). *Defining Social Innovation*. A deliverable of the project: "The theoretical, empirical and policy foundations for building social innovation in Europe" (TEPSIE), European Commission – 7 th Framework Programme. Brussels: European Commission, DG Research.

Cyfert Sz., Dyduch W., Latusek-Jurczak D., Niemczyk J., Sopińska A. (2014). „Subdyscypliny w naukach o zarządzaniu – logika wyodrębniania, identyfikacja modelu koncepcyjnego oraz zawartość tematyczna", *Organizacja i Kierowanie*, 1 (161), s. 37–48.

Dziemianowicz W., Mackiewicz M., Malinowska E., Misiąg W., Tomalak M. (2000). *Wspieranie przedsiębiorczości przez samorząd terytorialny*. Warszawa: PAB-Font s.c.

GUS (2016). *Wybrane wskaźniki przedsiębiorczości w latach 2010–2014*. Warszawa: Zakład Wydawnictw Statystycznych.

Kożuch A. (2011). „Rola samorządu terytorialnego we wspieraniu rozwoju lokalnego", w: A. Kożuch, A. Noworól (red.), *Instrumenty zarządzania rozwojem w przedsiębiorczych gminach* (s. 9–26). Kraków: Instytut Spraw Publicznych Uniwersytetu Jagiellońskiego.

Lokalny Plan Rozwoju Przedsiębiorczości dla miasta Zabrze na lata 2016–2020, http://www.bip.um.zabrze.pl/engine//bip/8/310?o=tp1&e=s|310.

Matejun M. (2012). „Regionalne instrumenty wspierania rozwoju małych i średnich przedsiębiorstw", w: A. Adamik (red.), *Współpraca małych i średnich przedsiębiorstw w regionie. Budowanie konkurencyjności firm i regionu* (s. 82–109). Warszawa: Difin.

Skica T., Bem A. (2014). „Rola samorządu terytorialnego w procesach stymulowania przedsiębiorczości", „Studia Regionalne i Lokalne", 1 (55), s. 79–92.

Local social innovation supporting the development and functioning of entrepreneurship

Summary: The state of local entrepreneurship is strongly influenced by actions undertaken by local self-government units. Research shows that the most common ways of support for entrepreneurship are limited to the use of various financial instruments and promotional activities. The aim of the article is to present innovative, systematized, locally-undertaken social innovations in Zabrze – novel solutions to support the development and functioning of entrepreneurship. The application of these innovative solutions should bring specified, useful and measurable benefits to society. These activities are included in the "Local Entrepreneurship Program for 2016-2020".

Keywords: public governance, social innovation, supporting of entrepreneurship.

Prawa autorskie i licencja / Copyright and License

Artykuł opublikowano na licencji Creative Commons
Uznanie autorstwa – Użycie niekomercyjne – Bez utworów zależnych 3.0 Polska
http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/pl/

This article is published under the terms of the Creative Commons
Attribution – NonCommercial – NoDerivs (CC BY-NC-ND 3.0) License
http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/

Ekonomia Społeczna
Nr 2/2016, s. 80–94
ISSN: 2081-321X, eISSN: 1898-7435
DOI: 10.15678/ES.2016.2.07

Charakterystyka sfery gospodarczej na przykładzie studentów i absolwentów Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie

Anna Mirzyńska*

Streszczenie: Celem artykułu jest zwrócenie uwagi na znaczenie wartości społecznych w funkcjonowaniu polskiej sfery gospodarczej. Jako żywy eksperyment, którego skutki trudno jest obecnie oszacować, autorka przywołuje badania nad wartościami młodego, wchodzącego na rynek pokolenia, którego deklaracja wobec wyznawanych wartości, postaw i celów życiowych oraz deklarowanych wobec rynku dóbr i usług oraz rynku pracy potrzeb, tworzy inny obraz kapitalizmu, nadając mu bardziej społeczny charakter. Badania zostały przeprowadzone metodą ankiety internetowej. Grupa badawcza obejmowała 210 studentów i absolwentów Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie. Badanie wykazało, że wskazane wartości społeczne są ważne dla grupy badawczej, oraz że mają one wpływ na wybory dokonywane przez nich na rynku dóbr i usług oraz na rynku pracy. Opisywane pokolenie może tworzyć ekonomię wartości, czerpiąc z zasobów zarówno ekonomii neoklasycznej, jak i ekonomii społecznej, tworząc nową charakterystykę sfery gospodarczej.
Słowa kluczowe: wartości społeczne, ekonomia wartości, konkurencyjność, wartość, sfera gospodarcza.

Wprowadzenie

Determinantą działań podmiotów ekonomii społecznej nie jest generowanie zysku ekonomicznego, ale zysku społecznego. To właśnie przykład funkcjonowania przedsiębiorstw społecznych wskazuje na istnienie luki w systemie kapitalistycznym, w której realizowana byłaby potrzeba aktywności w obszarze gospodarczym w zgodzie ze społecznymi wartościami – współpracą, zaufaniem, uczciwością, altruizmem. Ponadto, co należy podkreślić, „zmiany w obszarze wartości społecznych wpływają na tempo rozwoju gospodarczego" [Inglehart, 2000, s. 224].

Przedstawiane przez autorów zagranicznych tezy i wnioski z prowadzonych analiz w tym obszarze, w odczuciu autorki nie opisują w pełni polskiej specyfiki, stąd cel artykułu, jakim jest zwrócenie uwagi na znaczenie wartości deklarowanych przez młodych Polaków i ich wpływ na kształt sfery gospodarczej w Polsce.

W przedstawionych rozważaniach została wykorzystana definicja wartości zastosowana w 1961 r. przez F. Kluckhohna i F. Strodtbecka. Wartości są społeczną podstawą do rozwiązywania napotkanych problemów, wspomagających odnajdywanie sensu w życiu [Hills, 2002 s. 8].

Przyjęcie takiej definicji pozwala na zrozumienie, że wartości służą rozwojowi społeczno-gospodarczemu, poprzez wpływ na eliminowanie lub zapobieganie powstawania patologii.

* **Anna Mirzyńska**
Doktorantka na Wydziale Ekonomii i Stosunków Międzynarodowych
Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie
e-mail: amirzynska@gmail.com

Charakteryzując podmioty gospodarcze ulegamy mitologizacji sfery rynkowej, która doprowadza nas do oddzielenia wartości społecznych od wartości rynkowych. Te, które z łatwością określamy jako konieczne do funkcjonowania człowieka, często z trudem przypisujemy uczestnikom rynku, tak jakby byli oni tworem odrębnym, istniejącym w innej rzeczywistości, a nie tymi samymi ludźmi, którym przed chwilą z łatwością i intuicyjnie przypisaliśmy wartości do zachowania, tylko odgrywającymi konkretne role na rynku: konsumenta, producenta, przedsiębiorcy, pracownika, pracodawcy itd. W tym ujęciu, realizując konkretne role społeczne, człowiek przestaje być osobą z właściwym sobie systemem wartości, tak jakby określenie przedsiębiorca oznaczało osobę chciwą, konsument – oszczędną, pracownik – chytrą. Działalność gospodarcza człowieka stanowi przecież część systemu społecznego i z tego powodu nie można traktować jej jako oderwanej od jego aktywności społecznej. To, w jaki sposób człowiek pracuje, bogaci się, myśli o swojej aktywności w sferze gospodarczej, determinowane jest przez funkcjonujące w jego społeczeństwie normy kulturowe, religijne, społeczne, prawne itd. [Tittenbrun, 2012, s. 59].

