

Ewelina Florczak

Przedsiębiorstwo społeczne w teorii konfirmy

W literaturze naukowej coraz częściej dyskutowany jest problem celów przedsiębiorstwa we współczesnej gospodarce. Odnieść to należy również do kształtujących się nowych założeń w działalności gospodarczej opartych na uwzględnianiu podmiotowości człowieka we wszystkich sferach życia społeczno-gospodarczego.

W takim kontekście tradycyjne dążenia przedsiębiorstw do maksymalizacji zysków, sprzedaży i minimalizacji kosztów przestają być jedynym priorytetem zarówno w praktyce gospodarczej, jak i w prowadzonych badaniach zjawisk ekonomicznych. Przyjmowanie takiej postawy może prowadzić nawet do zmiany paradygmatu teorii przedsiębiorstwa. Jak pisze J. Brdulak: *Teoria ekonomii, a zwłaszcza teorie przedsiębiorstwa zaczynają zauważać aspekty humanistyczne i dostrzegać podmiotowość ludzi uczestniczących aktywnie w procesach gospodarczych. Jesteśmy prawdopodobnie o krok od sformułowania humanistycznej teorii przedsiębiorstwa, w której element przedsiębiorczości indywidualnej osoby będzie jednym z najistotniejszych aspektów*²⁾.

Jeden z podstawowych problemów w tej kwestii został podjęty w teorii konfirmy, opracowanej przez A. Nogę. Według tej teorii: *Przedsiębiorstwo jest to względnie trwała organizacja i instytucja gospodarki – przyjmująca w różnych krajach*

*różne formy prawne, w tym szczególnie własnościowe, które dzięki swoim odkrytym i potencjalnym autonomicznym zdolnościom zapewnia gospodarstwom domowym wyższą długookresową użyteczność z posiadanego kapitału (ludzkiego, rzeczowego, pieniężnego, intelektualnego, społecznego), niż mogłyby same osiągnąć przez własne gospodarowanie w gospodarce rynkowej, państwowej lub innej mieszance*⁶⁾.

Zgodnie z założeniami teorii konfirmy przedsiębiorstwo powinno równoważyć cele przedsiębiorstwa z celami gospodarstw domowych, aby mogło najefektywniej realizować się w życiu gospodarczym. Mając również na uwadze, że: *celem jest długookresowa zdolność przedsiębiorstw do osiągnięcia i akceptowania przez gospodarstwa domowe wysokiej rentowności powierzonego im kapitału*⁶⁾, istotne jest aby w takim ujęciu pokrywały się funkcje przedsiębiorcze, menedżerskie, właścicielskie z pracowniczymi. Wiąże się to również z uwzględnianiem szerokiego spektrum interesariuszy, którzy są bezpośrednimi i pośrednimi beneficjentami przedsiębiorstwa.

Akceptując zmiany w dążeniach i celach działalności gospodarczej oraz funkcjach realizowanych przez przedsiębiorstwa, warto zastanowić się nad rolą i miejscem przedsiębiorstw społecznych. W Polsce przedsiębiorstwa społeczne rozwijają się od niedawna, a proces formowania się modelu gospodarki społecznej adekwatnej do obecnych warunków spo-

leczno-gospodarczych nie został jeszcze zakończony.

Przedsiębiorstwo społeczne jest to podmiot prowadzący działalność gospodarczą, której celem nie jest maksymalizacja zysków. W budowaniu definicji przedsiębiorstwa społecznego punktem wyjścia jest określenie jego miejsca w strukturach gospodarki, a spośród podmiotów o jedynie komercyjnej działalności wyróżnia go priorytetowe zorientowanie na aktywność społeczną.

