

Przedsiębiorczość i społeczna przedsiębiorczość jako przedmiot badań

Jacek Klich

Streszczenie: Celem artykułu jest przedstawienie społecznej przedsiębiorczości jako przedmiotu badań w ujęciu zaproponowanym przez H.E. Aldricha. Społeczna przedsiębiorczość jest w niniejszym artykule analizowana z perspektywy sześciu kryteriów: sieci kontaktów (*social networking*), możliwości publikacji (*publication opportunities*), szkoleń i kształcenia (*training and mentoring*), fundacji i źródeł finansowania (*major foundations and funding sources*), wzmocnienia tożsamości dyscypliny (*reinforcing the identity of social entrepreneurship research*) oraz wpływu globalizacji (*globalizing forces*). W oparciu o analizę literatury przedmiotu formułowana jest teza, że społeczna przedsiębiorczość znajduje się jedynie na początkowym etapie stawania się specjalnością naukową.

Słowa kluczowe: przedsiębiorczość, społeczna przedsiębiorczość, teoria społecznej przedsiębiorczości.

Wprowadzenie

Inspiracją do napisania tego tekstu był artykuł H.E. Aldricha opublikowany w „Research Policy” w 2012 r., w którym autor liczących się opracowań na temat przedsiębiorczości dokonuje oceny poziomu zaawansowania badań w tym zakresie oraz komentuje wyodrębnianie się przedsiębiorczości jako specjalności naukowej [Aldrich, 2012]. Przedsiębiorczość jako przedmiot badań odnotowała w ostatnich trzydziestu latach spore sukcesy. Jak zauważają H. Landström, G. Harirchi i F. Lström [2012], doprowadziło to do wykształcenia się usystematyzowanej wiedzy (*interconnected knowledge*) na temat procesów przedsiębiorczości, czynników ją warunkujących oraz postaw przedsiębiorczych. Duża i rosnąca liczba badaczy podziela poglądy co do podstawowych terminów, koncepcji, zasad i metod badawczych dotyczących przedsiębiorczości. Jak podaje A. Teixeira, zwiększa się również liczba badaczy często cytowanych oraz liderów w odniesieniu do subdyscyplin badawczych przedsiębiorczości [Teixeira, 2011].

Przyjęte przez Aldricha kryteria oceny poziomu rozwoju badań nad przedsiębiorczością są w niniejszym artykule użyte do próby oceny poziomu zaawansowania badań nad społeczną przedsiębiorczością. Trzeba zaznaczyć, że w wykorzystywanych w niniejszym artykule zasobach ScienceDirect (z serwera Elsevier) oraz ProQuest brak jest opracowań o takim charakterze. Artykuł jest zbudowany z dwóch zasadniczych części. W pierwszej części – przeglądowej, wprowadzającej – przedstawiane są za Aldrichem kryteria

i jego oceny poziomu zaawansowania badań nad przedsiębiorczością.

W drugiej – bazując na kryteriach wyróżnionych przez Aldricha – prezentowana jest autorska ocena stopnia zaawansowania badań nad społeczną przedsiębiorczością formułowana w oparciu o wyniki badań dostępne w zasobach ScienceDirect (na serwerze Elsevier) oraz ProQuest¹.

¹ Inspiracją do powstania tego artykułu była lektura tekstu Aldricha pt. *The Emergence of Entrepreneurship as an Academic Field: A Personal Essay on Institutional Entrepreneurship*. Po przeczytaniu tego artykułu zdefiniowany został cel niniejszego artykułu i przystąpiono do poszukiwań w dwóch bibliotekach cyfrowych: ScienceDirect (serwer Elsevier) oraz ProQuest. Wykorzystano następujące słowa kluczowe: *entrepreneurship, social entrepreneurship* oraz *theory* (w różnych połączeniach). Poszukiwania były zawężone do *arts and humanities* oraz *business, management and accounting* oraz przedziału czasowego od 2000 r. do chwili prowadzenia poszukiwań (tj. grudzień 2012 r.). Identyfikacja najbardziej odpowiednich artykułów i innych źródeł odbywała się w dwóch etapach. W pierwszym znajdowane były opracowania zawierające w swoich tytułach najlepiej rokującą kombinację słów kluczowych. Efektem tego etapu była lista 104 pozycji, których tytuły zdawały się najlepiej odpowiadać celowi artykułu. W drugim etapie analizowane były abstrakty wszystkich tych pozycji i na tej podstawie szczegółowej analizie poddano 64 pozycje. Taki sposób identyfikowania źródeł, w oparciu o które formułowana jest ocena poziomu instytucjonalizacji badań nad społeczną przedsiębiorczością, niesie istotne ograniczenia. Związane są one np. z pominięciem tych publikacji, które ukazały się w czasopismach nie notowanych w ScienceDirect oraz ProQuest. Dotyczy to w pierwszym rzędzie czasopism wydawanych w językach innych niż języki kongresowe.

NOTA O AUTORZE

Jacek Klich – doktor habilitowany nauk ekonomicznych, doktor nauk ekonomicznych, doktor nauk humanistycznych, profesor Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie. Pracownik Katedry Gospodarki i Administracji Publicznej UEK. Autor ponad stu pięćdziesięciu artykułów i rozdziałów w tomach zbiorowych na tematy prywatyzacji, innowacji i przedsiębiorczości oraz zarządzania w sektorze ochrony zdrowia.

1. Instytucjonalne uwarunkowania badań nad przedsiębiorczością

Aldrich dokonuje oceny poziomu zinstytucjonalizowania badań nad przedsiębiorczością z punktu widzenia wykształcania się przedsiębiorczości jako wyodrębnionego pola badań akademickich (*academic field*)² w Stanach Zjednoczonych, Europie oraz w innych państwach [Aldrich, 2012]. Wykorzystuje w tym celu sześć kryteriów, tj.: (1) sieci kontaktów (*social networking*), (2) możliwości publikacji (*publication opportunities*), (3) kształcenie i szkolenia (*training and mentoring*), (4) fundacje oraz źródła finansowania (*major foundations and funding sources*), (5) umacnianie tożsamości dyscypliny (*reinforcing the identity of entrepreneurship research*) oraz (6) wpływ globalizacji (*globalizing forces*).

Poniżej przedstawiono oceny Aldricha, jeżeli chodzi o etap zaawansowania przedsiębiorczości jako specjalności naukowej.

1.1. Sieci kontaktów

Aldrich wychodzi z założenia, że fundamentalną kwestią dla wykształcenia się specjalizacji jest stawianie pytań badawczych w danym nurcie badawczym oraz zwiększające się możliwości kontaktowania się z innymi badaczami podejmującymi podobne zagadnienia.

Więzi współpracy między badaczami mogą przyjmować takie formy, jak gotowość do występowania w roli recenzentów tak w odniesieniu do publikacji, jak i procedur awansowych na uczelniach, pełnienie funkcji promotorów prac magisterskich i doktorskich, organizacja międzynarodowych imprez naukowych czy tworzenie nowych czasopism naukowych i rozwijanie już istniejących (m.in. poprzez wysyłanie artykułów i tekstów do publikacji) [Zuccala, Van Den Besselaar, 2009]. Realizacji takich funkcji służą towarzystwa oraz konferencje naukowe. Sieć kontaktów ma prowadzić jednak nie tylko do tworzenia i propagowania wiedzy, ale również do rozwijania i zachowywania poczucia odrębności (identyfikacji).

Towarzystwa naukowe

W Stanach Zjednoczonych pierwszym symptodem wydzielenia się z nauk organizacji i zarządzania oraz małych przedsiębiorstw³ przedsiębiorczości jako specjalności naukowej było opublikowanie w 1975 r. przez K. Vespera wyników badań ankietowych na temat programów przedsiębiorczości wykładanych na amerykańskich uniwersytetach. Sporządzona wówczas lista nazwisk i adresów wykładowców przedsiębiorczości była podstawą stworzenia sieci kontaktów między zainteresowanymi pracownikami nauki. Vesper był również inicjatorem utworzenia przy Academy of Management grupy Entrepreneurship Interest Group, która do 1985 r. liczyła już ponad 1200 członków i przekształciła się w Entrepreneurship Division.

W 2007 r. grupa profesorów niezadowolona ze słabej intensywności współpracy młodych pracowników nauki w ramach Entrepreneurship Division utworzyła The Society of Entrepreneurship Scholars.

W Europie J. Mugler doprowadził do utworzenia w 1989 r. w ramach International Council for Small Business (ICSB) europejskiego wydziału: European Council for Small Business (ECBS). ECBS stała się organizacją skupiającą badaczy problemów przedsiębiorczości z różnych państw i zaangażowała się w tworzenie European Doctoral Program in Entrepreneurship and Small Business Management.