Stwierdzenie to jest szczególnie ważne w prognozowaniu rozwoju potrzeb człowieka jako uczestnika rynku dóbr i usług oraz rynku pracy. Pokolenie urodzone po roku `89, które nie pamięta poprzedniego ustroju gospodarczego i wychowywało się w nikłej świadomości przemian transformacji gospodarczej i społecznej, inaczej będzie postrzegało, definiowało i realizowało wartości społeczne poprzez swoją aktywność gospodarczą, niż pokolenie, które budowało kapitalizm w Polsce. Młodzi, urodzeni po roku `89, swoje szczęście i spełnienie życiowe charakteryzują poprzez postmaterialistyczne metody samoekspresji, co widoczne ma być szczególnie przy okazji definiowania przez nich wartości i norm społecznych postrzeganych jako pożądane, zarówno w swoim własnym życiu, jak i w otoczeniu [Jasińska-Kania, 2012, s. 335–337].

I choć mówienie, że ekonomia klasyczna ustąpi ekonomii społecznej wydaje się być utopijnym założeniem, to jednak nurt ekonomii wartości jest coraz częściej wskazywanym antidotum na patologizację sfery gospodarczej. Zagadnienie to wydaje się być szczególnie aktualne ze względu na zwrot polskich przedsiębiorstw w stronę poszukiwaniu modelu biznesowego opartego na wartościach oraz podejmowanie w dyskursie publicznym tematu roli wartości nierynkowych w rozwoju gospodarczym.

1. Znaczenie wartości dla ładu społeczno-gospodarczego

Stawiając tezę, że to wewnętrzny system wartości człowieka wpłynie na zmianę kształtu systemu kapitalistycznego w stronę kapitalizmu wartości lub kapitalizmu społecznego, postawiono pytanie o to, czy działania jednostki są produktem, czy przyczyną struktury społecznej. Mając świadomość istnienia dwóch skrajnych stanowisk – *teorii racjonalnego wyboru oraz teorii rytuału* P. Bourdiera, skierowano się w stronę próby ich pogodzenia, zaprezentowaną przez A. Giddensa. „Dualność struktur" polega więc na przyjęciu, że struktury społeczne istnieją dzięki zakorzenieniu reguł i zasobów społecznych w pamięci jednostki. W zależności od jej umiejętności, sposobu działania i woli, struktury te są w mniejszym lub w większym stopniu odzwierciedlane. Gdy jednostka wykracza poza ramy swoich możliwości i wyuczonych sposobów postępowania, działając w sposób innowacyjny w stosunku do swojej dotychczasowej indywidualnej działalności, zaczyna stwarzać struktury społeczne na nowo. W ten sposób można postrzegać strukturę społeczną zarówno jako produkt, jak i podstawę działania ludzkiego [Marody, 2010, s. 26].

Tym samym człowiek i jego system wartości są podstawowymi elementami funkcjonowania struktury społecznej, która składa się z sfery społecznej oraz gospodarczej. Zależność pomiędzy sferą gospodarczą a społeczną oparta jest na równowadze podtrzymywanej poprzez system wartości. Do powstania patologii życia gospodarczego może dojść m.in. poprzez naruszenie istniejącego w danej społeczności ładu wartości. Gdy stan patologiczny powtarza się lub długo utrzymuje, erozja pierwotnego ładu wartości nabiera stałego charakteru, co przejawia się m.in. odejściem od stosowania sankcji społecznych w stosunku do zjawisk uznawanych za patologiczne, aż w końcu przyjęcie za normę postępowania tego, co kiedyś uznalibyśmy za patologiczne. Najczęściej w opisanym procesie nie dochodzi do całkowitego wyeliminowania zakorzenionych kulturowo wartości, ale raczej chwilowej degradacji wartości lub ich przedefiniowania na poziomie jednostkowym lub społecznym. Proces ten podlega mechanizmom redefinicji wartości tj.: neutralizacji poczucia deformacji wartości – kwestionowaniu odpowiedzialności, krzywd, ofiar, potępienia potępiających, powoływaniu się na wyższe racje [Dyoniziak, Słaboń, 2001 s. 19–21]. Zdefiniowany proces widoczny jest w codziennych obszarach ludzkiej aktywności, stając się moralnym rozgrzeszeniem w sytuacjach odchodzenia od pierwotnych wartości, budulców ładu społecznego. Przykładem takiej sytuacji jest kult sukcesu powstały wśród klasy średniej w okresie okołotransformacyjnym. Samo w sobie dążenie do bogacenia się i zajmowania wysokiej pozycji społecznej nie jest oczywiście niczym złym, jednak w momencie, gdy jego realizacji towarzyszą mechanizmy redefinicji wartości, może prowadzić do łamania prawa, traktowania innych ludzi instrumentalnie, cedowania winy za nieudane życie osobiste na system społeczny itd. Zjawisku towarzyszyć może wyjście poza nabyte wzorce kulturowe, a więc poddanie się ostracyzmowi społecznemu [ibidem, s. 27].

Podmioty rynkowe są świadome znaczenia norm społecznych dla funkcjonowania jednostki i społeczeństwa a ich świadomość jest widoczna w procesach zachodzących na rynku. Reklama nakłaniająca do kupna sytuuje produkt w sferze kultury, aksjologii, świata wartości ważnych dla współczesnego człowieka, dlatego dzisiejsza reklama nie promuje jedynie towarów, lecz promuje nowego człowieka z jego nową tożsamością, w nowym świecie wartości i znaków [Warchala, Skudrzyk, 2010, s. 99].

Przedsiębiorstwa świadomie coraz częściej zwracają się w stronę społecznie pożądanych strategii – etyki biznesu, społecznej odpowiedzialności biznesu, zrównoważonego rozwoju itd. Tym samym stają się one miejscem rozwiązywania niektórych problemów społecznych, czynnie uczestnicząc w budowaniu struktury społecznej. Działania te są często motywowane podbudowaniem strategii marketingowej, niż realną chęcią współtworzenia wartości społecznych. Ponadto, dostrzegając popyt na wartości nierynkowe, szczególnie w młodym, nowo wchodzącym na rynek pokoleniu konsumentów i pracowników, generowanie wartości społecznej staje się niejako produktem ubocznym wartości ekonomicznej. Dostrzeżenie wpływu wartości społecznych na zachowania na rynku rozpoczęło proces sprzedaży nie rzeczy, ale emocji z nią związanej, misji jego producenta, wpływu na otoczenie, sposobu produkcji [Kotler, Kartajaya, Setiawan, 2010, s. 6–7].

Co warte odnotowania – przedsiębiorstwa społeczne będą musiały zacząć konkurować z przedsiębiorstwami klasycznymi już nie tylko produktem, ale wartością, która za nim stoi, przez co wydaje się, że jedyną przewagą tych pierwszych jest motywacja działania, trudna do zaprezentowania konsumentowi.

