

JANUSZ REICHEL*, AGATA RUDNICKA**, BŁAŻEJ SOCHA***

GOSPODARKA SPOŁECZNA – NIEODKRYTY POTENCJAŁ RYNKU PRACY****

I. WPROWADZENIE

Mimo wielu lat funkcjonowania gospodarki społecznej wydaje się, że jej potencjał nie jest dostatecznie wykorzystywany. Gospodarka społeczna to część systemu ekonomicznego, w którym zwraca się uwagę na integrację i włączenie osób, które z różnych przyczyn, w tym z powodu cech psychospołecznych czy sytuacji życiowej, znajdują się w sytuacji wykluczenia lub są nim zagrożone. Termin „ekonomia społeczna” jest często używany zamiennie z terminem „gospodarka społeczna” oraz określeniem „przedsiębiorczość społeczna”, odnoszącym się do aktywności przedsiębiorczej w tym obszarze gospodarki. Wynika to częściowo z różnych podejść do tłumaczenia terminologii z tego zakresu na język polski. W niniejszym artykule powyższe terminy stosowane będą zamiennie.

Gospodarka społeczna jest odpowiedzią na wyzwania konkurencyjnego rynku pracy, który nie zawsze jest przyjazny dla wszystkich jego potencjalnych uczestników. Jedną z grup, która może odczuwać problemy związane z odnalezieniem się na współczesnym rynku pracy, są młodzi ludzie. W 2018 r. odsetek młodych ludzi w wieku 16–29 lat zagrożonych ubóstwem lub wyklu-

* Janusz Reichel, Uniwersytet Łódzki,
janusz.reichel@uni.lodz.pl, <https://orcid.org/0000-0002-7594-380X>.

** Agata Rudnicka, Uniwersytet Łódzki,
agata.rudnicka@uni.lodz.pl, <https://orcid.org/0000-0002-9151-4263>.

*** Błażej Socha, Uniwersytet Łódzki,
blazej.socha@uni.lodz.pl, <https://orcid.org/0000-0002-2422-6851>.

**** Niniejsza publikacja powstała jako rezultat prac przy projekcie „OPEN MIND – gamified platform and open online course in Social Entrepreneurship for female learners and students from diverse fields of study” (nr 2016-1-BG01-KA203-023754), przy wsparciu finansowym Komisji Europejskiej w ramach programu Erasmus+. Publikacja odzwierciedla jedynie stanowisko jej autorów i Komisja Europejska oraz Narodowa Agencja Programu Erasmus+ nie ponoszą odpowiedzialności za jej zawartość merytoryczną. Badania dofinansowane ze środków finansowych na naukę w latach 2017–2018 przyznanych na realizację projektu międzynarodowego współfinansowanego (Umowa nr 774/Erasmus+/2017/2).

czeniu społecznym w UE wyniósł 26,3%, co oznacza 20,6 mln młodych ludzi¹. Podobna sytuacja występuje w Polsce. W Krajowym Programie Rozwoju Ekonomii Społecznej do 2023 roku. Ekonomia Solidarności Społecznej celem głównym jest podniesienie ekonomii społecznej i solidarnej do rangi istotnego instrumentu aktywnej polityki społecznej, wsparcia rozwoju społecznego oraz lokalnego. Wskazuje się w nim również na potrzebę zwiększenia liczby wysokiej jakości miejsc pracy w przedsiębiorstwach społecznych dla osób zagrożonych wykluczeniem społecznym oraz upowszechnienie pozytywnych postaw wobec ekonomii społecznej i solidarnej. Założenia poparte są konkretnymi celami, np. do roku 2023: „powstanie 35 tys. nowych, wysokiej jakości miejsc pracy w przedsiębiorstwach społecznych dla osób zagrożonych wykluczeniem społecznym”, „liczba podmiotów ekonomii społecznej i solidarnej prowadzących działalność gospodarczą lub odpłatną działalność pożytku publicznego zwiększy się o 5 tys.” oraz „członkostwo osób młodych (16–34 lata) w podmiotach ekonomii społecznej i solidarnej zwiększy się do 28%”².

Celem artykułu była ocena znajomości koncepcji przedsiębiorczości społecznej wśród osób mających rozpocząć aktywność zawodową. Celem towarzyszącym było zbadanie czynników decydujących o wyborze danego sektora jako przyszłego miejsca pracy. Artykuł ma charakter empiryczny. Przedstawiono w nim wyniki badań prowadzonych na grupie osób kończących pierwszy etap studiów oraz wchodzących na rynek pracy. Celem badań było zbadanie podejścia do przedsiębiorczości społecznej jako potencjalnego rynku pracy wśród osób kończących studia wyższe. Sformułowano następujące pytania badawcze: jaka jest wiedza studentów na temat przedsiębiorczości społecznej? czy znają oni działające przedsiębiorstwa społeczne oraz czy posiadają wiedzę na temat cechy opisujących przedsiębiorstwo społeczne? czy istnieją w tych kwestiach różnice pomiędzy studentami kierunków ekonomicznych i pozaekonomicznych? czy na wiedzę w wyżej wymienionym zakresie wpływa fakt uczestnictwa w zajęciach dających wprowadzenie do rynku pracy? jakie są plany zawodowe respondentów i kryteria wyboru przyszłego pracodawcy i czy mają one związek z ich wiedzą na temat przedsiębiorczości społecznej?

Artykuł podzielony został na trzy części. W pierwszej części przybliżono ideę gospodarki społecznej jako elementu gospodarki rynkowej. Celem artykułu nie jest wszechstronne omówienie warunków prawnych, finansowych i społecznych, w jakich obecnie działa gospodarka społeczna w Polsce, gdyż nie jest to możliwe w ramach typowych dla artykułu. Dlatego autorzy zwracają jedynie uwagę na niektóre zasadnicze kwestie w tym zakresie i odsyłają do innych publikacji, które poświęcone są gospodarce społecznej. Druga część to wyniki badań własnych. Zwrócono w nich, zgodnie z pytaniami badawczymi, szczególną uwagę na znajomość koncepcji oraz na postrzeganie przedsiębiorczości społecznej jako elementu rynku pracy. W ostatniej części na bazie wyników badań sformułowano rekomendacje dotyczące możliwości rozwijania gospodarki społecznej.