Konferencje naukowe

Obok corocznych konferencji organizowanych przez Academy of Management oraz ECBS, konferencje na temat przedsiębiorczości przygotowywały również różne uniwersytety, często łącząc się w grupy czy zawiązując konsorcja. Przykładem takich inicjatyw mogą tu być organizowane od 1981 r. konferencje Babson College czy konferencje University of Southern California bądź St. Louis University, a w Europie konferencje University of St. Gallen. Wśród europejskich inicjatyw w tym obszarze ważną pozycję zajmują konferencje RENT (Research in Entrepreneurship and Small Business) organizowane wspólnie przez ECBS i European Institute for Advanced Studies in Management.

² Na użytek tego artykułu przyjmuje się w uproszczeniu, że ujęte w tytule artykułu Aldricha „pole akademickie” jest odpowiednikiem specjalności naukowej.

³ W oryginale odpowiednio: *management* oraz *small business*.

1.2. Możliwości publikacji

Według Aldricha formująca się od lat 80. grupa badaczy problemów przedsiębiorczości napotykała na duże wyzwania, jeżeli chodzi o możliwości publikacji. Badania bazowały na metodach deskryptywnych, co nie budziło entuzjazmu wśród redaktorów czasopism naukowych, do których takie artykuły były kierowane. „Nowe przedsiębiorstwa” były często wrzucane do jednego worka z „małymi przedsiębiorstwami”, a autorzy tekstów na takie tematy (i podobne) byli odwożeni od pomysłów wysyłania artykułów do czołowych czasopism naukowych. Zdaniem Aldricha, w miarę upływu czasu, kiedy badania przedsiębiorczości stały się bardziej teoretycznie zaawansowane, wydawcy czasopism naukowych nieco łaskawszym okiem patrzyli na artykuły na temat przedsiębiorczości.

Książki

Początkowo książki dotyczące przedsiębiorczości miały charakter przeglądu publikacji na temat badań empirycznych w zakresie przedsiębiorczości. Przykładem mogą tu być książki i artykuły kierowane na rynek amerykański, a redagowane i współredagowane przez D. Sextona [Sexton, Smilor, 1986; Sexton, Smilor 1997; Sexton, Bowman 1985]. W Europie podobną rolę pełniła książka przedstawiająca przegląd badań na temat przedsiębiorczości w 16 państwach europejskich zredagowana przez H. Landströma, H. Franka i J.M. Veciana [1997].

Z biegiem lat pojawiały się na rynku coraz to nowe opracowania mające charakter bądź to podręczników do przedsiębiorczości, bądź to opracowań kierowanych do praktyków (przedsiębiorców).

Obecnie mamy do czynienia z szerokim rynkiem publikacji na temat przedsiębiorczości, o bardzo zróżnicowanym charakterze⁴.

Czasopisma naukowe

Przed 1980 r. nie było⁵ czasopism poświęconych problemom przedsiębiorczości – zaczęły one pojawiać się na rynku w latach 80. Można tu wskazać na „Journal of Business Venturing” (wydawany

od 1985 r.)⁶ czy zainicjowany w 1982 r. „European Small Business Journal” (ukazujący się teraz jako „International Small Business Journal”).

Obecnie istnieje na rynku ponad 100 tytułów czasopism poświęconych przedsiębiorczości oraz małym i średnim przedsiębiorstwom (wydawanych w języku angielskim), z których jednak tylko 10 jest umieszczanych w Social Science Citation Index (SSCI). W 2007 r. Strategic Management Society zainicjowało wydawanie „Strategic Entrepreneurship Journal”.

1.3. Kształcenie i szkolenia

W latach 80. miały miejsce trzy zjawiska w sferze instytucjonalnej, które wpłynęły na wyodrębnienie się przedsiębiorczości jako specjalności w kształceniu na poziomie wyższym.

Po pierwsze, uczeni z wydziałów i instytutów reprezentujących nauki społeczne zaczęli podejmować badania w obszarze przedsiębiorczości. Skutkowało to m.in. przenoszeniem na ten obszar ugruntowanych i powszechnie respektowanych metod badawczych. Po drugie, w szkołach biznesu zaczęto wprowadzać programy studiów doktoranckich poświęconych przedsiębiorczości. Po trzecie, profesjonalne organizacje oraz konsorcja wypracowały programy mentoringu zorientowane na upowszechnianie najlepszych praktyk w budowaniu teorii i metod badawczych wśród młodych pracowników nauki oraz absolwentów szkół wyższych.

Aldrich wspomina o trzydziestu kilku programach studiów doktoranckich nad zagadnieniami przedsiębiorczości oferowanych współcześnie na świecie (przy czym ciągle pojawiają się nowe) [Aldrich, 2012, s. 1245].

1.4. Fundacje oraz źródła finansowania

Finansowanie badań nad przedsiębiorczością napotykało trudności jeszcze w latach 70. oraz na początku lat 80., ponieważ badacze mogli korzystać niemal wyłącznie ze środków pochodzących z budżetów własnych uniwersytetów. Zewnętrzne fundusze na finansowanie badań – np. z National Science Foundation czy National Institutes of

⁴ Wyrwykowe sprawdzenia na stronach Amazon.com w dziale książki pod hasłem: *entrepreneurship* dało w dniu 20 grudnia 2012 r. 31 132 rekordy.

⁵ Aldrich przywołuje tu jedynie „Internationales Gewerbearchiv”, które zaczęło się ukazywać od 1952 r.

⁶ Wstęp do pierwszego numeru tego czasopisma napisał prezydent USA R. Reagan.

Health – były dostępne dla naukowców reprezentujących takie dyscypliny, jak ekonomia czy socjologia, a w dużo mniejszym zakresie przyznawane były tym badaczom, którzy byli zainteresowani eksplorowaniem różnych aspektów przedsiębiorczości.

W latach 80. Kauffman Foundation zainicjowała finansowanie badań zorientowanych na małe przedsiębiorstwa i przedsiębiorczość. W latach 90. Kauffman Foundation sfinansowała dwa ważne projekty: Panel Study of Entrepreneurial Dynamics I (PSED I) oraz Global Entrepreneurship Monitor (GEM), a na początku XXI w. Panel Study of Entrepreneurial Dynamics II i Kauffman Firm Survey (KFS).

W Europie środki na badania dotyczące zagadnień przedsiębiorczości dostępne są zarówno w poszczególnych państwach, jak i w ramach różnych programów Unii Europejskiej. Warto przy tym odnotować różnicę w finansowaniu badań nad przedsiębiorczością w USA i w państwach europejskich polegającą na dominującym udziale środków prywatnych w Stanach Zjednoczonych, a publicznych w Europie.

1.5. Umacnianie tożsamości dyscypliny

Na instytucjonalizację badań nad przedsiębiorczością pozytywny wpływ mogą mieć nagrody ustanawiane dla najlepszych badań i badaczy. Aldrich wspomina tu o International Award for Entrepreneurship and Small Business Research przyznawanej od 1996 r. przez Swedish Foundation for Small Business Research. W 2008 r. Entrepreneurship Division of the Academy of Management we współpracy ze szkołą biznesu University of Connecticut ustanowił nagrodę IDEA w zakresie badań nad przedsiębiorczością.

Warto również nadmienić, że rozkład wpływów i znaczenia poszczególnych ośrodków badania przedsiębiorczości jest bardzo niesymetryczny [Albarrán, Ruiz-Castillo, 2011]⁷.

1.6. Globalizacja

Badania Landströma i współautorów [2012] pokazują, że centrum badań nad przedsiębiorczością

lokuje się w Ameryce Północnej, ale nie jest ograniczone tylko do tego regionu. Należy podkreślić, że około jednej trzeciej członków Academy of Management to obywatele innych niż USA państw. Konferencje organizowane przez Babson College gromadzą naukowców z całego świata, a konferencje RENT przyciągają badaczy z różnych krajów europejskich. Duża liczba pojawiających się czasopism naukowych poświęconych przedsiębiorczości zawiera w tytule lub w swojej misji przymiotnik „międzynarodowy”, a liczne szkoły biznesu oferują programy kształcenia przystosowane do potrzeb i oczekiwań studentów z całego niemal świata. Wykładowcy tych szkół przemierzają się niemal bez przerwy między różnymi kontynentami, dając wykłady czy uczestnicząc w seminariach. Jest rzeczą znamioną, że – jak wykazali to D. Reader i D. Watkins [2006] – istnieje silna pozytywna korelacja między wzajemnym cytowaniem swoich prac i wzorami społecznych interakcji, a prawidłowość ta dotyczy większości dyscyplin naukowych. Oznacza to (w skrócie), że ludzie, którzy mają podobne podejście do problemów częściej się spotykają, wymieniają między sobą swoje publikacje i starają się doradzać sobie wzajemnie.

