

Wojciech Goleński

Aksjologiczne podstawy funkcjonowania przedsiębiorstw społecznych oraz przedsiębiorstw odpowiedzialnych społecznie

Rynek - Społeczeństwo - Kultura nr 1, 18-23

2012

Artykuł został opracowany do udostępnienia w internecie przez Muzeum Historii Polski w ramach prac podejmowanych na rzecz zapewnienia otwartego, powszechnego i trwałego dostępu do polskiego dorobku naukowego i kulturalnego. Artykuł jest umieszczony w kolekcji cyfrowej bazhum.muzhp.pl, gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach dozwolonego użytku.

Aksjologiczne podstawy funkcjonowania przedsiębiorstw społecznych oraz przedsiębiorstw odpowiedzialnych społecznie

The Axiological Basics of Functioning of Social Enterprises and Socially Responsible Enterprises (CSR)

Wojciech Goleński, Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach

STRESZCZENIE

Artykuł prezentuje podobieństwa i różnice w funkcjonowaniu przedsiębiorstw społecznych oraz przedsiębiorstw realizujących zasady społecznej odpowiedzialności biznesu. Uwaga jest skoncentrowana na sferze podstawowych wartości, które wyznaczają cele funkcjonowania analizowanych podmiotów. Wartości te są wyrazem potrzeby pomnażania różnych form kapitału (kapitał: ekonomiczny, ludzki, społeczny). Takie przedstawienie w założeniu pozwoli na ukazanie adekwatności (lub nieadekwatności) apriorycznego umiejscowienia analizowanych przedsiębiorstw na osi, której bieguny wyznaczają dwa typy: misja społeczna oraz rynek. Typy te mogą być jednocześnie traktowane, jako wartości autoteliczne i/lub instrumentalne.

The article presents similarities and differences in the functioning of social enterprises and the enterprises that implement the corporate social responsibility rules. The main focus is on the core values, which define the objectives of the operation of the analysed enterprises. These values express the need to multiply different forms of the capital, i.e. economic, human and social one. This kind of a presentation, by assumption, allows showing the adequacy or inadequacy of the location of the analysed enterprises, *a priori*, on the axis with two poles: a social mission and a market. These types may be simultaneously treated as autotelic and/or instrumental ones.

ABSTRACT

Wstęp

Zagadnienia dotyczące przedsiębiorczości społecznej (SE - *social enterprise*) oraz społecznej odpowiedzialności biznesu (CSR - *corporate social responsibility*) są obecnie szeroko podejmowane przez reprezentantów wielu dziedzin, zarówno w wymiarze teoretycznym, jak i praktycznym. Jakkolwiek aspekty ściśle związane z funkcjonowaniem analizowanych przedsiębiorstw można zaliczyć do dwóch odmiennych porządków (związki SE z III sektorem oraz przynależność CSR do sektora rynkowego), to w kwestii reprezentowanych przez te podmioty wartości można doszukać się pewnych podobieństw.

Artykuł podejmuje więc problematykę podstawowych wartości, które wyznaczają kierunki działalności analizowanych podmiotów oraz ich związków z różnymi formami kapitału. Tę aksjologiczną podstawę tworzą wartości związane z realizacją misji społecznej (szeroko rozumianej) oraz maksymalizacją zysku w sensie ekonomicznym. Odmiennie porządki aksjologiczne wyznaczają dwie grupy podmiotów, zbliżających się z jednej strony do realizacji misji społecznej, lub do generowania zysku, rozumianych jako idealnotypiczne wartości naczelne. Celem wywodu jest odpowiedź na pytanie o adekwatność apriorycznego umiejscowienia dwóch typów przedsiębiorstw na takim kontinuum w bliższym, bądź dalszym sąsiedztwie dwóch jego biegunów.

Definicje analizowanych podmiotów

Precyzyjne zdefiniowanie przedsiębiorczości społecznej jest zadaniem nie tyle trudnym, co wręcz niemożliwym. Można jednakże zaznaczyć, że tego typu podmioty tworzone są przede wszystkim w reakcji na potrzeby występujące w obszarach, w których ani sektor komercyjny, ani państwo nie są w stanie zapewnić zadowalającego rozwiązania (Defourny 2008). SE traktowane jako sedno, czy też kwintesencja ekonomii społecznej bywa inaczej pojmowane w tradycji kontynentalnej, anglosaskiej, czy azjatyckiej. Szczegółowe omówienie tych różnic nie jest celem niniejszego opracowania, warto jednak zaznaczyć, że wynikają one z odmiennego kontekstu społecznego, ekonomicznego, kulturowego i politycznego (Pacut 2012). W krajach anglosaskich trzeci sektor (i kojarzona z nim przedsiębiorczość społeczna – W.G.) jest powszechnie postrzegany jako wyraz indywidualizmu, natomiast w większości krajów zachodniej Europy, tego rodzaju organizacje uważane są za zbiorową siłę społeczną, wytwarzającą solidarność i fundamenty uspołecznienia (Anheier, Martens 2006). Ponadto definicje SE mogą uwzględniać aspekty prawno-instytucjonalne (specyficzne formy organizacyjne) lub normatywne (wspólne zasady odmiennych podmiotów). W polskich realiach za wzorcową formę przedsiębiorstwa społecznego w aspekcie prawno-instytucjonalnym uważa się spółdzielnię socjalną.

