

DOMINIK BUTTLER

EKONOMIA SEKTORA NONPROFIT KRYTYKA I REINTERPRETACJA WYBRANYCH ASPEKTÓW TEORETYCZNYCH

I. WSTĘP

Sektor nonprofit definiuje się najczęściej jako zbiór organizacji, które spełniają pięć warunków¹. Po pierwsze, mają formalny charakter, tzn. są w pewnym stopniu zinstytucjonalizowane, choć nie musi to być jednoznaczne z posiadaniem statusu prawnego. Po drugie, są prywatne, tzn. niezależne strukturalnie od sektora publicznego. Po trzecie, nie dystrybuują zysków, a ewentualne nadwyżki przeznaczają na działania statutowe. Po czwarte, są samorządne – mają własne procedury zarządzania i nie podlegają bezpośrednio innym podmiotom. Ostatnim warunkiem jest działanie w oparciu o wolontariat, co nie wyklucza możliwości korzystania z pracy płatnego personelu.

W niniejszym artykule przedstawiamy zarys dorobku ekonomii sektora nonprofit. Stawiamy tezę, że silnie krytykowane teorie strony popytowej (uzasadniające istnienie sfery wolontarystycznej niezdolnością rynku i państwa do zaspokojenia popytu na określone dobra) po rozszerzeniu o pewne koncepcje strony podaźowej (dotyczące motywacji osób działających w sektorze nonprofit) umożliwiają analizę nowych i interesujących poznawczo aspektów funkcjonowania sfery wolontarystycznej. W tekście przedstawiamy kolejno: charakterystykę, zakres podmiotowy i główne argumenty krytyczne wobec teorii strony popytowej, reinterpretację tego podejścia i wynikające z tej reinterpretacji problemy badawcze.

II. CHARAKTERYSTYKA TEORII STRONY POPYTOWEJ

Ekonomiczne podejście do sektora nonprofit zdominowane jest przez tzw. teorie strony popytowej, spośród których dwie – zawodności kontraktów i dóbr publicznych – zyskały największą popularność. Pierwsza z nich,

¹ Definicja ta nosi miano strukturalno-operacyjnej, ponieważ odnosi się do pewnych cech struktury organizacji i sposobu ich działania. Została zaproponowana przez Salomona i Anheiera dla potrzeb międzynarodowych badań porównawczych sektora nonprofit (The Johns Hopkins Comparative Nonprofit Sector Project). Definicja zyskała popularność ze względu na swoją prostotę i przydatność dla analiz porównawczych (tych cech pozbawiona jest na przykład definicja prawna, która do wyodrębniania organizacji nonprofit wykorzystuje właściwe dla danego kraju prawodawstwo). Więcej na temat definicji sektora nonprofit w: L. Salamon, H. Anheier, *In Search of the Nonprofit Sector. The Question of Definitions*, „Voluntas” 3, 1992, nr 2, s. 141.

zaproponowana przez Henry'ego Hansmanna² mówi o niesprawności mechanizmu rynkowego w warunkach asymetrii informacji. Jeśli producent dobra ma przewagę informacji nad klientem, może starać się zwiększyć swój zysk, oferując dobro o zaniżonej jakości. Asymetria informacji jest prawdopodobna zwłaszcza w przypadku silnie przetworzonych dóbr lub kompleksowych usług oraz sytuacji, w której konsument i płatnik nie są tą samą osobą. W takich warunkach większym zaufaniem klientów cieszyć się będą organizacje nonprofit, których status zabrania dystrybucji zysków. Status nonprofit stanowi w tym wypadku sygnał, że dostawca ma ograniczoną możliwość czerpania korzyści z przewagi informacji. W ten sposób tłumaczy się stosunkowo duży udział podmiotów sfery nonprofit w dziedzinie usług społecznych (ochrony zdrowia, edukacji, pomocy społecznej). Uznaje się bowiem, że w tych obszarach asymetria informacji jest znaczna.

Druga z teorii, zaproponowana przez Burtona Weisbroda³, odnosi się do dóbr publicznych. Dla podmiotów komercyjnych ich produkcja jest nieopłacalna (z natury dóbr publicznych wynika, że nikogo nie można wykluczyć z ich konsumpcji, egzekwowanie zapłaty jest więc trudne). Z kolei państwo dostarczając te dobra kieruje się przede wszystkim gustami przeciętnego wyborcy (*median voter*), przywiązując mniej wagi do potrzeb mniejszych grup o odmiennych preferencjach. Dla nich jednym z rozwiązań jest nabycie pożądanego dobra za pośrednictwem organizacji wolontarystycznych. Zdaniem Weisbroda, istotnym czynnikiem wpływającym na wielkość sektora nonprofit jest więc zróżnicowanie społeczeństwa (odzwierciedlające zróżnicowanie preferencji), nie tylko ekonomiczne, ale również kulturowe, etniczne, religijne czy pod względem wykształcenia.