Aldrich konkluduje, że w ostatnich dziesięcioleciach daje się zaobserwować poszerzenie się oraz umacnianie związków i relacji między badaczami problemów przedsiębiorczości. Rosnąca liczba badaczy (*knowledge producers*) oraz użytkowników/konsumentów wiedzy (*knowledge users*) podzieliła opinię co do podstawowych zagadnień i kwestii z obszaru przedsiębiorczości, zasad oraz metod badań. Wykształciła się również wąska grupa liderów badań i szeroko cytowanych autorów. Można więc stwierdzić, że przedsiębiorczość jako nauka specjalność krzepnie i stabilizuje swoją pozycję w nauce i w badaniach.

Jednocześnie jednak, jak pokazują Landström i współautorzy [2012], pole badawcze przedsiębiorczości podlega zmianom, co sprawia, że badacze zagadnień przedsiębiorczości rzadziej niż przedstawiciele innych specjalności czy dyscyplin będą narażeni na syndrom znudzenia czy repetycji w działaniach.

O tym, jak dynamiczne zmiany zachodzą na polu badania przedsiębiorczości dowodzi opublikowany w 2012 r. artykuł S.L. Nielsen i A.H. Lassen, w którym przedstawiają one autorską kategorię

⁷ Przywoływani autorzy wskazują, że relatywnie mała grupa badaczy zagadnień przedsiębiorczości posiada nieproporcjonalnie duży udział w cytowaniach. Może to ich zdaniem świadczyć o silnych różnicach w statusie poszczególnych badaczy w środowisku naukowym.

zację teorii procesu przedsiębiorczości [Nielsen, Lassen, 2012].

Jak z takiej perspektywy poziomu zaawansowania badań nad przedsiębiorczością wygląda pozycja badań nad społeczną przedsiębiorczością na świecie?

2. Instytucjonalne uwarunkowania badań nad społeczną przedsiębiorczością

Wykorzystując kryteria użyte przez Aldricha oraz najbardziej relewantne pozycje z literatury przedmiotu wyłonione w procedurze nakreślonej w przypisie nr 1, spróbujmy teraz ocenić poziom zinstytucjonalizowania badań nad społeczną przedsiębiorczością. Aby wzbogacić nieco obraz badań nad społeczną przedsiębiorczością, dodajmy do kryteriów wyróżnionych przez Aldricha trzy elementy: skrótową prezentację praktyki oraz teorii społecznej przedsiębiorczości, jak również różnych sposobów rozumienia społecznej przedsiębiorczości. Prezentowane poniżej ujęcie ma charakter autorski, a zatem może (i powinno) stać się przedmiotem dyskusji.

2.1. Praktyka społecznej przedsiębiorczości

Praktyczne wykorzystywanie społecznej przedsiębiorczości ma bogatą tradycję – sięgającą głębiej niż historia Ashoki założonej przez B. Draytona w 1980 r. (który to projekt rozszławił ideę społecznej przedsiębiorczości) [Sen, 2007]. Przykładami społecznej przedsiębiorczości są bowiem również Grameen Bank założony w 1976 r. przez M. Yunusa czy Manchester Craftsmen's Guild założona w 1968 r. przez B. Stricklanda.

Jak wskazują Seelos i Mair [2005], najbardziej spektakularne przykłady społecznej przedsiębiorczości pochodzą z państw rozwijających się. Pojęcie społecznej przedsiębiorczości jest wykorzystywane do opisu aktywności podejmowanych w skali lokalnej czy regionalnej, w szczególności w odniesieniu do grup ludności ubogiej [Seelos, Mair, 2005; Martin, Novicevic, 2010], marginalizowanej [Alvord i in., 2004], zamieszkałej na wsiach czy w małych miejscowościach [Matei, Matei, 2012]. Takie korzenie społecznej przedsiębiorczości nie zamykają jej jednak drogi do ekspansji w gospodarkach krajów wysoko rozwiniętych. F.M. Santos przywołując ba-

dania Global Entrepreneurship Monitor 2005, pisze o 1,2 mln (około 3,2% osób w wieku produkcyjnym) społecznych przedsiębiorców w samej tylko Wielkiej Brytanii [Santos 2009, s. 2]. Innowacyjne rozwiązania stosowane początkowo w skali lokalnej są przenoszone do innych miejsc, państw i na inne kontynenty [Zahra i in., 2008]. Mamy zatem do czynienia z rozwojem społecznej przedsiębiorczości, która w opinii wielu może być efektywną odpowiedzią na olbrzymie społeczne wyzwania, przed jakimi stoją rządy współczesnych państw [Sud i in., 2009].

2.2. Teoria społecznej przedsiębiorczości

Rozwojowi praktyki społecznej przedsiębiorczości nie towarzyszy równie intensywna i owocna refleksja teoretyczna nad tymi zagadnieniami. D.D. Brock i M. Kim [2011] w badaniach nad społeczną przedsiębiorczością wyróżniają trzy okresy: pionierski (lata 90.), konsolidacyjny (2000–2008) oraz współczesny (od 2008 r.). W ramach każdego z nich wskazują na kluczowe dla danego okresu instytucje, publikacje oraz konferencje [Brock, Kim, 2011, s. 7].

W okresie pionierskim wśród instytucji wyróżniły się Harvard Business School oraz Stanford Center for Social Innovation, a do zbioru najważniejszych publikacji autorki zaliczyły takie prace, jak: Dees [1998], Dees i in. [2001] oraz Bornstein [2004]⁸.

Na etapie konsolidacji wyróżniającymi się instytucjami były Center for the Advancement of Social Entrepreneurship (CASE) na Duke University oraz Skoll Centre, University of Oxford, a wśród publikacji: „Social Enterprise Journal” (który pojawił się na rynku w 2005 r.) oraz prace: Mair i in. [2006], Nicholls [2006] oraz Lighta [2006].

W okresie po 2008 r. wśród instytucji autorki wskazują na Third Sector Research Centre: Social Enterprise Cluster (centrum utworzone w 2008 r. przez University of Birmingham oraz University

⁸ Taka kwalifikacja książki może budzić kontrowersje nie tylko z powodu błędu metodologicznego (zasada rozłączności podziału, która odnosi się również do „Stanford Social Innovation Review”, który pojawił się na rynku wydawniczym w 2004 r., a został przez autorki włączony do grupy wydawnictw pionierskich). Gdyby autorki odwołały się do artykułów D. Bornsteina publikowanych np. w „The Atlantic Monthly” (wydanie online) w drugiej połowie lat 90., a poświęconych społecznej przedsiębiorczości, nie byłoby problemu. Znamiennie jest przy tym, że autorki pisząc o etapie pionierskim pomijają ważną pracę Leadbeatera z 1997 r. O braku profesjonalizmu może również świadczyć przykry błąd w tytule pracy Bornsteina, gdzie zamiast „How to Change the World” mamy „How to Save the World” [Brock, Kim, 2011, s. 19].

of Southampton), a wśród publikacji podręcznik R. Zeiglera [2009] i artykuł F.M. Santosa [2009]. Warto w tym miejscu dodać, że od 2010 r. zaczął się ukazywać „Journal of Social Entrepreneurship”, a rok później na rynku wydawniczym zadebiutował „Journal of Social Business”.

Ujęcie Brock i Kim jest bardziej faktograficzne niż oceniające poziom zaawansowania badań nad społeczną przedsiębiorczością. Wśród publikacji poświęconych głównie takiej ocenie można wskazać na dwa przeciwstawne stanowiska. Przedstawiciele pierwszego uznają, że termin „społeczna przedsiębiorczość” jest już głęboko zakorzeniony w biznesie [Pedero, McLean, 2006], a społeczna przedsiębiorczość jest traktowana albo jako wyraźnie wyodrębnione pole zainteresowań badawczych [Light, 2008], albo wręcz jako subdyscyplina (*subdiscipline*) przedsiębiorczości [Certo, Miller, 2008, s. 267].

Przedstawiciele drugiego wskazują na słabość badań nad społeczną przedsiębiorczością. Przykładowo, W. Cukier, S. Trenholm, D. Carl i G. Gekas analizując 567 publikacji na temat społecznej przedsiębiorczości wydanych między 1987 a 2008 r. oraz 274 studiów przypadku przywoływanych w publikacjach twierdzą, że istnieje istotny brak badań empirycznych społecznej przedsiębiorczości, a publikowane badania wykazują bardzo często niedostateczny rygorystyczny metodologiczny [Cukier i in. 2011].

