

UNIVERZA V LJUBLJANI
EKONOMSKA FAKULTETA

DIPLOMSKO DELO

**SOCIALNO PODJETNIŠTVO –
TEMA ZA 21. STOLETJE**

Ljubljana, maj 2007

VANJA MATICA

IZJAVA

Študentka Vanja Matica izjavljam, da sem avtorica tega diplomskega dela, ki sem ga napisala pod mentorstvom dr. Miroslava Glasa in dovolim objavo diplomskega dela na fakultetnih spletnih straneh.

V Ljubljani, dne 15.05.2007

Podpis: _____

KAZALO

1. UVOD	1
2. POJEM SOCIALNEGA PODJETNIŠTVA	2
2.1 OPREDELITEV SOCIALNEGA PODJETNIŠTVA	2
2.2 LIK SOCIALNEGA PODJETNIKA.....	4
2.2.1 <i>Lastnosti uspešnega socialnega podjetnika</i>	5
2.2.2 <i>Primerjava poslovnih in socialnih podjetnikov</i>	6
2.3 PRAVNI OKVIRI SOCIALNEGA PODJETNIŠTVA.....	7
2.4 DRUŽBENA ODGOVORNOST PODJETIJ.....	9
3. SOCIALNO PODJETNIŠTVO V AVSTRIJI, ITALIJI IN SLOVENIJI	10
3.1 CILJNE SKUPINE.....	10
3.2 PRAVNI OKVIR ZA DELOVANJE	11
3.3 INSTITUCIONALNI OKVIR	13
3.4 ORGANIZACIJE IN PODROČJA DELOVANJA.....	15
3.4.1 <i>Zaposlitveni modeli</i>	16
3.4.2 <i>Storitve zdravstvene oskrbe in nege</i>	18
3.5 SKROMNA RAVEN SOCIALNEGA PODJETNIŠTVA V SLOVENIJI	19
3.5.1 <i>Dileme razvoja socialnega podjetništva</i>	19
3.5.2 <i>Projektne ideje in podpora razvoju socialnega podjetništva</i>	21
4. DELOVANJE SOCIALNIH PODJETIJ V SVETU	24
4.1 MIKROKREDITI IN GRAMEEN BANKA.....	25
4.2 TELENOR V BANGLADEŠU	28
4.3 REFORMA BOLNIŠKE NEGE V VELIKI BRITANIJI.....	32
4.4 SKUPNOST SAN PATRIGNANO.....	34
4.5 CAFEDIRECT: PRAVIČNA TRGOVINA	36
5. SKLEP	41
LITERATURA	42
VIRI	45
PRILOGE	

1. UVOD

Podjetništvo pomeni mnogo več kot zgolj teorijo o ravnanju podjetnikov. Je način življenja, nepredvidljiv in vznemirljiv, a tudi naporen. Vpliva na poslovno vrenje v gospodarstvu, kjer se rojevajo novi projekti in nova podjetja ter pripomore h gospodarski rasti, ki je osnova za blaginjo vsake družbe. Uspešna družba, trajno naravnana k razvoju, gradi svoj razvoj na tehnoloških in družbenih inovacijah, ki so v veliki meri sad podjetništva.

Socialno podjetništvo, mešanico poslovne dejavnosti in družbenega dobrodelništva, uvrščamo nedvomno med družbene inovacije. Zamisel se je razvila v okviru podjetništva in se, kljub svojemu več kot sto let dolgemu obstoju, uveljavila šele v zadnjih desetletjih. Od klasičnega pristopa k podjetništvu se razlikuje po tem, da temelji na razvoju socialnega kapitala. Ustvarjalnost in inovativnost sta gonilni sili njegovega razvoja. Socialni podjetniki imajo edinstven pristop, ki je razvojen in revolucionaren hkrati. Odločno sledijo svoji viziji o tem, kako nekaj rešiti ali izboljšati v družbi. To je sicer značilno za vse podjetnike, vendar nasprotno od podjetnikov v gospodarstvu, socialni podjetniki tega ne počnejo le zaradi lastnih materialnih ali denarnih koristi.