Na fali krytyki zaprezentowanych teorii (piętnowano przede wszystkim daleko idącą idealizację organizacji sfery wolontarystycznej i zbyt dużą wartość przypisywaną statusowi nonprofit) popularność zyskała teoria współzależności⁴ (*third party government*), w której przyjmuje się, że organizacje nonprofit są również nieefektywne. Twórca teorii, Lester Salamon, zwraca uwagę przede wszystkim na cztery rodzaje zawodności podmiotów sektora nonprofit: partularyzm (działalność organizacji nie reprezentuje interesów ogółu społeczeństwa i może zaniedbywać ważne problemy społeczne), paternalizm (organizacje nonprofit narażone są na ryzyko utraty części autonomii na rzecz podmiotów finansujących ich działalność), niesprawność (organizacje wolontarystyczne mają trudności z pozyskiwaniem kapitału) i amatorstwo (działacze społeczni często nie mają odpowiednich kwalifikacji). Salamon stawia tezę, że słabości sektora nonprofit korespondują z silnymi stronami państwa i odwrotnie. Sektor

² Por. H. Hansmann, *The Role of Nonprofit Enterprise*, „The Yale Law Journal” 89, 1980, s. 835-898.

³ B. Weisbrod, *The Voluntary Nonprofit Sector: An Economic Analysis*, Lexington Books, 1978; idem, *The Nonprofit Economy*, Harvard University Press, 1988.

⁴ W anglojęzycznym oryginale teoria ta nosi nazwę „third party government”, jednak bezpośrednie tłumaczenie tego terminu brzmi sztucznie. W innym artykule autor zastosował alternatywną nazwę swojej teorii – „interdependence theory”. Ten termin stał się podstawą stosowanego w niniejszym tekście tłumaczenia (por. L. Salamon, H. Anheier, *Social Origins of Civil Society: Explaining the Nonprofit Sector Cross-Nationally*, „Voluntas” 9, 1998, nr 3, s. 213-246).

publiczny wydaje się mniej wrażliwy na paternalizm, partykularyzm, niesprawność i amatorstwo. Z kolei organizacje wolontarystyczne szybciej wykrywają problemy społeczne, dostosowują usługi do indywidualnych potrzeb klientów, są bardziej elastyczne i budzą większe zaufanie klientów. W takim układzie optymalnym rozwiązaniem jest współpraca obu sektorów, w ramach której państwo zleca sektorowi nonprofit wykonanie określonych zadań społecznych i uczestniczy w ich finansowaniu.

Propozycję Salomona można w zasadzie również zaliczyć do grupy teorii popytowych, ponieważ u jej podstawy leży założenie o zawodności sektora wolontarystycznego w zaspokajaniu popytu na określona dobra. Teoria współzależności nie zamyka jednak dyskusji w ramach teorii strony popytowej. Debata dotyczy ewentualnej zawodności partnerstwa sektora publicznego i nonprofit: A. Rymsza⁵, powołując się na doświadczenia amerykańskie w rozwoju partnerstwa, upatruje ryzyko „upaństwowienia” sektora nonprofit. Uzależnienie organizacji nonprofit od grantów państwowych niesie ryzyko oddania części autonomii rządowi, który mógłby narzucać własne standardy (wymogi profesjonalizacji kadry i zmniejszenie wykorzystania pracy wolontarystycznej), priorytety (zwiększenie zakresu świadczonych usług kosztem ich jakości) czy wartości (wymuszenie odejścia od ideologii, z którą organizacje nonprofit się identyfikowały i upolitycznienie podmiotów nonprofit). W rezultacie podmioty nonprofit przekształcają się w instytucje quasi-publiczne, tracąc swoje największe atuty. Odmienne stanowisko reprezentuje R. Szarfenberg⁶, zdaniem którego partnerstwo sektora publicznego i nonprofit stwarza warunki do rozproszenia władzy i rozmycia odpowiedzialności, co prowadzi do zwiększania kosztów transakcyjnych.

III. ZAKRES PODMIOTOWY

Należy wyraźnie podkreślić, że przedstawione teorie nie odnoszą się do całej sfery nonprofit, lecz do organizacji określonego typu. Wynika to z niedoskonałości definicji sektora nonprofit, w której przyjmuje się, że podmioty komercyjne i nonprofit należą do jednej rodziny, z tym że te ostatnie działają w innym celu niż maksymalizacja zysku. Podmioty nonprofit definiuje się więc poprzez negację (określa się „czym nie są”). Słabość tego podejścia bardzo obrazowo charakteryzuje Lohmann: „[...] na tej samej zasadzie uznać możemy sałatę za ssaka. Sałata to niepokryte sierścią, nie wytwarzające mleka, niewychowujące potomstwa, nieciepłokrwiste niezwierzę”⁷. Sfera wolontarystyczna jest niezwykle różnorodna i składają się na nie tak odległe pod względem funkcji celu, formy organizacyjnej czy rodzaju dostarczanych dóbr organizacje, jak: komitety rodzicielskie, oddziały ochotniczej straży pożarnej,

⁵ A. Rymsza, *Partnerzy w służbie publicznej? Wyzwania współpracy sektora pozarządowego z administracją publiczną w świetle doświadczeń amerykańskich*, „Trzeci Sektor” 2005, nr 3, s. 53-67.