¹ Eurostat (2019).

² MPPiPS (2019): 19 i 76.

II. PRZEDSIĘBIORCZOŚĆ SPOŁECZNA WSPARCIEM DLA GOSPODARKI

Rola przedsiębiorstw społecznych jako elementu rynku pracy wydaje się coraz bardziej doceniana³. Pytanie, czy studenci zdają sobie również sprawę z tego, że rynek pracy jest zróżnicowany i że przedsiębiorstwa społeczne mogą być miejscem rozwoju ich kariery, dotyczy studentów różnych kierunków studiów. Wydaje się, że w ramach swojej specjalności zwykle poszukują oni pracy w pewnym ograniczonym zestawie organizacji kojarzonych z daną specjalizacją. Tymczasem rynek pracy staje się coraz bardziej zróżnicowany. Zanikają różnice między poszczególnymi rodzajami organizacji. Profesjonalizuje się sektor społeczny ze swoimi organizacjami pozarządowymi i przedsiębiorstwami społecznymi, rośnie jego potencjał gospodarczy⁴. Natomiast organizacje biznesowe aspirują do tworzenia kapitału społecznego i coraz częściej uwzględniają kwestie społeczne i środowiskowe w swoich modelach biznesowych⁵.

Konkurencyjny rynek pracy oznacza, że nie każdy znajdzie szansę na rozwój kariery zawodowej w planowanym zawodzie. Powoduje to konieczność doskonalenia umiejętności lub podjęcia pracy w innych sektorach. Jednym z nich jest sektor pozarządowy z przedsiębiorstwami społecznymi. Organizacje pozarządowe i gospodarka społeczna mają ze sobą wiele wspólnego, np. misję społeczną, wykorzystanie innowacji społecznych do osiągania własnych celów, reinwestowanie funduszy na cele społeczne itp. Gospodarka społeczna, podobnie jak tradycyjnie rozumiany sektor organizacji pozarządowych, wykracza poza sektor publiczny (państwo) i poza sektor prywatny (rynek).

Cytowany już Krajowy Program Rozwoju Ekonomii Społecznej definiuje gospodarkę społeczną jako sferę „aktywności obywatelskiej i społecznej, która przez działalność gospodarczą i działalność pożytku publicznego służy: integracji zawodowej i społecznej osób zagrożonych marginalizacją społeczną, tworzeniu miejsc pracy, świadczeniu usług społecznych użyteczności publicznej (na rzecz interesu ogólnego) oraz rozwojowi lokalnemu”⁶. Gospodarka społeczna to zatem pewien obszar praktyki gospodarowania. Można ją rozumieć – patrząc z punktu widzenia sektora publicznego – jako: „narzędzie mobilizacji gospodarczej i społecznej zaniedbanych społeczności/obszarów lokalnych” oraz formułę „zwiększenia uczestnictwa ich członków/mieszkańców w wymianie życia gospodarczego i publicznego”⁷. Równocześnie jest to również pewien obszar refleksji teoretycznej nad tak rozumianym sektorem gospodarki.

Brak ciągłości rozwoju, na co złożyły się II wojna światowa, a następnie okres komunizmu, spowodował, że rozwijająca się wcześniej na terenie Polski gospodarka społeczna niemal zniknęła z mapy gospodarczej kraju, mimo że w czasach komunizmu jedna z jej form (spółdzielczość) została wyniesiona do

³ Zob. m.in.: Defourny, Nyssens (2008); Borzaga et al. (2014); Haugh (2005).

⁴ Stankiewicz, Seiler (2013).

⁵ Visser (2010); Carroll, Shabana (2010).

⁶ MPPiPS (2019): 10.

⁷ Kaźmierczak, Rymśza (2007): 11.

rangi jednego z głównych rozwiązań ustrojowych dotyczących własności. Po roku 1989 powróciła dyskusja na temat gospodarki społecznej i wracają do łask jej typowe podmioty (w tym autentyczna spółdzielczość). Nie bez znaczenia jest także wstąpienie Polski do Unii Europejskiej, gdzie ciągłość rozwoju doprowadziła do znacznego rozwoju ekonomii społecznej (np. we Włoszech czy Wielkiej Brytanii).

Sektor gospodarki społecznej prezentuje działania o zróżnicowanym charakterze: od reintegracji społecznej po profesjonalne organizacje zajmujące się ochroną środowiska, demokracją gospodarczą, odbudową postaw obywatelskich itp.⁸ Marek Rymśza do cech współczesnego modelu ekonomii społecznej w krajach członkowskich Unii Europejskiej zalicza m.in.:

- obudowywanie przez podmioty ekonomii społecznej „normalnego rynku”;
- oparcie na zasadzie inkluzji wykluczonych;
- zatrudnienie wspierane i zatrudnienie socjalne subsydiowane ze środków publicznych⁹.

Przedsiębiorstwa społeczne – w odróżnieniu od typowych organizacji pozarządowych – to jednak głównie przedsiębiorstwa, które prowadzą działalność, ponosząc ryzyko. Ponadto obok działalności gospodarczej wyznaczają sobie cele społeczne i inwestują wygenerowane nadwyżki – w zależności od tych celów – we własną działalność lub w społeczność i nie kierują się wyłącznie potrzebą osiągnięcia maksymalnego zysku dla właścicieli (akcjonariuszy)¹⁰. W niektórych krajach, takich jak Polska, różne rodzaje organizacji pozarządowych podejmujących działalność gospodarczą postrzegane są również jako przedsiębiorstwa społeczne.

Dane dotyczące zatrudnienia w organizacjach pozarządowych nie są tak optymistyczne jak w przypadku organizacji biznesowych, ale pokazują, że istnieje potencjał tego sektora rynku pracy. W Polsce w 2018 r. zatrudnienie w samych tylko organizacjach non profit na podstawie umów o pracę wyniosło 141,4 tys. osób¹¹, co stanowi około 1% rynku pracy, podczas gdy zatrudnienie (umowy o pracę) w całym sektorze socjalnym stanowią około 3% rynku pracy. Pokazuje to, że sektor ten jest obecnie stosunkowo niewielki. Należy jednak zauważyć, że sektor socjalny w Belgii, Francji, Luksemburgu i Holandii w porównaniu z całkowitą pracą najemną wynosi ok. 9%¹². Możemy zatem przypuszczać, że sektor ten będzie się rozwijał, zwłaszcza jeśli polska gospodarka rozwijać się będzie w sposób typowy dla gospodarek zachodnich. Również nowe trendy na rynku pracy mogą zmienić obecną strukturę zatrudnienia na korzyść organizacji społecznych.