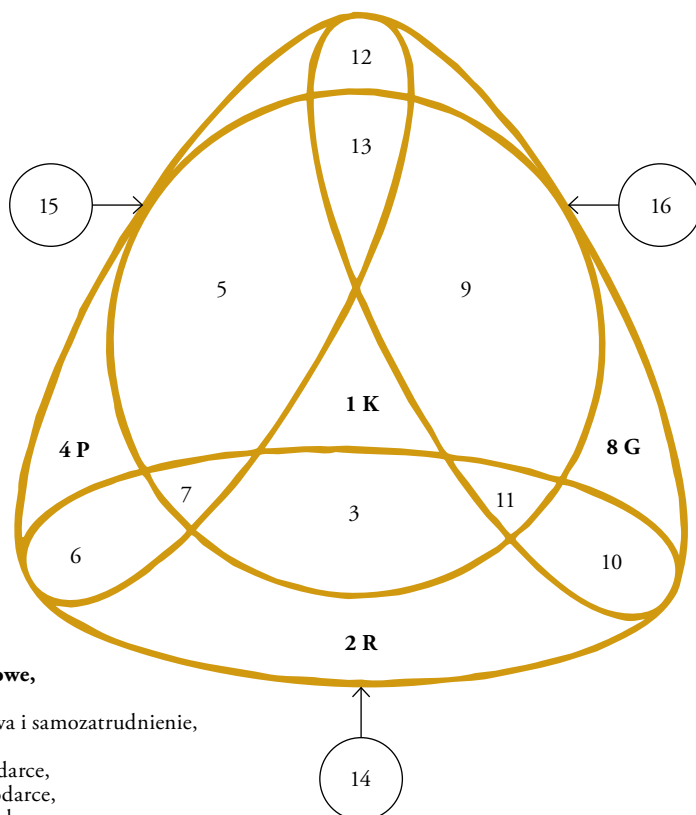
W celu przeprowadzenia dyskusji na temat miejsca przedsiębiorstwa społecznego w teorii konfirmacji należy prześledzić

charakterystyczne zagadnienia, które ta teoria definiuje i na których opiera swoje założenia.

Na rysunku 1 pokazane jest graficzne usytuowanie przedsiębiorstw będących konfirmami wśród regulatorów gospodarki.

Wśród pól wyznaczonych na rysunku, obszarami zainteresowania są pola zbieżności gospodarstwa domowego (1), przedsiębiorstwa (4), a także rynku (2) i państwa (8). Rozmiary tego opracowania nie pozwalają na dokładny opis wszystkich wyodrębnionych obszarów. W tekście przywołane zostały najważniejsze

Rysunek 1 **Podmioty gospodarujące w kontekście teorii konfirmacji**



Legenda:

1 K – gospodarstwo domowe,

2 R – działanie rynku,

3 – mikroprzedsiębiorstwa i samozatrudnienie,

4 P – przedsiębiorstwo,

5 – konfirmacje w gospodarce,

6 – antyfirmacje w gospodarce,

7 – autofirmacje w gospodarce,

8 G – cele autonomiczne państwa,

9 – np. opodatkowanie gospodarstw domowych, transfery i wydatki na rzecz gospodarstw domowych,

10 – ingerencja państwa w rynek,

11 – „przesuwanie” się państwa z pola 9 nie mogącego udźwignąć zbyt dużego obciążenia na rzecz gospodarstw domowych; przesuwanie się państwa z pola 3, uważając, że pewna część gospodarstw domowych nie może być pozostawiona regulacji jedynie przez rynek,

12 – określany przez państwo status instytucjonalno-prawny przedsiębiorstw, przedsiębiorstwa państwowe, polityka rozwojowa skierowana na rozwój różnych grup przedsiębiorstw,

13 – panfirmacje w gospodarce,

14 – zmiany koniunktury w gospodarce światowej, itd.,

15 – postęp organizacyjny i techniczny, zmiany strategii firm globalnych, itd.; wpływ czynników otoczenia na opisany związek czterech regulatorów gospodarki regulujących przedsiębiorstwa,

16 – zaangażowanie państwa w relacje międzynarodowe.