2. Charakterystyka wartości i postaw pokolenia 1989–1996

Jak już zostało wspomniane, w ocenie autorki tematyka wpływu wartości i postaw młodego pokolenia, rozpoczynającego pełną aktywność w sferze gospodarczej w Polsce, na rozwój gospodarczy jest zaniedbanym badawczo obszarem. Dostępne raporty dostarczają informacji o definiowaniu przez ludzi młodych celu życiowego i znaczenia szczęścia w życiu, nie są one jednak pogłębione analizą wpływu deklaracji na późniejsze postawy w obszarze gospodarczym. Przegląd odpowiedzi jedynie w tak zawężonym obszarze daje możliwość postawienia tezy o zmianie znaczenia wartości wśród młodych Polaków na przestrzeni lat. Grupa kończąca szkoły ponadgimnazjalne była poddawana cyklicznym badaniom, mającym na celu zobrazowanie ich świata wartości. W grupie badanych pokoleń urodzonych w latach 1976–1994 obserwowane są zmiany podejścia co do planów na przyszłość. Na znaczeniu spadło znaczenie ciekawej pracy zgodnej z zainteresowaniami na rzecz miłości i przyjaźni. Życie rodzinne i posiadanie dzieci, mimo że niezmiennie w badanym okresie znajduje się wśród grup badanych na pierwszej pozycji wskazań, straciło jednak na znaczeniu pod względem odsetka tych wskazań. Jedynie co trzecia osoba urodzona w 1994 r. wskazywała jako cel życiowy osiągnięcie wysokiej pozycji zawodowej lub zdobycie majątku. Niskimi wskazaniami wśród tej grupy charakteryzowały się również cele, które można byłoby określić jako realizację siebie w kontekście społecznikostwa lub kariery polityka [Boguszewski, Kowalczuk, 2014, s. 58–69].

Przywołane badania stały się dla autorki podstawą do analizy pokolenia urodzonego pomiędzy 1989 a 1996 r. Z uwagi na postawioną tezę o istnieniu istotnego wpływu młodych osób na przyszły kształt sfery gospodarczej, do udziału w analizie zaproszeni zostali studenci i absolwenci Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie, wykazujący się aktywnością naukową lub społeczną. Celem badania nie było stworzenie uniwersalnego obrazu pokolenia, ale przedstawienie wartości i postaw osób, które najprawdopodobniej będą najbardziej aktywnymi uczestnikami w sferze gospodarczej z uwagi na przyszłą pozycję zawodową lub materialną. Badana grupa z uwagi na profil kształcenia powinna również posiadać pełniejszą, w porównaniu do swoich rówieśników, wiedzę o procesach gospodarczych. Badanie zostało przeprowadzone za pomocą internetowego formularza, rozsyłanego drogą mailową do członków i byłych członków organizacji studenckich, ze szczególnym uwzględnieniem kół naukowych. Wzięło w nim udział 210 osób, w tym 154 kobiety oraz 56 mężczyzn. Płeć nie miała statystycznie znaczenia w budowaniu profilu wartości ankietowanych. Pochodzenie grupy badawczej było zróżnicowane. Najwięcej osób pochodziło ze wsi (27,1%) i z miasta powyżej 500 tys. mieszkańców (26,8%). Nie stwierdzono istotnej zależności pomiędzy pochodzeniem a odpowiedziami na żadne z postawionych pytań. Wśród badanych 55,7% chciałoby w przyszłości prowadzić swoje własne przedsiębiorstwo, a jedynie 22,9% taki pomysł kategorycznie odrzuca. Nie stwierdzono również statystycznie istotnej zależności pomiędzy wizją przyszłości w sferze biznesowej a poglądami na wartości społeczne lub rynkowe. Badanie służyło sprawdzeniu słuszności hipotezy, że młody konsument i uczestnik rynku pracy w Polsce poprzez swoje postawy jest w stanie budować przestrzeń ekonomii wartości i zostało wykorzystane w opracowaniu pracy magisterskiej autorki [Mirzyńska, 2016].

Konstruowanie problemu badawczego odbyło się w oparciu o założenia, wywodzące się z refleksji teoretycznych opracowań dotyczących znaczenia wartości społecznych dla rozwoju gospodarczego:

- wartości, którymi kieruje się człowiek w życiu mają istotny wpływ na wybór czynnika decydującego o jego szczęściu w życiu,
- dostrzeżenie wagi funkcjonowania przedsiębiorstwa w zgodzie z wartościami społecznymi wpływa na kreowanie popytu na wartość w produkcie,
- pokolenie urodzone pomiędzy latami 1989 i 1996 wyżej ceni działalność biznesową opartą na zasadach zaufania i współpracy niż na przedsiębiorczości i zysku ekonomicznym,
- edukacja społeczna ma istotny wpływ na postrzeganie wartości społecznych za istotne w kształtowaniu rzeczywistości gospodarczej,
- indywidualnie zdefiniowane wartości są poszukiwane przez ludzi w sferze ich aktywności gospodarczej,
- definiowanie sukcesu przedsiębiorstwa na rynku odbywa się w społecznej świadomości poprzez wybór wartości rynkowych, z odrzuceniem społecznych.

Ankieta składała się z trzech części: (1) charakteryzującej badanych pod względem wyznawanych przez nich wartości i definiowanego przez nich celu życiowego, (2) charakteryzującej postawy badanych w roli konsumentów, (3) charakteryzującej zdanie badanych o wartości przedsiębiorstwa.

2.1. Charakterystyka wartości i celu życiowego grupy badawczej

Wśród podanych wartości i postaw – odpowiedzialności, egoizmu, przywiązania do tradycji, patriotyzmu, rozsądku, przedsiębiorczości, uczciwości, bezinteresowności, współczucia, impulsywności, nowoczesności, beztroski, altruizmu, sprytu, chciwości, rodzinności – ankietowani zostali poproszeni o zaznaczenie wszystkich, którymi kierują się w swoim codziennym życiu. Wybór wartości i postaw przez autorkę podyktowany był najczęściej spotykanymi określeniami mającymi wpływ na mitologizację postaw społecznych i gospodarczych młodego pokolenia Polaków. Następnie respondenci zostali poproszeni o wskazanie jednej z podanych determinant koniecznych do określenia siebie mianem „szczęśliwego": osiągnięcie wysokiej pozycji społecznej, posiadanie rodziny, rozwój kariery zawodowej, spełnienie się w roli społecznika/pomoc innym w życiu, posiadanie grona przyjaciół. Pogłębieniem charakterystyki ludzi młodych jest zestawienie skojarzeń wobec postawy życiowej z odpowiedzią dotyczącą najważniejszego celu życiowego. Szczegółowe zestawienie odpowiedzi zawiera tabela 1.

Zestawienie to wskazuje na słuszność twierdzenia o mitologizacji postaw i wartości. Grupa „karierowiczów" (osób, które za determinantę szczęścia uważają rozwój kariery zawodowej) okazała się najbardziej zbliżona pod względem wyboru wartości i postaw do grupy „społeczników" (spełnienie się w roli społecznika / pomoc innym w życiu). Główna różnica we wskazaniach dotyczy cechy „bezinteresowność", jednak największą uwagę zwraca brak odpowiedzi „chciwość" oraz bardzo wysoki procent wskazań „odpowiedzialności" i „uczciwości". Zbieżność charakterystyki „karierowiczów" ze „społecznikami" jest zadziwiająca w kontekście dyskusji o przyszłości sfery gospodarczej i może wskazywać na akcentowanie wartości zbieżnych z wartościami ekonomii społecznej w przyszłym rozwoju rynku.