Jacek Tittenbrun zaznacza, że łączy ona w sobie charakterystyczny dla przedsiębiorstwa *modus operandi* z realizacją społecznych celów (Tittenbrun 2010).

Jacques Defourny wskazuje, że definiując przedsiębiorstwa społeczne należy przyjąć odpowiednie kryteria. Są to zarówno kryteria ekonomiczne, jak i społeczne. Pierwsza ich grupa kładzie nacisk na fakt, że SE wykazuje ciągłą aktywność w wytwarzaniu towarów i usług. Posiada autonomię oraz organa zarządcze. Jego fundatorzy, organizatorzy ponoszą ryzyko ekonomiczne połączone z ich aktywnością. Ponadto działania tych podmiotów nie są oparte wyłącznie na wolontariacie, lecz także posiadają pewne minimum etatowych pracowników. W wymiarze społecznym ich działalności należy przede wszystkim wskazać, że takie przedsiębiorstwo posiada ściśle określony cel służący społeczności i jej potrzebom, a nie tylko służący założycielom lub członkom przedsiębiorstwa. Zazwyczaj przedsiębiorstwo społeczne jest wspólną inicjatywą, dobrowolnym zrzeszeniem osób. Ma oddolny, obywatelski charakter, a proces podejmowania w nim decyzji nie jest związany tylko z własnością kapitałową, przywiązuje się tu większą wagę do demokratyzacji podejmowania decyzji (zasada: „jeden człowiek – jeden głos”). Może ono przynosić zyski, ale większość z nich jest reinwestowanych w działalność statutową (szeroko rozumianą) (Defourny 2007). Warto dodać, że wskazane kryteria są raczej pewnym zbiorem wskazówek, wytycznych odnośnie funkcjonowania SE, a nie „sztywnym” zestawem elementów konstytutywnych. Misja społeczna tego typu przedsiębiorstw koncentruje się przeważnie w obrębie inicjatyw w obszarze reintegracji społeczno-zawodowej kategorii zagrożonych wykluczeniem społecznym, usług społecznych, czy rozwoju lokalnego (Leś 2008).

Komisja Europejska definiuje społeczną odpowiedzialność przedsiębiorstw jako swoistą koncepcję zakładającą, że przedsiębiorstwa dobrowolnie uwzględniają problematykę społeczną oraz środowiskową w swojej działalności gospodarczej i stosunkach z zainteresowanymi stronami (Komisja Europejska 2011). Podobnie jak w przypadku SE, powyższa definicja jest także nieprecyzyjna. Należy zatem ją nieco doprecyzować. CSR zdaniem niektórych autorów stanowi jedno z ważniejszych wyzwań globalizacji. Pojmowana jest ona jako zestaw zobowiązań organizacji do odnowy i wzmocnienia społeczeństwa, w którym funkcjonuje (Griffin 2004). Z tego powodu społeczna odpowiedzialność podmiotów rynkowych nie powinna być redukowana wyłącznie do szeroko rozumianej filantropii. Tego typu podejście było rozpowszechnione w gospodarkach krajów rozwiniętych do lat 90. XX wieku. W Polsce jest ono dominujące do dziś. Przeważnie działania filantropijne przybierają formę wspar-