zjawiska, które mają konstruktywny wpływ na usytuowanie przedsiębiorstwa społecznego w kontekście przedstawianej teorii konfirmy. Opis poszczególnych pól należy rozpocząć od gospodarstwa domowego, które Noga określa jako: *jednostka lub grupa jednostek, będąca ostatecznym właścicielem kapitału (ludzkiego, intelektualnego, pieniężnego i rzeczowego) i wykorzystuje go dla maksymalizacji długookresowej własnej użyteczności, pełni przez to funkcje konsumenta, pracownika, przedsiębiorcy i menedżera, oraz kreując instytucje prosumenta, rynku, przedsiębiorstwa i państwa*⁶⁾. Gospodarstwo domowe, jako podstawowy element gospodarki i komórka życia społecznego, z racji swoich autonomicznych celów będzie w szczególności sposobem odnosząc się do zagadnienia przedsiębiorstwa społecznego, poprzez generowanie celów społecznych.

Kolejnym obszarem zainteresowania jest rynek (2) jako: *jeden z mechanizmów regulacji gospodarki polegający na tym, że to transakcje kupna i sprzedaży decydują o tym, co się w gospodarce wytwarza i nabywa oraz gdzie zostanie zastosowany kapitał gospodarstw domowych*⁶⁾. Analizując w dalszej części aspekt usytuowania przedsiębiorstwa społecznego, istotne będzie nawiązanie do rynku, i do konsekwencji skierowania przedsiębiorstwa społecznego na obszar mechanizmu gry rynkowej.

Pole 8 – państwo czyli regulator, który poprzez swoje autonomiczne możliwości ustala zasady i regulacje, których gospodarstwa domowe i przedsiębiorstwa muszą przestrzegać w swojej aktywności gospodarczej⁶⁾. Instytucja państwa w określaniu miejsca przedsiębiorstwa społecznego w gospodarce będzie istotna również ze względu na zbieżność funkcji, jakie w sferze społeczno-ekonomicznej pełni państwo i przedsiębiorstwo społeczne.

Konfirmacje (5) w teorii konfirmy są określane jako typy przedsiębiorstw optymalnie usytuowane w gospodarce, łą-

czące cele gospodarstw domowych z celami przedsiębiorstw. W tym kontekście głównym zadaniem będzie poszukanie cech wspólnych i elementów łączących konfirmę z przedsiębiorstwem społecznym.

Kolejny omawiany obszar to pole 7 reprezentujące typy przedsiębiorstw łączące cele gospodarstw domowych, jak również poddane rynkowym regulacjom. W tym przypadku należy poszukać cech zbieżnych i rozbieżnych pomiędzy przedsiębiorstwami społecznymi a przedsiębiorstwami zdefiniowanymi jako autofirmy.

Pole 13 to część wspólna przedsiębiorstwa, gospodarstwa domowego i państwa. Ten obszar brany jest pod uwagę również przy poszukiwaniu odpowiedzi na zasadność obecności przedsiębiorstw społecznych w gospodarce rynkowej.

Pole 6 łączy pola przedsiębiorstwa i rynku, natomiast nie uwzględnia swym zasięgiem gospodarstw domowych.

Zasadność wyboru teorii konfirmy określa nie tylko fakt, iż powstała ona na podbudowie wszystkich regulatorów gospodarki. Koncepcja konfirmy wyłania się z nurtu współczesnej myśli ekonomicznej, którą interesują szczególnie następujące sfery:

- 1) Transakcje, koszty transakcyjne, agencje, które są czynnikami niedoskonałości rynku; możliwości koordynowania rynku przez przedsiębiorstwo oraz poszukiwanie kontraktowych relacji w procesach funkcjonowania przedsiębiorstwa – w ujęciu tym przedsiębiorstwo może być pojmowane jako zespół kontraktów, którego elementami są jednostki lub grupy ludzkie zacierające granice pomiędzy rynkiem, przedsiębiorstwem a gospodarstwem domowym.
- 2) Kontekst behawioralny, polegający na braku możliwości predykcji i jednoznacznej interpretacji motywów i kierunków zachowań jednostek gospoda-

rujących, co jest wynikiem wspólnych i rozbieżnych interesów oraz zachowania ludzi w ramach działalności przedsiębiorstwa determinowanego dostępną wiedzą, zasobami i kompetencjami.

