

Sławomir Czetwertyński, Agnieszka Mroczek-Czetwertyńska

Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu

**INTERNETOWA AKTYWNOŚĆ GOSPODARCZA
SPÓŁDZIELNI SOCJALNYCH NA DOLNYM ŚLĄSKU**

Streszczenie: Niniejszy artykuł jest próbą ustalenia stopnia wykorzystania Internetu w działalności gospodarczej przez zarządzających spółdzielniami socjalnymi funkcjonującymi na obszarze Dolnego Śląska. Spółdzielnie socjalne jako forma przedsiębiorstwa społecznego muszą prowadzić dochodową działalność gospodarczą. Tylko w ten sposób mogą zapewnić miejsca pracy osobom zagrożonym wykluczeniem społecznym, co stanowi ich nadrzędny cel. Aby było to możliwe, konieczne jest ich zorientowanie na rynek, a więc konkurowanie z innymi przedsiębiorcami. W artykule omówiono wyniki badań autorskich dotyczących internetowej aktywności gospodarczej dolnośląskich spółdzielni socjalnych i porównano je z wynikami analiz wykonanych dla sektora małych i średnich przedsiębiorstw. Sektor ten wybrano na grupę kontrolną ze względu na podobieństwa, jakie występują między nim a sektorem przedsiębiorstw społecznych. Przeprowadzone analizy wykazują niższą internetową aktywność gospodarczą spółdzielni socjalnych, szczególnie wśród podmiotów nowo utworzonych.

Słowa kluczowe: spółdzielnia socjalna, przedsiębiorstwo społeczne, Internet.

DOI: 10.15611/eis.2014.1.02

1. Wstęp

Rozwój koncepcji przedsiębiorczości społecznej datuje się na początek lat 90. Oczywiście już wcześniej pojawiały się różnego rodzaju inicjatywy, które można by do niej zakwalifikować. Jednak to właśnie aktywność trzeciego sektora w ostatniej dekadzie XX wieku skłoniła badaczy do przyjrzenia się kierunkom rozwoju organizacji *non-profit*. W zależności od kraju koncepcja przedsiębiorczości społecznej przybierała zróżnicowane formy, oparte na regionalnych regulacjach prawnych. W Europie związana była przede wszystkim z tworzeniem się nurtu ekonomii społecznej. Natomiast w Stanach Zjednoczonych wywodzi się z inicjatywy opracowanej w harwardzkiej szkole biznesu. Za kluczowe wydarzenie uważa się uchwalenie w 1991 r. przez parlament włoski prawa stanowiącego podstawę tworzenia spółdzielni socjalnych¹. Wyróżnia się ich dwa typy: A i B. Pierwszy odnosi się do organizacji dostar-

¹J. Defourny, M. Nyssens, *The EMES approach of social enterprise in a comparative perspective*, EMES Working Papers Series no. 12/03, EMES European Research Network asbl, Liege 2012, s. 3.

czających usługi i dobra społeczne. Drugi – do organizacji zapewniających miejsca pracy osobom wykluczonym zawodowo². Typ B odpowiada najbardziej spółdzielniom socjalnym funkcjonującym w Polsce.

Do dziś w literaturze przedmiotu włoskie spółdzielnie socjalne uznawane są za wzór ze względu na swój dynamiczny rozwój. W roku 2008 było ich aż 13 938, z czego typu A – 7578, natomiast B – 5163³. Ich stabilna sytuacja ekonomiczna zdaniem Chiara Carini i Ericka Costa przyczyniła się do zwiększenia ich aktywności gospodarczej (wyrażonej wielkością obrotów) w latach 2008-2011, czyli w czasie kryzysu⁴.

Spółdzielnie socjalne jako przedsiębiorstwa społeczne, mimo pewnych przywilejów, podlegają nieubłaganej logice utargów i kosztów. Ich cele społeczne muszą być wsparte opłacalną ekonomicznie działalnością gospodarczą⁵, co upodabnia je do klasycznych przedsiębiorstw komercyjnych. Oznacza to, że założyciele lub zarządzający nimi powinni kierować się racjonalnością ekonomiczną i podejmować wszelkie wysiłki zwiększające zyskowność przedsięwzięcia. Dotyczy to również szeroko rozumianej internetowej aktywności gospodarczej. Chodzi tu o działania związane z wykorzystaniem Internetu do zwiększenia przewagi konkurencyjnej. Nie można sądzić, że w dzisiejszym życiu gospodarczym organizacje niekorzystające z cyfrowych kanałów przepływu informacji mają szanse na uzyskanie przewagi konkurencyjnej w uczciwej walce rynkowej.

Biorąc ten fakt pod uwagę, należałoby domniemywać, że kierujący spółdzielniami socjalnymi będą wspomagać swoje działania przy użyciu nowoczesnych sieci informacyjno-komunikacyjnych, czyli najprościej rzecz ujmując – Internetu. Co więcej, działania skierowane na wykorzystanie Internetu mieszczą się w spektrum zainteresowania polityki spójności, której założenia rzutują na programy operacyjne, z których spółdzielnie socjalne mogą korzystać. Stąd też przyjęto hipotezę głoszącą, że kierujący spółdzielniami socjalnymi aktywnie wykorzystują Internet w celu zwiększenia efektywności swoich działań gospodarczych.

Weryfikacji tak sformułowanej hipotezy podporządkowany jest cel niniejszego artykułu, którym jest określenie stopnia wykorzystania Internetu w działalności gospodarczej spółdzielni socjalnych na obszarze Dolnego Śląska. Jednocześnie ocenie poddana zostanie zasadność i użyteczność wykorzystania tego medium w konkretnych przypadkach. Przeprowadzone w artykule badanie ma dać odpowiedź nie tylko na pytanie o wykorzystanie Internetu w działaniach spółdzielni socjalnych, ale o przyczyny ewentualnej rezygnacji z tego obszaru walki konkurencyjnej.

² C. Carini, E. Costa, *Exploring the Performance of Social Cooperatives During the Economic Crisis: The Italian Case*, Euricse Working Paper Series n. 59|13, Trento 2013, s. 3.

³ C. Carini, E. Costa, M. Carpita, M. Andreus, *The Italian Social Cooperatives in 2008: A Portrait Using Descriptive and Principal Component Analysis*, Euricse Working Paper n. 35|12, Trento 2012, s. 7-9.

⁴ C. Carini, E. Costa, wyd. cyt., s. 16.

⁵ Por. J. Defourny, M. Nyssens, wyd. cyt., s. 7-8.