2.2. Postawy badanych w roli konsumentów

Analiza postaw grupy badawczej na rynku dóbr i usług odbyła się poprzez pytanie o znaczenie przy wyborze produktu podanych determinant w skali 1–5 (1 – zupełnie nieważne, 5 – bardzo ważne). Główną determinantą wyboru produktu dla ankietowanych jest jego cena. Ocena utożsamiania się z wartościami marki nie wskazuje na przywiązanie młodych ludzi do marketingu wartości. Niskie jak na założenia teoretyczne

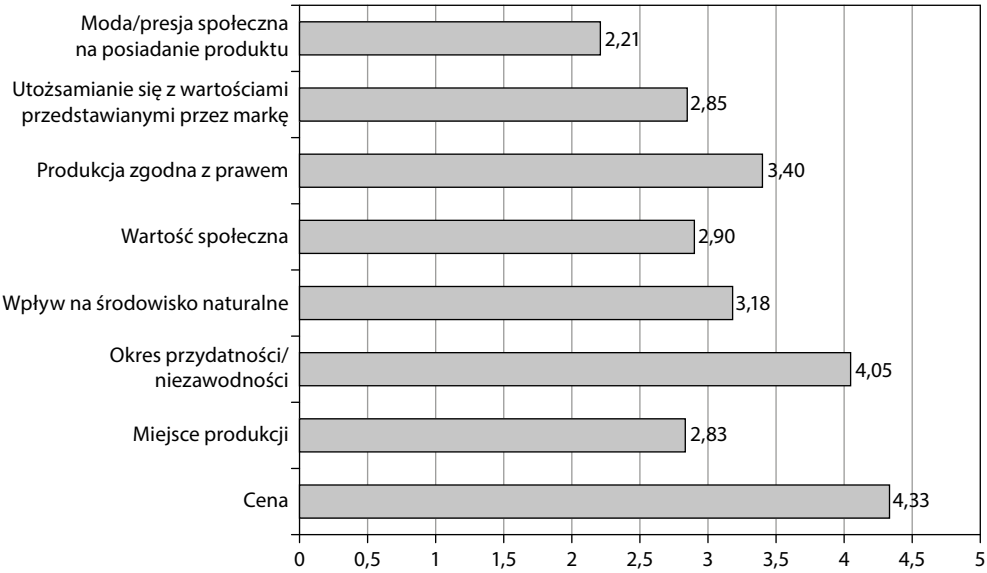
Tabela 1. Zależność pomiędzy charakterystyką postawy życiowej a czynnikiem determinującym szczęście w życiu

	Udział w ogóle badanych	Osiągnięcie wysokiej pozycji społecznej	% udział badanej cechy	Posiadanie grona przyjaciół	% udział badanej cechy	Posiadanie rodziny	% udział badanej cechy	Rozwój kariery zawodowej	% udział badanej cechy	Spełnienie się w roli społecznika/pomoc innym w życiu	% udział badanej cechy	Żadne z powyższych	% udział badanej cechy
Liczba ogółem	210	25	11,9	24	11,4	89	42,4	27	12,9	9	4,3	30	14,3
Odpowiedzialność	166	19	76,0	19	79,2	72	80,9	24	88,9	8	88,9	24	80,0
Egoizm	29	9	36,0	7	29,2	3	3,4	2	7,4	0	0,0	8	26,7
Przywiązanie do tradycji	45	5	20,0	8	33,3	28	31,5	1	3,7	1	11,1	9	30,0
Patriotyzm	48	6	24,0	4	16,7	23	25,8	3	11,1	4	44,4	8	26,7
Rozsądek	136	15	60,0	14	58,3	14	15,7	22	81,5	8	88,9	21	70,0
Przedsiębiorczość	65	12	48,0	6	25,0	27	30,3	8	29,6	2	22,2	10	33,3
Uczciwość	144	10	40,0	16	66,7	64	71,9	23	85,2	9	100,0	22	73,3
Bezinteresowność	62	5	20,0	7	29,2	25	28,1	8	29,6	9	100,0	8	26,7
Współczucie	92	7	28,0	12	50,0	44	49,4	15	55,6	6	66,7	8	26,7
Impulsywność	42	5	20,0	8	33,3	19	21,3	3	11,1	4	44,4	3	10,0
Nowoczesność	71	13	52,0	11	45,8	24	27,0	13	48,1	2	22,2	8	26,7
Beztroska	20	2	8,0	5	20,8	7	7,9	2	7,4	1	11,1	3	10,0
Altruizm	51	3	12,0	6	25,0	21	23,6	9	33,3	5	55,6	7	23,3
Spryt	61	11	44,0	10	41,7	22	24,7	7	25,9	0	0,0	11	36,7
Chciwość	13	2	8,0	1	4,2	5	5,6	0	0,0	0	0,0	5	16,7
Rodzinność	99	4	16,0	8	33,3	66	74,2	7	25,9	5	55,6	9	30,0

Źródło: [Mirzyńska, 2016, s. 70].

wskazania osiągnęły również determinanty związane z ekologią i ze zgodnością z prawem. Co jednak ważne, zostały one ocenione wyżej niż presja społeczna lub moda na posiadanie produktu, co przeczy istniejącemu stereotypowi, że młodzi są najbardziej podatni w wyborze konsumenckim na popyt wykreowany przez producenta.

Rysunek 1. Ocena znaczenia czynników determinujących wybór produktu



Źródło: [Mirzyńska, 2016, s. 73].

Jedynie 31,4% badanych wskazało, że zdarzyło im się kupić produkt, ponieważ utożsamiali się z wartościami, które on lub jego producent reprezentuje. Do wskazywanych przez badanych wartości należały w głównej mierze te związane z dbałością o środowisko naturalne oraz grupą lub komórką społeczną, z którą się utożsamiali (rodzina, środowisko LGBT, społeczność sąsiedzka). Również w tym przypadku nie można stworzyć profilu wartości dla tendencji do oceniania poszczególnych czynników. Intuicyjne dopasowanie wartości wyznawanych z wartościami produktu nie ma żadnego pokrycia w wynikach. Osoby, które wysoko oceniły znaczenie miejsca produktu są zarówno przywiązane do tradycji, jak i nowoczesne, a cześć zadeklarowanych patriotów uznało czynnik za nieważny. Osoby, które uznały siebie za nowoczesne, przyznawały modzie ocenę na poziomie średniej dla ogółu badanych. Warto równocześnie zaznaczyć, że ponad połowa społeczników była konsumentami kupującymi produkt dzięki utożsamianiu się z jego wartością. Odpowiedź ta zdarzyła się również u ponad 1/3 osób chcących osiągnąć wysoką pozycję społeczną i dla których przyjaźń jest determinantą szczęścia. Po produkty takie nie sięgają prawie w ogóle karierowicze (78% nie odnotowało u siebie potrzeby zakupu ze względu na wartość).