Literatura wspomina o prawdopodobnych trzech głównych trendach generujących miejsca pracy w najbliższej przyszłości: wyższe wydatki na zdrowie i edukację dzięki rosnącym dochodom; więcej miejsc pracy związa-

⁸ Leś (2005): 37.

⁹ Rymśza (2007): 3.

¹⁰ Branco (2007).

¹¹ GUS (2018).

¹² Monzón, Chaves (2017): 69.

nych z opieką zdrowotną z powodu starzenia się populacji oraz miejsc pracy związanych z opracowywaniem i wdrażaniem nowych technologii¹³. Może to potencjalnie zwrócić uwagę ludzi na organizacje pozarządowe i przedsiębiorstwa społeczne, zwłaszcza te, które zajmują się problemami zdrowotnymi i osobami starszymi.

Pojęcie przedsiębiorczości społecznej jest szeroko dyskutowane przez badaczy próbujących zrozumieć i opisać jej fenomen¹⁴, a także wśród praktyków, którzy poszukują skutecznych metod zarządzania tego rodzaju organizacjami. Istnieje wiele definicji przedsiębiorczości społecznej¹⁵. „Przedsiębiorczość społeczna obejmuje działania i procesy podejmowane w celu odkrywania, definiowania i wykorzystywania możliwości w celu zwiększenia bogactwa społecznego przez tworzenie nowych przedsięwzięć lub zarządzanie istniejącymi organizacjami w innowacyjny sposób”¹⁶. Jest to „proces obejmujący innowacyjne wykorzystanie i połączenie zasobów w celu wykorzystania możliwości katalizowania zmian społecznych i/lub zaspokojenia potrzeb społecznych”¹⁷. Według Christiana Seelos i Johanny Mair „przedsiębiorczość społeczna tworzy nowe modele dostarczania produktów i usług bezpośrednio zaspokajających podstawowe potrzeby ludzkie, które są nadal niezaspokojone przez obecne instytucje gospodarcze lub społeczne”¹⁸. Można uznać, że jest to swego rodzaju „koncepcja klastrowa, co implikuje, że przedsiębiorczość społeczna jest reprezentacją połączonej jakości różnych podpojęć, tj. tworzenie wartości społecznej, przedsiębiorca społeczny, przedsiębiorstwo społeczne i jego organizacja, orientacja rynkowa i innowacje społeczne”¹⁹.

Temat przedsiębiorczości społecznej jest zatem złożony. Istnieje wiele dyskursów dotyczących systemów prawnych, korzeni kulturowych i orientacji biznesowej. Przedsiębiorczość społeczna ma wielką siłę ekonomiczną. Zapewnia konkretne korzyści społeczeństwu. Unia Europejska zatrudnia 13,6 miliona osób w tym sektorze, co daje 6,3% całkowitego zatrudnienia²⁰. Przedsiębiorczość społeczna umożliwia rozwiązywanie problemów społecznych i tworzenie wartości społecznej przez innowacyjne i integracyjne inicjatywy biznesowe.

Fenomen przedsiębiorstw społecznych to jeden z efektów rozmycia granic między sektorami. Biorąc pod uwagę kontekst definicyjny, warto podkreślić powtarzające się połączenie jego wymiaru biznesowego i społecznego. Jest to również istotne z punktu widzenia tego artykułu. Jeżeli przedsiębiorczość społeczna obejmuje zdolność do prowadzenia działalności gospodarczej, oznacza to, że przyszli przedsiębiorcy społeczni powinni być przede wszystkim dobrymi przedsiębiorcami. Potwierdzają to badania naukowe, które

¹³ Manyika et al. (2017); MGI (2017): 6–7.

¹⁴ Zob. m.in. Macke et al. (2018); Huybrechts, Nicholls (2012).

¹⁵ Zob. m.in. Zahra et al. (2009); Weerwardena, Mort (2006).

¹⁶ Zahra et al. (2009): 523.

¹⁷ Mair, Mart (2006): 37.

¹⁸ Seelos, Mair (2005): 243–244.

¹⁹ Choi, Majumdar (2014): 372.

²⁰ Chaves, Monzón Campos (2019): 21.

pokazują, że typowa przedsiębiorczość i ta społeczna mają wiele wspólnych punktów, ale też cech wyróżniających²¹. „Przedsiębiorcy społeczni mają wiele takich samych cech jak ci nastawieni na zysk – podejmowanie ryzyka, proaktywność i niezależność”²². „Młodzi przedsiębiorcy społeczni prawdopodobnie podzielą szereg cech behawioralnych z przedsiębiorcami komercyjnymi, takich jak: zdolność do wykrywania szans, dążenie do innowacji, gotowość do ponoszenia ryzyka oraz przejawianie proaktywnych zachowań w celu przetrwania, wzrostu i obsługi rynku”²³. Jak zauważa Elizabeth Chell: „przedsiębiorcy (zarówno społeczni, jak i gospodarczy) świadomie gromadzą dostępne zasoby (np. przez tworzenie sieci oraz inne procesy) i wykorzystują swój osobisty lub ludzki »kapitał«, aby zrealizować swoją misję tworzenia bogactwa i wartości społecznej”²⁴.

Powyższe uwagi oznaczają, że studenci, którzy rozwijają swoją wiedzę na temat przedsiębiorczości, łatwiej rozumieją ideę przedsiębiorczości społecznej, a ich postawy przedsiębiorcze mogą być pomocne przy zakładaniu przedsiębiorstw społecznych. Chociaż sama przedsiębiorczość nie różni się tak bardzo od przedsiębiorczości społecznej, wiedza studentów na temat tej drugiej i różnic między nimi bywa różna. Badania przeprowadzone w Egipcie przez Davida A. Kirby’ego i Ibrahima Nagwę pokazują, że badana „próba nie była nieświadoma tego pojęcia, ale istniała pewna niejasność co do tego, czym jest przedsiębiorca społeczny lub co robi, a jedynie stosunkowo niewielka świadomość istnienia egipskich przedsiębiorców społecznych”²⁵. Zbadanie, w jaki sposób studenci rozumieją przedsiębiorczość społeczną i są skłonni do rozwoju tego rodzaju organizacji, było jednym z celów badawczych niniejszego artykułu.