Inni badacze podnoszą, że ciągle sam przedmiot badań, czyli społeczna przedsiębiorczość nie jest w sposób satysfakcjonujący zdefiniowany [Mair, Martí, 2006]. Jak wskazują M.L. Rhodes i G. Donnelly-Cox [2008], niewiele jest jeszcze opracowań na temat społecznej przedsiębiorczości, które mogłyby być uznane za kanoniczne. One same wymieniają tu opracowania pod redakcją C. Steyaerta i D. Hjortha [2006], J. Mair, J. Robinsona i K. Hockerts [2006] oraz A. Nicholls [2006].

O mniej niż skromnych osiągnięciach w zakresie teorii społecznej przedsiębiorczości piszą również J.C. Short, T.W. Moss i G.T. Lumpkin [2009], wskazując na małą liczbę badań empirycznych oraz słabości metodologiczne badań prezentowanych w literaturze przedmiotu.

Można więc konkludować za J. Kickul i S. Bacq, że zarówno dokonania teoretyczne, jak i wyniki badań empirycznych nad społeczną przedsiębiorczością pozostawiają jeszcze duże pole do działania dla

teoretyków i przedstawicieli praktyki [Kickul, Bacq, 2012].

Z tym większą radością należy witać próby budowania metodologicznych fundamentów do pozyskiwania danych na temat społecznej przedsiębiorczości i prowadzenia badań w skali międzynarodowej [Lepoutre i in., 2011].

Poniżej – z uwzględnieniem schematu zaproponowanego przez Aldricha – zostanie podjęta autorska ocena stopnia zaawansowania badań nad społeczną przedsiębiorczością.

Wcześniej zostaną jednak przedstawione sposoby definiowania społecznej przedsiębiorczości.

2.3. Rozumienie społecznej przedsiębiorczości

S.T. Certo i T. Miller konstatują istnienie wielu definicji społecznej przedsiębiorczości [Certo, Miller, 2008 s. 269], co potwierdzają Cukier i współautorzy przywołując w swoim artykule ponad dwanaście definicji społecznej przedsiębiorczości [Cukier i in., 2011, s. 101–102]. Nie aspirując do pełnego czy nawet tylko reprezentatywnego przedstawienia rozmaitych podejść, tytułem ilustracji można wskazać na kilka sposobów definiowania społecznej przedsiębiorczości.

C. Leadbeater postrzegał społecznych przedsiębiorców jako jedno z najważniejszych źródeł innowacji. Wskazywał, że społeczni przedsiębiorcy identyfikują niedostatecznie wykorzystywane zasoby, czyli ludzi, budynki, wyposażenie i znajdują sposoby takiego ich „zagospodarowania”, aby odpowiadać na potrzeby społeczne, które do tej pory nie były zaspokajane. Społeczni przedsiębiorcy usprawniają usługi społeczne i znajdują nowe sposoby świadczenia tych usług. Wykorzystują swoje przedsiębiorcze umiejętności do osiągnięcia celów społecznych i są zatrudniani w części w tradycyjnym sektorze publicznym, w dużych prywatnych przedsiębiorstwach i w najbardziej innowacyjnych organizacjach sektora wolontariatu [Leadbeater, 1997, s. 2].

J.G. Dees definiuje społecznych przedsiębiorców jako agentów zmiany w sektorze społecznym, działających przez:

- przyjmowanie misji zorientowanej na kreowanie i utrzymywanie wartości społecznych (a nie tylko wartości jednostkowej, prywatnej),

- dostrzeganie i nieustanne wykorzystywanie nowych okazji do urzeczywistniania tej misji,
- angażowanie się w proces ciągłej innowacji, adaptacji i uczenia się,
- odważne działania bez oglądania się na ograniczone zasoby będące do dyspozycji w danym momencie,
- pokazywanie zwiększonej odpowiedzialności wobec społeczności, którym się służy i odpowiedzialności za osiągnięte wyniki [Dees, 1998, s. 4].

A.M. Peredo i M. McLean dokonując krytycznego przeglądu definicji społecznej przedsiębiorczości, proponują elastyczne podejście do definiowania społecznej przedsiębiorczości. Piszą, że ze społeczną przedsiębiorczością mamy do czynienia wówczas, kiedy osoba (lub osoby) są nakierowane wyłącznie lub w głównej mierze na kreowanie jakiejś wartości społecznej (*social value*) i dążą do osiągnięcia tego celu przez łączenie takich aktywności, jak: identyfikowanie okazji do kreowania takich wartości i wykorzystywanie tych okazji, innowacyjność, podejmowanie ryzyka oraz brak zgody na akceptowanie ograniczeń co do posiadanych aktualnie zasobów [Peredo, McLean, 2006, s. 64].

R.L. Martin i S. Osberg definiują społecznego przedsiębiorcę jako osobę, która:

- bierze za cel godną pożałowania, ale stałą równowagę, która powoduje zaniedbywanie, marginalizację lub cierpienie jakiejś grupy ludzi,
- znajduje odpowiedź na tę równowagę, wnosi swoją inspirację, bezpośrednie działanie, kreatywność, odwagę i hart ducha,
- orientuje się na (i w końcu wpływa na) ustanowienie nowej równowagi, która zapewnia trwałe korzyści grupie docelowej i całemu społeczeństwu [Martin, Osberg, 2007, s. 39].

Takie ujęcie nawiązuje do Schumpeterowskiego rozumienia przedsiębiorcy jako podmiotu dokonującego kreatywnej destrukcji.

P.C. Light zaproponował definicję społecznej przedsiębiorczości bardziej sprzyjającą włączeniu społecznemu. Według tego autora społeczna przedsiębiorczość to próba podejmowana przez jednostki, organizacje, sieci bądź grupy organizacji w celu wykreowania dużego, trwałego (*sustainable*) przekształcenia poprzez zmianę podejścia do rozwiązywania problemów społecznych [Light, 2006,

s. 49]. Light sprzeciwiał się pojmowaniu społecznego przedsiębiorcy jako pojedynczego herosa podejmującego ryzyko, preferując podejście akcentujące zbiorowy wysiłek i nowe sposoby rozwiązywania problemów społecznych.

Krytyka tak szerokiego definiowania społecznej przedsiębiorczości (zgodnie z proponowaną definicją niemal wszystkie działania i inicjatywy mogłyby być sklasyfikowane jako społeczna przedsiębiorczość) skłoniła Lighta do częściowej rewizji podejścia i do poszerzenia kafeiterii działań podejmowanych przez społecznych przedsiębiorców, jak również wskazania na charakterystyczne cechy społecznej przedsiębiorczości, tj. unikalne motywacje i postawy społecznych przedsiębiorców (rozwaga, wytrwałość, optymizm), inkrementalny charakter zmian prowadzących w efekcie do dużej zmiany, sprzyjający czas dla innowacji oraz to, że przedsiębiorcze organizacje tworzone są po to, aby wytyczać kierunki zmian (a nie orientować się na zmiany dokonywane w tradycyjnych organizacjach) [Light, 2009].

Dla innych autorów społeczna przedsiębiorczość jest działaniem przedsiębiorczym z wbudowanym celem społecznym. Jest to „innowacyjna aktywność ukierunkowana na kreowanie wartości społecznych, która może pojawiać się wewnątrz lub pomiędzy sektorem działającym nie dla zysku, biznesowym lub rządowym” [Austin i in., 2006, s. 2]. Społeczna przedsiębiorczość jest też ujmowana jako przedsiębiorczość badana w kontekście zjawisk i problemów społecznych [Dorado, Ventresca 2013].

Najprawdopodobniej najbardziej rozbudowaną, a jednocześnie najbardziej rozmytą koncepcją społecznej przedsiębiorczości jest ta proponowana przez G.S. Mort, J. Weerawardena i K. Carnegie [2003]. Według tych autorów społeczna przedsiębiorczość to wielowymiarowy konstrukt, a społeczni przedsiębiorcy cechują się przede wszystkim zrównoważoną oceną oraz prezentują spójną jedność celu i działań w obliczu złożoności otoczenia.

Społeczna przedsiębiorczość może być charakteryzowana szeroko – jako innowacyjne przedsięwzięcie społeczne [Cochran, 2007; Dees, Anderson, 2003], bądź wąsko – jako wykorzystywanie działalności rynkowej do zaspokajania potrzeb społecznych i generowania pozyskanej nadwyżki poprzez innowacje [Thompson, 2002]. Społeczna przedsiębiorczość dosyć powszechnie jest przeciwstawiana przedsię-

biorczości komercyjnej i na zasadzie przeciwstawienia tworzone są jej definicje. Są jednak autorzy wskazujący na podobieństwa między społecznymi przedsiębiorcami i przedsiębiorcami komercyjnymi [Austin i in., 2006; Peredo, McLean, 2006].