Brak wyraźnego wpływu deklarowanych wartości i postaw na wybory na rynku dóbr i usług osłabia znacząco stanowisko, że ekonomia wartości, czy ekonomia społeczna może liczyć w swoim rozwoju na znaczące wsparcie ze strony ruchów konsumenckich. Analiza ta nie uwzględnia zróżnicowania

dochodowego, zakładając brak pełnej samodzielności grupy badanej. Być może determinanta cenowa wyboru będzie miała słabszy wpływ wraz z bogaceniem się grupy, a tym samym wzrosną na znaczeniu inne czynniki. Wysoka ocena okresu przydatności/niezawodności, choć intuicyjnie łączy się z ograniczeniem wydatków na kolejny zakup lub serwisowanie produktu, może być również efektem rozpowszechnienia trendu zrównoważonej konsumpcji. Hipoteza ta wymagałaby jednak zweryfikowania odrębnymi badaniami.

2.3. Zdanie grupy badawczej o wartości przedsiębiorstwa

Konstruując pytania do tej części badania, autorka wyszła z założenia, że podstawowym obszarem relacji pomiędzy grupą badawczą a przedsiębiorstwem jest rynek pracy. Dodatkowo, przypominając problem nakreślony we wstępie do artykułu, należy podkreślić, że to na etapie przyjmowania na siebie kolejnej roli społecznej – pracownika, możliwe jest odejście od pewnych postaw i wartości lub ich osłabienie. Przypuszczenie to nie jest jednak możliwe do zweryfikowania ze względu na ograniczenie zasięgu i czasu badania.

W obrazie młodego pracownika, który stworzony został na podstawie badania, zwracają uwagę przede wszystkim – przy traktowaniu oceny „ważnej" jako sumy „bardzo ważnej" i „raczej ważnej" – wymagania wobec płacy, atmosfery w firmie oraz możliwości pogodzenia obowiązków zawodowych z życiem prywatnym. To wyraźny sygnał, że zarobek nie ma już mocnej dominującej pozycji w tworzeniu ofert dla pracowników, ale jest jednym z ważnych elementów, obok czynników pozapłacowych, a związanych z umożliwieniem realizacji życia społecznego. Co ciekawe, to samo pokolenie, które zostało określone mianem postmaterialistycznych metod samoekspresji, wyżej ceni sobie równowagę praca–życie niż dodatkowe świadczenia socjalne, które wspomagają autoekspresję wśród rówieśników (np. poprzez finansowanie przez pracodawcę karnetów na siłownie, do kina itd.). Matryca oceny czynników wyboru pracodawcy przedstawia młodego pracownika raczej jako egoistę, który na społeczne wartości w sferze gospodarczej zwraca uwagę dopiero po zaspokojeniu swoich potrzeb – zarobku, atmosfery i czasu na życie pozazawodowe. Niedocenienie znaczenia wartości społecznych deklarowanych przez pracodawcę jest zastanawiające ze względu na ich faktyczną rolę w procesie rekrutacji, zatrudnieniu i realizacji strategii firmy, a co za tym idzie dla wielu przedsiębiorstw może być istotne zatrudnianie pracowników o zbliżonych wartościach społecznych i postawach do tych prezentowanych przez firmę. Bez zbieżności wyznawanych przez zespół wartości, utrzymanie w nim przyjaznej atmosfery jest ciężkim zadaniem.

Nie należy również zapominać, że dla grupy badanej pojęcie „wartości społeczne" mogło być niewystarczające dookreślone lub niezrozumiałe. Przy bardziej szczegółowych pytaniach dotyczących etyki aż 72% uczestników stwierdziło, że stosowanie etycznych praktyk w strategii firmy ma dla nich duże i bardzo duże znaczenie. Dla 67% badanych ważne jest stosowanie przez producenta praktyk etycznych w łańcuchu produkcji. Odpowiedzi te nie są jednak odzwierciedlone w skłonności do zapłacenia więcej za produkt reklamowany jako wartościowy dla społeczeństwa (30% badanych wykazało taką chęć) lub ekologiczny (34,3%). Wśród grupy osób skłonnych zapłacić wyższą cenę za produkty ekologiczne lub wartościowe społecznie odchylenie od średniej ocen znaczenia etyki w działaniu wynosiło odpowiednio 1,4 i 1,3 punktu oceny na plus w porównaniu do średniej dla całej populacji. Odzwierciedla to świadomość charakteryzowanej grupy.

Badani zostali również poproszeni o uszeregowanie podanych czynników wpływających na sukces przedsiębiorstwa w kolejności od najważniejszego (1) do najmniej ważnego

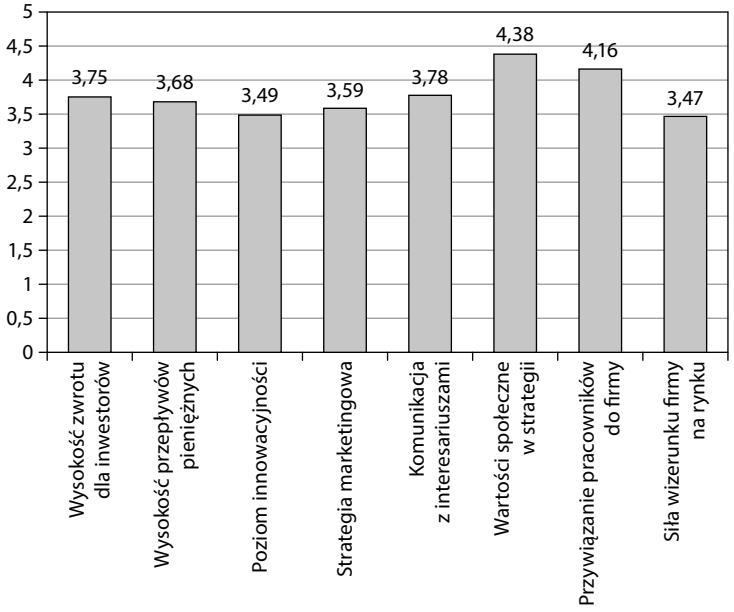
Tabela 2. Znaczenie wybranych czynników przy decyzji o podjęciu zatrudnienia

	Zupełnie nieważne		Raczej nieważne		Ani ważne, ani nieważne		Raczej ważne		Bardzo ważne	
Wysokość oferowanego wynagrodzenia	0	0,00%	2	0,95%	8	3,81%	112	53,33%	88	41,90%
System świadczeń dodatkowych (np. Pakiet socjalny)	8	3,81%	18	8,57%	61	29,05%	98	46,67%	25	11,90%
Stabilność zatrudnienia	2	0,95%	10	4,76%	28	13,33%	101	48,10%	69	32,86%
Forma umowy (umowa o pracę, umowa cywilnoprawna)	8	3,81%	17	8,10%	33	15,71%	84	40,00%	68	32,38%
Atmosfera panująca w miejscu pracy	1	0,48%	4	1,90%	14	6,67%	78	37,14%	113	53,81%
Możliwość szybkiego rozwoju kariery zawodowej	3	1,43%	12	5,71%	50	23,81%	93	44,29%	52	24,76%
Pozycja pracodawcy na rynku	9	4,29%	34	16,19%	77	36,67%	70	33,33%	20	9,52%
Wartości społeczne deklarowane przez pracodawcę	24	11,43%	37	17,62%	65	30,95%	58	27,62%	26	12,38%
Możliwość pogodzenia obowiązków zawodowych z życiem prywatnym	3	1,43%	7	3,33%	14	6,67%	86	40,95%	100	47,62%

Źródło: [Mirzyńska, 2016, s. 71].