Znajomość przedsiębiorczości społecznej, jej możliwości i sposobów rozwoju organizacji jest ważna, zwłaszcza biorąc pod uwagę wyniki badań Global Entrepreneurship Monitor²⁶: poziom wykształcenia wśród przedsiębiorców społecznych w większości krajów z wyjątkiem Afryki Subsaharyjskiej jest wysoki. Oznacza to, że przedsiębiorcy społeczni są dobrze wykształceni. Jest to ważna kwestia, którą zarówno naukowcy, jak i praktycy powinni wziąć pod uwagę, promując i ucząc przedsiębiorczości społecznej w środowisku akademickim. Opracowywanie propozycji kursów dla studentów wszystkich kierunków, w tym kierunków niebiznesowych, może zwiększyć potencjał studentów do zakładania przedsiębiorstw społecznych po ukończeniu studiów. Sprzyjać to będzie pogłębianiu wiedzy na temat przedsiębiorczości społecznej i uwrażliwi studentów na potrzeby rynku pracy.

²¹ Austin, Stevenson, Wei-Skillern (2012): 371.

²² Zahra et al. (2009): 529.

²³ Tkacz (2016): 27.

²⁴ Chell (2007): 14.

²⁵ Kirby, Nagwa (2011): 412.

²⁶ Bosma et al. (2016): 5.

III. GOSPODARKA SPOŁECZNA Z PERSPEKTYWY MŁODYCH LUDZI

Na potrzeby badania zaprojektowano i przeprowadzono ankietę wśród studentów trzeciego roku studiów licencjackich i drugiego roku uzupełniających studiów magisterskich z kierunków ekonomicznych oraz pozaekonomicznych studiujących na Uniwersytecie Łódzkim. Kwestionariusz ankiety został udostępniony w grudniu 2017 r. w formie elektronicznej. Ankiety wypełniło 264 respondentów, a stosunek wypełnionych kwestionariuszy do wszystkich, którzy weszli na stronę ankiety, wynosił 37%. Studenci odpowiadali na 22 pytania związane z zagadnieniem przedsiębiorczości.

Analiza wyników ankiety oparta została na statystykach opisowych, współczynnikach korelacji oraz testach nieparametrycznych badających różnice z rozkładzie badanych cech.

Wiedza dotycząca przedsiębiorczości społecznej zbadana została z wykorzystaniem 3 pytań ankietowych. Największa grupa ankietowanych (42,4%) stwierdziła, że nie wie, czy zna jakieś przedsiębiorstwo społeczne, co sugeruje niedostateczną wiedzę o istnieniu i cechach charakterystycznych przedsiębiorstw społecznych. Niewiele mniej respondentów, gdyż 38,3% na to samo pytanie odpowiedziało, że nie zna żadnego przedsiębiorstwa społecznego. Tylko 19,3% ankietowanych zadeklarowało, że zna jakieś przedsiębiorstwo społeczne. Potwierdzeniem niskiej rozpoznawalności przedsiębiorczości społecznej wśród studentów jest rozkład odpowiedzi na pytanie o to, czy respondenci korzystali kiedykolwiek z usług/towarów oferowanych przez przedsiębiorstwa społeczne: 60,6% studentów wskazało, że nie zna odpowiedzi na to pytanie; 33% stwierdziło, że nie korzystało z oferty przedsiębiorstw społecznych. Tylko 6,4% badanych zadeklarowało, że korzystało kiedykolwiek z produktów/ usług oferowanych przez przedsiębiorstwa społeczne. Powyższe dane sugerować mogą, że w większości studenci nie są zaznajomieni z ideą przedsiębiorstwa społecznego, co w połączeniu z niewielką liczbą takich podmiotów na rynku krajowym prowadzi też do niewielkiej ich rozpoznawalności. Warto w tym miejscu zastrzec, że badanie nie daje jednoznacznej odpowiedzi, czy studenci, oceniając cechy przedsiębiorstw społecznych, mieli świadomość istnienia takich podmiotów, czy ich odpowiedzi były jedynie wynikiem np. asocjacji pojęć przedsiębiorstwa i instytucji społecznej. Za tą drugą sugestią przemawia wskazany wcześniej wysoki odsetek (42,4%) respondentów, którzy nie byli w stanie ocenić, czy znają jakiekolwiek przedsiębiorstwo społeczne.

Powyższe potwierdza analiza odpowiedzi respondentów związana z cechami przedsiębiorstw społecznych (zob. tabela 1). Studenci, odpowiadając na pytania dotyczące cech przedsiębiorstw społecznych, na ogół wskazywali odpowiedź „średnią” – oznaczoną liczbą 4 w skali siedmiostopniowej. Oznacza to, że nie mają wystarczającej wiedzy, aby jednoznacznie ocenić cechy tych podmiotów.

Tabela 1

Wskazania respondentów dotyczące cech przedsiębiorstw społecznych
(ocena w skali 1–7, gdzie 1 – wskazanie respondenta jest całkowicie niezgodne z rzeczywistością;
7 – wskazanie respondenta jest całkowicie zgodne z rzeczywistością)

Lp.	Cecha	Średnia	Dominanta
1	Praca wolontaryjna	3,54	3
2	Możliwość wypracowania zysku	4,07	4
3	Konkurencyjność wobec typowego biznesu	3,88	4
4	Pełnienie roli pomocy społecznej	3,72	4
5	Zatrudnienie menedżera	5,19	4
6	Praca osób zagrożonych wykluczeniem społecznym	3,75	4
7	Łączenie celów ekonomicznych i społecznych	4,81	4

Źródło: opracowanie własne.

W odpowiedziach respondentów dominuje przekonanie, że w przedsiębiorstwach społecznych praca odbywa się wyłącznie w formie wolontariatu. Średni wynik wskazuje także, że ankietowani przekonani są, iż przedsiębiorstwa społeczne pełnią rolę pomocy społecznej i raczej nie są konkurencyjne wobec typowego biznesu. Stosunkowa niewielka jest także wiedza o fakcie zatrudniania w tych podmiotach osób zagrożonych wykluczeniem społecznym. Wyniki powyżej średniej, sugerujące lepszą wiedzę, respondenci osiągnęli w obszarze możliwości wypracowania zysku przez przedsiębiorstwa społeczne, łączenia celów ekonomicznych i społecznych, a także faktu zatrudniania menedżera w tych podmiotach.