- 3) Wyspecjalizowana analiza i określanie zasobów zmierzające do zdefiniowania postępowania i podejmowania decyzji, oraz charakterystyka celów różnych grup interesariuszy w przedsiębiorstwie.
- 4) Prawa własności nawiązujące do nowej ekonomii instytucjonalnej uwarunkowane jednak przez efektywność systemów rynkowych.

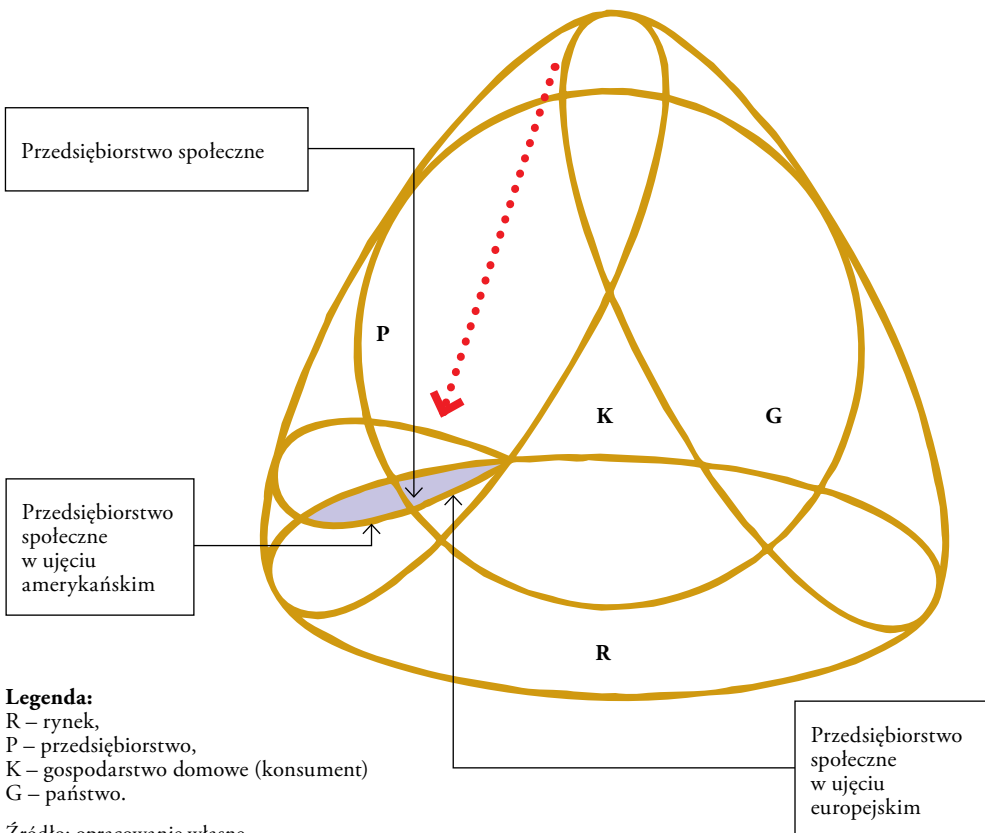
Analizowanie celów i przyczyn powstania oraz działalności przedsiębiorstw społecznych można odnieść do koncepcji konfirmy w gospodarce, zaproponowanej przez A. Nogę. Obserwując rozwój podmiotów gospodarki społecznej w praktyce gospodarczej należy zastanowić się nad

umiejscowieniem przedsiębiorstw społecznych w strukturze społeczno-gospodarczej. Punktem wyjścia do rozważań jest uwzględnienie czynnika ludzkiego w działalności gospodarczej i indywidualnej przedsiębiorczości.