Badaniu poddano 66 spółdzielni socjalnych funkcjonujących na Dolnym Śląsku w styczniu 2014 r. Na wybranym obszarze miało ono charakter pełny. Dane dotyczące podmiotów zaczerpnięto z Krajowego Rejestru Sądowego oraz Ogólnopolskiego Związku Rewizyjnego Spółdzielni Socjalnych. Badanie polegało na analizie aktywności internetowej tych przedsiębiorstw. Zbadano zawartość ich stron internetowych, kierując się sześcioma kryteriami: danymi kontaktowymi, prezentacją działalności, prezentacją produktu, możliwościami dostosowywania produktu do potrzeb klienta, serwisem posprzedażowym oraz cennikiem produktów. Dane niezbędne do określenia podmiotów analizy pozyskano ze strony internetowej Ogólnopolskiego Związku Rewizyjnego Spółdzielni Socjalnych (OZRSS)⁶. Na podstawie zebranego materiału badawczego dokonano podziału aktywności na cztery grupy: aktywność pasywna, niska aktywność, średnia aktywność i wysoka aktywność. Wyniki badania zostały zestawione z danymi na temat wykorzystania Internetu w sektorze małych i średnich przedsiębiorstw (MŚP).

2. Działalność gospodarcza spółdzielni socjalnych

W niniejszym artykule aktywność MŚP w zakresie wykorzystania Internetu przyjęto jako punkt odniesienia dla badań spółdzielni socjalnych. Wynika to z pewnych podobieństw między tymi formami działalności gospodarczej, przy jednoczesnym uwypukleniu różnic między nimi. Istotny jest tu zakres pomocy publicznej, jakiej mogą być one beneficjentami. Zarówno MŚP, jak i spółdzielnie socjalne mogą liczyć na wsparcie ze strony sektora publicznego. Jednak te drugie cieszą się szczególnymi preferencjami związanymi z realizacją polityki społecznej czy też wdrażaniem ekonomii społecznej. Nie zmienia to faktu, że w obu przypadkach mamy do czynienia z formą działalności gospodarczej opartej na konkurencyjnym rynku.

Zgodnie z rozporządzeniem Komisji Wspólnot Europejskich status MŚP określany jest według kryteriów ilościowych (wielkość zatrudnienia, suma rocznych obrotów lub całkowity bilans roczny). W załączniku nr 1 do Rozporządzenia Komisji (WE) nr 800/2008 MŚP zdefiniowano jako przedsiębiorstwa zatrudniające mniej niż 250 pracowników i takie, których suma rocznych obrotów nie przekracza 50 mln euro, a/lub całkowity bilans roczny nie przekracza 43 mln euro⁷.

Z kolei spółdzielnia socjalna jest specyficzną formą spółdzielni, która działa, opierając się na prawie spółdzielczym⁸ oraz Ustawie z dnia 27 kwietnia 2006 roku o spółdzielniach socjalnych⁹. Zatem w myśl paragrafu pierwszego artykułu pierwszego

⁶ <http://ozrss.pl/> (05.02.2014).

⁷ Rozporządzenie Komisji (WE) NR 800/2008 z dnia 6 sierpnia 2008 r. uznające niektóre rodzaje pomocy za zgodne ze wspólnym rynkiem w zastosowaniu art. 87 i 88 Traktatu (ogólne rozporządzenie w sprawie wyłączeń blokowych), DzU UE 9.8.2008 L 214/3, Załącznik 1, artykuł 2, pkt 1.

⁸ Ustawa z dnia 16 września 1982 roku *Prawo spółdzielcze*, DzU 1982, nr 30, poz. 210.

⁹ Ustawa z dnia 27 kwietnia 2006 roku o spółdzielniach socjalnych, DzU 2006, nr 94, poz. 651.

prawa spółdzielczego jest ona „dobrowolnym zrzeszeniem nieograniczonej liczby osób, o zmiennym składzie osobowym i zmiennym funduszu udziałowym, które w interesie swoich członków prowadzi wspólną działalność gospodarczą”¹⁰. Jednak ustawa o spółdzielniach socjalnych narzuca tu wiele ograniczeń i warunków. W kontekście niniejszych rozważań istotne są dwa punkty. Po pierwsze, określone są konkretne ramy ilościowe w odniesieniu do liczby członków. Spółdzielnia socjalna może tworzyć od 5 do 50 osób¹¹. Po drugie, „przedmiotem działalności spółdzielni socjalnej jest prowadzenie wspólnego przedsiębiorstwa w oparciu o osobistą pracę członków”¹². Zatem jest to forma przedsięwzięcia gospodarczego oparta na wspólnej pracy. Przy czym nadwyżka bilansowa nie może być podzielona między członków spółdzielni. Natomiast może zostać przeznaczona na finansowanie działań społecznych, kulturowo-oświatowych lub też społecznie użytecznych, wykonywanych na rzecz jej członków lub społeczności lokalnej¹³.

Cechy spółdzielni socjalnych kwalifikują je do grona przedsiębiorstw społecznych¹⁴. Rory Ridley-Duff i Mike Bull przywołują wiele ich definicji¹⁵, przy czym dwie są szczególnie ważne. Pierwsza z nich opracowana została przez specjalistów z Department of Trade and Industry (Wielka Brytania). Zgodnie z nią przedsiębiorstwa społeczne to firmy realizujące w pierwszej kolejności cele społeczne, których nadwyżki są przede wszystkim przeznaczane na jej cele statutowe lub działania społeczne, a nie na potrzeby maksymalizacji zysku udziałowców i właścicieli¹⁶. Drugą stworzono w ramach sieci badawczej EMES European Research Network, zrzeszającej naukowców z ośrodków akademickich zainteresowanych tematyką ekonomii społecznej¹⁷. Opiera się ona na dziewięciu kryteriach o charakterze ekonomicznym i społecznym: Mowa tu o¹⁸:

- 1) regularnej aktywności produkcyjnej lub usługowej,
- 2) wysokim stopniu autonomii,
- 3) znacznym poziomie ryzyka gospodarczego,
- 4) minimalnym zaangażowaniu pracy najemnej,
- 5) sprecyzowanym celu społecznie pozytywnym,

¹⁰ Ustawa z dnia 16 września 1982 roku *Prawo spółdzielcze...*, art. 1 § 1.

¹¹ Ustawa z dnia 27 kwietnia 2006 roku o spółdzielniach socjalnych..., art. 5 pkt 2.

¹² Tamże, art. 2 pkt 1.

¹³ Por. tamże, art. 10.

¹⁴ Por. J. Herbst, *Kondycja ekonomii społecznej w Polsce 2006*, Stowarzyszenie Klon/Jawor, Warszawa 2006, s. 6.

¹⁵ Zob. R. Ridley-Duff, M. Bull, *Understanding Social Enterprise: Theory and Practice*, SAGE, London 2011, s. 56-81.

¹⁶ *Social Enterprise: a strategy for success*, Department of Trade and Industry, DTI/Pub 6058/5k/07/02/NP. URN 02/1054, London 2002, s. 13.

¹⁷ <http://www.emes.net/about-us/who-we-are/> (06.02.2014).

¹⁸ J. Defourny, *From Third Sector to Social Enterprise*, [w:] C. Borzaga, J. Defourny (red.), *The Emergence of Social Enterprise*, Routledge, London/New York, 2001, s. 16-18; zob. również J. Herbst, wyd. cyt., s. 7-14.