Niska rozpoznawalność i wiedza z zakresu cech charakterystycznych przedsiębiorstw społecznych skłoniła autorów do rozłącznej analizy odpowiedzi studentów kierunków ekonomicznych i pozaekonomicznych, przyjęli bowiem, że w toku studiów ekonomicznych zagadnienia związane z przedsiębiorstwami społecznymi zostają być może poruszone, a co za tym idzie, wiedza studentów tych kierunków powinna być szersza.

Tabela 2

Wskazania respondentów dotyczące cech przedsiębiorstw społecznych
(ocena w skali 1–7, gdzie 1 – wskazanie respondenta jest całkowicie niezgodne z rzeczywistością;
7 – wskazanie respondenta jest całkowicie zgodne z rzeczywistością)
– podział na studentów kierunków ekonomicznych i pozaekonomicznych

Lp.	Cecha	E	PE	z M-W ^a
1	Praca wolontaryjna	3,59	3,49	-0,409
2	Możliwość wypracowania zysku	4,06	4,07	-0,173
3	Konkurencyjność wobec typowego biznesu	3,95	3,81	-0,878
4	Pełnienie roli pomocy społecznej	3,77	3,68	-0,732

5	Zatrudnienie menedżera	5,28	5,10	-1,179
6	Praca osób zagrożonych wykluczeniem społecznym	3,64	3,86	-1,156
7	Łączenie celów ekonomicznych i społecznych	4,95	4,67	-1,558

^a wartość statystyki testowej z testu U Manna-Whitneya; E – wyniki w grupie studentów kierunków ekonomicznych; PE – wyniki w grupie studentów kierunków pozaekonomicznych

Źródło: opracowanie własne.

Wyniki takiej analizy przedstawione w tabeli 2 wskazują, że studenci kierunków ekonomicznych uzyskali wynik wyższy (tj. świadczący o lepszej wiedzy) w 5 z 7 cech. Jednakże różnice w uzyskanych wartościach średnich są niewielkie. Potwierdza to wartość statystyki testowej testu U Manna-Whitneya, sugerująca brak przesłanek dla stwierdzenia istotnych statystycznie różnic w rozkładzie odpowiedzi studentów kierunków ekonomicznych i pozaekonomicznych.

W kolejnym kroku analizy autorzy zweryfikowali, czy uczestnictwo studentów w zajęciach przygotowujących do wejścia na rynek pracy pozwala na poszerzenie wiedzy z zakresu przedsiębiorstw społecznych. Wyniki zaprezentowane w tabeli 3 ponownie sugerują, że zajęcia takie nie są gwarancją poszerzenia wiedzy dotyczącej przedsiębiorczości społecznej. Choć wyniki w 6 z 7 kategorii są wyższe w grupie studentów, którzy uczęszczali na zajęcia przygotowujące do wejścia na rynek pracy, to różnice w odpowiedziach również nie są istotne statystycznie i w obu grupach oscylują wokół wartości środkowej, co sugeruje brak pewności u respondentów.

Tabela 3

Wskazania respondentów dotyczące cech przedsiębiorstw społecznych (ocena w skali 1–7, gdzie 1 – wskazanie respondenta jest całkowicie niezgodne z rzeczywistością; 7 – wskazanie respondenta jest całkowicie zgodne z rzeczywistością)
– podział na studentów biorących i niebiorących udziału w zajęciach przygotowujących do wejścia na rynek pracy

Lp.	Cecha	Nie brałam/ Nie brałem udziału	Brałam/ Brałem udział	z M-W ^a
1	Praca wolontaryjna	3,49	3,64	-0,583
2	Możliwość wypracowania zysku	4,08	4,05	-0,012
3	Konkurencyjność wobec typowego biznesu	3,85	3,94	-0,471
4	Pełnienie roli pomocy społecznej	3,71	3,74	-0,211
5	Zatrudnienie menedżera	5,06	5,43	-1,931
6	Praca osób zagrożonych wykluczeniem społecznym	3,82	3,63	-0,703
7	Łączenie celów ekonomicznych i społecznych	4,76	4,90	-0,905

^a – wartość statystyki testowej z testu U Manna-Whitneya

Źródło: opracowanie własne.

Wyniki analogiczne do uprzednio opisanych osiągnięto przy weryfikacji wiedzy respondentów w podziale na studentów kończących studia pierwszego i drugiego stopnia. Dane w tabeli 4 sugerują, że stopień studiów także nie różnicuje istotnie wiedzy studentów z zakresu przedsiębiorczości społecznej.

Tabela 4

Wskazania respondentów dotyczące cech przedsiębiorstw społecznych (ocena w skali 1–7, gdzie 1 – wskazanie respondenta jest całkowicie niezgodne z rzeczywistością; 7 – wskazanie respondenta jest całkowicie zgodne z rzeczywistością)
– podział na studentów 3 roku studiów licencjackich i 2 roku studiów magisterskich

Lp.	Cecha	3 rok studiów licencjackich	2 rok studiów magisterskich	z M-W ^a
1	Praca wolontaryjna	3,54	3,54	-0,024
2	Możliwość wypracowania zysku	4,11	3,99	-0,503
3	Konkurencyjność wobec typowego biznesu	3,91	3,84	-0,386
4	Pełnienie roli pomocy społecznej	3,67	3,82	-0,756
5	Zatrudnienie menedżera	5,24	5,09	-1,121
6	Praca osób zagrożonych wykluczeniem społecznym	3,70	3,84	-0,388
7	Łączenie celów ekonomicznych i społecznych	4,82	4,79	-0,043

^a wartość statystyki testowej z testu U Manna-Whitneya

Źródło: opracowanie własne.