Mamy zatem do czynienia z różnymi definicjami społecznej przedsiębiorczości. Wśród nich możemy wyróżnić definicje bazujące na procesie, które odnoszą się do tworzenia przedsięwzięć o charakterze „nie dla zysku” [Dees, 1998], nowych struktur budowanych w celu rozwiązania społecznych problemów [Fowler, 2000], innowacyjnych działań podejmowanych do rozwiązywania społecznych problemów [Mair, Marti, 2006] czy działań zorientowanych na kreowanie społecznych wartości [Austin i in., 2006].

Osobną kategorię stanowią te definicje społecznej przedsiębiorczości, które odnoszą się do cech społecznego przedsiębiorcy [Martin, Osberg, 2007; Peredo, McLean, 2006].

Należy podzielić opinie, że spotykane w literaturze definicje społecznej przedsiębiorczości są zazwyczaj bardzo ogólne, a często wykazują cechy tautologii [Santos, 2009, s. 3].

W świetle powyższego można uznać, że problematyka społecznej przedsiębiorczości w obszarze pojęć i definicji jest jeszcze słabo uporządkowana. Nie istnieje jedna, powszechnie akceptowana definicja społecznej przedsiębiorczości [Makhlof, 2011]. Ten brak jest postrzegany przez badaczy za jeden z najważniejszych problemów badawczych [Kickul, Bacq, 2012]⁹.

Na to nieuporządkowanie terminologiczne nakłada się pojawianie się w mediach (oraz w literaturze przedmiotu) nowych terminów, takich jak: *green entrepreneurship*, *nonprofit startups*, *environmental entrepreneurship*, *sustainable entrepreneurship* [Neck i in., 2009, s. 14], *community interest companies* [Nicholls, 2010], *corporate social entrepreneurship* [Michelini, 2012], *household entrepreneurship* [Huu Chi, Nordman, 2012] czy *social entrepreneurship zone* [Swanson, Di Zhang, 2010]. To w połączeniu z terminami już zadomowionymi w li-

teraturze, ale wciąż jeszcze mało precyzyjnie zdefiniowanymi, takimi jak: *social innovation*, *social justice*, *social venture*, *social enterprise* bądź *community entrepreneurship* [Selsky, Smith, 1994], zdaje się potęgować poczucie terminologicznego nieuporządkowania czy wręcz chaosu.

Na potrzeby niniejszego artykułu przyjmuje się, że społeczna przedsiębiorczość to działania wyczerpujące znamiona działań przedsiębiorczych, które mogą być inicjowane przez pojedyncze osoby, ale potem realizowane już przez grupy ludzi, organizacje i/lub ich sieci, a zorientowane na innowacyjne rozwiązywanie społecznych problemów.

Powyższa propozycja może być uznana za próbę łączenia indywidualnego wymiaru społecznej przedsiębiorczości [Bornstein, 2004; Austin i in., 2003; Martin, Osberg, 2007; Dees, 1998] z wymiarem grupowym [Peredo, McLean, 2006; Light, 2006] oraz takiego rozumienia społecznej przedsiębiorczości, które zakłada łączenie społecznej misji z dyscypliną typową dla działań przedsiębiorczych w sektorach działających dla zysku [Katzenstein, Chrispin, 2011, s. 88].

2.4. Instytucjonalizacja badań nad społeczną przedsiębiorczością

Wykorzystując kryteria zastosowane przez Aldricha do oceny instytucjonalizacji badań nad przedsiębiorczością, można zaproponować następującą autorską ocenę instytucjonalizacji badań nad społeczną przedsiębiorczością.

2.4.1. Sieci kontaktów

Sieci wykorzystywane przez badaczy zagadnień dotyczących społecznej przedsiębiorczości nie mają jeszcze sprofilowanego charakteru, tzn. nie grupują (z jednym wyjątkiem, o którym poniżej) tylko badaczy społecznej przedsiębiorczości¹⁰. Wymiana informacji i współpraca między badaczami dokonują się w takich sieciach, jak Association for Research on Nonprofit Organizations & Voluntary Action (ARNOVA), EMES European Research Network, Social Enterprise Knowledge Network (SEKN) czy United States Association for Small Business and

⁹ Wyniki badania wykonanego podczas konferencji na temat społecznej przedsiębiorczości w 2011 r. w NYU Stern pokazały, że z listy 14 problemów podejmowanych w badaniach nad społeczną przedsiębiorczością za najważniejsze dla rozwoju teorii społecznej przedsiębiorczości respondenci uznali (według ważności): definiowanie pola społecznej przedsiębiorczości, zarządzanie projektami społecznej przedsiębiorczości (*social entrepreneurship governance*) oraz formy organizacyjne społecznej przedsiębiorczości [Kickul, Bacq, 2012, s. 10].

¹⁰ Reprezentatywną listę sieci kontaktów i współpracy dla teoretyków, praktyków i studentów społecznej przedsiębiorczości można znaleźć w: [Brock, 2008] oraz [Brock, Kim, 2011].

Entrepreneurship. Jedyną wyspecjalizowaną siecią dla badaczy problemów społecznej przedsiębiorczości jest University Network for Social Entrepreneurship¹¹.

Towarzystwa naukowe

Badania nad przedsiębiorczością społeczną są realizowane przez badaczy z różnych towarzystw naukowych utworzonych na potrzeby badań przedsiębiorczości czy organizacji działających nie dla zysku (jak ARNOVA). Nie ma jak na razie wyodrębnionych towarzystw naukowych skupiających tylko badaczy problemów społecznej przedsiębiorczości.

Konferencje naukowe

Identyfikowanie konferencji naukowych poświęconych społecznej przedsiębiorczości nie jest zadaniem łatwym, ponieważ trudno jednoznacznie zaklasyfikować dane przedsięwzięcie naukowe jako dedykowane tylko temu tematowi¹². Brock i Kim [2011] odnosząc się do pionierskiego etapu badań nad społeczną przedsiębiorczością, wymieniają Social Enterprise Conferences organizowane od 2000 r. przez Harvard Business School. Na następnym etapie, etapie konsolidacji, wymieniane są: Social Enterprise Research Conference (SERC) (organizowana przez Open University oraz London Southbank University, a potem przez University of Oxford), Satter Conference on Social Entrepreneurship (organizowana od 2004 r. przez New York University Stern) czy organizowana od 2005 r. przez IESE – Barcelona, NYU Stern oraz Copenhagen Business School, International Social Entrepreneurship Research Conference (ISERC)¹³.

Wśród konferencji pojawiających się w ostatnich latach wymienia się: International Social Innovation Research Conference (ISIRC) organizowaną od 2009 r. przez University of Oxford oraz London Southbank University oraz Colloquium on Social Entrepreneurship (organizowane przez University of Oxford oraz Duke University).

2.4.2. Możliwości publikacji

Gdyby opierać się na badaniu przeprowadzonym wśród uczestników konferencji na temat społecznej przedsiębiorczości, zorganizowanej w 2011 r. w NYU Stern, to problemy z publikowaniem artykułów dotyczących społecznej przedsiębiorczości zostały uznane przez respondentów za najważniejsze wyzwanie, przed jakim stoją badacze tych zagadnień (wskazało na to 25% respondentów) [Kickul, Bacq, 2012, s. 8].

Książki

Odnosząc się do wydawnictw książkowych na temat społecznej przedsiębiorczości, można do listy prezentowanej przez Brock i Kim [2011] dodać – obok innych pozycji wykazywanych powyżej w tym artykule – inne jeszcze, a często przywoływane w literaturze przedmiotu [Wei-Skillern i in., 2007; Fayolle, Matlay, 2010; Brooks, 2008; Elkington, Hartigan, 2008 oraz Goldstein i in., 2009].

Warto również zwrócić uwagę na fakt, że liczące się wydawnictwa (np. Edward Elgar czy Sage) coraz chętniej wydają książki dotyczące społecznej przedsiębiorczości. Przykładowo, Edward Elgar wydał w 2012 r. trzy tytuły poświęcone tej tematyce, podczas gdy w 2010 r. tylko jeden (podobnie jak w 2009 r. i 2006 r.).

Artykuły

Artykuły na tematy społecznej przedsiębiorczości były publikowane z różną intensywnością i w różnych czasopismach, również w tych najbardziej prestiżowych (np. artykuły Deesa w Harvard Business Review).