(8). Zróżnicowanie rozkładu średnich ocen dla czynników wskazuje na brak jednoznaczności w ocenie. Uwagę zwraca najwyższa średnia dla odpowiedzi dotyczącej siły wizerunku firmy na rynku, tym bardziej w kontekście wcześniejszych odpowiedzi dotyczących identyfikacji z marką i przywiązania do niej. Można odnieść wrażenie, że przedstawione odpowiedzi układają się wedle myśli akademickiej – zwraca uwagę wysoka ocena roli innowacyjności i marketingu. W toku edukacji akademickiej na Uniwersytecie Ekonomicznym rola innowacji i marketingu jest wielokrotnie podkreślana w ramach programu nauczania. Akcentowanie roli innowacyjności jest równocześnie pozytywnym prognostykiem, który może wskazywać na zwrot w przyszłości polskiej gospodarki w kierunku poszukiwania modeli innowacyjnego rozwoju.

Rysunek 2. Średnia ocena wartości czynników wpływających na sukces przedsiębiorstwa – od najbardziej ważnego (1) do najmniej ważnego (8)

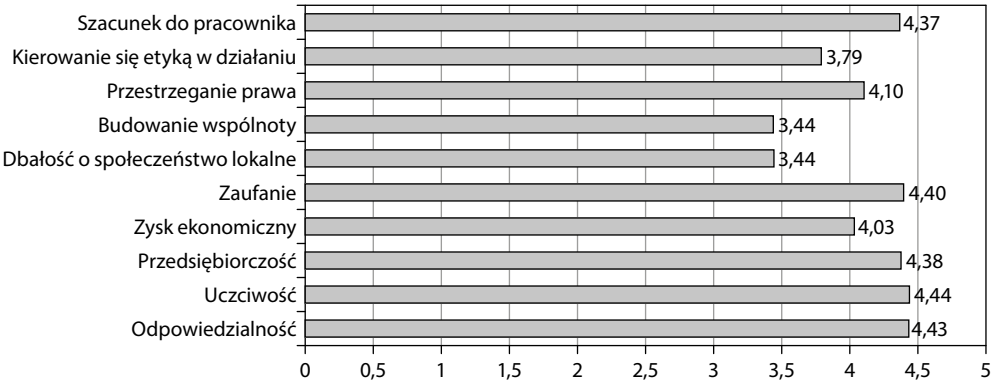


Źródło: [Mirzyńska, 2016, s. 75].

Młodzi ludzie wymagając od siebie, podobne cechy chcą widzieć w przedsiębiorstwie. Podane w badaniu cechy ankietowani mieli ocenić według pięciostopniowej skali. Najważniejszy w budowaniu wartości przez firmę nie jest w ich ocenie zysk ekonomiczny, a odpowiedzialność i uczciwość. Prawie wszyscy badani, którzy w swoim życiu przywiązują wagę do odpowiedzialności i uczciwości, wskazali je również jako ważne w budowaniu wartości przez firmę. Co ciekawe, zysk ekonomiczny osiągnął najwyższą średnią ocen wśród osób, które szczęście życiowe widzą w życiu rodzinnym – 4,1. Równie wysokie wyniki odnotowano w grupie „karierowiczów" i „społeczników" – średnia 4,0. Przedstawiony obraz ma homogeniczny charakter, nie można wyróżnić żadnej cechy jako dominującej. Jedna ze sformułowanych hipotez badawczych odnosiła się do wysokiego udziału wartości społecznych w budowaniu wartości firmy, a poprzez wysoki udział

wspomnianych postaw w odpowiedziach ankietowanych nie można jej odrzucić. Jednak przyjmowanie wobec przedstawionych wcześniej analiz, że będzie to główna determinanta aktywności młodych ludzi w sferze gospodarczej i ocenie podmiotów w niej działających, okazało się błędne.

Rysunek 3. Średnia ocena istotności podanych postaw w budowaniu wartości przez firmę



Źródło: [Mirzyńska, 2016, s. 76].

Co ważne, badania nie wykazały istotnych powiązań pomiędzy edukacją formalną w obszarze etyki lub wartości życia gospodarczego a wskazywaniem oczekiwań wobec wartości i postaw – zarówno od producenta, jak i pracodawcy.

Uwagę zwraca względnie niskie odchylenie od siebie wyników tj. niecały jeden punkt oceny pomiędzy najniżej a najwyżej ocenianym czynnikiem, co na skali ośmiostopniowej jest dobrym wynikiem oraz punkt odchylenia na skali pięciostopniowej, co wskazuje na większą dywersyfikację ocen, jednakże wszystkie ocenione czynniki przekroczyły ocenę dostateczną. Determinanty sukcesu przedsiębiorstwa według młodego uczestnika sfery gospodarczej są więc zróżnicowane i wieloaspektowe. Można wysnuć hipotezę, że jako przyszli menadżerowie, mający wpływ na procesy zarządzania i strategię przedsiębiorstwa, grupa ta będzie zwracała uwagę na obecność w kluczowych obszarach rozwoju przedsiębiorstwa nie tylko czynników finansowych, ale również, a może przede wszystkim, pozafinansowych, w tym wartości społecznych.

3. Rola rynku w rozwoju wartości społecznych

Wartości w życiu społecznym nie stanowią celu, a są narzędziami, które służą do jego osiągnięcia. Dopóki realizacja wartości społecznych służy do osiągnięcia rozwoju gospodarczego, można uznać, że idzie ona w parze z realizacją wartości ekonomicznych. Rozumowanie to jest bliskie koncepcji M. Friedmana, gdyż w egoizmie determinującym chęć uzyskania zysku ekonomicznego dopatruje się on źródła rozwoju gospodarczego [Friedman, 1997, s. 57].

Stwierdzenie z poprzedniej części artykułu, dotyczące możliwości konkurowania wartością społeczną produktu oprzyjmy na teorii przewagi dyferencji. System wartości podmiotu przenika do produktu poprzez wzór, jakość, markę, technologię, unikatowe cechy, świadczenia usługi po dokonaniu transakcji, spełnienia oczekiwań klientów, sieć sprzedaży, stając się jego indywidualną wizytówką i certyfikatem autentyczności [Porter, 2006, s. 63]. Przywołując równocześnie nad-

rzędną rolę społeczeństwa wiedzy w rozwoju gospodarczym oraz potrzebę spełnienia przez podmiot gospodarczy warunków do autorealizacji, również w znaczeniu zgody z samym sobą, przedstawia nam się obraz przetrwania i rozwoju przedsiębiorstwa przyszłości poprzez przestrzeganie i wspieranie rozwoju wartości społecznych [Drucker, 1999, s. 83–87].