Zdecydowana większość respondentów (64,8%) nie ma własnego zdania na temat możliwości rozwoju przedsiębiorstw społecznych w Polsce. Z kolei 23,9% studentów uważa, że przedsiębiorstwa społeczne będą się rozwijać i mogą stanowić realną alternatywę dla przedsiębiorstw komercyjnych. Zdaniem 11,4% ogółu przedsiębiorstw społecznych będzie coraz mniej. Taki rozkład wyników, a w szczególności odsetek osób bez własnego zdania na zadany temat, jest w zasadzie spójny z wynikami zaprezentowanymi powyżej. Brak zdania to prawdopodobnie konsekwencja niewystarczającej wiedzy z badanego obszaru. Co więcej, opinia na temat przyszłości przedsiębiorczości społecznej w badanej grupie nie wykazuje zależności ze znajomością cech takich pomiotów.

Czynnikami mogącym potencjalnie wpływać na wiedzę z zakresu przedsiębiorczości społecznej mogą być także plany zawodowe respondentów. Jak wynika z danych przedstawionych w tabeli 5, ponad połowa respondentów wiąże swoją przyszłość zawodową z pracą w najemną w przedsiębiorstwach. Niespełna 13% chciałby prowadzić własną działalność gospodarczą, a ponad 9% aspiruje do pracy w jednostkach administracji publicznej. Można zatem przypuszczać, że dla powyższej grupy przedsiębiorstwa społeczne nie są w tym momencie alternatywą, którą biorą pod uwagę, planując swoją przyszłość zawodową.

Na uwagę zasługuje fakt, że tylko 3% respondentów po ukończeniu studiów chciało pracować w organizacjach pozarządowych, a ponad 12% wskazało na odpowiedź „inne”, w której zdecydowana większość deklaruje, że nie ma sprecyzowanych planów zawodowych. Przedsiębiorczość społeczna może być zatem dobrą alternatywą dla tych respondentów, którzy nie mają sprecyzowanych planów zawodowych.

Tabela 5

Wskazania respondentów dotyczące planów zawodowych

Wyszczególnienie	Częstość	Procent
własna działalność gospodarcza (mam własny pomysł na biznes)	34	12,9
własna działalność gospodarcza (przejęcie firmy rodzinnej)	2	0,8
praca najemna w dużej korporacji	63	23,9
praca najemna w małym lub średnim przedsiębiorstwie	74	28,0
praca w administracji publicznej	24	9,1
praca w instytucji zajmującej się kulturą i sztuką	8	3,0
praca na uczelni	11	4,2
praca w organizacji pozarządowej (NGO)	8	3,0
praca w mediach	8	3,0
inne, jakie?	32	12,1
Ogółem	264	100,0

Źródło: opracowanie własne.

W kolejnym kroku badania zapytano respondentów o czynniki decydujących o wyborze pracodawcy. Wyniki, które zaprezentowano w tabeli 6, sugerują, że wynagrodzenie i dodatki do niego nie stanowią dla respondentów najważniejszego czynnika wyboru pracodawcy. Co więcej, czynnik ten okazał się najmniej istotny dla respondentów. Czynnikiem wpływającym w największym stopniu okazało się miejsce pracy oraz sposób zarządzania podmiotem. Drugim w kolejności czynnikiem były wizerunek i logistyka rozumiana przede wszystkim jako łatwość w dotarciu do miejsca pracy. Kwestie społecznej odpowiedzialności i etyczne są dla respondentów umiarkowanie ważne.

Tabela 6

Czynniki decydujące o wyborze pracodawcy, wartości zagregowane (1 – najmniejsze znaczenie; 7 – największe znaczenie)

Miara/ Czynnik	Wizerunek i logistyka	Wynagrodzenie i dodatki	Miejsce pracy i zarządzanie	CSR i etyka
Średnia	4,8629	4,0606	5,7601	4,5833
Mediana	5,00	4,00	6,00	4,74

Źródło: opracowanie własne.

W tabeli 7 zaprezentowano z kolei wartości współczynników korelacji rang Spearmana pomiędzy wiedzą z zakresu cech przedsiębiorstw społecznych a kryteriami wyboru pracodawcy. Istotna statycznie zależność istnieje wyłącznie pomiędzy wiedzą z zakresu łączenia celów ekonomicznych i społecznych w przedsiębiorstwach społecznych a uwzględnianiem społecznej odpowiedzialności i etyki przy wyborze pracodawcy – zależność ma charakter jednokierunkowy. W pozostałych przypadkach zależności są słabe i nieistotne statystycznie.

Tabela 7

Tablica korelacji rang Spearmana między czynnikami decydującymi o wyborze pracodawcy a oceną cech przedsiębiorstw społecznych

Wyszczególnienie	Wizerunek i logistyka	Wynagrodzenie i dodatki	Miejsce pracy i zarządzanie	CSR i etyka
Praca wolontaryjna	-0,059	0,006	-0,053	-0,011
Możliwość wypracowania zysku	-0,100	0,026	0,012	0,045
Konkurencyjność wobec typowego biznesu	0,006	0,046	0,083	0,105
Pełnienie roli pomocy społecznej	-0,086	0,079	-0,039	0,029
Zatrudnienie menedżera	0,031	-0,007	-0,017	-0,018
Praca osób zagrożonych wykluczeniem społecznym	-0,064	0,001	0,004	-0,008
Łączenie celów ekonomicznych i społecznych	-0,022	0,034	0,074	0,167 ^a

^a korelacja istotna na poziomie $p = 0,01$

Źródło: opracowanie własne.

Podsumowując uzyskane wyniki, należy stwierdzić, że wiedza studentów w zakresie organizacji i funkcjonowania przedsiębiorstw społecznych jest niewielka. Uzyskane wyniki sugerują, że studenci nie są przekonani co do celów, jakie są w tych podmiotach realizowane, a także sposobu zarządzania i możliwości zarobkowania. Stan taki obserwuje się bez względu na fakt studiowania na kierunku ekonomicznym czy pozaekonomicznym. Także fakt przebycia kursów przygotowujących do wejścia na rynek pracy nie gwarantuje zdobycia wiedzy z zakresu funkcjonowania przedsiębiorstw społecznych. Ponadto ana-

liza planów zawodowych studentów pokazuje wyraźnie, że sektor pozarządowy jest rozważany jako miejsce pracy przez niewielki odsetek badanych. Taki stan rzeczy może być właśnie wynikiem niskiej świadomości studentów istnienia przedsiębiorstw społecznych, ich funkcji i miejsca w gospodarce. Pamiętać też należy, że kilkanaście procent badanych nie ma sprecyzowanych planów zawodowych – zwiększenie ich świadomości w zakresie sektora pozarządowego mogłoby im pomóc w sposób świadomy podjąć decyzje zawodowe.