cia finansowego fundacji i stowarzyszeń, które zwracają się o pomoc do przedsiębiorstw. Takie postrzeganie CSR, szczególnie przez samych managerów sprawia, że jest ona traktowana jako dodatkowy koszt, a nie jako immanentna inwestycja i strategiczna szansa (Dymowski 2011). Tymczasem, jak pokazują dostępne opracowania, społeczna odpowiedzialność firm, będąca swoistą filozofią działania może w dłuższej perspektywie znacząco przyczynić się do pomnażania kapitału ekonomicznego przedsiębiorstwa, a także zrównoważonego rozwoju środowiska lokalnego, w którym taka firma funkcjonuje (Jędrzejowska 2006). Dbanie o środowisko naturalne, a także uwzględnianie w działalności gospodarczej interesu społecznego, to elementy istotne dla przedsiębiorców poważnie myślących o długoterminowej działalności. Kadra managerska takich podmiotów rozumie, że do efektywnego prowadzenia firmy niezbędne są zasoby naturalne oraz energia, a także zdolność środowiska do neutralizacji powstających w wyniku ich działalności zanieczyszczeń (*Wyzwania zrównoważonego rozwoju w Polsce* 2010). Obecnie CSR bywa utożsamiana ze zrównoważonym rozwojem, jest pojmowana znacznie szerzej niż jedynie działania filantropijne. Szeroko rozumiana dbałość o pracowników, zarówno w kontekście warunków pracy, jak też edukacji i rekreacji, jest jednym z czterech filarów społecznej odpowiedzialności biznesu. Pozostałe to: minimalizacja wpływu na środowisko, odpowiedzialne i etyczne zachowania biznesowe w odniesieniu do partnerów, dostawców i klientów. Ważne jest także bycie tzw. dobrym sąsiadem, co oznacza odpowiedzialność za wpływ na społeczność lokalną, wspieranie jej dobrobytu i rozwoju celem uzyskania oraz utrzymania legitymizacji działań firmy (Bosch 2010). Podsumowując charakterystykę CSR warto przytoczyć standard ISO 26000, który przedstawia siedem zasad społecznej odpowiedzialności. Są to:

- Odpowiedzialność (*accountability*);
- Przejrzystość (*transparency*);
- Etyczne zachowanie (*ethical behaviour*);
- Uwzględnianie potrzeb interesariuszy (*respect for stakeholder interests*);
- Przestrzeganie prawa (*respect for the rule of law*);
- Poszanowanie międzynarodowych norm zachowania (*respect for international norms of behaviour*);
- Respektowanie praw człowieka (*respect for human rights*) (*Współpraca międzysektorowa...2012*).

Bywa, że ściśle rozróżnienie pomiędzy przedsiębiorstwem społecznym, a CSR jest niemożliwe do uchwycenia. Pośrednio zwraca na to uwagę Kai Hockerst. Wskazując na trzy typy przedsiębiorstw społecznych autor wymienia przedsiębiorstwa komercyjne o celach społecznych (*social*

purpose business ventures). Przykładem są tu firmy *fair trade* (Hockerst 2010). Takie przedsiębiorstwa mogą być postrzegane zarówno w kategoriach CSR, jak i SE. Podstawą przyporządkowania danego podmiotu do jednej z dwóch kategorii jest zatem podstawa aksjologiczna zogniskowana albo wokół misji społecznej, albo generowania zysku.

Odmienne formy kapitału, a podstawa aksjologiczna działalności SE i CSR

Pomnażanie materialnych, jak również niematerialnych form kapitału ma zasadnicze znaczenie zarówno dla realizowania ważnej, społecznej misji, jak również dla generowania zysku. Dla celów tego opracowania, aby bardziej przejrzysto przedstawić analizowane wartości, zaadoptowana została teoria trzech form kapitału (ekonomicznego, ludzkiego i społecznego). Jest to swego rodzaju synteza różnych ujęć teoretycznych, aczkolwiek szczególne znaczenie ma tu teoria Pierre'a Bourdieu (Bourdieu 1986). Wprawdzie francuski socjolog w swojej teorii nie wspominał o kapitale ludzkim, lecz o kulturowym, ale w dużym uproszczeniu można je ze sobą utożsamić.¹ Ponadto bardzo ważne w kontekście podejmowanych w tym miejscu rozważań jest współistnienie oraz wzajemna konwersja różnych form kapitału względem siebie, co także jest jednym z fundamentów wspomnianej teorii.

Próbując wskazać związek odmiennych form kapitału oraz realizacji misji społecznej i generowania zysku warto przedstawić jak rozumiane są w niniejszym artykule owe formy, gdyż jako jedne z istotniejszych terminów w naukach społecznych mogą być rozumiane na różne sposoby.

Rozpoczynając od ukazania kapitału ekonomicznego należy zaznaczyć, że podstawę rozważań na temat tej formy można odnaleźć już w teorii Karola Marksa. Bywa on rozmaicie rozumiany, ale także w tym przypadku warto posłużyć się teorią Bourdieu. Autor ten traktuje kapitał ekonomiczny jako wszelkie zasoby finansowe oraz dobra materialne (Bourdieu 2004). Jest to niezwykle szeroka definicja, ale jej zaletą jest fakt, że poprzez jej pryzmat można postrzegać kapitał ekonomiczny zarówno jako aktywa, jak i pasywa przedsiębiorstwa. Mogą one przyczyniać się do dalszego pomnażania zysku lub realizacji celu społecznego. Warto pamiętać, że oba cele dotyczą zarówno SE jak i CSR. Tak postrzegany kapitał ekonomiczny jest kategorią znacznie szerszą niż zysk ekonomiczny traktowany jako