⁶ R. Szarfenberg, *Słabości trzeciego sektora i partnerstwa publiczno-prywatnego*, „Trzeci Sektor” 2006, nr 4, s. 118-128.

⁷ R. Lohmann, *And Lettuce is Nonanimal: Towards a Positive Economics of Voluntary Action*, w: S. Ott (red.), *The Ature of Nonprofit Sector*, Westview Press 2001, s. 198.

grupy wsparcia, koła hobbystyczne, szkoły niepubliczne, grupy wyznaniowe czy związki zawodowe. Wewnątrz sektora nonprofit niezbędne jest więc dokonanie typologii, która pozwoliłaby podzielić organizacje wolontarystyczne na mniejsze, bardziej jednorodne grupy. Hansmann⁸ proponuje typologię, w której stosuje dwa kryteria: sposób finansowania i formę kontroli organizacji. Pierwsze z nich dzieli instytucje nonprofit na donacyjne (*donative*), utrzymujące się głównie z dobrowolnych datków pieniężnych oraz komercyjne (*commercial*) czerpiące istotną część dochodów ze sprzedaży dóbr. Drugie kryterium dzieli organizacje wolontarystyczne na samopomocowe (*mutuals*), w których osoby działające w danej instytucji są jednocześnie jej klientami⁹ (a więc ściśle ją kontrolują) oraz przedsiębiorcze (*entrepreneurial*), w której funkcję kontrolną pełni zarząd, a klienci nie wchodzą bezpośrednio w skład organizacji.

W podobny sposób sferę nonprofit porządkuje typologia Weisbroda¹⁰. Wyróżnia ona organizacje publicznego zaufania (*trust-type nonprofits* – TRUNPOs), które odpowiadają, w przybliżeniu, grupie wolontarystycznych organizacji komercyjnych Hansmanna. Podmioty tej grupy dostarczają dobra, których jakość trudno jest ocenić (np. usługi opiekuńcze), a status nonprofit sygnalizuje klientom brak motywu zysku i wzbudza ich zaufanie. Podmioty wytwarzające dobra kolektywne (*collective-type nonprofits* – CONPOs) odpowiadają hansmannowskiej kategorii organizacji donacyjnych. Organizacje należące do tej grupy dostarczają dóbr publicznych (lub do nich zbliżonych), nie są więc w stanie utrzymywać się z dochodów ze sprzedaży, a ich działalność finansują subsydia i donacje. Weisbrod wyróżnia ponadto organizacje klubowe (*club-type nonprofits* – CLUNPOs) i organizacje komercyjne „w przebraniu” (*for-profit in disguise*). Pierwszy typ odpowiada grupie organizacji samopomocowych Hansmanna. Podmioty „w przebraniu” stanowią nieco odmienną kategorię. Tworzą ją organizacje w rzeczywistości nastawione na zysk, które niezgodnie z prawem wykorzystują przywileje związane ze statusem nonprofit.

Należy podkreślić, że w zasadzie teorie strony popytowej wyłączały z analizy organizacje klubowe (w typologii Hansmanna – samopomocowe). Studia nad organizacjami tego typu mają w teorii ekonomii dłuższą tradycję wywodzącą się z teorii działań kolektywnych (*collective action*) sformułowanej przez Olsona¹¹. Teorie strony popytowej odnoszą się przede wszystkim do dwóch rodzajów w organizacji. W ujęciu Hansmanna są to organizacje typu przedsiębiorczego

⁸ H. Hansmann, op. cit.

⁹ Przykładem organizacji tego typu są towarzystwa hobbystyczne, automobilkłuby, stowarzyszenia przedsiębiorców, grupy lobbujące, związki zawodowe czy koła wędkarskie. Klientami tych organizacji są przede wszystkim jej członkowie. Osoby, które nie należą do organizacji, zwykle w bardzo ograniczony sposób korzystają z jej działalności.

¹⁰ B. Weisbrod, *The Nonprofit...*, passim.