IV. REKOMENDACJE

Wyniki badań pokazują, że respondenci mają niską wiedzę na temat przedsiębiorczości społecznej. Na słabą rozpoznawalność tego sektora może się składać również niska aktywność społeczna społeczeństwa²⁷. Sugeruje to, że koncepcja ekonomii społecznej nie jest wciąż właściwie promowana i komunikowana. Wyzwaniem pozostaje:

- dotarcie do młodych ludzi z przekazem na temat zarówno samej idei, jak i możliwości tkwiących w przedsiębiorczości społecznej;
- rozwój kompleksowych i szeroko dostępnych form i narzędzi edukacji na temat przedsiębiorczości społecznej;
- podwyższenie rangi gospodarki społecznej w społeczeństwie;
- zmiana postrzegania gospodarki społecznej jako elementu rynku pracy i aktywności gospodarczej (a nie wyłącznie jako działalności społecznej, charytatywnej, mającej na celu pomoc innym).

Młodzi ludzie wchodzący na rynek pracy powinni mieć możliwość poznania pełnego wachlarza możliwości związanych z ich dalszą ścieżką zawodową, włączając w to zarówno przedsiębiorczość, jak i przedsiębiorczość społeczną. Jest to możliwe między innymi przez funkcjonujące na uczelniach biura karier czy inkubatory studenckie, ale również większą aktywność organizacji pozarządowych. Organizacje pozarządowe jako pracodawcy mają trudne zadanie pokazania się jako sektor, w którym obok misji społecznej możliwe jest również prowadzenie działalności gospodarczej pozwalającej na uzyskiwanie dochodów podobnie jak w pozostałych sektorach.

Równie ważne co docieranie do odpowiednich grup społecznych jest podwyższenie rangi przedsiębiorczości społecznej w społeczeństwie. Zaangażowanie w działalność organizacji społecznych w Polsce jest na niskim poziomie²⁸. Ludzie utożsamiają je częściej z pomocą charytatywną, a nie z sektorem gospodarki, który świadczy szeroki zakres profesjonalnych usług. W tym obszarze dużą rolę do odegrania mają nie tylko same podmioty z sektora pozarządowego, ale i administracja publiczna na każdym szczeblu, a także sektor edukacji. Budowanie świadomości i pokazywanie możliwości

²⁷ CBOS (2018).

²⁸ CBOS (2018).

jest ważne. Możliwe jest między innymi dzięki kampaniom społecznym, rzetelnej komunikacji i dobrym przykładom, jak takie rozwiązania funkcjonują w rzeczywistości.

Dotarcie do potencjalnych beneficjentów z wiedzą na temat korzyści, jakie może dać sektor gospodarki społecznej, możliwe jest zarówno przez bieżącą komunikację, jak i rozwój wiedzy oraz jej dostępność. Rozwiązaniem ważnym dla zachowania zasady dostępności mogą być kursy zdalne. Różnorodność oferty e-learningowej powoduje, że osoby zainteresowane dobrać optymalny dla siebie rodzaj kursu. Obok oferty pozwalającej na samodzielne opanowanie materiału pojawiają się zajęcia hybrydowe czy z udziałem mentora jako osoby wspierającej. Każda z tych form ma swoją wartość i umożliwia zdobycie wiedzy oraz podstawowych kompetencji potrzebnych do rozpoczęcia działalności lub zatrudnienia w podmiotach ekonomii społecznej.

W przypadku edukacji formalnej przedsiębiorczość społeczną warto włączyć w system nauczania zarówno wśród kierunków ekonomicznych, jak i pozaeconomicznych. Te drugie są szczególnie ważne, ze względu na ograniczoną ofertę zajęć związanych z przedsiębiorczością w ogóle oraz przedsiębiorczością społeczną w szczególności. Poszerzenie oferty edukacyjnej przyniesie korzyści dla osób, które zamierzają rozpocząć karierę zawodową w biznesie, a także dodatkowo poprawi ogólną wiedzę na temat przedsiębiorstw społecznych i poszerzy spektrum wyboru przyszłych miejsc pracy. Studenci z lepszą wiedzą na temat gospodarki społecznej zwracają większą uwagę na uczciwość i standardy etyczne przy wyborze pracodawcy.

W chwili kończenia prac nad artykułem wiadomo już, że pandemia wywołana wirusem COVID-19 z pewnością wpłynie na kształtowanie relacji na rynku pracy. Wykorzystanie przedsiębiorczości społecznej jako możliwości i miejsca zatrudnienia w tym trudnym momencie może być szczególnie ważna.

- Austin, J., Stevenson, H., Wei-Skillern, J. (2012). Social and commercial entrepreneurship: same, different, or both? *Revista de Administração* 47(3): 370–384. doi:10.5700/rausp1055
- Borzaga, C., Bodini, R., Carini, C., Depedri, S., Galera, G., Salvatori, G. (2014). Europe in Transition: The Role of Social Cooperatives and Social Enterprises. *Euricse Working Papers* 69(14).
- Bosma, N.S., Schott, T., Terjesen, S.A., & Kew P. (2016). Global Entrepreneurship Monitor 2015 to 2016: Special Report on Social Entrepreneurship. Global Entrepreneurship Research Association. <http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2786949>.
- Branco, D. (2007). Analiza potrzeb ekonomicznych, szkoleniowych i edukacyjnych w sektorze ekonomii społecznej i przedsiębiorczości społecznej dla Słowenii, Włoch, Wlk. Brytanii i Polski. Raport zbiorczy, EU TESES. <<http://www.teses.eu>> [dostęp: 15.06.2009].
- 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* 12(1): 85–105.
- CBOS (2018). Aktywność Polaków w organizacjach obywatelskich. Komunikat z badań nr 29/2018. Centrum Badań Opinii Społecznej.
- Chaves, Á.R., Monzón Campos, J.L. (2019). Recent Evolutions of the Social Economy in the European Union. *CIRIEC Working Papers* 1902. CIRIEC-Université de Liège.
- Chell, E. (2007). Social enterprise and entrepreneurship: towards a convergent theory of the entrepreneurial process. *International Small Business Journal* 25(1): 5–26. doi:10.1177/0266242607071779