Największym osiągnięciem ostatnich lat w tym obszarze był debiut na rynku wydawniczym czasopisma „Journal of Social Entrepreneurship” w 2010 r. T.L. Hill, T.H. Kothari i M. Shea [2010] zadeklarowali w artykule otwierającym pierwszy numer czasopisma, że będzie ono poświęcone metaanalizie

¹¹ Oprócz sieci, w której działają przede wszystkim naukowcy, istnieją jeszcze sieci, w których udzielają się praktycy społecznej przedsiębiorczości (przykładem mogą być Social Enterprise Alliance oraz Social Venture Network) oraz studenci (np. sieci: Students in Free Enterprise czy Youth Venture).

¹² Nawet bowiem na liście konferencji naukowych, tworzonej przez znawczynię problematyki społecznej przedsiębiorczości, w tabeli zawierającej wykaz konferencji i imprez (*Social Entrepreneurship Conferences and Events*) spotykamy konferencje dotyczące zagadnień szerszych niż społeczna przedsiębiorczość, jak np. przedsiębiorstw społecznych [Brock, 2008, s. 64–65], podczas gdy w tabeli z wykazem konferencji organizowanych dla praktyków znajdujemy Skoll World Forum on Social Entrepreneurship organizowane przez University of Oxford, które jest w literaturze przedmiotu klasyfikowane jako konferencja naukowa.

¹³ Owoce tej pierwszej konferencji była książka pt. *Social Entrepreneurship* [Mair i in., 2006].

społecznej przedsiębiorczości i będzie służyć umocnieniu pozycji społecznej przedsiębiorczości jako specjalności naukowej¹⁴.

Na platformie Social Science Research Network dostępny jest też „Social Entrepreneurship eJournal”, który jest użytecznym źródłem informacji na temat artykułów opublikowanych w czasopismach naukowych lub dostępnych w sieci, oferującym streszczenia artykułów, a w niektórych przypadkach również ich pełne teksty.

Artykuły na temat społecznej przedsiębiorczości są zamieszczane w różnych czasopismach. Znamienne, że w ostatnich kilku latach daje się zauważyć ich większą otwartość na publikowanie tekstów dotyczących społecznej przedsiębiorczości. Dowodem na to mogą być specjalne numery czasopism ustabilizowanych już na rynku, a poświęcone zagadnieniom społecznej przedsiębiorczości. Jako przykład można wymienić: „Technological Forecasting and Social Change”, który wydał w 2010 r. specjalny numer „World Problems, Emerging Technologies, Social Entrepreneurship, and Creative Enterprise” [Vol. 77, Issue 5], „Australasian Marketing Journal”, który w 2009 r. opublikował „Sustainability, Social Entrepreneurship and Social Change” [Vol. 17, Issue 4], „Entrepreneurship Theory and Practice”, który w 2012 r. wydał „Social Entrepreneurs’ Behavior” [Vol. 36, Issue 5], czy też „Emergence: Complexity & Organization”, w ramach którego w 2008 r. wydano „Special Issue on Complexity and Social Entrepreneurship” [Vol. 10].

2.4.3. Kształcenie i szkolenia

Kształcenie w specjalności społecznej przedsiębiorczości odbywa się z reguły na wydziałach ekonomii i zarządzania uniwersytetów oraz w szkołach biznesu. Brock w swoim raporcie z 2008 r. (przywołując dane z Ashoka) wylicza 61 instytucji reprezentujących 17 państw, które oferują studia w zakresie społecznej przedsiębiorczości lub posiadają instytucje prowadzące badania na ten temat [Brock, 2008, s. 70]. Kursy społecznej przedsiębiorczości są ofe-

rowane na czołowych światowych uniwersytetach, takich jak Harvard, Columbia, New York University czy University of Oxford. Badania T.L. Miller, C.L. Wesleya II i D.E. Williams pokazują, że kursy poświęcone społecznej przedsiębiorczości są proponowane na 52 uniwersytetach w USA, Europie, Azji oraz w Australii [Miller i in., 2012].

Co ciekawe, 46% uniwersytetów obecnych na konferencji w 2011 r. w NYU Stern i biorących udział w badaniu ankietowym proponowało w ramach swojej oferty edukacyjnej co najmniej jeden kurs społecznej przedsiębiorczości, 25% – od dwóch do pięciu kursów, a 6% – prowadziło więcej niż 6 kursów na temat społecznej przedsiębiorczości [Kickul, Bacq, 2012, s. 8].

Powyższe liczby trzeba jednak traktować z dużą ostrożnością, zwłaszcza konfrontując je z liczbą jedynie 99 programów nauczania społecznej przedsiębiorczości zidentyfikowanych przez Miller w 2011 r. [Miller i in., 2012] oraz 70 nauczycielami akademickimi prowadzącymi te przedmioty.

Wszystko to daje podstawy do twierdzenia, że społeczna przedsiębiorczość dopiero buduje swoją pozycję jako odrębna specjalność [Lawrence i in., 2012], a oferta dydaktyczna również znajduje się *in statu nascendi*.

2.4.4. Fundacje oraz źródła finansowania

Badania nad społeczną przedsiębiorczością są finansowane ze środków prywatnych poprzez fundacje charytatywne (to realia amerykańskie) oraz środków publicznych i prywatnych (przypadek państw europejskich). Wśród fundacji zaangażowanych w finansowanie badań nad społeczną przedsiębiorczością można wymienić, takie jak: Ashoka, Skoll, Kaufmann, Surdna, Schwab, Lemelson czy Echoing Green, które prowadzą działania w skali globalnej.

Warto wspomnieć w tym miejscu o inicjatywnie J.D. Wolfensohna, który w 2006 r. ufundował Wolfensohn Center for Development at Brookings, które również finansuje badania nad społeczną przedsiębiorczością [Abdou i in., 2010].

2.4.5. Umacnianie tożsamości społecznej przedsiębiorczości

W umacnianiu tożsamości społecznej przedsiębiorczości ważną rolę pełnią konkursy na najlepsze po-

¹⁴ W tym miejscu należy powrócić do uwagi z przypisu 1 – o pewnych istotnych ograniczeniach prezentowanej analizy. Lista czasopism podejmujących tematykę społecznej przedsiębiorczości nie obejmuje np. „Ekonomii Społecznej”. To z kolei skłania do szerszej refleksji na temat obecności polskich badaczy problemów społecznej przedsiębiorczości w światowej literaturze przedmiotu.

mysły i produkty związane z tym obszarem. Można tu wskazać na granty przyznawane przez fundacje, np. przez fundację Skoll. O granty Skoll mogą występować społeczni przedsiębiorcy, którzy podejmują działania zorientowane na zmianę o dużej skali w odniesieniu do zachowań, polityki oraz infrastruktury w zakresie takich zagadnień, jak tolerancja i prawa człowieka, ochrona środowiska, pokój i bezpieczeństwo, odpowiedzialność instytucji oraz równość ekonomiczna i społeczna.

Wiele uniwersytetów prowadzących kursy społecznej przedsiębiorczości organizuje konkursy na najlepsze biznesplany w tym zakresie: Stanford University w ramach swojego programu *Social Entrepreneur's Challenge*, Wake Forest University w ramach programu *Social Entrepreneurship Business Plan*, University of Washington w ramach programu *Global Social Entrepreneurship Competition*, czy Washington University in St. Louis Skandalaras w ramach programu *Social Entrepreneurship and Innovation Competition*.

Tufts University funduje corocznie nagrodę w wysokości 50 tys. dolarów w ramach konkursu *50K Social Entrepreneurship Competition*.

Ciekawym rozwiązaniem są konkursy organizowane wspólnie przez uniwersytety oraz instytucje partnerskie (fundacje, władze lokalne czy korporacje). Warto wymienić *Global Social Venture Competition* organizowany przez konsorcjum UC Berkeley, Columbia Business School, London Business School oraz Goldman Sachs Foundation, czy też *National Idea to Product Competition for Social Entrepreneurship* organizowany przez Social Entrepreneurship Initiative (SEI), który sam jest partnerskim programem skupiającym władze lokalne, studentów i Discovery Park, afiliowanym przy Purdue University.

Podobne konkursy są również organizowane w innych państwach i na innych kontynentach. Jako przykład można podać konkurs na najlepszy biznesplan *Booz Allen Hamilton Social Entrepreneurship Business Plan Competition*, organizowany przez Chinese University of Hong Kong i firmę konsultingową Allen Hamilton czy konkurs organizowany przez Instituto de Empresa Business School.

2.4.6. Globalizacja

W pracach na temat społecznej przedsiębiorczości wskazuje się na jej globalny zasięg [Santos, 2009].