W kontekście teorii konfirmy oznacza to połączenie celów przedsiębiorstwa i gospodarstwa domowego. W przypadku przedsiębiorstwa społecznego następuje rozwinięcie jego celów funkcjonalnych do celów społecznych. Przedsiębiorstwo społeczne aktywne w ramach mechanizmu rynkowego nie zmierza do maksymalizacji zysku, pełni istotną funkcję w społeczeństwie i życiu gospodarczym, ponieważ realizuje cele, które ostatecznie sprowadzają się do celów gospodarstw domowych i celów interesariuszy tych przedsiębiorstw.

W rozważaniach na temat wyodrębnienia przedsiębiorstw społecznych z teorii konfirmy należy szczególną uwagę

Rysunek 2 Umiejscowienie przedsiębiorstwa społecznego w teorii konfirmy



zwrócić na gospodarstwo domowe, które Noga uznaje za centralny regulator gospodarczy. Podmiotowość gospodarstw domowych w relacji do przedsiębiorstwa szczególnie klarownie obserwuje się przy aktywności przedsiębiorstw społecznych. Dlatego też uznać można za zasadne poszukiwania w ramach teorii konfirmacji problematyki funkcjonowania przedsiębiorstw społecznych. Dla przedstawienia graficznego konieczna jest modyfikacja rysunku 1, która polega na przeniesieniu obszaru odpowiadającego roli państwa. W rezultacie powstanie pole zbieżności gospodarstwa społecznego (1), przedsiębiorstwa (4), rynku (2) i państwa (8).

Powstałe pole zbieżności wszystkich czterech elementów można poddać analizie w kontekście umiejscowienia w nim przedsiębiorstwa społecznego. Podstawą jest połączenie celów przedsiębiorstwa, gospodarstwa domowego i państwa w relacji do rynku. Przedsiębiorstwo społeczne umiejscowione jest w obszarze łączącym konfirmację i podmiot państwa ze względu na funkcje, jakie wymagane są od instytucji państwowych w stosunku do obywateli. Podkreślić należy tu przede wszystkim przedsiębiorczy charakter podmiotów, stąd uwzględnienie rynku w kontekście celów społecznych.

Umiejscowienie przedsiębiorstw społecznych wiąże się również z poszukiwaniem ostatecznej definicji i metod precyzyjnej ich identyfikacji. Powszechną metodą jest podział na interpretację europejską i amerykańską. W obu podejściach występują podobieństwa wynikające z funkcji przedsiębiorstw społecznych, czyli koncentracja na celach społecznych, a różnice wynikają z metod i form działania, dzięki którym te cele się osiąga (rysunek 2).

W Unii Europejskiej występuje formalna klasyfikacja. Wyznacza się tu

podmioty ze względu na ich formę organizacyjno-prawną, m.in. spółdzielnie, fundacje, stowarzyszenia. Taka interpretacja reprezentuje tzw. podejście instytucjonalne. Opracowano również tzw. podejście normatywne, w którym nie ma ścisłego rozgraniczenia na formy prawne, wyznacza się cztery kryteria ekonomiczne i pięć kryteriów społecznych³⁾, które powinno spełnić przedsiębiorstwo aby uzyskać status przedsiębiorstwa społecznego. Należy dodać, iż wśród tych kryteriów istotne znaczenie mają partycypacja i demokratyczny sposób zarządzania, co skłania się ku spółdzielczemu profilowi przedsiębiorstwa.

W amerykańskim podejściu eksponuje się przede wszystkim aspekt komercyjny. Działalność ta rozumiana jest bardziej swobodnie, ponieważ za przedsiębiorstwo społeczne można uznać każdą działalność gospodarczą generującą dochód, który – niezależnie od ich formy prawnej – został przeznaczony na cele społeczne i z powodów społecznych.