¹¹ M. Olson, *The Logic of Collective Action*, Harvard University Press, 1965. Nurt zapoczątkowany przez Olsona przedstawia logikę działań osób dążących do osiągnięcia tego samego celu. Chcąc zmniejszyć nieefektywność działań wynikającą z braku zaangażowania części członków, stosuje się różne formy bodźców czy selekcji, np. konieczność opłacania składki, wprowadzanie kosztownych barier wejścia do grupy itd. Olson stosował swoją teorię między innymi w badaniach związków zawodowych. Jego teoria znajduje jednak zastosowanie w wielu innych przypadkach, na przykład przy analizie działań niektórych grup wyznaniowych czy sekt, por. L. Iannaccone, *Introduction to the Economics of Religion*, „Journal of Economic Literature” 36, 1998, s. 1465-1496.

(zwłaszcza te, które czerpią istotną część dochodów ze sprzedaży dóbr) oraz donacyjnego. Podmioty pierwszego typu dostarczają dobra prywatne (dzięki temu mogą pozyskiwać środki ze sprzedaży), a ich istnienie tłumaczy teoria zawodności kontraktów. Podmioty drugiego typu dostarczają dóbr publicznych (lub do nich zbliżonych) i muszą liczyć na prywatne donacje lub granty państwowe. Przede wszystkim do tych podmiotów odnosi się teoria dóbr publicznych Weisbroda.

IV. PRZEGLĄD ARGUMENTÓW KRYTYCZNYCH

Teorie strony popytowej są przedmiotem silnej krytyki. Kontrowersje budzi przede wszystkim milczące założenie, że sektor nonprofit stanowi efektywną odpowiedź na zawodność rynku czy państwa w zaspokajaniu popytu na określone dobra. Hansmann wprawdzie wymienia możliwe ograniczenia efektywności organizacji nonprofit, m.in. trudności w pozyskiwaniu kapitału, brak związku między produktywnością a wynagrodzeniem menadżerów czy niewielkie możliwości wzrostu, jednak uwagi te pozostają bez wyraźnego związku z formułowaną przez niego teorią. Hansmann stwierdza jedynie, że: „tylko w określonych przypadkach zakaz dystrybucji zysków jest na tyle cenny, że przeważa nad słabościami organizacji nonprofit i daje im przewagę nad podmiotami komercyjnymi. Tam gdzie zawodność kontraktów nie jest większym problemem, na przykład w przemyśle, zakaz dystrybucji zysków nie stanowi dla konsumenta dodatkowej ochrony. W tych branżach przewagę mają organizacje nastawione na zysk”¹².

Uwagi Hansmanna nie wyczerpują listy możliwych ograniczeń efektywności podmiotów sfery nonprofit. Pod ich adresem można postawić przynajmniej trzy z zarzutów, które wobec działalności sektora publicznego sformułował Wolf¹³. Po pierwsze, ze względu na drugorzędne znaczenie zysku, w organizacjach wolontarystycznych trudno wyznaczyć granicę opłacalności produkcji (*break-even point*), a tym samym ocenić efektywność podejmowanych przedsięwzięć. W rezultacie dobra mogą być dostarczane również w sytuacji, gdy koszt marginalny przewyższa przychód marginalny¹⁴. Po drugie, wobec ograniczonych możliwości zastosowania rynkowych kryteriów efektywności (zysk), organizacje wolontarystyczne działają według ustalonych przez siebie, wewnętrznych kryteriów (*internalities*)¹⁵. Przykładem „nieekonomicznego” kryterium jest wielkość budżetu, które zachęca do „poszukiwania” kosztów, a nie do ich redukcji¹⁶. Po trzecie, przy ograniczonym znaczeniu kategorii zysku,

¹² H. Hansmann, op. cit., s. 879.

¹³ Ch. Wolf, *A Theory of Non-Market Failure: Framework for Implementation and Analysis*, „The Rand Paper Series” 1978, nr 6034.

¹⁴ Rachunek dodatkowo utrudnia fakt, że wartość dóbr wytwarzanych w sektorze nonprofit jest trudna do ustalenia.

¹⁵ W odróżnieniu od organizacji nastawionych na zysk, gdzie kryteria efektywności zależą głównie od (zewnątrznej) sytuacji na rynku.