Moje zanimanje za to temo je pritegnilo spoznanje, da v stvarnem svetu obstajajo podjetniki z visokim zavedanjem o tem, kako pomembna je medsebojna soodvisnost ljudi in njihova socialna odgovornost, podjetniki, ki skušajo reševati socialna in ekološka neravnotežja na podjetniški način. Cilj naloge je analiziranje razvoja socialnega podjetništva v svetu in pri nas ter seznanitev z doseženimi rezultati na tem področju. Diplomsko delo temelji na tezi, da se, v nasprotju s tradicionalnim poslovnim podjetništvom, uspeh socialnih podjetnikov ne odraža predvsem v ustvarjenem dobičku, ampak bolj v dolgoročnih pozitivnih spremembah v družbi in njihovem vplivu na življenje vsakega posameznika.

V prvem delu predstavim različne opredelitve, značilnosti in organizacijske strukture socialnega podjetništva. Ob tem se mi porajajo razna vprašanja, saj praksa dokazuje, da že sam pojem ni natančno opredeljen. Ali gre predvsem za podjetništvo, s skrbjo za dobiček, ali je v ospredju socialna skrb? V prvem sklopu obravnavam tudi družbeno odgovornost podjetij in njeno sorodnost z obravnavano tematiko. V nadaljevanju analiziram sedanjo situacijo v izbranih državah: v Avstriji, Italiji in v Sloveniji. Opredelim ciljne skupine ter primerjam pravni vidik, značilne oblike in področja delovanja socialnega podjetništva v omenjenih državah. Slovenija šele začenja postajati aktivna na tem področju. V prepričanju, da je sociala nekaj, kar nam pripada, se še vedno sprašujemo, kdo z nastankom socialnih podjetij pridobi največ. Navedem razloge za razmah tega področja pri nas in predstavim nastale projektne ideje ter podporne izvajalske institucije. Diplomsko delo sklenem z opisom nekaterih konkretnih primerov delovanja socialnih podjetij v svetu. Za navdih socialnim podjetnikom vključim tudi zgled, zgodbo o uspehu Grameen banke v Bangladešu, ki je leta 2006, skupaj s svojim ustanoviteljem Muhammadom Yunusom, dobila celo Nobelovo nagrado za mir.

2. POJEM SOCIALNEGA PODJETNIŠTVA

Socialno podjetništvo je globalni fenomen, saj najbolj ustvarjalni posamezniki tega sveta, ki rešujejo probleme, niso omejeni le na eno državo. Tako je potrebno pojem obravnavati tudi iz globalne perspektive. V različnih državah sveta se ljudje soočajo s podobnimi problemi: neustrezni sistemi izobraževanja, zdravstva in skrbi za ostarele, revščina in pomanjkanje, visoka stopnja kriminalitete itd. Ker so v revnejših državah socialni podjetniki bolj omejeni s finančnimi sredstvi kot v razvitejših, so za uresničitev in čim večjo razširjenost svojih idej prisiljeni k večji inovativnosti. Njihova znanja koristijo vsakomur, ki skuša spremeniti svet na bolje (Bornstein, 2004, str. 11-12). Družba potrebuje ustvarjalne in odločne ljudi, ljudi z železno voljo, ki vzpodbujajo inovacije, potrebne za rešitev najbolj nujnih socialnih problemov.

2.1 OPREDELITEV SOCIALNEGA PODJETNIŠTVA

Zamisel socialnega podjetništva ni nova, saj se že od nekdanje organizacije ali posamezniki ukvarjajo z novimi rešitvami za socialne probleme (Dees, 2005, str. 1). Širše se je začela uporabljati šele konec 90-ih let prejšnjega stoletja, posebej pa so to področje začeli raziskovati in poučevati v angleško govorečem prostoru, in sicer na vodilnih univerzah (Oxford, Stanford). Prav tako se je v zadnjih petnajstih letih povečalo število znanstvenih publikacij na to temo (Hillebrand, 2005, str. 6), vendar še vedno vlada neenotnost o tem, kaj natančno pomeni ta zamisel in kje so njene meje. Johnson (2000, str. 5) sklepa, da je vzrok za to kompleksnost samega pojma na eni ter zelo mlada raziskovalna zgodovina tega področja na drugi strani. Razvile so se različne opredelitve socialnega podjetništva, z različnim pomenom v različnih kulturah in državah (glej Pril. 1). Za lažje in jasnejše razumevanje obravnavane tematike bom v nadaljevanju obrazložila in primerjala nekaj opredelitev.