Dzięki wymienionym obszarom zbieżności i połączenia poszczególnych regulatorów, można zlokalizować przedsiębiorstwa społeczne w gospodarce posługując się teorią konfirmacji. Istotny jest podział na przedsiębiorstwa społeczne w ujęciu europejskim i amerykańskim (rysunek 2).

W ujęciu europejskim podstawą do umiejscowienia przedsiębiorstw społecznych są funkcje, jakie te przedsiębiorstwa mają pełnić. W przypadku przedsiębiorstw społecznych występuje sprzężenie zwrotne między takim podmiotem i gospodarstwem domowym. Odpowiada ono funkcjom przedsiębiorstw społecznych pełnionym np. w ramach polityki społecznej. Przedsiębiorstwo wykorzystuje zasoby gospodarstw domowych w postaci kapitału ludzkiego, a jednocześnie swoją działalnością dąży do rozwiązywania problemów tych gospodarstw domowych. Widać tu wyraźnie zależ-

ność i systemową kooperację. Jednym z wymienianych celów przedsiębiorstw społecznych w ujęciu europejskim jest integracja i reintegracja społeczno-zawodowa. Tworzenie miejsc pracy dla ludzi zagrożonych marginalizacją i wyzwalenie przedsiębiorczości, jest rozumiane jako funkcja misyjna zmierzająca do zwiększenia efektywności w perspektywie krótko- i długookresowej.

Kolejna sfera działalności przedsiębiorstw społecznych łączy cele przedsiębiorstwa z celami gospodarstw domowych. Jest to dostarczanie dóbr i usług, w tym również tych których nie zaspokaja państwo ani rynek. Tak postrzegane podmioty gospodarcze mogą realizować usługi pożytku publicznego (usługi socjalne), użyteczności publicznej (usługi o charakterze technicznym), usługi dla lokalnej określonej grupy odbiorców, odpowiadając na ich specyficzne potrzeby. Realizowanie w ramach mechanizmu rynkowego misji społecznej spełnia dążenia do ciągłości i stabilności ekonomicznej przedsiębiorstwa, które poddane jest normalnym regułom rynkowej konkurencji. Dlatego warunkiem utrzymania się przedsiębiorstw społecznych jest właściwy, sprawny system zarządczy, pozwalający na racjonalne uczestnictwo tych podmiotów w grze rynkowej. Jeśli oczekuje się od przedsiębiorstw społecznych aktywnego uczestnictwa w życiu gospodarczym, należy określać i rozwijać ich specyficzne funkcje, które wyróżniają przedsiębiorstwa społeczne wśród innych typowo komercyjnych podmiotów, nastawionych na maksymalizację zysku, sprzedaży i kapitałowej wartości przedsiębiorstwa.

To kolejne odniesienie do teorii konfirmy i właściwego dla niej dążenia do syntezy celów przedsiębiorstw z celami gospodarstw domowych. Przedsiębiorstwo społeczne, aby było konkurencyjne, musi spełniać swoją funkcję społeczną,

ale również dążyć do sprawnego poruszania się w warunkach rynkowych.

Charakterystyczną cechą dla funkcjonowania przedsiębiorstw społecznych jest kumulacja kapitału społecznego i bazowanie na zasobach tzw. infrastruktury miękkiej, czyli specyficznych i unikatowych relacjach i więziach, które dzięki wzajemnej synergii tworzą społeczną wartość dodaną. Dzięki temu gospodarstwa domowe występują jako części składowe społeczeństwa obywatelskiego.

Istotny element działalności przedsiębiorstwa społecznego, który wyróżnia je w kontekście teorii konfirmy, to uwzględnianie zbieżnego z nim gospodarstwa domowego w jego otoczeniu. Analizując funkcjonowanie przedsiębiorstw społecznych podkreśla się ich „zakorzenie lokalne”, oraz bazowanie na sieciach relacji z poszczególnymi podmiotami w regionie.