- 6) powstaniu z inicjatywy społecznej,
- 7) systemie decyzyjnym niezależnym od własności kapitałowej,
- 8) charakterze partycypacyjnym,
- 9) ograniczonej dystrybucji zysków.

Wymienione kryteria wskazują na dwojaki charakter przedsiębiorstw społecznych. Z jednej strony, wiążą się one z prowadzeniem opłacalnej działalności gospodarczej, z drugiej – z realizacją funkcji społecznie pożądanych, wynikających z inicjatyw obywatelskich. Podkreśla się tu konieczność ponoszenia ryzyka gospodarczego oraz ciągłość działań o charakterze gospodarczym. Oznacza to, że przedsiębiorstwa społeczne nie są zwolnione z konieczności bilansowania własnej działalności, którą można by zapewnić na przykład przez bezzwrotną pomoc publiczną.

Dokładnie taka sytuacja ma miejsce w przypadku spółdzielni socjalnych. Choć działają one na „rzecz osób zagrożonych wykluczeniem społecznym, które wspólnie, w oparciu o osobistą pracę, prowadzą przedsiębiorstwo i realizują cele społecznej oraz zawodowej reintegracji”¹⁹, nie mogą być to organizacje oderwane od rzeczywistości ekonomicznej. Wyrazem tego jest polityka takich krajów, jak między innymi Irlandia i Włochy, gdzie wymaga się, aby były one zorientowane na rynek jako źródło dochodów. Włoskie spółdzielnie socjalne finansowane są za pośrednictwem kontraktów udzielanych przez władze publiczne na mniej lub bardziej konkurencyjnym rynku²⁰.

Sama forma działalności gospodarczej prowadzonej w ramach przedsiębiorstw społecznych powinna być mocno skorelowana z ich misją społeczną. Jeżeli cel społeczny polega na dostarczeniu usług pożytku publicznego, aktywność ekonomiczna wyrażona będzie w dostarczaniu ich społeczeństwu. Z kolei jeżeli celem jest reintegracja zawodowa, to procesy gospodarcze zachodzące w organizacji powinny czynnie angażować osoby wykluczone zawodowo²¹, tak jak to ma miejsce w przypadku polskich spółdzielni socjalnych.

Nie pojawiają się tu jednak żadne uwagi na temat prowadzenia działań ekonomicznych w sposób mniej dbały, niż ma to miejsce w przypadku przedsiębiorstw komercyjnych, czyli na przykład MŚP. Ponadto należy zwrócić uwagę, że podczas wdrażania polityki związanej z upowszechnieniem się przedsiębiorstw społecznych w Wielkiej Brytanii zakwalifikowano je do podmiotów strategii wspierania małego biznesu²². Zatem w omawianym w niniejszym artykule kontekście należałoby domniemywać, iż aktywność spółdzielni socjalnych w Internecie nie powinna odbiegać znacząco od obserwowanej w sektorze MŚP. Pojawiają się tu jednak pewne wątpliwości, niewynikające z teoretycznych podstaw konstytuujących istnienie spółdzielni socjalnych w Polsce, lecz związanych z praktycznym ich wdrażaniem.

¹⁹ Zob. B.M. Kaczmarek, *Jak założyć spółdzielnię socjalną?*, Stowarzyszenie Klon/Jawor, Warszawa 2010, s. 3.

²⁰ J. Defourny, M. Nyssens, wyd. cyt., s. 25.

²¹ Tamże, s. 27.

²² *Social Enterprise. A progress report on Social Enterprise: a strategy for success*, Department of Trade and Industry, DTI/Pub 6853/3k/10/03/NP. URN 03/1361, London 2003, s. 9.

3. Aktywność internetowa w obszarze gospodarczym na przykładzie sektora MŚP

M. Castells, teoretyk sieci i analityk współczesnego społeczeństwa, trafnie określił Internet jako „tkankę naszego życia”²³. Spaja ona działalność ludzi na wszelkich płaszczyznach i w różnych kontekstach – zarówno społecznym, psychicznym, jak i ekonomicznym. W tym ostatnim Internet stał się platformą wymiany informacji handlowych, skutecznie zastępując inne formy komunikacji (cyfrowej i tradycyjnej)²⁴. Oczywiście nie wyparł ich całkowicie (co chwilowo nie jest możliwe, chociażby ze względu na to, że dostęp do Internetu ma około 1/3 światowej populacji²⁵), ale staje się coraz bardziej istotnym czynnikiem w planowaniu działań gospodarczych. Praktycznie w każdym obszarze działań biznesowych Internet ogrywa jakąś rolę. Może tu chodzić o handel elektroniczny, elektroniczną wymianę dokumentacji (EDI) lub też kampanie marketingowe. Zgodnie z danymi CBOS w 2013 r. z Internetu korzystało 60% Polaków. W porównaniu z rokiem 2002 jest to wzrost o 43 punkty procentowe²⁶. Jak wykazują analitycy BCG, aktywność polskich internautów w obszarze gospodarczym jest bardzo znacząca. Aż 78% użytkowników Internetu poszukuje *on-line* informacji o produktach²⁷.

Dla przykładu w badaniach aktywności polskich MŚP aż 98% respondentów deklaruowało dostęp do Internetu, a 73% posiadanie własnej strony internetowej. Należy jednak nadmienić, że firmy zajmujące się utrzymaniem tego rodzaju serwisów Web podkreślają, że w praktyce prawie połowa ogranicza się jedynie do danych kontaktowych na stronach zbiorczych. Chodzi tu głównie o wizytówki na takich portalach, jak Zumi czy Google Maps²⁸. Z pewnością jest to przejaw niskiej aktywności MŚP, jednak w wielu przypadkach wystarczy jedynie zasygnalizowanie swojej obecności na rynku lokalnym. Tego rodzaju działania praktycznie nie wymagają ponoszenia kosztów, a odpowiadają na potrzeby klientów, którzy poszukują sprzedawców lub usługodawców przez Internet. Coraz częściej odbywa się to przy użyciu urządzeń mobilnych, takich jak smartfon. W tym obszarze aktywności *on-line* odnotowano bardzo znaczącą dynamikę. Aż 73% internautów przebadanych w 2013 r. przez CBOS korzysta z Internetu również bezprzewodowo. W porównaniu z rokiem 2010 odnotowano wzrost rządu 28 punktów procentowych²⁹. Dla tego rodzaju użytkowników zbiorcze

²³ M. Castells, *Galaktyka internetu. Refleksje nad internetem, biznesem i społeczeństwem*, Rebis, Poznań 2003, s. 11.

²⁴ Por. M. Niedźwiedzki, *Globalny handel elektroniczny*, PWN, Warszawa 2004, s. 17-18.

²⁵ <http://www.internetworldstats.com/stats.htm> (05.02.2014).