Perrini (2006, str. 6-7) navaja razvoj dveh različnih šol opredelitve socialnega podjetništva. Prva, avtor jo imenuje "omejen pogled", pripisuje to področje nedobičkonosnemu sektorju. Druga, t. i. "razširjen pogled", obravnava socialno podjetništvo kot novo študijsko področje, ki ga lahko zasledimo v vseh sektorjih. Zagovorniki "omejenega pogleda" vidijo v socialnem podjetništvu strateške odgovore na različne probleme in situacije, s katerimi se danes soočajo nedobičkonosne organizacije (Dart, 2004, str. 413). Te naj bi se v večji meri usmerjale k trgu, k potrošniku in s tem postale bolj samozadostne; postale naj bi komercializirane nedobičkonosne organizacije. Z drugimi besedami, socialno podjetništvo se pojavlja kot racionalno in strateško boljši odziv tretjega sektorja na spremenjeno makro situacijo, ki je rezultat porušanja sistema blagostanja (Cook et al., 2001, str. 19), povečanega finančnega pritiska na organizacije s socialnim namenom, povišanih stroškov na mnogih področjih socialnih sektorjev ter znižanih javnih in privatnih subvencij in donacij (Boschee in McClurg, 2005, str. 1; Dees in Elias, 1998, str. 166). V drugi šoli verjamejo, da se socialno podjetništvo lahko obravnava kot odpiranje novega in neodvisnega (Dorado in Haettich, 2004, str. 3), izrazito interdisciplinarnega (Johnson, 2000, str. 6) študijskega področja, s poudarkom na podjetniških iniciativah. V tem

smislu se lahko za socialne podjetnike opredelijo tisti inovatorji, ki z ustvarjalnostjo in inovativnostjo, ki sta tipični za klasični podjetniški proces, aktivno prispevajo k socialni spremembi, ne glede na to, ali je njihova narava delovanja dobičkonosna ali nedobičkonosna.

Glavni zagovornik zelo široke definicije socialnega podjetništva, ki zajema celoten spekter od nedobičkonosnih do dobičkonosnih podjetij, je profesor Gregory Dees. V svojem pogosto navedenem članku "Pomen socialnega podjetništva" nadgradi pojem poslovnega podjetnika in s tem pride do določenih sklepov (2005, str. 4). Trdi, da socialni podjetniki nastopajo kot dejavniki sprememb v socialnem sektorju, in sicer:

- a) s prepoznavanjem, oblikovanjem in ohranjanjem socialnih vrednot,
- b) z nenehnim prizadevanjem za odkrivanje novih možnosti,
- c) s stalnimi inovacijami, prilagajanjem in učenjem,
- d) s pogumnim delovanjem ob neobremenjenosti z rednimi viri sredstev ter
- e) z izražanjem visoke ravni občutljivosti za uporabnike svojih proizvodov.

Boschee in McClurg (2005, str. 2) v Deesovi opredelitvi pogrešata izvajanje samofinanciranja dejavnosti socialnega podjetja, ki mu omogoča samostojno in dolgoročno delovanje. Socialnega podjetnika opredeljujeta kot osebo, v kateremkoli sektorju, ki uporablja strategije pridobivanja dohodka za uresničitev socialnih ciljev. Tudi Hockerts (2003, str. 47-49) v svoji disertaciji podpira komercializacijo nedobičkonosnega sektorja z uvajanjem dobičkonosnih aktivnosti, s katerimi bi se financirale nadaljnje dejavnosti podjetja. Zagovarja tudi dobičkonosne poslovne družbe, ki poslujejo rentabilno na področjih zadovoljevanja socialnih potreb in zapolnjujejo določene socialne tržne niše (npr. Grameen banka v Bangladešu). Dodatno Hockerts zagovarja povečanje socialne vrednosti z učinkovitejšim menedžmentom skozi strateško planiranje in uporabo kontrolnih instrumentov.