¹⁶ Mechanizm maksymalizacji budżetu w instytucjach sektora publicznego przedstawił W. Niskanen, *Bureaucracy and Representative Government*, Aldine-Atherton 1971.

dużej liczbie niewielkich organizacji i braku mechanizmu koordynującego (rynek), organizacje nonprofit mogą podejmować działania, których efekty będą się wzajemnie znosić¹⁷. Ponadto w organizacjach wolontarystycznych „nadzór właścicielski” (uznając że odpowiednikiem właściciela są podmioty finansujące działalność organizacji) jest bardzo ograniczony, co również nie wpływa pozytywnie na efektywność działań. Teoria zawodności kontraktów uznaje prawny zakaz dystrybucji zysków związany ze statusem nonprofit za kluczowy czynnik przewagi komparatywnej nad podmiotami komercyjnymi. Gdyby jednak status nonprofit miał być wystarczająco silnym sygnałem informującym klientów o uczciwości organizacji, w sektorze wolontarystycznym obserwowalibyśmy więcej tzw. organizacji komercyjnych „w przebraniu”, czyli podmiotów o statusie nonprofit, których faktycznym celem jest maksymalizacja zysku¹⁸. Ponadto, gdyby zakaz dystrybucji zysków stanowił tak istotny element przewagi, można by się spodziewać, że również firmy prywatne byłyby skłonne nałożyć na siebie podobne ograniczenia. Mogłyby na przykład deklarować w umowie, jaka część otrzymanej przez płatnika kwoty zostanie przeznaczona na wynagrodzenia i zyski. Hansmann nazywa takie rozwiązanie „prywatną wersją zakazu dystrybucji zysków”¹⁹, uznaje jednak, że status nonprofit jest mniej kosztowny niż każdorazowe modyfikowanie umów. Argumentacja ta nie jest jednak przekonująca. Dostosowanie umów nie wydaje się tak kosztownym przedsięwzięciem, zwłaszcza gdy firmy mogłyby dzięki temu pozyskać zaufanie klientów czy zdobyć nowe rynki. Wydaje się również, że zakaz dystrybucji zysków narzucony na organizacje nonprofit nie eliminuje bodźców do zaniżania jakości dóbr. Dystrybucja zysków w organizacjach nonprofit może dokonywać się w inny sposób, poprzez nadmierne inwestowanie w szkolenia czy wyposażenie lub poprzez mechanizm tzw. wewnętrznego subsydiowania (*cross-subsidization*), w ramach którego wpływy z jednego rodzaju działalności finansują inną, cenniejszą dla organizacji działalność. Zjawisko to może mieć miejsce na przykład w szkołach wyższych, gdzie część wpływów z płatnych studiów niższego stopnia przeznaczana jest na przynoszące więcej prestiżu badania naukowe. W tym wypadku motywacja do wykorzystania asymetrii informacji i obniżania jakości oferowanych dóbr jest taka sama, jak w organizacjach nastawionych na zysk. Grzech idealizacji popełnia również Salamon w swojej teorii współzależności. Jak zaznaczyliśmy wcześniej przytaczając argumenty Rymszy i Szarfenberga, propozycję, że współpraca sektora publicznego i nonprofit stanowi efektywną odpowiedź na zawodność rynku, państwa i sfery wolontarystycznej, traktować należy jako hipotezę o niewielkim wsparciu empirycznym.

Niedoskonałość teorii strony popytowej skłania ekonomistów do poszukiwania innych, bardziej kompleksowych interpretacji istnienia i funkcjonowania sektora organizacji wolontarystycznych. Wątpiąc w „proste (*single-factor*)

¹⁷ Na przykład gdy celem jednej organizacji jest pomoc materialna bezrobotnym, a innej skracanie okresu pozostawania bez pracy.

¹⁸ Być może należałoby to zweryfikować empirycznie. Hipoteza, że większość organizacji nonprofit jest uczciwa, nie wydaje się jednak zbyt ryzykowna.

¹⁹ „Private-contract version of nondistribution constraint”, H. Hansmann, op. cit., s. 853.

wyjaśnienia, które [...] zdominowały dyskusję o sektorze nonprofit”²⁰, Salamon proponuje podejście interdyscyplinarne, w którym podkreśla znaczenie czynników historycznych, społecznych i politycznych dla kształtu i roli sektora nonprofit. W niniejszym artykule argumentujemy, że porzucenie teorii strony popytowej jest przedwczesne. Reinterpretacja niektórych elementów tego podejścia, zwłaszcza propozycji Hansmanna, prowadzi do sformułowania interesujących poznawczo hipotez.

IV. INNE SPOJRZENIE NA PODEJŚCIE OD STRONY POPYTOWEJ

Broniąc teorii Hansmanna, można argumentować, że jest ona traktowana zbyt dosłownie. W artykule prezentującym teorię zawodności kontraktów Hansmann opisuje również mechanizm selekcji do organizacji wolontarystycznych. Oferując niższe wynagrodzenie w stosunku do firm komercyjnych, podmioty nonprofit przyciągają osoby, dla których zysk nie jest główną motywacją działania²¹. Klienci nie ufają więc organizacji wolontarystycznej ze względu na jej status, lecz ze względu na zaufanie do osób, które w niej działają. Status nonprofit z kolei pozwala przyciągnąć do organizacji osoby, które nie są zainteresowane zaniżaniem jakości oferowanych dóbr.