- Choi, N., Majumdar, S. (2014). Social entrepreneurship as an essentially contested concept: opening a new avenue for systematic future research. *Journal of Business Venturing* 29(3): 363–376. doi:10.1016/j.jbusvent.2013.05.001
- Defourny, J., Nyssens, M. (2008). Social enterprise in Europe: recent trends and developments. *Social Enterprise Journal* 4(3): 202–228.
- Eurostat (2019). Young people – social inclusion. <https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Young_people_-_social_inclusion#Young_people_at_risk_of_poverty_or_social_exclusion> [dostęp: 01.07.2020].
- GUS (2018). <<https://stat.gov.pl/obszary-tematyczne/gospodarka-spoleczna-wolontariat/gospodarka-spoleczna-trzeci-sektor/dzialalnosc-stowarzyszen-i-podobnych-organizacji-spolecznych-fundacji-spolecznych-podmiotow-wyznaniowych-oraz-samorzadu-gospodarczego-i-zawodowego-w-2018-r-wyniki-wstepne,3,8.html>> [dostęp: 30.07.2020].
- Haugh, H. (2005). The role of social enterprise in regional development. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business* 2(4): 346–357.
- Huybrechts, B., Nicholls, A. (2012). Social entrepreneurship: definitions, drivers and challenges, [w:] C. Volkmann, K. Tokarski, K. Ernst (eds.), *Social Entrepreneurship and Social Business*. Wiesbaden: Gabler Verlag: 31–48. doi:10.1007/978-3-8349-7093-0_2.
- Każmierczak T., Rymśza M. (red.) (2007). *Kapitał społeczny*. *Ekonomia społeczna*. Warszawa: ISP.
- Kirby, D.A., Nagwa, I. (2011). The case for (social) entrepreneurship education in Egyptian universities. *Education + Training* 53(5): 403–415. doi:10.1108/00400911111147712
- Leś, E. (2005). Nowa ekonomia społeczna. Wybrane koncepcje. *Trzeci Sektor* 2: 36–44.
- Macke, J., Sarate, J.A.R., Domeneghini, J., Silva, K.A. da (2018). Where do we go from now? Research framework for social entrepreneurship. *Journal of Cleaner Production* 183: 677–685. doi:10.1016/j.jclepro.2018.02.017
- Mair, J., Marti, I. (2006). Social entrepreneurship research: a source of explanation, prediction, and delight. *Journal of World Business* 41(1): 36–44. doi:10.1016/j.jwb.2005.09.002
- Manyika, J., Lund, S., Chui, M., Bughin, J., Woetzel, J., Batra, P., Ko, R., Sanghvi S. (2017). What the future of work will mean for jobs, skills, and wages/ <<https://www.mckinsey.com/global-themes/future-of-organizations-and-work/what-the-future-of-work-will-mean-for-jobs-skills-and-wages>> [dostęp: 28.02.2018].
- MGI (McKinsey Global Institute) (2017). Jobs lost, jobs gained: workforce transitions in a time of automation. McKinsey & Company. <https://www.mckinsey.com/~media/mckinsey/global%20themes/future%20of%20organizations/what%20the%20future%20of%20work%20will%20mean%20for%20jobs%20skills%20and%20wages/mgi%20jobs%20lost-jobs%20gained_report_december%202017.ashx> [dostęp: 28.02.2018].
- Monzón, J.L., Chaves, R. (ed.) (2017). Recent evolutions of the social economy in the European Union. CIRIEC-International. doi:10.2864/191345
- MPPiPS (2019). *Krajowy Program Rozwoju Ekonomii Społecznej do 2023 roku*. *Ekonomia Solidarności Społecznej*, Ministerstwo, Rodziny, Pracy i Polityki Społecznej. Warszawa. Monitor Polski: poz. 214.
- Rymśza, M. (2007). Trzeci sektor a druga fala ekonomii społecznej w Polsce. *Trzeci Sektor* 9: 2–8.
- Seelos, C., Mair, J. (2005). Social entrepreneurship: creating new business models to serve the poor. *Business Horizons* 48(3): 241–246. doi:10.1016/j.bushor.2004.11.006
- Stankiewicz J., Seiler B. (2013). Profesjonalizacja, jako czynnik sukcesu polskich organizacji pozarządowych. *Zarządzanie i Finanse* 4(2): 341–353.
- Tkacz, M. (2016). New generation of social entrepreneurs: exploratory research and cross case study analysis of new generation of social enterprises. *Ekonomia Społeczna* 2: 20–37. doi:10.15678/ES.2016.2.02
- Visser, W. (2010). The age of responsibility, CSR 2.0 and the new DNA of business. *Journal of Business Systems, Governance and Ethics* 5(3): 1–17.
- Weerwardena, J., Mort, G.S. (2006). Investigating social entrepreneurship model. *Journal of World Business* 41(1): 21–35. doi:10.1016/j.jwb.2005.09.001
- Zahra, S.A., Gedajlovic, E., Neubaum, D.O., Shulman, J.M. (2009). A typology of social entrepreneurs: motives, search processes and ethical challenges. *Journal of Business Venturing* 24(5): 519–532. doi:10.1016/j.jbusvent.2008.04.007

SOCIAL ECONOMY – THE UNDISCOVERED POTENTIAL OF THE LABOUR MARKET

Summary

The paper is based on research results. The aim of the paper is to examine knowledge of social entrepreneurship as a potential labour market among graduates. The article is divided into three sections. The first introduces the idea of the social economy as an element of the market economy. The second part is devoted to the presentation of the results of the authors' own research, conducted with the use of a questionnaire among students at the University of Łódź who were in the third year of their bachelor's degree, and students in the second year of a supplementary master's degree in economics and non-economic subjects. The last section offers recommendations pertaining to the potential development of the social economy as a place for professional development. The results of the study and the literature review indicate poor recognition of social entrepreneurship among the respondents. Therefore, actions should be taken to supply young people with information about the opportunities available in this sector and to change the perception of the social economy as an element of the labour market and economic activity.

Keywords: social economy; social entrepreneurship; social entrepreneurship education; young people's perception of social entrepreneurship