jedna z analizowanych w tym miejscu wartości. Można stwierdzić, że generowanie zysku jest jednym z elementów pomnażania ogólnie pojmowanego kapitału ekonomicznego. Gdy jednak zysk ten traktuje się w kategorii immanentnej wartości, to ta forma kapitału staje się środkiem do jej realizacji. Występuje tu swoista dialektyka. W przypadku realizacji misji społecznej wiele zależy od jej charakteru. Niemniej ochrona środowiska naturalnego, przeciwdziałanie wykluczeniu społecznemu, czy chociażby *fair trade*, są działaniami, które w dłuższej perspektywie mogą wykazać się podobną dialektyką.

Z kolei kapitał ludzki można potraktować jako zasób „wiedzy, umiejętności, kompetencji i innych atrybutów posiadanych przez jednostki, które sprzyjają tworzeniu osobistego, społecznego i ekonomicznego dobrobytu” (OECD 2001). Istotne jest w tym przypadku, że zasób ten przyczynia się do reprodukcji dobrobytu na poziomie jednostkowym oraz społecznym, pojmowanego zgodnie z teorią ekonomii (Żylicz 2010). Kapitał ludzki jest więc zasobem strategicznym przedsiębiorstwa. Kompetencje, umiejętności jednostkowe mogą z jednej strony stanowić środek do maksymalizacji zysku, ale także środek do realizacji misji społecznej. Trudno sobie wyobrazić, aby realizować cel przedsiębiorstwa społecznego, czy też projekt przedsiębiorstwa zorientowanego społecznie, nie mając odpowiednio wykształconej kadry specjalistów. Co niemniej ważne podnoszenie poziomu kapitału ludzkiego może stanowić jednocześnie cel misji społecznej przedsiębiorstwa. Rozwój tej formy kapitału został doceniony przez Unię Europejską. Jeden z programów operacyjnych Europejskiego Funduszu Społecznego nosi nazwę *Kapitał Ludzki*. Jego celem jest umożliwienie pełnego wykorzystania potencjału zasobów ludzkich poprzez wzrost zatrudnienia oraz potencjału adaptacyjnego przedsiębiorstw i ich pracowników, podniesienie poziomu wykształcenia społeczeństwa, zmniejszenie obszarów wykluczenia społecznego oraz wsparcie budowy struktur administracyjnych państwa. Program wspiera następujące obszary: zatrudnienie, edukację, integrację społeczną, rozwój potencjału adaptacyjnego pracowników i przedsiębiorstw, a także zagadnienia związane z rozwojem zasobów ludzkich na terenach wiejskich, z budową sprawnej i partnerskiej administracji publicznej wszystkich szczebli oraz z promocją zdrowia (Ministerstwo Rozwoju Regionalnego... 2007). Przywoływanie rzeczono programu UE jest w kontekście podejmowanych rozważań o tyle istotne, że znaczna część SE oraz CSR skorzystało ze wsparcia udzielanego w ramach PO KL.

¹ Operacjonalizacja wskazanych form kapitału znajduje się w dalszej części wywodu. Wspomniana synteza ujęć teoretycznych jest właśnie uwidoczniła w tym miejscu, gdyż teoria Bourdieu stanowi jedynie „szkielet”, ponieważ rozumienie poszczególnych form kapitału nie jest w każdym wypadku tożsame z propozycją autora *Zmysłu praktycznego i Męskiej dominacji*.