Nicholls obravnava pojma "socialno" in "podjetništvo" ločeno, a na koncu le naredi sintezo, in sicer z definicijo, da socialno podjetništvo zajema inovativne in učinkovite aktivnosti, ki so v prvi vrsti usmerjene k zadovoljevanju socialnih potreb, in sicer z ustvarjanjem novih priložnosti za krepitev socialnih vrednot ter z dosledno uporabo vrste virov za maksimiranje socialnega vpliva (Nicholls, 2006, str. 7, 13-16). Prav tako loči kritičnega in normativnega socialnega podjetnika. Pri prvem se sklicuje na posameznika, ki se dvigne iz obstoječih struktur, ustanovi novo podjetje in prestrukturira socialni trg z namenom zadovoljitve socialne potrebe. Normativni socialni podjetnik, nasprotno, socialnega sistema ne zavrača, temveč inicira spremembo znotraj institucionalnih okvirjev. Tako Nicholls, podobno kot Dees (2005, str. 4), ne vidi potrebe po novih organizacijskih oblikah, temveč zagovarja vpeljava podjetniškega razmišljanja in delovanja v že obstoječe birokratične strukture.

Po Leadbeaterju (1997, str. 2-4) so socialni podjetniki pogosto inovatorji, ki z uporabo podjetniških veščin (kvaliteta vodenja, inspiracija, ambicije, dobre komunikativne lastnosti) služijo določenemu socialnemu namenu, pri tem pa so omejeni z viri (osebe, zgradbe, oprema). Ugotavlja, da so "socialni" v več pogledih: na področju blagostanja, socialne oskrbe

in zdravstva. Njihovo delovanje temelji na socialnem kapitalu (odnosi, mreža institucij podpornega okolja, zaupanje in koordinirano skupno delo), kar jim omogoča dostop do finančnega kapitala in materialnih sredstev. Tako ustanovljene socialne organizacije, ki ne pripadajo delničarjem in v katerih dobiček ni najvišji cilj, so prej del civilne družbe kot države in iz nje tudi črpajo svojo inovativno moč. S to opredelitvijo se strinja tudi Thompson (2002, str. 415). Nicholls (2006, str. 11-14) dodatno zagovarja stališče, da je ta socialna dimenzija odvisna od področja delovanja socialnega podjetja. Zgodovinsko so bila ta področja naslednja: boj proti revščini, zdravstvo, izobraževanje, zaščita okolja, razvoj skupnosti, projekti socialne oskrbe ter zastopanje interesov različnih subjektov. Poudarja tudi, da se socialni podjetniki odlikujejo v tem, da njihovo delovanje ni omejeno zgolj znotraj posameznih sektorjev (javni, privatni, socialni), temveč si zadajajo aktivnosti, ki tudi presegajo te sektorske okvire. Enakega mnenja o preseganju mej med sektorji je tudi Johnson (2000, str. 1-2).

Tudi sama zagovarjam delovanje socialnih podjetij v vseh sektorjih. V javnem sektorju naj se dosega večja učinkovitost obstoječih aktivnosti s podjetniškimi pristopi in z uporabo poslovnih znanj, v pridobitnem sektorju pa naj se močnejše poudarjajo socialni cilji. Glede na Perrinijevo opredelitev (2006, str. 6-7) osebno zagovarjam "razširjen pogled" na socialno podjetništvo in njegovo bistvo vidim v prepletanju dobičkonosnih in nedobičkonosnih aktivnosti. Temeljni cilj njegovega delovanja je zadovoljevanje socialnih potreb na trajno uravnotežen način, s pomočjo inovativnih in ustvarjalnih pristopov. Pri tem je pomembna težnja socialnih podjetij k dolgoročni finančni neodvisnosti, ki se vzpostavlja bodisi s samofinanciranjem ali s finančnimi podporami iz različnih virov. Menim, da lahko takšen model socialnega podjetništva uspešno zapolni določeno tržno nišo, ki jo predstavljajo specifične potrebe posameznikov oz. skupnosti.