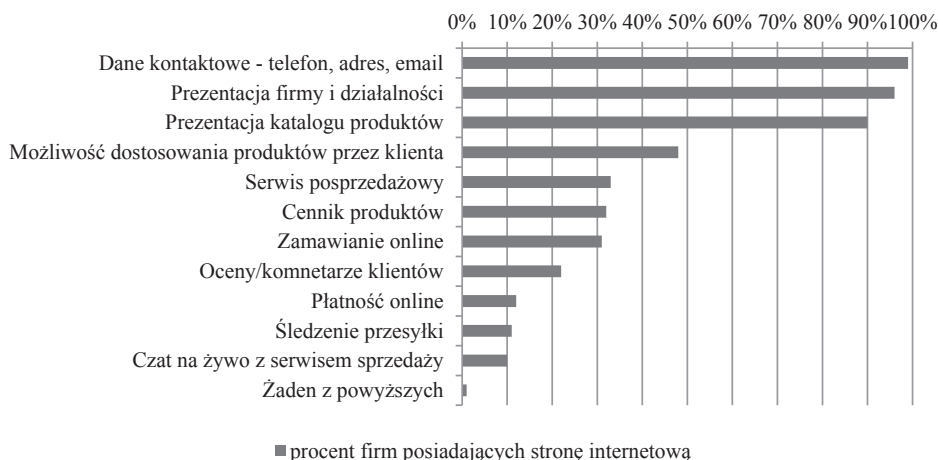
²⁶ *Internauci 2013*, Komunikat z badań BS/75/2013 czerwiec 2013, Centrum Badań Opinii Społecznej, Warszawa 2013, s. 5.

²⁷ G. Cimochoński, F. Hutten-Czapski, M. Rał, W. Sass, *Polska internetowa. Jak internet dokonuje transformacji polskiej gospodarki*, The Boston Consulting Group, Boston/Warszawa 2011, s. 10.

²⁸ Tamże, s. 30.

²⁹ *Internauci 2013...*, s. 10.

strony udostępniające informacje o przedsiębiorcach są najwygodniejsze. Związane jest to z odpowiednim przygotowaniem tych portali, a więc z dostosowaniem ich do możliwości technicznych urządzeń mobilnych.



Rys. 1. Informacje udostępniane na stronie internetowej.

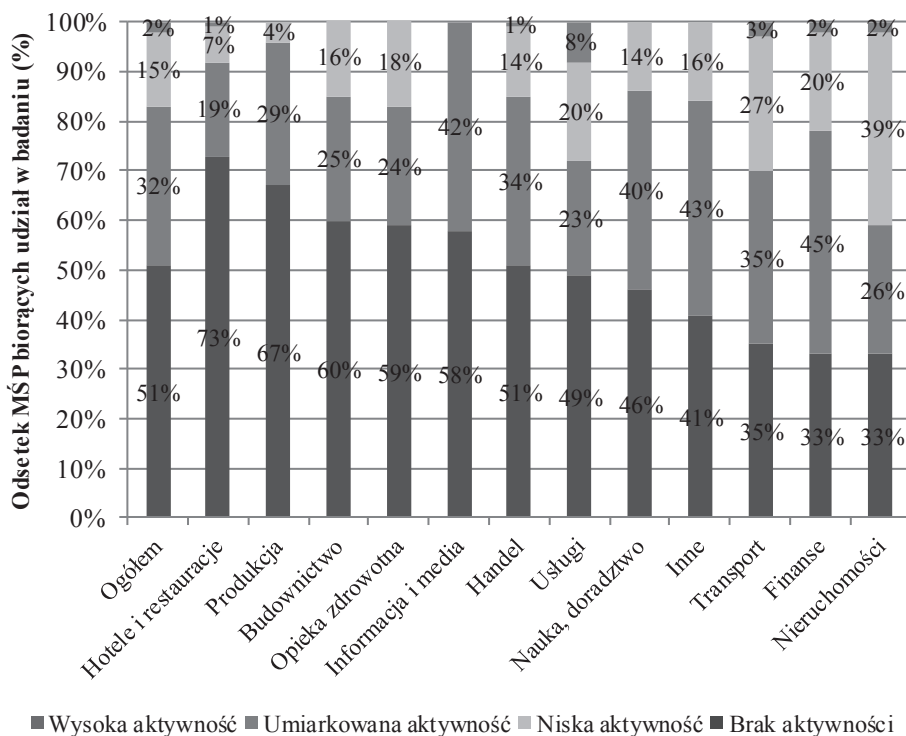
Źródło: G. Cimochoowski, F. Hutten-Czapski, M. Rał, W. Sass, *Polska internetowa. Jak internet dokonuje transformacji polskiej gospodarki*, The Boston Consulting Group, Boston/Warszawa 2011, s. 31.

Prawie połowa przebadanych MŚP wskazała konieczność posiadania strony internetowej jako elementu niezbędnego w każdej firmie. Jedna piąta uznała, że za jej pośrednictwem można pozyskać nowych klientów. Praktycznie wszyscy ankietowani zadeklarowali udostępnianie przez strony Web danych kontaktowych. Niewiele mniej – prezentacje firmy i jej działalności oraz katalogu produktów (zob. rys. 1). Jedynie wśród 15% respondentów, którzy zostali określani jako przedsiębiorcy o niskiej aktywności internetowej, pojawiają się głosy o braku potrzeby posiadania własnego serwisu internetowego. Należy jednak podkreślić, że wszyscy oni zamieszczają co najmniej wizytówkę na wyżej wspomnianych portalach informacyjnych. Stanowisko to, zdaniem autorów raportu BCG, jest mylne, gdyż przedsiębiorcy zakwalifikowani do grupy średniej i wysokiej aktywności internetowej mieli większy zasięg oddziaływania na rynku³⁰. Na rysunku 2 zaprezentowano poziom aktywności MŚP ze wszystkich grup w podziale na segmenty rynku. Z danych zawartych na nim wynika, że w zasadzie na każdym polu Internet może być efektywnie wykorzystany, szczególnie do polepszenia dostępu do klientów i zwiększenia efektywności szeroko rozumianej kampanii reklamowej³¹. Na przełomie XX i XXI wieku praktycy i konsultanci zachęcali do zmiany

³⁰ G. Cimochoowski, F. Hutten-Czapski, M. Rał, W. Sass, wyd. cyt., s. 30.

³¹ Por. tamże, s. 32.

poglądów przedsiębiorców, którzy obawiali się wykorzystywać Internet w kontaktach z klientami lub partnerami biznesowymi³². Dekadę później przekonywanie do takich praktyk wydaje się zbędne.



Rys. 2. Poziom aktywności w Internecie w zależności od branży

Źródło: G. Cimochoowski, F. Hutten-Czapski, M. Rał, W. Sass, *Polska internetowa. Jak internet dokonuje transformacji polskiej gospodarki*, The Boston Consulting Group, Boston/Warszawa 2011, s. 32.