Poszukiwanie nowej teorii przedsiębiorstwa społecznego powinno objąć analizę takich zjawisk, jak:

- występowanie niedoskonałości rynkowych,
- występowanie wśród podmiotów ekonomicznych zachowań, które nie działają na własną korzyść,
- zdolność przedsiębiorstw do koordynacji działań różnych podmiotów i ukierunkowanie ich na rozwiązywanie różnych, niekoniecznie tylko ekonomicznych problemów.

Wymienione przesłanki zaprzeczają tradycyjnym neoklasycznym teoriom przedsiębiorstw, a wskazują na ujęcie, według którego *przedsiębiorstwa to struktury gospodarowania nastawione na koordynację działań podmiotów ekonomicznych*¹⁾. Wyeksponować tu należy możliwości adaptacyjne przedsiębiorstw oraz generowanie wartości gospodarczych i społecznych. Przez to nawiązać można do druckerowskiej koncepcji przetrwania

przedsiębiorstw w środowisku, traktując przedsiębiorstwa społeczne jako zakorzenione lokalnie i posiadające umiejętność dostosowywania się do lokalnych warunków.

Przedsiębiorstwo społeczne jest podmiotem gospodarczym, wprowadzającym w obieg gospodarczy inicjatywy charakteryzujące się społecznym uwrażliwieniem. Uwzględnia ono elementy związane z człowiekiem, właściwe w gospodarstwach domowych – np. udział w organizacjach pozarządowych w imię określonych przekonań, i aktywne realizowanie celów danej organizacji. Przedsiębiorstwo społeczne nie tylko realizuje cele gospodarstw domowych, ale mając formę organizacji pozarządowej reprezentuje dążenia o charakterze światopoglądowym.

Powyższa interpretacja wskazuje na zasadność wyodrębnienia przedsiębiorstwa społecznego w teorii konfirmy. Z powodu realizowanych celów społecznych – szerszych od celów gospodarstw domowych – można umiejscowić przedsiębiorstwo społeczne w systemie gospodarczym odpowiadającym zakreskowanemu obszarowi na rysunku 2. Gospodarstwa domowe (części składowe społeczeństwa) traktujemy jako realne byty ekonomiczne, a nie odnosimy do społeczeństwa obywatelskiego, które pod względem ekonomicznym jest formą abstrakcyjną⁴.

Należy zaznaczyć, iż w funkcjonowaniu przedsiębiorstw społecznych istotna jest autonomia w stosunku do władzy publicznej. Specyfika gospodarki społecznej wymaga jednak, aby państwo pełniło rolę stymulatora do podejmowania działalności gospodarczej w dziedzinach mało atrakcyjnych dla komercyjnych przedsiębiorstw, ale koniecznych ze względów społecznych. Tak rozumiana rola państwa wymaga również, aby motywowało ono do aktywności gospodarczej osoby zagrożone marginalizacją społeczną. W

tym wypadku przedsiębiorstwo społeczne może być traktowane jako narzędzie w celu zapobiegania dysproporcjom społeczno-ekonomicznym. Rolą państwa jest stworzenie odpowiednich warunków prawno-instytucjonalnych, podatkowych. Można tu dostrzec zatem połączenie celów państwa z celami gospodarstw domowych. Państwo zamiast wypełniać zobowiązania wobec gospodarstw domowych w formie bezpośredniej pomocy społecznej, motywuje do samodzielności ekonomicznej. Ma to szczególne znaczenie dla długofalowej perspektywy rozwoju społeczno-gospodarczego.

W ontologicznym definiowaniu przedsiębiorstwa społecznego, według kryterium przekazywania zysku na cele społeczne przy dowolnej formie instytucjonalno-prawnej przedsiębiorstwa, w ujęciu Nogi podstawowy budulec jego profilu stanowi gospodarstwo domowe. Punktem wyjścia wydaje się być punkt połączenia gospodarstwa domowego z przedsiębiorstwem społecznym – zgodnie z założeniami konfirmacji w gospodarce.