Wobec tego realne jest, przy założeniu zmiany postrzegania przez nowo wchodzące na rynek pokolenie, wypracowanie siły nacisku po stronie konsumentów i pracowników na zwrot w stronę współuczestnictwa podmiotów rynku w sferze społecznej. Z jednej strony będzie to naturalny nacisk popytu na wartość, z drugiej zaś pokoleniowa przemiana, która może zwalczyć istniejącą mitologizację biznesu. Funkcjonowanie darwinowskiej metafory przetrwania najsilniejszego doprowadza do uproszczenia procesu konkurowania do konkurencji cenowej, określenie „dżungla biznesu" wpłynęło na bagatelizację zjawiska współpracy na rynku, a mit atomistycznego indywidualizmu ograniczył badania nad znaczeniem doświadczeń i społecznych emocji w procesie wyboru na rynku [Solomon, 1998, s. 403–406].

Znaczenie przedsiębiorstwa w rozwiązywaniu problemów społecznych jest poruszane i opisywane przy okazji definiowania podmiotów ekonomii społecznej. Rynek mimo tego, że sprzyja generowaniu negatywnych efektów zewnętrznych, jest również miejscem ich skutecznego eliminowania lub zapobiegania powstaniu, gdyż ma lepszą możliwość weryfikowania swoich działań niż państwo i szybszą zdolność do dostosowania się do bieżącej sytuacji [Dess, 2007, s. 24–25].

Tymczasem myślenie o klasycznym podmiocie rynkowym, jako o najważniejszym uczestniku budowania rozwoju społeczno-gospodarczego, wywodzi się z powojennych dążeń do pogodzenia wzrostu gospodarczego z koncepcją społeczeństwa dobrobytu i było podstawą do wytworzenia modeli polityk zrównoważonego rozwoju, społecznej odpowiedzialności biznesu, współtworzenia wartości [Muirhead, 1999, s. 15].

Wyzwaniem dla polskiego biznesu jest odejście od zasad twardego kapitalizmu i mitologizacji rekinów biznesu, powstałych w atmosferze lat 90. Omawiane młode pokolenie nie pamięta tamtego okresu, drapieżny kapitalizm jest więc dla niego obcy, niezrozumiały i niepotrzebny [Bartkowiak, 2011, s. 18]. Ekonomia neoliberalna i cały styl myślenia wedle zasady egocentrycznego racjonalizmu doprowadziły na rodzimych rynku do ignorowania problemów społecznych generowanych przez biznes. Do ich rozwiązania oddelegowywane jest państwo, nie uwzględnia się jednak źródeł finansowania wydatków władzy na ich eliminację [Kołodko, 2007, s. 201].

Jest to właśnie jeden z najbardziej jaskrawych przykładów zahamowania koła rozwoju społeczno-gospodarczego. Wpływ na zwrot w kierunku nowego podejścia do charakterystyki systemu niewątpliwie będzie miało niewątpliwie młode pokolenie. Ceni ono na równi wartości społeczne z ekonomicznymi w kształtowaniu strategii i rozwoju przedsiębiorstw, cechując się świadomością gospodarczą i społeczną. Jego wyobrażenie o biznesie opiera się na wartościach zaufania i odpowiedzialności, a pielęgnując je u siebie, poszukuje ich u swojego pracodawcy oraz dostawcy usług i produktów. Stwierdzenie, że wartości społeczne będą determinowały wybór na rynku dóbr i usług jest zbyt mocne, jednak widoczna jest spora grupa ich odbiorców, którzy mogą, a nawet powinni korzystać z produktów przeznaczonych dla odbiorców świadomych roli wartości w strukturach społecznych. Grupa ta równocześnie jest na tyle świadoma, że będzie potrafiła odróżnić motywacje przedsiębiorstw klasycznych od przedsiębiorstw społecznych w obszarze produkcji dóbr, co oznacza, że na drodze do budowania ekonomii wartości przedsiębiorczość społeczna może i powinna odegrać dużą rolę, również o charakterze edukacyjnym.

Podsumowanie

Świat wartości, który pokazuje ta praca, oparty jest na trwającej dyskusji o kierunkach i możliwościach rozwoju. Człowiek zdaje sobie sprawę ze swojej podmiotowości i sprawstwa, dąży do życia w zgodzie z samym sobą, w końcu przedkłada wartości społeczne nad wartości ekonomiczne, a wybierając swoją drogę szczęścia i samorealizacji kieruje się zasadami społecznie pożądanymi. Zaczynając wymagać indywidualnego podejścia do swojej tożsamości, równocześnie uczy się współpracy z innymi, dostrzegając siłę w procesach demokratycznych i nacisku społecznym. Ważna dla niego jest komunikacja i wiedza – staje się więc świadomym podmiotem procesów społeczno-gospodarczych, a ta świadomość doprowadza go do odpowiedzialności za nie. Świadczą o tym zarówno wyniki moich badań, jak i przedstawiona teoria roli człowieka w społeczeństwie i jego podejścia do wartości.

Wyniki przedstawionej analizy można sformułować w odpowiedzi do założeń pracy:

(I) wartości, którymi kieruje się człowiek w życiu mają istotny wpływ na wybór czynnika decydującego o jego szczęściu w życiu,

(II) definiowanie sukcesu przedsiębiorstwa na rynku odbywa się w społecznej świadomości poprzez równe traktowanie wartości rynkowych oraz wartości społecznych,

(III) pokolenie urodzone pomiędzy rokiem '89 a '96 ceni działalność biznesową opartą na zasadach zaufania i współpracy na równi z przejawami przedsiębiorczości i zyskiem ekonomicznym,

(IV) edukacja społeczna nie ma istotnego wpływu na postrzeganie wartości społecznych, jako istotnych w kształtowaniu rzeczywistości gospodarczej.

Przeprowadzona analiza miała na celu zwrócenie uwagi na omawiane zagadnienie. Dalsze badania wartości młodych Polaków w kontekście ich wpływu na funkcjonowanie przestrzeni społeczno-gospodarczej mogą wykazać rozbieżności na gruncie empirycznym – poprzez różnicę pomiędzy deklarowanymi a przyjmowanymi postawami, oraz zmieniając się pod wpływem nowych doświadczeń związanych z uzyskiwaniem samodzielności na rynku dóbr i usług i rynku pracy. Autorka ma równocześnie świadomość, że dobrana grupa badawcza nie jest reprezentatywna dla całego pokolenia, lecz jedynie przedstawia tę cześć młodego pokolenia, które z racji swojego wykształcenia będzie miało potencjalnie największy wpływ na rozwój rynku poprzez wartości społeczne.

Taki obraz człowieka automatycznie wymusza na przedsiębiorstwach zmianę myślenia i poruszania się w przestrzeni jego potrzeb, stąd zwrot w kierunku wartości społecznych. Nie eliminuje to podstaw kapitalizmu, a zmienia jedynie jego charakter. Te dwa obszary – wartości na rynku – reprezentują aktualnie podmioty ekonomii społecznej. Przytoczone badania mogą więc prowadzić do kolejnej konkluzji o wzmocnieniu przewagi konkurencyjnej na rynku podmiotów ekonomii społecznej z uwagi na ich działalność w obrębie niezagospodarowanych problemów społecznych i potrzeb społecznych. Zjawisko wolności gospodarczej pozostaje istotne, ale pojawiająca się dojrzałość i presja społeczna każe łączyć je z odpowiedzialnością w działaniu. Zdolność do konkurowania nie zmienia się, jednak jej przyczyny należy szukać w umiejętności rozpoznawania zmian w społeczeństwie i reagowania na opisane potrzeby indywidualnego podejścia i kierowania się wartościami w życiu. Ludzka świadomość i chęć samorealizacji doprowadza w konsekwencji do nadawania celowości swoich działań w zgodzie z swoją moralnością w każdej dziedzinie życia – to kolejna przyczyna zmian w zachowaniu przedsiębiorstw.