Kolejna z analizowanych form kapitału stanowi jego społeczną odmianę. Francis Fukuyama w definiowaniu kapitału społecznego, kładzie nacisk na zestaw nieformalnych wartości oraz norm etycznych, które są wspólne dla członków danej grupy (instytucji, organizacji). Zasady te umożliwiają skuteczne współdziałanie (Fukuyama 2000). Taki system aksjonormatywny nie jest nakierowany wyłącznie na partykularny interes partnerów interakcji. Jak trafnie zauważa Piotr Sztompka „po długim okresie dominacji <<twardego>>, instrumentalnego obrazu więzi społecznych opartych na interesie i kalkulacji, relacji opartych na względach finansowych, na indywidualistycznej, egoistycznej racjonalności jesteśmy świadkami ponownego odkrycia drugiego oblicza społeczeństwa: obszaru <<miękkich>> więzi moralnych” (Sztompka 2007). Z kolei Robert Putnam jest zdania, że większość elementów kapitału społecznego stanowi zasoby, których ilość raczej wzrasta, niż maleje w trakcie używania i które stopniowo zanikają, jeżeli nie są używane (Putnam 1995). Ciekawy jest fakt, że ten sam autor twierdzi, że „kapitał społeczny oznacza sieć kontaktów społecznych – robienie czegoś z kimś. Natomiast robienie czegoś dobrego dla innych, jakkolwiek chwalebne, nie jest elementem definicji kapitału społecznego” (Putnam 2008). Cytat ten można powiązać z działalnością filantropijną przedsiębiorstw komercyjnych. Jakkolwiek stanowią one element CSR, nie przyczyniają się (stosując optykę amerykańskiego politologa) do pomnażania społecznej wersji kapitału. Warto pamiętać, że jego wzrost jest szczególnie istotny w rozwoju gospodarczym na co wskazuje wspomniany już Francis Fukuyama (Fukuyama 1997). Wzrost ten występuje zarówno na poziomie makro, jak i mikro. Z tego powodu przedsiębiorstwa zorientowane społecznie powinny w dążeniu do samorozwoju zwrócić szczególną uwagę na kwestie efektywnej współpracy i/lub koegzystencji w środowisku swojego działania. Jest to zarówno środowisko w sensie społecznym, jak i ekologicznym. Wartości i normy stanowiące wspólny element działań CSR oraz środowiska funkcjonowania przedsiębiorstwa w łatwy sposób mogą przyczynić się do sukcesu takiego podmiotu. Możliwe jest, że będą one stanowić element realizacji społecznej misji, która to przybierze formę np. inwestycji przedsiębiorstwa w kapitał ludzki środowiska lokalnego. W przyszłości stworzy on zasób wykwalifikowanej kadry dla firmy. Innym przykładem jest preferowanie dostawców z danego obszaru. Zapewniając im stałość rynku zbytu, system preferencji oraz nagród, firma zdobywa ich zaufanie. Przedsiębiorstwo zyskuje natomiast gwarancję stałości dostaw oraz jakości otrzymywanych produktów. Przynosi to korzyść wszystkim zainteresowanym stronom. Powyższe przykłady pokazują, że generowanie zysku może iść w parze z realizacją misji

społecznej. Wzrost kapitału społecznego – działań sieciowych, wypracowania wspólnej płaszczyzny aksjonormatywnej, jest konieczną podbudową koordynacji wskazanych celów. W przypadku SE rola kapitału społecznego koncentruje się zazwyczaj na kwestii (re)integracji społeczno-zawodowej osób zaliczonych do kategorii zagrożonych wykluczeniem społecznym. W tym aspekcie kapitał społeczny jest wykorzystywany do zapewnienia spójności społecznej i (od)budowy więzi społecznych pracowników SE i/lub jego beneficjentów, co jest rozpatrywane jako realizacja misji społecznej. Oczywiście przedsiębiorstwa społeczne mogą koncentrować swoją uwagę na wielu działaniach postrzeganych w kategoriach misji, niemniej wskazany przykład jest znamienny, ponieważ w polskich warunkach właśnie (re)integracja stanowi główne zadanie SE (*Ustawa o spółdzielniach socjalnych...* 2006).

Świadomość znaczenia pomnażania różnych form kapitału w procesie maksymalizacji zysków przedsiębiorstwa jest łatwe do uchwycenia w wypowiedziach managerów firm realizujących zasady CSR. „Chcąc utrzymać stabilne w czasie zyski musimy odtwarzać kapitał zainwestowany w przedsięwzięcie. Kapitał ten może przybrać pięć odmiennych postaci: kapitału społecznego, reputacji (aktywa niematerialne), kapitału finansowego, rzeczowego i ludzkiego. Te formy kapitału są podstawowymi czynnikami produkcji. Muszą one być opłacane dochodami z prowadzonego przedsięwzięcia. Jeżeli zaniedba się płacenie za kapitał, wkrótce straci się do niego dostęp. Straci on więc swą rentowność. Jeżeli zabraknie odpowiedniego zasilania kapitałowego, interes upadnie. Mądrze kierujący biznesem osiąga zyski na takie sposoby, które zachowują dostęp do wszelkich form kapitału. Przedsiębiorstwo nie jest ani niezależne, ani samowystarczalne, przeciwnie, w istotny sposób zależy od wielu czynników kontrolowanych przez innych. Aby prosperować, musi zadowalać innych. To służenie jest działaniem etycznym, podporządkowaniem siebie temu, co jest poza własnym ja” (Young 2006). Powyższa wypowiedź wskazuje na istnienie aż pięciu form kapitału, jednakże bez zbyt dużego obniżania wartości poznawczej wywodu można przyporządkować reputację do kapitału ludzkiego, a kapitał rzeczowy i finansowy potraktować zbiorczo jako kapitał ekonomiczny. Warto dodać, że uzyskiwanie stabilnych w czasie zysków jest wartością istotną także dla SE. Jak zostało wskazane wcześniej, bez odpowiedniego zaplecza finansowego niemożliwe jest realizowanie misji społecznej.