2.2 LIK SOCIALNEGA PODJETNIKA

Pozitivne socialne spremembe v družbi učinkovito spodbujamo tako, da investiramo v socialne podjetnike z inovativnimi idejami. V tem prepričanju je William Drayton leta 1980 ustanovil organizacijo Ashoka, z namenom nuditi podporo izbranim osebam, ki si po njenih kriterijih zaslužijo naziv socialnega podjetnika (Ashoka Facts, 2007). Poleg zagotavljanja finančnih sredstev jim omogoča tudi dostop do mednarodne podjetniške mreže. Drayton pri izbiri postavlja v ospredje osebnostne lastnosti, ki so odločilna merila za sprejem v članstvo Ashoke. Odločilna merila so tako ustvarjalnost posameznika, velika razsežnost njegove ideje, podjetniške lastnosti ter močna etična osveščenost. Ugotavljajo jih s pomočjo osebnostnih intervjujev in njihovega ocenjevanja (Bornstein, 2004, str. 157-168). Do marca 2007 je organizacija v 60-ih državah podprla 1800 oseb (Ashoka Facts, 2007). Poleg Ashoke danes podpirata socialne podjetnike še dve pomembni organizaciji, ki prav tako poudarjata osebnostne lastnosti podjetnika kot posameznika. Prva je fundacija Schwab, nedobičkonosna organizacija, ki jo je leta 1998 ustanovil Klaus Schwab, ustanovitelj in predsednik Svetovnega ekonomskega foruma v Ženevi. Skoll fundacija, ki jo je leta 1999 ustanovil Jeff Skoll, pa v

okviru Skoll nagrad financira in mreži obstoječe inovativne socialne organizacije, ki so neodvisne od države in globalno razširjene (Hillebrand, 2005, str. 11).

2.2.1 Lastnosti uspešnega socialnega podjetnika

Bornstein (2004, str. 303-314), na podlagi zbranih številnih poročil o izkušnjah in praksah mednarodnih socialnih podjetnikov, opredeljuje šest glavnih lastnosti, ki označujejo uspešnega socialnega podjetnika.

a) samokritičnost: pomeni, da uspešen in motiviran podjetnik kaže visoko pripravljenost tudi za kritiko samega sebe. Ob mešanici poguma, odločnosti in trdoglavosti priznava, da njegove predpostavke včasih tudi ne držijo ali da njegov sistem ne deluje brezhibno. Bornstein (2004, str. 304) meni, da sposobnost samokorigiranja upada z izpopolnjevanjem organizacije in istočasnim naraščanjem osebnostne povezanosti z idejo. V prizadevanju za socialne spremembe se organizacije pri izvajanju svojih strategij ali poslovnih modelov vedno znova soočajo s problemi, z novimi izzivi ter se vedno znova prilagajajo na spremenjene tržne pogoje. Samokritičnost podjetnika je za ta stalni proces prilagajanja odločilnega pomena.

b) priznavanje zaslug drugih: na poti do uspešnega doseganja zastavljenega socialnega cilja mora podjetnik za sodelovanje motivirati tudi druge ljudi in jim pri tem dati zaslužno priznanje za njihovo delo. Pomemben je njegov odnos do soudeležencev, predvsem pripravljenost, da jim prizna njihove zasluge. Ob takem pristopu bo z njim tudi sodelovalo več ljudi. Ta lastnost, enako kot samokritičnost, izhaja iz njegove motivacije. Če je resnični namen socialnega podjetnika povzročiti spremembe, potem se pripravljenost za priznavanje zaslug drugih pojavi sama od sebe. Če pa je njegov namen le postati slaven in razpoznaven kot tvorec spremembe, mu ta vrlina zagotovo ni blizu.

c) zapustiti utečene tirnice: Bornstein (2004, str. 307) ugotavlja, da lahko podjetnik socialno inovacijo razvije izven strogih organizacijskih ali državnih struktur. S tem, ko se izogne institucionalnim okvirom, se nemalokrat poda v znatno poslovno tveganje. Avtor vendarle poudarja, da je za razširitev in uveljavitev ideje v velikem obsegu potrebna tudi državna ali univerzitetna podpora. Potrditev tega so številni mikrokrediti, ki se ne bi mogli tako hitro in množično uveljaviti, če te ideje ne bi raziskali in podprli državni uradi in univerze po vsem svetu. Tako najdemo socialne podjetnike občasno tudi v vladnih krogih in na univerzah. Nekateri med njimi (npr. Muhammad Yunus in Jeroo Billimoria) potem, ko razvijejo svoje ideje, zapustijo akademske kroge in zgradijo svoje organizacije.