Zdaniem Rose-Ackermann, organizacjami nonprofit zarządzają osoby o ideologicznej motywacji, „jednostki o silnych przekonaniach odnośnie do sposobu dostarczania określonych usług”²². Ideolodzy mogą akceptować niższe zarobki w organizacjach nonprofit w zamian za większe prawdopodobieństwo, że realizować będą swoje cele, a nie cele akcjonariuszy. Ograniczone znacznie zysku sprawia, że organizacje nonprofit skupiają się przede wszystkim na jakości i sposobie dostarczania dóbr: „szpital może koncentrować się na leczeniu trudnych i interesujących przypadków, uniwersytet może przyjmować tylko osoby o najlepszych osiągnięciach, dom starców może dawać pierwszeństwo osobom o określonym wyznaniu”²³. Argumenty Hansmanna i Rose-Ackerman można w zasadzie zaliczyć do grupy teorii strony podażowej. W tym nurcie próbuje się zidentyfikować motywacje osób działających w sektorze nonprofit. Podejście od strony podażowej wydaje się wartościowym dopełnieniem teorii strony popytowej. Synteza obu nurtów jest jednak skomplikowana ze względu na ich różne rodowody. O ile teorie strony popytowej wywodzą się z nurtu neoklasycznego, o tyle w teoriach strony podażowej istotną rolę pełni pojęcie przedsiębiorczości Schumpetera²⁴.

²⁰ L. Salamon, H. Anheier, op. cit., s. 245.

²¹ H. Hansmann, op. cit., s. 899-901.

²² S. Rose-Ackerman, *Altruism, Nonprofits and Economic Theory*, „Journal of Economic Literature” 34, 1996, nr 2, s. 719.

²³ S. Rose-Ackerman, *Altruism, Ideological Entrepreneurs and the Non-profit Firm*, „Voluntas” 8, 1997, nr 2, s. 127.

²⁴ Należy zaznaczyć, że pojęcie „przedsiębiorca” w ujęciu Schumpetera nie jest tożsame z jego potocznym rozumieniem (właściciel, osoba samozatrudniona). Schumpeter definiuje przedsiębiorcę jako podmiot, który dokonuje pewnych innowacji (*new combinations*). Obejmuje to pięć przypadków: wprowadzenie nowego dobra lub dobra o nowej jakości, zastosowanie nowego sposobu produkcji, stworzenie nowego rynku, pozyskanie nowego źródła surowców, implementacja nowej formy

Zdaniem D. Younga, sektor nonprofit przyciąga przedsiębiorców o określonych rodzajach motywacji (innych niż zysk). Dla tego typu przedsiębiorców forma nonprofit jest atrakcyjna, ponieważ w stosunkowo niewielkim stopniu podporządkowana jest zasadzie maksymalizacji zysków. Oferuje więc duży zakres wolności i niezależności. Według Younga, „pojęcie przedsiębiorczości praktycznie z definicji wybiega poza analizę neoklasyczną. Trudno jest bowiem uwzględnić w niej nowatorskie, nierutynowe działania”²⁵. Ponadto, w przeciwieństwie do podejścia neoklasycznego, teoria przedsiębiorczości poświęca wiele uwagi preferencjom (uznawanych w analizie neoklasycznej zazwyczaj jako stałe), a metody badawcze opierają się na analizie jakościowej. Teoria przedsiębiorczości jest również bardziej otwarta na inne dziedziny wiedzy, jak psychologia, socjologia, zarządzanie i ma często charakter interdyscyplinarny. Jak zauważa Rose-Ackerman: „altruizm i przedsiębiorczość wolontarystyczna (*nonprofit entrepreneurship*) nie mogą być przedmiotem analizy w ramach standardowej ekonomii. Postęp teoretyczny w tej dziedzinie wymaga szerszej koncepcji funkcji użyteczności i włączenia do analizy elementów psychologii kognitywnej, która uwzględni znaczenie idei i emocji przy interpretacji zachowań ludzkich”²⁶. Warto zaznaczyć, że postęp ten się dokonuje, co umożliwi włączenie do analiz nurtu neoklasycznego niektórych koncepcji strony podażowej. Wśród nich szczególnie istotne wydają się badania, które weryfikują hipotezę Hansmanna i starają się odpowiedzieć na pytanie czy organizacje nonprofit faktycznie przyciągają pracowników (działaczy, wolontariuszy) o specyficznej motywacji.

V. MOTYWACJA SPOŁECZNIKÓW

Hipotezę selekcji Hansmanna w sposób formalny zaprezentowali F. Handy i E. Katz²⁷, wskazując jednak na niebezpieczeństwo, że niskie wynagrodzenia mogą przyciągać nie tylko społeczników, ale również mniej produktywnych pracowników.