Dwoistość celów, dwoistość wartości

Misja społeczna oraz generowanie zysku mogą być postrzegane jako przeciwstawne bieguny, na co zresztą wskazuje wstęp niniejszego artykułu. Ma to pewne uzasadnienie, gdy chce się umieścić badane przedsiębiorstwa w określonym otoczeniu, które może być kojarzone z sektorem pozarządowym lub komercyjnym. Poniższy schemat zaczerpnięty od Kim S. Alter (Alter 2008a) ukazuje dwie grupy instytucji/organizacji umiejscowionych wokoło dwóch naczelných wartości: misji społecznej lub generowania zysku ekonomicznego. Tradycyjnie organizacja *non-profit* oraz firmy nastawione wyłącznie na generowanie zysku stanowią krańce kontinuum. Jak łatwo zauważyć, zarówno przedsiębiorstwa społeczne, jak i przedsiębiorstwa odpowiedzialne społecznie są kategoriami sąsiadującymi, można więc w dużym uproszczeniu założyć, że wykazują więcej cech wspólnych między sobą niż w stosunku do biegunowych podmiotów.

- | | | |
|---|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> • Tradycyjne organizacje <i>non-profit</i> • Organizacje <i>non-profit</i> prowadzące działalność gospodarczą • Przedsiębiorstwa społeczne • Firmy odpowiedzialne społecznie • Firmy stosujące zasady odpowiedzialności społecznej • Firmy nastawione wyłącznie na generowanie zysku | } | <p>Misja społeczna</p>

<p>Generowanie zysku</p> |
|---|---|--|

Wspomniana autorka w odniesieniu do SE wskazuje na dwoistość celów, która dotyczy z jednej strony misji społecznej, z drugiej natomiast celów *stricte* finansowych. W pierwszym przypadku chodzi o tworzenie wartości społecznych, które są bardzo różne w zależności od profilu działalności przedsiębiorstwa. W drugim przypadku uwaga skierowana jest na utrzymanie stabilności finansowej. Metody finansowania dotyczą praktyk obejmujących zarówno działalność firm prywatnych (tu uwidacznia się związek z CSR – W.G) oraz działania organizacji *non-profit*. Kim S. Alter odwołuje się również do koncepcji wartości mieszanej (*blended value*) – tradycyjnie uważano, że organizacje trzeciego sektora są odpowiedzialne za działalność społeczną oraz środowiskową, a podmioty nastawione na generowanie zysku na wartość gospodarczą. W rzeczywistości obydwa rodzaje organizacji generują wszystkie trzy typy wartości (Alter 2008a). Jest to szczególnie widoczne w przypadku SE oraz CSR. Podobnie jak przywoływany wcześniej Kai Hockerst również Alter pośrednio ukazuje fakt trudności w odróżnieniu przedsiębiorstw społecznych oraz przed-

siębiorstw odpowiedzialnych społecznie, co jest związane z dwoistością naczelných wartości. Wskazane w typologii przedsiębiorstw społecznych (wyodrębnionej ze względu na powiązanie z misją) – przedsiębiorstwo społeczne niezwiązane z misją (*social enterprise unrelated to mission*) może być potraktowane jako przedsiębiorstwo odpowiedzialne społecznie *per se*. Takie przyporządkowanie wynika z faktu, że motyw utworzenia takich przedsiębiorstw związany jest głównie z generowaniem potencjalnego zysku. Działalność rynkowa może być w pewnej mierze związana z działalnością społeczną, czy też funkcjonować w powiązaniu z usługami *non-profit*, ale stanowi ona podstawową wartość w tym przypadku (Alter 2008b).

Realizacja istotnego celu społecznego ma w przypadku CSR znaczenie także ze względu na przekonanie wielu menedżerów, że działania odpowiedzialne to doskonałe narzędzie zarządzania tak ryzykiem biznesowym, jak i szansami rynkowymi. Właściwie ukierunkowana strategia, oparta o zasady CSR, może pomóc rozładować napięcia w stosunkach z interesariuszami, a nawet wyeliminować występowanie potencjalnego ryzyka, które mogłyby odbić się negatywnie na długoterminowej wartości firmy, a więc także na wysokości generowanego przez nią zysku (Dymowski 2006).