Wśród badaczy społecznej przedsiębiorczości znajdziemy osoby z różnych państw i kontynentów. Na konferencji New York University Stern School of Business w listopadzie 2011 r. zorganizowano aż 26 sesji, a na każdej prezentowano 3–4 referaty [Kickul, Bacq, 2012, s. 2]. Piąte z kolei kolokwium na temat społecznej przedsiębiorczości (Research Colloquium on Social Entrepreneurship) organizowane przez Saïd Business School, University of Oxford w lipcu 2012 r. również skupiło szerokie grono badaczy społecznej przedsiębiorczości [dok. elektr. 1].

Gdyby jednak kryterium wykorzystywane przez Aldricha rozbudować i włączyć do oceny poziomu globalizacji badań nad społeczną przedsiębiorczością dane o liczbie badaczy podejmujących tematy z obszaru społecznej przedsiębiorczości, to wymiar globalizacji istotnie się skurczy. Możemy bowiem mówić o grupie zaledwie kilkuset osób uczestniczących w badaniach społecznej przedsiębiorczości. Dane z raportu Brock mówią o 108 badaczach społecznej przedsiębiorczości w Europie¹⁵, 131 takich osobach w USA, 4 w Kanadzie oraz 32 w państwach azjatyckich [Brock, 2008, s. 70, 76 i 86].

Zakończenie

Chociaż przedsiębiorczość ugruntowała już swoje miejsce jako specjalność w naukach organizacji i zarządzania, to wciąż jeszcze istnieją na tym polu obszary niedostatecznie zbadane (np. nie istnieje powszechnie akceptowana definicja przedsiębiorczości, a zakres empirycznych badań w tym obszarze jest uznawany za niewystarczający).

Społeczna przedsiębiorczość aspiruje dopiero do statusu osobnej (tj. odrębnej od przedsiębiorczości) specjalności. Wyzwania w tym obszarze są duże, ponieważ nauki organizacji i zarządzania ciągle nie posiadają jeszcze dobrej konceptualizacji ekonomicznej roli i logiki społecznej przedsiębiorczości [Santos, 2009]. Brak jest nie tylko spójnej teorii społecznej przedsiębiorczości, ale nawet powszechnie akceptowanej definicji tego terminu. Te braki sprawiają, że nie ma na razie jasnych kryteriów w zakresie zaliczania bądź nie danej działalności do kategorii społecznej przedsiębiorczości [Cukier i in., 2011], co istotnie utrudnia metaanalizę.

¹⁵ Spośród polskich badaczy na liście znalazła się tylko prof. dr hab. E. Leś z Uniwersytetu Warszawskiego.

Spółeczna przedsiębiorczość staje zatem wobec wyzwań związanych z tak fundamentalnymi kwestiami, jak: poziom konceptualizacji, brak legitymizacji, trudności ze znajdowaniem współpracowników oraz brak danych w odniesieniu do danych ilościowych i jakościowych [Kickul, Bacq, 2012, s. 7].

Jednym z kluczowych problemów (mających swoje korzenie w sposobie definiowania społecznej przedsiębiorczości) jest określenie kryterium sukcesu społecznych przedsiębiorców. W tym zakresie sytuacja społecznej przedsiębiorczości jest nieporównanie bardziej złożona niż w przypadku przedsiębiorczości, gdzie kryterium sukcesu przedsiębiorcy jest rynkowy sukces danego produktu czy usługi mierzony za pośrednictwem pieniądza.

Istnieją przesłanki, aby twierdzić, że w obliczu konieczności wzmocnienia badań empirycznych

dotyczących społecznej przedsiębiorczości należałoby skupić wysiłki nad wypracowaniem szeroko akceptowanej definicji samej społecznej przedsiębiorczości, jak również takich kluczowych pojęć, jak dobro społeczne (*social good*) czy wartość społeczna (*social value*).

Wszystko to sprawia, że społeczna przedsiębiorczość jest wymagającym, ale jednocześnie atrakcyjnym badawczo obszarem, tworzącym szanse dla badaczy chcących poświęcić się tej problematyce. Można na koniec postulować, aby badacze podejmujący tematykę społecznej przedsiębiorczości podjęli trud publikacji swoich badań w językach kongresowych i w czasopismach obecnych w znanych cyfrowych bibliotekach – tak, aby w pełni uczestniczyć w naukowym dyskursie na temat społecznej przedsiębiorczości.

Literatura

- Abdou E., Fahmy A., Greenwald D., Nelson J.** [2010], *Social Entrepreneurship in the Middle East*, Wolfensohn Center for Development at Brookings, Dubai School of Government, Silatech, dostępne na: http://nnrptg.demisauce.com/files/1576_file_MEYI_Social_Entrepreneurship_final.pdf.
- Albarrán P., Ruiz-Castillo J.** [2011], *References Made and Citations Received by Scientific Articles*, "Journal of the American Society for Information Science and Technology", Vol. 62.
- Aldrich H.E.** [2012], *The Emergence of Entrepreneurship as an Academic Field: A Personal Essay on Institutional Entrepreneurship*, "Research Policy", Vol. 41, Issue 7.
- Alvord S.H., Brown L.D., Letts C.W.** [2004], *Social Entrepreneurship and Societal Transformation. An Exploratory Study*, "Journal of Applied Behavioral Science", Vol. 40, No. 3.
- Austin J., Stevenson H., Wei-Skillern J.** [2006], *Social and Commercial Entrepreneurship: Same, Different, or Both?*, "Entrepreneurship: Theory & Practice", Vol. 30, Issue 1.
- Bornstein D.** [2004], *How to Change the World. Social Entrepreneurs and the Power of New Ideas*, Oxford University Press.
- Brock D.D.** [2008], *Social Entrepreneurship Teaching Resources Handbook*, Ashoka's Global Academy for Social Entrepreneurship, dostępne na: http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1344412.
- Brock D.D., Kim M.** [2011], *Social Entrepreneurship Education Resource Handbook*, Ashoka U, dostępne na: http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1872088.
- Brooks A.C.** [2008], *Social Entrepreneurship: A Modern Approach to Social Value Creation*, Prentice Hall.
- Certo S.T., Miller T.** [2008], *Social Entrepreneurship: Key Issues and Concepts*, "Business Horizons", Vol. 51, Issue 4.
- Cochran P.L.** [2007], *The Evolution of Corporate Social Responsibility*, "Business Horizons", Vol. 50, Issue 2.
- Cukier W., Trenholm S., Carl D., Gekas G.** [2011], *Social Entrepreneurship: A Content Analysis*, "Journal of Strategic Innovation and Sustainability", Issue 7(1), dostępne na: <http://www.na-businesspress.com/JSIS/CukierWeb.pdf>.

Dees J.G. [1998], *The Meaning of "Social Entrepreneurship"*, dostępne na: http://www.caseatduke.org/documents/dees_sedef.pdf.

Dees J.G., Anderson B.B. [2003], *For-profit Social Ventures*, "International Journal of Entrepreneurship Education", Vol. 2, Issue 1.

Dees J.G., Emerson J., Economy P. [2001], *Enterprising Nonprofits: A Toolkit for Social Entrepreneurs*, John Wiley.

Dorado S., Ventresca M.J. [2013], *Crescive Entrepreneurship in Complex Social Problems: Institutional Conditions for Entrepreneurial Engagement*, "Journal of Business Venturing", Vol. 28, Issue 1.

Elkington J., Hartigan P. [2008], *The Power of Unreasonable People: How Social Entrepreneurs Create Markets That Change the World*, Harvard Business Press.

Fayolle A., Matlay H. (eds) [2010], *Handbook of Research on Social Entrepreneurship*, Edward Elgar Publishing, Cheltenham.

Fowler A. [2000], *NGOs as a Moment in History: Beyond Aid to Social Entrepreneurship or Civic Innovation?*, "Third World Quarterly", Vol. 21, Issue 4.

Goldstein J.A., Hazy J.K., Silberstang J. [2009], *Complexity Science & Social Entrepreneurship; Adding Social Value through Systems Thinking*, Exploring Organizational Complexity Series, Vol. 3, ISCE Publishing, Litchfield Park.

Hill T.L., Kothari T.H., Shea M. [2010], *Patterns of Meaning in the Social Entrepreneurship Literature: A Research Platform*, "Journal of Social Entrepreneurship", Vol. 1, Issue 1.

Huu Chi N., Nordman C.J. [2012], *Household Entrepreneurship and Social Networks: Panel Data Evidence from Vietnam*, dostępne na: [http://jourdev.gretha/IMG/pdf/1b_chi_nordman.pdf](http://jourdev.gretha.u-bordeaux4.fr/sites/jourdev.gretha/IMG/pdf/1b_chi_nordman.pdf).