4. Aktywność internetowa spółdzielni socjalnych na Dolnym Śląsku w kontekście prowadzonej działalności gospodarczej

Badane spółdzielnie socjalne zgodnie z kryteriami ilościowymi klasyfikowałyby się do grona MŚP. *De facto* założenie spółdzielni socjalnej może być alternatywą w stosunku do utworzenia konwencjonalnego przedsiębiorstwa, które należałoby właśnie do sektora MŚP. Jak wykazano w punkcie 2, chociaż spółdzielnie socjalne są wspie-

³² J. Rosenoer, D. Armstrong, J.R. Gates, *Firma w Internecie. Jak z powodzeniem wykorzystywać w biznesie możliwości Internetu*, Prószyński i S-ka, Warszawa 2000, s. 13-24.

rane przez sektor publiczny, to aby utrzymać się na rynku, powinny reagować na sytuację gospodarczą podobnie do podmiotów *stricte* komercyjnych. W omawianym przypadku chodzi o internetową aktywność gospodarczą.

Badanie internetowej aktywności gospodarczej spółdzielni socjalnych przeprowadzono na obszarze województwa dolnośląskiego. Funkcjonuje tu 66 spółdzielni socjalnych (stan na styczeń 2014 r.). Znaczna ich liczba, bo aż 46, powstała w latach 2012-2013. Największa ich koncentracja występuje we Wrocławiu oraz w powiecie wałbrzyskim (wraz z miastem Wałbrzych).

W ramach badania określono cztery kategorie internetowej aktywności gospodarczej: aktywność pasywna, niska, średnia i wysoka. Aktywność pasywna występuje, gdy dane spółdzielni socjalnej przetworzone zostały przez operatorów komercyjnych stron internetowych na podstawie wpisów znajdujących się w Krajowym Rejestrze Sądowym (KRS). Odbyna się to bez udziału i zgody członków spółdzielni socjalnej. W takim przypadku są to bardzo ograniczone informacje, gdyż zawierają jedynie dane jawne.

Aktywność niska charakteryzuje spółdzielnie socjalne, których podstawowe dane zamieszczone są w formie wizytówki internetowej na ogólnodostępnych portalach internetowych (np. Zumi lub Google Maps) lub na własnej stronie internetowej. Nie brano pod uwagę, czy strona ta ma osobną domenę czy też znajduje się na domenie innego podmiotu związanego z badaną spółdzielnią socjalną.

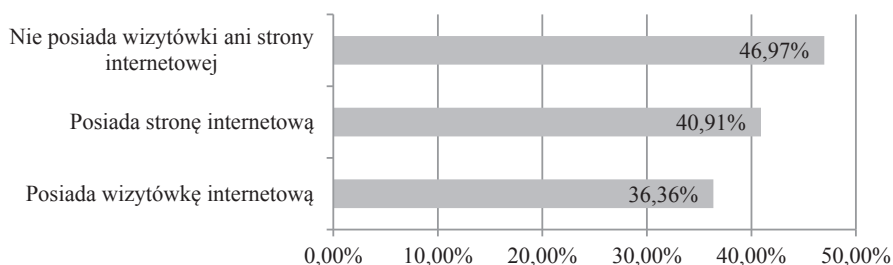
Aktywność średnia dotyczy spółdzielni socjalnych mających stronę internetową, na której zamieszczone są co najmniej dwie z trzech informacji: dane kontaktowe, prezentacja działalności, prezentacja produktów (lub świadczonych usług).

Aktywność wysoka obejmuje spółdzielnie socjalne, które oprócz podstawowych informacji na temat działalności spełniają jedno z trzech kryteriów: zamieściły na własnej stronie WWW cennik usług/produktów, informację o serwisie posprzedażowym lub umożliwiły dostosowanie produktu do potrzeb klienta.

Dla określenia aktywności posłużono się w pierwszej kolejności katalogiem spółdzielni socjalnych prowadzonym przez OZRSS. Zawarte są tam podstawowe informacje m.in. na temat danych adresowych i ewentualnych stron internetowych spółdzielni socjalnych³³. W drugiej kolejności skorzystano z najbardziej popularnej wyszukiwarki internetowej Google, ograniczając liczbę wyników do 20 najpopularniejszych. Założono, że w tej liczbie musi zawierać się podstawowa informacja o spółdzielni socjalnej ze względu na konkretne hasło wyszukania (nazwa własna spółdzielni socjalnej).

Z przeprowadzonych badań wynika, że niemal 60% spółdzielni socjalnych na Dolnym Śląsku w ogóle nie ma strony WWW, a 64% nie ma własnej wizytówki w Internecie (11 spółdzielni spośród tych mających stronę internetową nie ma wizytówki internetowej). Oznacza to, że oferta większości spółdzielni socjalnych nie dociera kanałem *on-line* do potencjalnych klientów. Praktycznie 47% spółdzielni socjalnych nie zamieszcza żadnych informacji handlowych na temat swojej działalności (zob. rys. 3).

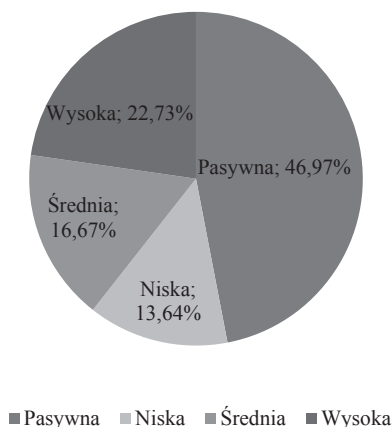
³³ Por. <http://ozrss.pl/category/katalog/wojewodztwo/dolnoslaskie/> (08.02.2014).



Rys. 3. Podstawowa aktywność internetowa spółdzielni socjalnych

Źródło: opracowanie własne.

W przypadku spółdzielni socjalnych, które nie wykazują zainteresowania aktywnością w Internecie, jedyne dane, jakie można odszukać, dotyczą informacji zamieszczonych w KRS lub na stronach OZRSS. Są to więc co najwyżej: nazwa organizacji, adres, osoby zarządzające, numerr KRS oraz NIP. W takim przypadku próba odnalezienia danej spółdzielni ze względu na wykonywaną przez nią faktyczną działalność gospodarczą jest w zasadzie niemożliwa. Poszukując za pomocą wyszukiwarki Google nieokreślonego z nazwy podmiotu oferującego daną usługę lub produkt, internauci posługują się słowami kluczowymi, a nie informacjami wymaganymi przy rejestracji w Krajowym Rejestrze Sądowym. Spółdzielnie nietworzące własnych wizytówek lub stron WWW można odnaleźć jedynie, znając ich nazwę lub numer KRS. Z punktu widzenia użyteczności handlowej dane te mają skąpą wartość dla potencjalnych klientów. Opisaną sytuacją rzutuje na niewielką internetową aktywność gospodarczą badanych przedsiębiorstw, określaną jako pasywna.