Społeczna odpowiedzialność firmy komercyjnej może być postrzegana jako ekwiwalent społecznej misji realizowanej przez przedsiębiorstwo społeczne. Chociaż takie stwierdzenie może budzić wątpliwości należy zdać sobie sprawę, że oddziaływanie społeczne (jakkolwiek trudne do zmierzenia) (Jaruszek-Kopacz 2008) może być bardziej efektywne (zakładając, że zarówno CSR oraz SE dysponują podobnym potencjałem) w przypadku firmy komercyjnej, niż przedsiębiorstwa społecznego. Skoncentrowanie uwagi SE tylko i wyłącznie na misji może spowodować, że jej efektywność ekonomiczna będzie znikoma, a tym samym środki na realizację założonego celu społecznego mogą okazać się niewystarczające. W przypadku CSR maksymalizacja zysku finansowego, jako zasada naczelną, teoretycznie powoduje, że efektywność ekonomiczna jest w tym przypadku większa. Tym samym takie przedsiębiorstwo jest w stanie przeznaczyć większe środki na cel społeczny. Podstawowa różnica w warstwie aksjologicznej jest w tym przypadku taka, że SE powinno traktować misję społeczną jako wartość autoteliczną, a generowanie zysku jako wartość instrumentalną. Dla CSR z kolei realizacja celu społecznego jest działaniem instrumentalnym, podporządkowanym wzrostowi kapitału ekonomicznego, jako wartości autotelicznej przedsiębiorstwa. Niemniej oba typy podmiotów wykorzystują jako podstawę funkcjonowania (realną lub deklaracyjną) dwie naczelné wartości.

Podsumowanie

Przedsiębiorstwa społeczne oraz firmy odpowiedzialne społecznie zaliczane są do dwóch odmiennych sektorów - sektora pozarządowego oraz sektora rynkowego. Wydaje się, że takie (w wielu przypadkach) arbitralne przyporządkowanie sprawia, że wiąże się je ściśle z realizacją odmiennych wartości. Przyjmując perspektywę instytucjonalną w polskich realiach, nie stanowi problemu określenie przynależności danego przedsiębiorstwa do SE lub CSR. Jednakże podejście normatywne może budzić już pewne wątpliwości w tym względzie. Jest to szczególnie warte podkreślenia, gdy uwzględni się niemal równą potrzebę generowania i wykorzystywania różnych form kapitału przez oba typy przedsiębiorstw. Optyka normatywna wskazuje ponadto, że zarówno realizacja celu społecznego, jak i generowanie zysku powinny być wartościami uwzględnianymi w działaniach SE oraz CSR. Podstawową różnicą jest instrumentalne lub autoteliczne traktowanie wskazanych wartości przez przedsiębiorstwa. To ten aspekt w znacznej mierze warunkuje, czy daną firmę można kwalifikować jako przedsiębiorstwo społeczne lub jako przedsiębiorstwo odpowiedzialne społecznie.