Analizy empiryczne nie potwierdzają tych obaw, czego przykładem jest seria badań absolwentów amerykańskich szkół wyższych przeprowadzona przez Weisbroda²⁸. W pierwszym z nich wykazał on, że absolwenci decydujący się na pracę w sektorze nonprofit różnili się pod względem wyznawanych wartości (w stosunku do uczniów podejmujących pracę w sektorze komercyjnym). Dla tej grupy ważniejsze były takie wartości, jak gotowość do pomocy, życzliwość czy zdolność do przebaczenia. Osoby te deklarowały ponadto mniejszą chęć

organizacyjnej, por. Ch. Badelt, *Entrepreneurship Theories of the Nonprofit Sector*, „Voluntas” 8, 1997, nr 2, s. 162-178.

²⁵ D. Young, *Entrepreneurship and the Behavior of Nonprofit Organizations: Elements of a Theory*, w: *The Economics of Nonprofit Institutions*, S. Rose-Ackerman (red.), Oxford University Press, Nowy Jork 1986, s. 163.

²⁶ *Ibidem*, s. 701.

²⁷ F. Handy, E. Katz, *The Wage Differential between Nonprofit Institutions and Corporations: Getting More by Paying less?*, „Journal of Comparative Economics” 26, 1998, s. 246-261.

²⁸ B. Weisbrod, *The Nonprofit...*, s. 32.

posiadania władzy i większą potrzebę bezpieczeństwa. Obie grupy absolwentów nie różniły się przy tym pod względem poziomu inteligencji, kreatywności czy zdolności rozwiązywania problemów. W innej analizie Weisbrod objął badaniem absolwentów prawa. Część z nich decydowała się na gorzej płatną pracę w firmach prawniczych typu nonprofit (zdecydowanie części firmy te reprezentowały interesy pewnych poszkodowanych grup). Mimo niższego wynagrodzenia, zdecydowana większość badanych deklaruowała satysfakcję z dokonanego wyboru zawodowego. Ponadto absolwenci, którzy decydowali się na pracę w organizacjach nonprofit, reprezentowali najczęściej środowiska liberalne, pochodzili z większych miast, a w czasie studiów angażowali się w działalność polityczną. Analizy różnic w zarobkach między sektorem komercyjnym a nonprofit prowadzone na bardziej reprezentatywnych próbach również wskazują na mniejsze wynagrodzenia w organizacjach nonprofit²⁹. Różnica ta wynika przede wszystkim z koncentracji organizacji wolontarystycznych w nisko płatnych obszarach gospodarki, a nie różnic w produktywności pracowników, co potwierdza hipotezę selekcji.

Nieco inną opinię na temat różnicy w wysokości zarobków pomiędzy sektorami prezentuje E. Leete³⁰. Autorka, podpierając się teoriami psychologicznymi, argumentuje, że motywacja pracowników sektora nonprofit będzie wzmocniana dzięki poczuciu, iż pozostali członkowie organizacji również angażują się z innych względów niż pieniężna gratyfikacja. Temu poczuciu sprzyja z kolei bardziej egalitarny system wynagrodzeń w organizacji. Leete, badając wynagrodzenia pracowników w Stanach Zjednoczonych, znajduje empiryczne potwierdzenie swojej hipotezy.

Istotny postęp w badaniach nad motywacją społeczników nastąpił dzięki włączeniu do analizy ekonomicznej pojęcia motywacji wewnętrznej. W standardowym ujęciu ekonomicznym analizuje się przede wszystkim wpływ bodźców zewnętrznych, które kształtują strukturę cen relatywnych. Motywację wewnętrzną jako manifestację indywidualnych preferencji traktuje się zwykle jako wielkość daną. Ma to swoje praktyczne uzasadnienie – oba rodzaje motywacji współwystępują ze sobą, a ich indywidualny wpływ trudno zidentyfikować. Można jednak obserwować relację między nimi – teoria wypychania motywacji (*motivation crowding theory*) stanowi ogniwo łączące koncepcje psychologiczne ze standardowymi modelami ekonomicznymi i pozwala formułować możliwe do empirycznej weryfikacji hipotezy³¹. Ekonomistów interesuje przede wszystkim szczególnie przypadek tego zjawiska, w którym motywacja zewnętrzna wypiera wewnętrzną. Dzieje się tak, jeśli bodźce zewnętrzne (np. wynagrodzenie, kary finansowe) prowadzą do poczucia utraty autonomii w podejmowaniu decyzji i kierowaniu własnym postępowaniem (*impaired self-determination*) lub jeśli wywołują wrażenie, że motywacja wewnętrzna nie jest należycie doceniona

²⁹ Szczegółowy przegląd badań: C. Ruhm, C. Borkoski, *Compensation in the Nonprofit Sector*, „NBER Working Papers” 2000, nr 7562, s. 31-32.