Rys. 4. Poziom internetowej aktywności gospodarczej spółdzielni socjalnych.

Źródło: opracowanie własne.

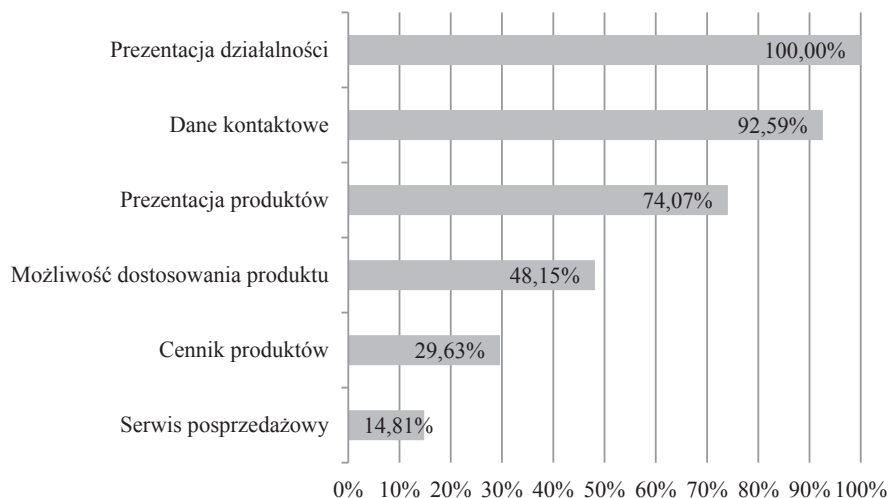
Dane dotyczące nazwy, adresu, numeru KRS i NIP-u dostępne są m.in. na stronie www.panoramafirm.pl czy www.firma.egospodarka.pl, czyli portalach internetowych pobierających dane bezpośrednio z KRS, bez uczestnictwa spółdzielni socjalnej. Przy tego rodzaju aktywności nie występuje informacja dotycząca działalności spółdzielni, a więc nie ma możliwości poznania jej oferty. Mimo to wszystkie spółdzielnie socjalne mogą pochwalić się osiągnięciem poziomu co najmniej aktywności pasywnej, a prawie 47% tylko nim (zob. rys. 4). Nie jest to jednak zasługa ich działań, lecz raczej przedsiębiorczości zarządzających portalami informacyjnymi.

Internetowa aktywność gospodarza, o której można powiedzieć, że wynika z minimalnej inicjatywy zarządzających spółdzielnią socjalną, zaczyna się od poziomu określonego jako aktywność niska. Obejmuje ona około 14% spółdzielni socjalnych na Dolnym Śląsku. Poziom średniej aktywności, który można określić jako bazowy, prezentuje prawie 17% badanych organizacji. Ponad połowa z tych witryn internetowych (55%) finansowana była ze środków Europejskiego Funduszu Społecznego (EFS). Oznacza to, że znaczna część spółdzielców nie inwestowała środków własnych w ten rodzaj działalności promocyjnej. Ponadto strony te pełnią raczej funkcję tylko informacyjną, gdyż ich aktualizacja skończyła się wraz z końcem trwania współfinansowanego projektu. Przykładem może być Spółdzielnia Socjalna „Arkadia”, której strona internetowa powstała w 2009 r. w ramach projektu „Spółdzielnia socjalna – profesjonalna firma”. Na portalu znajdują się podstawowe informacje dotyczące podmiotu oraz dane kontaktowe. Nie zamieszczane są jednak aktualne wiadomości o ofercie spółdzielni oraz wydarzeniach, w które jest zaangażowana. Świadczy to o niewielkim zaangażowaniu władz spółdzielni w dbałość o aktualizację strony internetowej.

Spółdzielnie socjalne charakteryzujące się wysoką aktywnością stanowią około 23% badanych podmiotów. W grupie tej strony aktualizowane są regularnie. W szczególności warto zwrócić uwagę na podmioty świadczące usługi gastronomiczne i produkcyjne (rękodzielnictwo), gdzie oprócz cennika występowała możliwość dostosowania produktu do potrzeb klienta. Spośród tej grupy 40% stron finansowanych było ze środków EFS. Warto zwrócić uwagę na stronę www.panato.org, która powstała w ramach projektu Wrocławskie Centrum Przedsiębiorczości Społecznej. Na portalu, oprócz podstawowych informacji nt. Spółdzielni Socjalnej „Panato”, można znaleźć bieżącą ofertę przedsiębiorstwa, informacje o zrealizowanych projektach oraz aktualne wiadomości nt. spółdzielni.

Posiadanie strony internetowej nie jest gwarancją sukcesu, jednak umiejętne wykorzystanie tego narzędzia może przyczynić się do zwiększenia liczby klientów korzystających z oferty spółdzielni socjalnej. Kilka z badanych dolnośląskich podmiotów, oprócz podstawowej działalności internetowej związanej ze stroną WWW, podjęło także działania wykorzystujące media społeczne, a konkretnie portale społecznościowe. Na portalu Facebook znajdują się informacje m.in. o takich spółdzielniach socjalnych, jak „Arte” Wielobranżowa Spółdzielnia Socjalna, Spółdzielnia Socjalna „Kołowrotek” czy Spółdzielnia Socjalna „Patron”. Tego rodzaju aktywność może

mieć bardzo znaczny wpływ, m.in. w obszarze preferencji konsumentów³⁴. Przy wykorzystaniu tego rodzaju narzędzia możliwa jest m.in. bieżąca prezentacja oferty spółdzielni oraz bezpośredni kontakt z klientem.



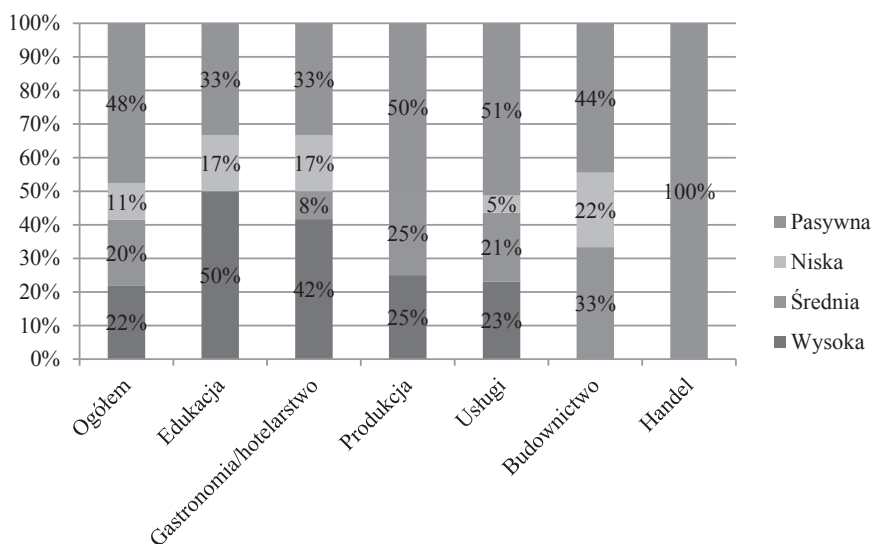
Rys. 5. Informacje zamieszczane na stronach internetowych spółdzielni socjalnych

Źródło: opracowanie własne.