d) multidisciplinarno delovanje: socialni podjetnik deluje kot neke vrste socialni alkimist, saj ima, neodvisen od obstoječih struktur, možnost na novo kombinirati vire in s tem vzpostaviti nove socialne povezave. Ljudje se povezujejo v različne združbe, bodisi na podlagi skupnih interesov, skupnega dela ali sosedskih odnosov. Tako najdemo znotraj univerz strokovna področja, v vladah ministrstva in vladne urade; podjetniške in socialne dejavnosti so razvejane v različnih strokah. Socialni podjetnik čuti potrebo po preseganju tako začrtanih

okvirov. Kot primer naj navedem spoznanje Jerroa Billimoria, da ni smiselno vpeljati telefona v sili za otroke z ulice, če policija in bolnišnice niso pripravljeni sodelovati pri takem projektu (Bornstein, 2004, str. 308). Socialni podjetnik se tako ukvarja s celostnim problemom, pri čemer presega meje posameznih strok in združuje ljudi iz popolnoma različnih področij dela z namenom, da bi skupaj razvili nove, kvalitetnejše rešitve.

e) prikrito delovanje: mnogi socialni podjetniki potrebujejo desetletja, da razširijo svoje ideje in vplivajo na ljudi. Učinke njihovega dolgotrajnega dela je težko presojati in izmeriti. Pogosto dosežejo priznanje šele po več letih navidezno prikritega opravljanja dela, ki je z uveljavitvijo nove ideje pripeljalo do doseganja pomembnih rezultatov. Bornstein (2004, str. 310) je ugotovil, da je Bill Drayton skozi Ashoko povzročil velik zagon podjetništva v socialnem sektorju, s tem ko je v obdobju tridesetih let izvedel 100.000 intervjujev, katerim so sledili nadaljnji ukrepi. Kumulativni učinek tega si je skoraj nemogoče predstavljati. Potrebna je zelo močna motivacija, da posameznik tako vztrajno in neopazno skozi dolgo časovno obdobje uresničuje svojo idejo. Drayton meni, da pravi socialni podjetnik za razvoj svoje ideje žrtvuje tudi 10 ali 20 let življenja, ne da bi kdajkoli podvomil v pravilnost svoje odločitve (Bornstein, 2004, str. 163-164). Pravi tudi, da je "poročen" s to idejo in jo želi uresničiti tudi v širši družbi. Njen izvor se kaže že v mladih letih in lahko ostaja dolgo časa v latentnem stanju.

f) močna etična pobuda: o socialnem podjetniku ne moremo govoriti, ne da bi upoštevali etični vidik njegove motivacije. Bornstein (2004, str. 314) predpostavlja, da ta temelji na idealistični potrebi spraviti ideje in vizije v realnost. Etični aspekt se odraža v poštenem delovanju socialnega podjetnika, to pa je ključ za pridobitev zaupanja in podpore drugih.

2.2.2 Primerjava poslovnih in socialnih podjetnikov

Podjetniški proces na gospodarskem in socialnem področju kaže velike podobnosti. Socialni podjetniki, prav tako kot njihovi poslovni kolegi, uporabljajo vedno nove poti za oskrbo z viri, pri čemer večkrat uporabljajo mrežne mehanizme. Kot skupno točko obeh štejemo tudi dobičkonosno orientiranost, vendar so socialni podjetniki primarno vedno osredotočeni na maksimiranje socialnega vpliva (Nicholls, 2006, str. 21-22). Tako svoje aktivnosti raje poglobljajo kot razširjajo. Tudi Henton et al. (1997, str. 152) omenjajo, da socialni podjetniki delijo nekatere lastnosti, ki jih imajo poslovni podjetniki. Opisujejo jih kot vizionarje in vodje, ki prepoznajo priložnosti ter jih s svojo ustvarjalnostjo in vztrajnostjo tudi realizirajo. Thompson et al. (2000, str. 332) dodajajo, da pri uresnitvi svojih vizij socialni podjetniki uporabljajo kvalitete vodenja in karizmo.