Lewa część zakreskowanego obszaru na rysunku 2 prezentuje obszar przedsiębiorstw społecznych w gospodarce w ujęciu amerykańskim. W Stanach Zjednoczonych szczególnie jest akcentowana zdolność przedsiębiorstwa społecznego do generowania dochodów. Takie spojrzenie jest wspólne dla praktyków i teoretyków. Do przedsiębiorstw społecznych zalicza się zarówno organizacje nastawione na zysk, które angażują się w inicjatywy społeczne, jak i formy hybrydowe – które łączą dążenia nastawione na zysk z celami społecznymi, aż po organizacje non-profit, które prowadzą działalność gospodarczą wspierającą ich działalność misyjną⁵). Dlatego też uzasadnione jest uwzględnienie obszaru odpowiadającego rynkowi, wychodzącemu poza pole gospodarstw domowych. W podejściu amerykańskim cele społeczne przedsiębiorstw realizowane mogą być wspólnie z autonomicznymi

celami rynkowymi. Zaobserwować tu można również działanie przedsiębiorstw wykraczające poza kontekst gospodarstw domowych w celu generowania zysku, umożliwiającego realizację funkcji społecznych w następnym etapie. Nawiązując do podmiotowego traktowania w teorii konfirmy gospodarstw domowych, zaznacza się wyraźne rozróżnienie dwóch omawianych perspektyw. W europejskim ujęciu cele gospodarstw domowych są silnie utożsamiane z celami i misją przedsiębiorstw społecznych, niekiedy nie akceptujące wpływów rynkowych.

W przedsiębiorstwach będących w teorii konfirmy autofirmami (rysunek 1)

można zauważyć analogię z przedsiębiorstwami społecznymi w aspekcie podejmowania aktywności rynkowej. Różnica natomiast polega na tym, iż przedsiębiorstwo społeczne nakierowane jest również na realizację celów społecznych, pełniąc jednocześnie funkcje przypisywane państwu.

Przedstawiona interpretacja ma na celu uwypuklenie miejsca przedsiębiorstwa społecznego w strukturach gospodarki – w jej sferze ekonomicznej i społecznej. W takim ujęciu oparcie się na teorii konfirmy wynika z uwzględniania w niej humanizmu i podmiotowości człowieka w działalności gospodarczej.

Bibliografia:

1. Borzaga C., *Miejsce organizacji ekonomii społecznej w teorii firmy*, [w:] *Przedsiębiorstwo społeczne. Antologia kluczowych tekstów*, Wygnański J.J. (wybór tekstów), Fundacja Inicjatyw Społeczno-Ekonomicznych, Warszawa 2008, s. 283.
2. Brdulak J., Jakubik P., *Instytucjonalne i kulturowe uwarunkowania przedsiębiorczości*, [w:] *Przedsiębiorczość a rozwój regionalny w Polsce*, K. Kuciński (red.), Difin, Warszawa 2010, s. 82.
3. Florczak E., *Przedsiębiorstwo społeczne*, „Kwartalnik Nauk o Przedsiębiorstwie”, nr 4(13), 2009, s. 37-38.
4. Hausner J., *Przedsiębiorstwo społeczne w Polsce. Teoria i praktyka*, MSAP UEK, Kraków 2008, s. 10.
5. Kerlin J.A., *Przedsiębiorstwa społeczne w Stanach Zjednoczonych a w Europie*, [w:] *Przedsiębiorstwo społeczne. Antologia kluczowych tekstów*, Wygnański J.J. (wybór tekstów), Fundacja Inicjatyw Społeczno-Ekonomicznych, Warszawa 2008, s. 120.
6. Noga A., *Teorie przedsiębiorstwa*, PWE, Warszawa 2009, s. 218-244.