Katzenstein J., Chrispin B.R. [2011], *Social Entrepreneurship and a New Model for International Development in the 21st Century*, "Journal of Developmental Entrepreneurship", Vol. 16, No. 1.

Kickul J., Bacq S. (eds) [2012], *Patterns in Social Entrepreneurship Research*, Edward Elgar.

Landström H., Frank H., Veciana J.M. [1997], *Entrepreneurship and Small Business Research in Europe*, Avebury, Aldershot, England.

- Landström H., Harirchi G., Lström F.** [2012], *Entrepreneurship: Exploring the Knowledge Base*, "Research Policy", Vol. 41, Issue 7.
- Lawrence T., Phillips N., Trecey P.** [2012], *From the Guest Editors: Educating Social Entrepreneurs and Social Innovators*, "Academy of Management Learning & Education", Vol. 11, Issue 3.
- Leadbeater C.** [1997], *The Rise of the Social Entrepreneur*, Demos, London.
- Lepoutre J., Justo R., Terjesen S., Bosma N.** [2011], *Designing a Global Standardized Methodology for Measuring Social Entrepreneurship Activity: The Global Entrepreneurship Monitor Social Entrepreneurship Study*, "Global Entrepreneurship Monitor", Working Paper Series, No. 11-07.
- Light P.C.** [2006], *Reshaping Social Entrepreneurship*, "Stanford Social Innovation Review", Vol. 4, No. 3.
- Light P.C.** [2008], *The Search for Social Entrepreneurship*, Washington, DC, Brookings Institution Press.
- Light P.C.** [2009], *Social Entrepreneurship Revisited*, "Stanford Social Innovation Review", Vol. 7, No. 3.
- Mair J., Martí I.** [2006], *Social Entrepreneurship Research: A Source of Explanation, Prediction, and Delight*, "Journal of World Business", Vol. 41.
- Mair J., Robinson J., Hockerts K.** (eds) [2006], *Social Entrepreneurship*, Palgrave Macmillan.
- Makhlouf H.H.** [2011], *Social Entrepreneurship: Generating Solutions To Global Challenges*, "International Journal of Management and Information Systems", Vol. 15, No.1.
- Martin J.S., Novicevic M.** [2010], *Social Entrepreneurship among Kenyan Farmers: A Case Example of Acculturation Challenges and Program Successes*, "International Journal of Intercultural Relations", Vol. 34, Issue 5.
- Martin R.L., Osberg S.** [2007], *Social Entrepreneurship: The Case for Definition*, "Stanford Social Innovation Review", Vol. 5, No. 2.
- Matei L., Matei A.** [2012], *The Social Enterprise and the Social Entrepreneurship – Instruments of Local Development. A Comparative Study for Romania*, "Procedia – Social and Behavioral Sciences", Vol. 62.
- Michelini L.** [2012], *Social Innovation and New Business Models. Creating Shared Value in Low-Income Markets*, Springer, Heidelberg, New York, Dordrecht, London.
- Miller T.L., Wesley II C.L., Williams D.E.** [2012], *Educating the Minds of Caring Hearts: Comparing the Views of Practitioners and Educators on the Importance of Social Entrepreneurship Competencies*, "Academy of Management Learning & Education", Vol. 11, Issue 3.
- Mort G.S., Weerawardena J., Carnegie K.** [2003], *Social Entrepreneurship: Towards Conceptualisation*. "International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing", Vol. 8, Issue 1.
- Neck H., Brush C., Allen E.** [2009], *The Landscape of social Entrepreneurship*, "Business Horizons", Vol. 52.
- Nicholls A.** [2010], *Institutionalizing Social Entrepreneurship in Regulatory Space: Reporting and Disclosure by Community Interest Companies*, "Accounting, Organizations and Society", Vol. 35, Issue 4.
- Nicholls A.** (ed.) [2006], *Social Entrepreneurship: New Models of Sustainable Social Change*, Oxford University Press.
- Nielsen S.L., Lassen A.H.** [2012], *Images of Entrepreneurship: Towards a New Categorization of Entrepreneurship*, "International Entrepreneurship and Management Journal", Vol. 8, Issue 1.
- Peredo A.M., McLean M.** [2006], *Social Entrepreneurship: A Critical Review of the Concept*, "Journal of World Business", Vol. 41.
- Reader D., Watkins D.** [2006], *The Social and Collaborative Nature of Entrepreneurship Scholarship: A Co-citation and Perceptual Analysis*, "Entrepreneurship Theory & Practice", Vol. 30.
- Rhodes M.L., Donnelly-Cox G.** [2008], *Social Entrepreneurship as a Performance Landscape: The Case of "Front Line"*, "Emergence: Complexity & Organization". Special Issue on Complexity and Social Entrepreneurship, Vol. 10, No. 3.
- Santos F.M.** [2009], *A Positive Theory of Social Entrepreneurship*, INSEAD "Faculty & Research Working Paper" No. 23/EFE/ISIC.
- Selsky J.W., Smith A.E.** [1994], *Community Entrepreneurship: A Framework for Social Change Leadership*, "The Leadership Quarterly", Vol. 5, Issues 3–4.
- Sen P.** [2007], *Ashoka's Big Idea: Transforming the World through Social Entrepreneurship*, "Futures", Vol. 39, Issue 5.
- Sexton D.L., Bowman N.** [1985], *The Entrepreneur: A Capable Executive and More*, "Journal of Business Venturing", Vol. 1, Issue 1.
- Sexton D.L., Smilor R.W.** [1986], *The Art and Science of Entrepreneurship*, RGK Foundation, IC Institute, Baylor University. Center for Entrepreneurship, Ballinger Pub. Co, Cambridge MA.
- Sexton D.L., Smilor R.W.** (eds) [1997], *Entrepreneurship 2000*, Upstart Publishing Company, Chicago IL.
- Seelos C., Mair J.** [2005], *Social Entrepreneurship: Creating New Business Models to Serve the Poor*, "Business Horizons", Vol. 48, Issue 3.
- Short J.C., Moss T.W., Lumpkin G.T.** [2009], *Research in Social Entrepreneurship: Past Contributions and Future Opportunities*, "Strategic Entrepreneurship Journal", Vol. 3.
- Sud M., VanSandt C.V., Baugous A.M.** [2009], *Social Entrepreneurship: The Role of Institutions*, "Journal of Business Ethics", Vol. 85.
- Steyaert C., Hjorth D.** (eds) [2006], *Entrepreneurship as Social Change: A Third New Movements in Entrepreneur*, Edward Elgar Publishing, Inc.
- Swanson L.A., Di Zhang D.** [2010], *The Social Entrepreneurship Zone*, "Journal of Nonprofit & Public Sector Marketing", Vol. 22, Issue 2.
- Teixeira A.** [2011], *Mapping the (In)visible College(s) in the Field of Entrepreneurship*, "Scientometrics", Vol. 89.
- Thompson J.L.** [2002], *The World of the Social Entrepreneur*, "The International Journal of Public Sector Management", Vol. 15, Issue 5.
- Wei-Skillern J., Austin J., Leonard H. Stevenson H.** [2007], *Entrepreneurship in the Social Sector*, Sage Publications.
- Zahra S.A., Rawhouser H.N., Bhawe N., Neubaum D.O., Hayton J.C.** [2008], *Globalization of Social Entrepreneurship Opportunities*. "Strategic Entrepreneurship Journal", Vol. 2, Issue 2.
- Zeigler R.** [2009], *An Introduction to Social Entrepreneurship*, Edward Elgar.
- Zuccala A., Van Den Besselaar P.** [2009], *Mapping Review Networks: Exploring Research Community Roles and Contributions*, "Scientometrics", Vol. 81.
- [dok. elektr. 1]**, dostępne na: <http://skollcentreblog.org/2012/08/16/2012-research-colloquium-on-social-entrepreneurship-pushing-the-boundaries-of-our-thinking>.

Entrepreneurship and social entrepreneurship as a research object

Abstract: The aim of this paper is to assess the development of social entrepreneurship as an academic field using the criteria defined by H.E. Aldrich with respect to entrepreneurship. Consequently, research on social entrepreneurship is appraised based upon: social networking, publication opportunities, training and mentoring, major foundations and funding sources, reinforcing the identity of social entrepreneurship research and globalising forces. It is argued here that social entrepreneurship remains at the very preliminary stage of becoming a separate academic discipline.

Key words: entrepreneurship, social entrepreneurship, theory of social entrepreneurship.