Literatura

Bartkowiak G. (2011). *Społeczna odpowiedzialność biznesu w aspekcie teoretycznym i empirycznym*. Warszawa: Wydawnictwo Difin.

Boguszewski A., Kowalczuk K. (2014). „Aspiracje dążenia i plany życiowe młodzieży", w: *Młodzież 2013* (s. 6–21). Warszawa: Centrum Badania Opinii Społecznej, Krajowe Biuro ds. Przeciwdziałania Narkomanii.

Dess J.G. (2007). „Taking social entrepreneurship seriously", *Society*, Vol. 44, No 3, s. 24–31.

Drucker P.F. (1999). *Społeczeństwo pokapitalistyczne*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.

Dyoniziak R., Słaboń A. (2001). *Patologia życia gospodarczego. Aspekty socjologiczne*. Kraków: Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Krakowie.

Friedman M. (1997). „Społeczną powinnością biznesu jest pomnażanie zysków", w: L.V. Ryan, J. Sójka (red.), *Etyka biznesu: z klasyki amerykańskiej* (s. 49–61). Poznań: W drodze.

Hills M.D. (2002). „Kluckhohn and Strodtbeck's Values Orientation Theory", *Online Reading in Psychology and Culture*, 4(4), http://scholarworks.gvsu.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1040&context=orpc (dostęp: 20.07.2016).

Inglehart R. (2000). „Globalization and Postmodern Values", *Washington Quarterly*, 23(1), s. 215–228).

Jasińska-Kania A. (2012). „Zmiany wartości Polaków, a procesy transformacji, europeizacji i globalizacji", w: A. Jasińska-Kanina (red.), *Wartości i zmiany* (318–341). Warszawa: Wydawnictwo Naukowe Scholar.

Kołodko G. (2007). „Etyka w nauce ekonomii i w polityce gospodarczej", w: B. Klimczak, A. Lewicka-Strzałecka (red.), *Etyka i ekonomia* (s. 198–213). Warszawa: Wydawnictwo Polskiego Towarzystwa Ekonomicznego.

Kotler P., Kartajaya H., Setiawan I. (2010). *Marketing 3.0. From Products to Customers to Human Spirit*. Hoboken: John Willey & Sons.

Marody M. (2010). „Kulturowe aspekty zmiany społecznej", w: M. Marody (red), *Między rynkiem, a etatem. Społeczne negocjowanie polskiej rzeczywistości* (s. 11–43). Warszawa: Wydawnictwo Naukowe Scholar.

Mirzyńska A. (2016). *Rola wartości w kształtowaniu rozwoju społeczno- gospodarczego. Prognoza wpływu postaw młodych uczestników rynku pracy oraz rynku dóbr i usług w Polsce*, niepublikowana praca magisterska. Kraków: Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie.

Muirhead S.A. (1999). *The Corporate Contribution. The view from 50 Years*. New York: The Conference Board.

Porter M.E. (2006). *Strategia konkurencji. Metody analizy sektorów i konkurentów*. Warszawa: Wydawnictwo MT Biznes Sp. z o.o.

Solomon R.C. (1998). „Etyka biznesu", w: P. Singer (red.), *Przewodnik po etyce* (s. 401–412). Warszawa: Książka i Wiedza.

Tittenbrun J. (2012). *Gospodarka w społeczeństwie. Zarys socjologii gospodarki i socjologii ekonomicznej w ujęciu strukturalizmu socjoekonomicznego*. Poznań: Zysk i S-Ka.

Warchala J., Skudrzyk A. (2010). *Kultura piśmienności młodego pokolenia*. Katowice: Oficyna Wydawnicza Wacław Walasek.

Characteristics of economic sphere: An example of Cracow University of Economics students and graduates

Summary: The aim of the paper is to highlight the importance of social values for the way in which Polish economy functions. As a peculiar "living experiment", the author cites a survey conducted on a group of representatives of young generation, just entering the labour market. Gathered declarations on 1) life attitudes, aims and values for which the youth stands for and 2) the needs they would like to see fulfilled by the goods and services market and the labour market, create an image of different, much more socially charged capitalism. The research was performed using CAWI method. Research group equaled 210 students and graduates from Economic University in Kraków. The research shows, that social values are important for researched group and have impact on their choices in the goods and services market and in the labour market. The described generation may be creating the economy of values, deriving from both neoclassical economics as well as social economics, and thus constituting the new characteristics of the economy.

Keywords: social value, economy of values, competition, value, economic sphere.

Prawa autorskie i licencja / Copyright and License

Artykuł opublikowano na licencji Creative Commons
Uznanie autorstwa – Użycie niekomercyjne – Bez utworów zależnych 3.0 Polska
http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/pl/

This article is published under the terms of the Creative Commons
Attribution – NonCommercial – NoDerivs (CC BY-NC-ND 3.0) License
http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/

Recenzenci czasopisma „Ekonomia Społeczna" w 2016 r.

dr inż. Beata Bieńkowska, Akademia Techniczno-Humanistyczna w Bielsku-Białej, Polska
Marta Bohdziewicz-Lulewicz, ekspert, Polska
prof. dr hab. Zofia Chyra-Rolicz, Uniwersytet Przyrodniczo-Humanistyczny w Siedlcach, Polska
dr hab. inż. Jarosław Domański, prof. Politechniki Warszawskiej, Polska
dr Stanisław Grochmal, Państwowa Wyższa Szkoła Zawodowa im. Stanisława Pigonia w Krośnie, Polska
dr Maciej Grodzicki, University of Sussex, Wielka Brytania
Magdalena Furdzik, ekspert, Polska
prof. dr hab. Kazimierz Jaremczuk, Wyższa Szkoła Prawa i Administracji Rzeszów-Przemyśl, Polska
prof. dr hab. Anna Karwińska, Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie, Polska
dr Wioletta Kilar, Uniwersytet Pedagogiczny w Krakowie, Polska
dr Seweryn Krupnik, Uniwersytet Jagielloński, Polska
Andrzej Józef Kozłowski, Wyższa Szkoła Policji w Szczytnie, Polska
prof. dr hab. Oskar Kowalewski, IESEG School of Management, Francja
dr Michał Kudłacz, Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie, Polska
dr hab. Alina Miruć, Uniwersytet w Białymstoku, Polska
prof. dr hab. Anna Olejniczuk-Merta, Akademia Leona Koźmińskiego, Polska
Izabela Przybysz, ekspert, Polska
dr Ksymena Rosiek, Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie, Polska
dr Ewa Różańska, Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu, Polska
dr inż. Mirosław Sołtysiak, Politechnika Rzeszowska, Polska
dr Marzena Starnawska, Politechnika Gdańska, Polska
dr Agnieszka Szczudlińska-Kanoś, Uniwersytet Jagielloński, Polska
Elżbieta Szczygieł, Stowarzyszenie „Centrum Wspierania Edukacji i Przedsiębiorczości", Polska
dr Agnieszka Żur, Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie, Polska