³⁰ E. Leete, *Wage Equity and Employee Motivation in Nonprofit and For-profit Organizations*, „Journal of Economic Behavior and Organization” 43, 2000, s. 423-446.

³¹ B. Frey, R. Jegen, *Motivation Crowding Theory*, „Journal of Economic Surveys” 15, 2001, s. 589-611.

(*impaired self-esteem*). Hipoteza wypychania ma istotne zastosowanie w badaniach nad wolontariatem, uważa się bowiem, że społecznicy są osobami o silnej motywacji wewnętrznej. Debatę na ten temat rozpoczął Titmuss³², który mechanizm wypychania motywacji wewnętrznych dostrzegł wśród krwiodawców – w przytaczanym przez niego przykładzie wprowadzenie finansowej gratyfikacji za oddaną krew paradoksalnie ograniczyło liczbę chętnych. Występowanie efektu wypierania jest dość dobrze udokumentowane wśród wolontariuszy³³. B. Frey i L. Gotte³⁴, wykorzystując przekrojowe dane z badań siły roboczej w Szwajcarii (Swiss Labour Force Survey), wykazali, że sam fakt przyznania wynagrodzenia za pracę społeczną istotnie redukuje zaangażowanie wolontariuszy. Do podobnych wniosków z wykorzystaniem włoskich danych doszli L. Cappellari i G. Turati³⁵, którzy dodatkowo ustalili, że osoby silnie zmotywowane wewnętrznie są bardziej skłonne do działalności wolontarystycznej.

Hipotezę wypychania z użyciem metod eksperymentalnych potwierdzili U. Gneezy i A. Rustichini³⁶. Naukowcy ci badali efektywność różnych grup wolontariuszy przeprowadzających publiczną zbiórkę pieniędzy (efektywność mierzono wartością zebranych środków). Poszczególne grupy były motywowane w różny sposób (od motywowania odwołującego się do poczucia społecznej odpowiedzialności po gratyfikację pieniężną różnej wartości). Wnioski z badań najlepiej oddaje tytuł artykułu, w którym zostały ono opublikowane: *Płać wystarczająco lub nie płać w ogóle (Pay enough or don't pay at all)*.

VI. UWAGI KOŃCOWE

W niniejszym artykule postawiliśmy tezę, że w ekonomicznych badaniach nad sektorem nonprofit nie powinniśmy rezygnować z tzw. teorii strony popytowej. Zwłaszcza teoria zawodności kontraktów Hansmanna po pewnej reinterpretacji i wzbogaceniu o koncepcje strony podażowej stwarza pole dla nowych badań. Dowodząc, że organizacje nonprofit przyciągają osoby zainteresowane przede wszystkim jakością dostarczanych dóbr, a nie finansową gratyfikacją, możemy powrócić do argumentów o komparatywnej przewadze podmiotów nonprofit w niektórych dziedzinach. Pytanie o motywacje osób działających w organizacjach wolontarystycznych nie jest banalne. W krajach rozwiniętych obserwujemy w ostatnich latach dynamiczny rozwój sektora nonprofit. Wynika on przede wszystkim z komercjalizacji organizacji wolon-

³² R. Titmuss, *The Gift Relationship*, Allen and Unwin, 1970.

³³ Wolontariuszy uznaje się wprawdzie za osoby pracujące nieodpłatnie, jednak w wielu krajach mogą oni otrzymywać pewną rekompensatę za wykonywaną działalność.

³⁴ L. Goette, B. Frey, *Does Pay Motivate Volunteers?*, „Working Paper” nr 7, 1999, Institute of Empirical Research in Economics University of Zurich.

³⁵ L. Capellari, G. Turati, *Volunteer Labor Supply: The Role of Workers' Motivations*, „Annals of Public and Cooperative Economics” 74, 2004, s. 619-643.

³⁶ U. Gneezy, A. Rustichini, *Pay Enough or Don't Pay at All*, „The Quarterly Journal of Economics” 115, 2000, s. 791-810.

tarystycznych oraz wzrostu przychodów z dotacji państwowych. Poprawa kondycji finansowej sektora nonprofit może, paradoksalnie, pozbawić organizacje wolontarystyczne ich istotnego atutu – zdolności do przyciągania wewnętrznie zmotywowanych społeczników.

mgr Dominik Butler

Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu

d.buttler@ue.poznan.pl

ECONOMIES OF THE NONPROFIT SECTOR. THE CRITICISM AND REINTERPRETATION OF SELECTED THEORETICAL ASPECTS

Summary

The paper outlines the economic interpretation of the existence and function of the nonprofit sector. The most popular economic theories in this field – so called demand-side theories – explain the existence of voluntary organisations as a response to government and market failures to satisfy the demand for certain goods. These theories are widely criticised. The author, however, claims that reinterpretation of some aspects of this approach creates an important and relatively unexplored area for further research.