Bibliografia

- Alter K. S., (2008a), *Przedsiębiorstwo społeczne w szerszym kontekście* [w:] Wygnański J. J. red., *Przedsiębiorstwo społeczne. Antologia Kluczowych Tekstów*, Warszawa: FISE.
- Alter K. S., (2008b), *Rodzaje przedsiębiorstw społecznych* [w:] Wygnański J. J. red., *Przedsiębiorstwo społeczne. Antologia Kluczowych Tekstów*, Warszawa: FISE.
- Anheier H. K., Mertens S., (2006), *Sektor non-profit w perspektywie międzynarodowej i europejskiej: dane, teoria, statystyka* [w:] Wygnański J. J. red., *Trzeci sektor dla zaawansowanych. Współczesne teorie trzeciego sektora – wybór tekstów*, Warszawa: Stowarzyszenie Klon/Jawor.
- Bosch G., (2010), *System zarządzania zrównoważonym rozwojem* [w:] Kronenberg J., Bergier T., red., *Wyzwania zrównoważonego rozwoju w Polsce*, Kraków: Fundacja Sendzimira.
- Bourdieu P., (1986), *The Forms of Capital* [in:] Richardson J. G., eds., *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education*, New York: Greenwood.
- Bourdieu P., (2004), *Męska dominacja*, Warszawa: Oficyna Naukowa.
- Defourny J., (2008a), *Od trzeciego sektora do przedsiębiorstwa społecznego* [w:] Wygnański J. J. red., *Przedsiębiorstwo społeczne. Antologia Kluczowych Tekstów*, Warszawa: FISE.
- Defourny J., (2008b), *Rola europejskiej spółdzielczości i przedsiębiorstw społecznych w gospodarce rynkowej i polityce publicznej* [w:] Chodura P., Leś E., Ołdak M., red., *Obszary gospodarki społecznej. Doświadczenia Partnerstwa na Rzecz Rozwoju Tu jest praca*, Warszawa: Ministerstwo Pracy i Polityki Społecznej, Uniwersytet Warszawski.
- Dymowski J., (2006), *Jak rozumiemy rolę CSR w TP* [w:] Jędrzejowska M., red., *Rozmowy o dobrym biznesie. Spotkania z polskimi przedsiębiorcami*, Warszawa: Grupa BOSS.
- Dymowski J., (2011), *Społeczna odpowiedzialność a biznes* [w:] Bonikowska M., Grewiński M., red., *Usługi społeczne odpowiedzialnego biznesu*, Warszawa: WSP TWP.
- Fukuyama F., (1997), *Zaufanie: kapitał społeczny a droga do dobrobytu*, Warszawa-Wrocław: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Fukuyama F., (2000), *Wielki wstrząs. Natura ludzka a odbudowa porządku społecznego*, Warszawa: Bartelsmann.
- Griffin R. W., (2004), *Podstawy zarządzania organizacjami*, Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Hockerst K., (2010), *Źródła możliwości powstania i działania przedsiębiorstw komercyjnych o celach społecznych* [w:] Mair J., Robinson J., Hockerst K., red., *Przedsiębiorczość społeczna*, Warszawa: WSP, TWP.
- Jędrzejowska M., red., (2006), *Rozmowy o dobrym biznesie. Spotkania z polskimi przedsiębiorcami*, Warszawa: Grupa BOSS.
- Juraszek-Kopacz B., Tyrowicz J., (2008), *Zmierzyć niemierzalne, czyli o pomiarze oddziaływania społecznego* [w:] *Poradnik dla organizacji pozarządowych i przedsiębiorstw społecznych*, Warszawa: Klon/Jawor.
- Komisja Europejska: Odnowiona strategia UE na lata 2011-2014 dotycząca społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw*, KOM (2011) 681, Bruksela 25.10.2011, s. 4, dokument dostępny na stronie: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2011:0681:FIN:PL:PDF> [15.09.2012].
- Kronenberg J., Bergier T., red., (2010), *Wyzwania zrównoważonego rozwoju w Polsce*, Kraków: Fundacja Sendzimira.
- Leś L., (2008), *Koncepcje gospodarki społecznej w rozwoju lokalnym i nowej polityce społecznej* [w:] Leś E., Ołdak M., red., *Podstawy kształcenia z zakresie przedsiębiorczości społecznej. Pakiet edukacyjny*, Warszawa: Uniwersytet Warszawski.
- Ministerstwo Rozwoju Regionalnego: Program Operacyjny KAPITAŁ LUDZKI*, (2007), Warszawa: Narodowe Strategiczne Ramy Odniesienia 2007 – 2013.
- OECD, (2001), *The Well-being of Nations. The Role of Human and Social Capital*, Paris: OECD.
- Pacut A., (2012), *Kontynentalny model ekonomii społecznej* [w:] Fraczek M., Hausner J., Mazur S., *Wokół ekonomii społecznej*, Kraków: Małopolska Szkoła Administracji Publicznej Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie.
- Putnam R. D., (1995), *Demokracja w działaniu. Tradycje obywatelskie we współczesnych Włoszech*, Kraków – Warszawa: Wydawnictwo Znak, Fundacja im. Stefana Batorego.
- Putnam R. D., (2008), *Samotna gra w kręgle. Upadek i odrodzenie wspólnot lokalnych w Stanach Zjednoczonych*, Warszawa: Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne.
- Sztompka P., (2007), *Zaufanie. Fundament społeczeństwa*, Kraków: Wydawnictwo Znak.
- Tittenbrun J., (2010), *Własność sily roboczej a spółdzielnie socjalne jako mechanizm walki z wykluczeniem społecznym* [w:] Tittenbrun J., red., *Spółdzielnie socjalne skuteczny mechanizm walki z wykluczeniem społecznym czy ślepa uliczka?*, Poznań: Nakom.
- Ustawa o spółdzielniach socjalnych z dnia 27 kwietnia 2006 roku Dz. U. Nr. 94, poz. 651.
- Współpraca międzysektorowa na rzecz CSR na Śląsku*, (2012), Warszawa: Forum Odpowiedzialnego Biznesu, Katowice: Izba Rzemieślnicza oraz Małej i Średniej Przedsiębiorczości.
- Wyzwania zrównoważonego rozwoju w Polsce*, (2010), Kraków: Fundacja Sendzimira.
- Young S., (2006), *Czy kapitalizm może być etyczny?* [w:] Jędrzejowska M., red., *Rozmowy o dobrym biznesie. Spotkania z polskimi przedsiębiorcami*, Warszawa: Grupa BOSS.
- Żylicz T., (2010), *Elementy teorii zrównoważonego rozwoju* [w:] *Wyzwania zrównoważonego rozwoju w Polsce*, Kraków: Fundacja Sendzimira.