Podczas badania przeprowadzono analizę tych informacji, które najczęściej pojawiają się na stronach internetowych spółdzielni socjalnych. Porównując badanie z tymi przeprowadzonymi przez analityków z BCG, należy zauważyć, że pominięto czynniki związane z zamawianiem produktów *on-line*, płatnością *on-line* czy śledzeniem przesyłki. Jest to uzasadnione działanie, gdyż duża część spółdzielni prowadzi działalność usługową, której nie można zakupić przez Internet, a działalność produkcyjną nie jest sprzedawana w sklepach internetowych. Wyniki zaprezentowano na rys. 5, na którym wyrażono procentowo, jakie informacje zostały zawarte na stronach internetowych spółdzielni. Oznacza to zawężenie grupy do przedsiębiorstw, które mają stronę WWW.

Na rysunku 6 przedstawiono wyniki analizy stopnia internetowej aktywności gospodarczej w podziale na branże. Uwzględniono, że niektóre spółdzielnie socjalne zgłaszają więcej niż jedną aktywność gospodarczą. Z tego względu w kolumnie „ogółem” wartości procentowe są inne niż na rys. 4. Dokonano również pewnych uogólnień ze względu na niewielką liczbę spółdzielni. Pod hasłem „usługi” zakwalifikowano m.in. usługi sprzątanania, usługi fotograficzne czy usługi opiekuńcze.

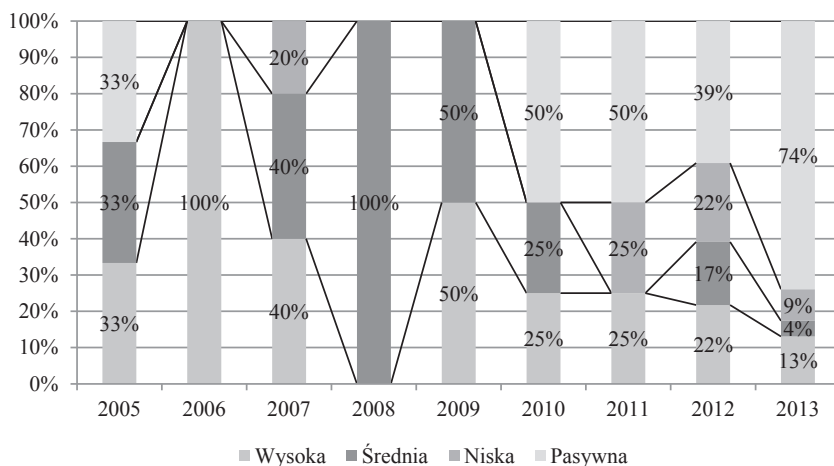
³⁴ Zob. M. Brol, S. Czetwertyński, *Kształtowanie preferencji podmiotów rynkowych w dobie cyfryzacji*, [w:] B. Polszakiewicz, J. Boehlke (red.), *Ekonomia i Prawo Tom XII*, nr 2/2013, Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Mikołaja Kopernika, Toruń 2013, s. 321-331.



Rys. 6. Poziom internetowej aktywności gospodarczej w podziale na branże

Źródło: opracowanie własne.

Należy odnotować, że najwyższy poziom aktywności uzyskały spółdzielnie socjalne zajmujące się edukacją oraz gastronomią (w rzeczywistości jedynie jedno przedsiębiorstwo zajmowało się usługami hotelarskimi i nie miało dużego wpływu na wynik badania). Z kolei najmniejszy – zajmujące się handlem. *De facto* są to spółdzielnie nowe (założone w 2013 r.), które co prawda zadeklarowały działalność handlową, ale również edukacyjną (66% z nich) i budowlaną, usługową i produkcyjną (33%).



Rys. 7. Poziom internetowej aktywności gospodarczej a długość funkcjonowania spółdzielni socjalnej

Źródło: opracowanie własne.

Problem aktywności wydaje się mocno skorelowany ze stażem danej spółdzielni socjalnej. Jak można zauważyć na rys. 7, przedsiębiorstwa, które zostały założone przed 2010 r., wykazują zdecydowanie wyższy poziom aktywności. Te powstałe w ostatnich latach – zdecydowanie mniejszy.

5. Zakończenie

Podsumowując rozważania zawarte w niniejszym opracowaniu, należy stwierdzić, że postawiona we wstępie hipoteza została sfalsyfikowana. Co więcej, internetowa aktywność gospodarcza spółdzielni socjalnych na Dolnym Śląsku jest zdecydowanie niższa niż w polskim sektorze MŚP. Badanie wykazało, że posiadanie strony internetowej jest zdecydowanie częściej spotykane wśród MŚP. Różnica między obiema grupami wyniosła około 32 punktów procentowych. Chociaż zarówno przedsiębiorstwa komercyjne, jak i spółdzielnie socjalne zorientowane są na rynek, to te drugie wykazują mniejszą aktywność w stosunku do inicjatyw zwiększających poziom konkurencyjności.

Oczywiście sam fakt posiadania strony nie stanowi jeszcze o kompleksowym wykorzystaniu Internetu w działalności gospodarczej. Niemniej jest to pierwszy krok w kierunku aktywnego uczestnictwa w tym obszarze walki rynkowej. W przypadku bardziej wyszukanych narzędzi *on-line* sektor spółdzielni socjalnych pozostaje względem MŚP jeszcze bardziej w tyle. W zasadzie nie występują aktywności charakterystyczne dla sklepów internetowych, takie jak zamówienia i płatność *on-line*, śledzenie przesyłki czy też komentarze klientów. Natomiast profil niektórych spółdzielni świadczyłby o prowadzeniu sprzedaży własnych produktów.

Co prawda nie każdy producent musi mieć potrzebę wspierania własnej sprzedaży przez kanały internetowe. Niemniej ekspansja rynkowa jest pożądanym kierunkiem rozwoju, ta zaś związana jest z zasięgiem oddziaływania, który Internet zapewnia. Biorąc pod uwagę, że wiele przedsiębiorstw społecznych opiera swoją działalność na zleceniach pochodzących z sektora publicznego, można domniemywać, że nie poszukują oni szerszego grona odbiorców. Jednak taka strategia jest wyraźnie sprzeczna z założeniami teoretycznymi koncepcji spółdzielni socjalnych, gdyż ograniczając swój udział rynkowy, zmniejsza się możliwości zatrudnienia dodatkowych osób zagrożonych wykluczeniem społecznym. Ponadto brak dywersyfikacji odbiorców nie zapewnia stabilności finansowej przedsiębiorstwa.

Występują szczególne przypadki, w których spółdzielnie socjalne ograniczają swoją internetową aktywność gospodarczą ze względu na brak możliwości sprostania popytowi rynkowemu. Dobrym przykładem jest Spółdzielnia Socjalna „Szklany Świat” – Bombki. Chociaż ma ona własną stronę internetową z katalogiem produktów, to chwilowo sprzedaż *on-line* została zawieszona. Związane jest to z niewystarczającymi zasobami – głównie ludzkimi, szczególnie w okresie świątecznym. Przykład ten jest jednak odosobniony i nie powinien rzutować na ogólne tendencje występujące w tym

sektorze. Odwrotna sytuacja ma miejsce w przypadku spółdzielni socjalnej „Panato”, której witryna internetowa może być uznana za wzorcową.

Kolejny wniosek, który nasuwa się po analizie materiału badawczego, dotyczy czasu funkcjonowania spółdzielni socjalnej na rynku. Te z dłuższym stażem charakteryzują się większym poziomem aktywności internetowej. Można to tłumaczyć tym, że aby utrzymać się na konkurencyjnym rynku, musiały zaistnieć również w Internecie. Z kolei spółdzielnie powstałe w 2013 r., po pierwsze, wciąż podlegają wsparciu ze strony sektora publicznego (co najmniej w kwestii wsparcia pomostowego), a po drugie, mogą być jeszcze w fazie organizacji. Istnieje również możliwość, że osoby je zakładające nie będą w stanie utrzymać się na rynku i brak inicjatywy w stosunku do najprostszyc form zaistnienia w Internecie jest jednym z tego objawów.

Niniejszy artykuł stanowi wstęp do badania kwestionariuszowego zarządów spółdzielni w zakresie przyczyn występowania określonego stopnia internetowej aktywności gospodarczej. Badanie takie pozwoliłoby na jednoznaczne stwierdzenie, czy niska aktywność wynika z braku konieczności posługiwania się narzędziami nowoczesnych technologii informacyjno-komunikacyjnych czy też braku zaangażowania w osiągnięcie wyższego stopnia konkurencyjności. W tak szczególnym przypadku przedsiębiorczości, jaki charakteryzuje spółdzielnie socjalne, wysoce niepewne jest przetrwanie podmiotów na konkurencyjnym rynku po wygaśnięciu wsparcia ze strony sektora publicznego.

Literatura

- Brol M., Czetwertyński S., *Kształtowanie preferencji podmiotów rynkowych w dobie cyfryzacji*, [w:] B. Polszakiewicz, J. Boehlke (red.), *Ekonomia i Prawo* Tom XII, nr 2/2013, Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Mikołaja Kopernika, Toruń 2013, s. 321-331.
- Carini C., Costa E., Carpita M., Andreaus M., *The Italian Social Cooperatives in 2008: A Portrait Using Descriptive and Principal Component Analysis*, Euricse Working Paper n. 35|12, Trento 2012.
- Carini C., Costa E., *Exploring the Performance of Social Cooperatives During the Economic Crisis: The Italian Case*, Euricse Working Paper Series n. 59|13, Trento 2013.
- Castells M., *Galaktyka internetu. Refleksje nad internetem, biznesem i społeczeństwem*, Rebis, Poznań 2003.
- Cimochowski G., Hutten-Czapski F., Rał M., Sass W., *Polska internetowa. Jak internet dokonuje transformacji polskiej gospodarki*, The Boston Consulting Group, Boston/Warszawa 2011.
- Defourmy J., *From Third Sector to Social Enterprise*, [w:] C. Borzaga, J. Defourmy (red.), *The Emergence of Social Enterprise*, Routledge, London/New York 2001, s. 1-28.
- Defourmy J., Nyssens M., *The EMES approach of social enterprise in a comparative perspective*, EMES Working Papers Series no. 12/03, EMES European Research Network asbl, Liege 2012.
- Herbst J., *Kondycja ekonomii społecznej w Polsce 2006*, Stowarzyszenie Klon/Jawor, Warszawa 2006.
- Internauci 2013*, Komunikat z badań BS/75/2013 czerwiec 2013, Centrum Badań Opinii Społecznej, Warszawa 2013.
- Kaczmarek B.M., *Jak założyć spółdzielnię socjalną?*, Stowarzyszenie Klon/Jawor, Warszawa 2010.
- Niedźwiedzki M., *Globalny handel elektroniczny*, PWN, Warszawa 2004.
- Ridley-Duff R., Bull M., *Understanding Social Enterprise: Theory and Practice*, SAGE, London 2011.
- Rosenoer J., Armstrong D., Gates J.R., *Firma w Internecie. Jak z powodzeniem wykorzystywać w biznesie możliwości Internetu*, Prószyński i S-ka, Warszawa 2000.

Rozporządzenie Komisji (WE) NR 800/2008 z dnia 6 sierpnia 2008 r. uznające niektóre rodzaje pomocy za zgodne ze wspólnym rynkiem w zastosowaniu art. 87 i 88 Traktatu (ogólne rozporządzenie w sprawie wyłączeń blokowych), DzU UE 9.8.2008 L 214/3.

Social Enterprise. A progress report on Social Enterprise: a strategy for success, Department of Trade and Industry, DTI/Pub 6853/3k/10/03/NP. URN 03/1361, London 2003.

Social Enterprise: a strategy for success, Department of Trade and Industry, DTI/Pub 6058/5k/07/02/NP. URN 02/1054, London 2002.

Ustawa z dnia 16 września 1982 roku *Prawo spółdzielcze*, DzU 1982, nr 30, poz. 210.

Ustawa z dnia 27 kwietnia 2006 roku o spółdzielniach socjalnych, DzU 2006, nr 94, poz. 651.

Źródła internetowe

<http://ozrss.pl/> (05.02.2014).

<http://ozrss.pl/category/katalog/województwo/dolnoslaskie/> (08.02.2014).

<http://www.emes.net/about-us/who-we-are/> (06.02.2014).

<http://www.internetworldstats.com/stats.htm> (05.02.2014).

<http://www.panato.org> (05.02.2014).

ON-LINE BUSINESS ACTIVITY OF SOCIAL COOPERATIVES IN LOWER SILESIA

Summary: This article is an attempt to establish the level of Internet use in a business activity by managers of social cooperatives operating in Lower Silesia. Social cooperatives as a form of social enterprise must maintain a profitable business activity. Only this way they can provide jobs for people facing social exclusion, which is their primary objective. To make this possible it is necessary to take market orientation approach so also compete with other for-profit entrepreneurs. The article discusses the results of authors' research about on-line business activity of social cooperatives in Lower Silesia and compares them to the results of an analysis carried out for the small and medium enterprises sector. This sector was chosen as a control group because of similarities between it and the social enterprises sector. The conducted analyzes show a lower level of social cooperatives on-line business activity especially among the newly created entities.

Keywords: social cooperative, social enterprises, Internet.