Pri iskanju razlik med poslovnim in socialnim podjetnikom pridemo do prepoznavnega načela socialnega podjetnika – etike. Bornstein (2004, str. 311-312) se sprašuje: "Sanja podjetnik o tem, da ustanovi največje podjetje za športne copate na svetu ali o tem, da cepi vse otroke sveta?" Boschee (2006, str. 361) poudarja dve bistveni razliki med tradicionalnimi in socialnimi podjetniki. Tradicionalni podjetniki pogosto delujejo na družbeno odgovoren

način: z donacijami nedobičkonosnim organizacijam, z okolju prijazno uporabo materialov in proizvodnih postopkov, s spoštljivim ravnanjem do zaposlenih itd. Vse to je občudovanja vredno, vendar se tovrstna prizadevanja le posredno nanašajo na družbene probleme. Socialni podjetniki so drugačni, saj strategijo pridobivanja dohodka povezujejo neposredno s svojim poslanstvom. Druga pomembna ugotovitev se nanaša na rezultate delovanja. Pri tradicionalnih podjetnikih se merijo finančni rezultati, saj je uspeh njihovih podjetij določen s sposobnostjo ustvarjanja dobička. Socialne podjetnike pa vodi dvojni cilj, to je dejanska mešanica finančnih in socialnih koristi. Dobiček je tudi tukaj pomemben, vendar ne pomeni prioriteta cilja, saj ga raje ponovno investirajo kot pa razdelijo med delničarje. Dees (2005, str. 3) to razliko med obema vrstama podjetnikov osvetli z vidika ustvarjene vrednosti. Medtem ko je v poslovnem podjetništvu dobičkonosnost najpomembnejši indikator zanjo, jo socialni podjetniki veliko težje izmerijo z ekonomskimi merili. Pri iskanju virov se velikokrat zanašajo na subvencije, donacije in prostovoljce.

Mair in Marti (2004, str. 3) razlagata, da se poslovni in socialni podjetniki razlikujejo glede na njihov način prepoznavanja danih priložnosti. Socialni podjetniki skušajo nezadovoljene potrebe rešiti na trajni način in s tem deloma ali popolnoma odpraviti socialni problem. Za poslovne podjetniške priložnosti štejeta ustvarjanje novih dobrin, storitev, uporabo surovin in takih organizacijskih metod, ki omogočajo prodajo produktov po višji ceni, kot znašajo njihovi proizvodni stroški. Tako je izkoriščanje podjetniških priložnosti vezano pretežno na pričakovano vrednost podjetniškega dobička. Interes socialno podjetniških priložnosti pa ni le v doseganju konkurenčne ekonomske prednosti, ampak predvsem v čim večjem širjenju socialne inovacije z namenom maksimirati socialno spremembo in izboljšati socialne pogoje (Drayton, 2002, str. 123-124).

2.3 PRAVNI OKVIRI SOCIALNEGA PODJETNIŠTVA

Socialna podjetja delujejo v okviru vrste pravnih in organizacijskih struktur in so opredeljena predvsem kot kooperative, vzajemne družbe, združenja in dobrodelne organizacije, društva in skladi ter fundacije. Spremembe zakonskih in finančnih predpisov v posameznih državah so v veliki meri pripomogle k pospešenemu razvoju tovrstnih podjetij in v mnogih državah so ta oproščena nekaterih dajatev in deležna drugih ugodnosti (razlike v davkih glede na druga podjetja, manjši davek na plače, prednosti pri javnih naročilih, itd.). V nadaljevanju navajam nekaj njihovih osnovnih značilnosti po Tommasiniju (2005, str. 3-4).

a) Kooperative ali zadruga: socialne kooperative ali zadruga se pojavljajo po svetu in pri nas že od konca 19. stoletja in delujejo na vseh področjih, kjer se združujejo posamezniki ali institucije za zagotavljanje skupnih ekonomskih, družbenih, kulturnih ter drugih interesov. Gre za obliko skupinskega dela vsaj treh posameznikov, ki so se prostovoljno povezali z namenom uresničitve poslovne zamisli. Njihovo delo temelji na aktiviranju posameznikov v lokalnih okoljih, kar je najprimernejša oblika za pospeševanje učinkovitega zaposlovanja in samozaposlovanja. Sledijo socialni orientaciji, kar pomeni, da vključujejo in podpirajo tudi ranljive člane skupin. Delovanje kooperativ določa sedem načel, ki jih je zapisala Generalna skupščina Mednarodne zveze kooperativ.

Tabela 1: Načela, ki določajo delovanje kooperativ

NAČELO	RAZLAGA
Prostovoljno in odprto članstvo	Vsak član prostovoljno odloča o vključitvi in izstopu iz kooperative in o enakem finančnem deležu ob ustanovitvi.
Demokratična participacija v odločanju	Vsi člani kooperative enakopravno odločajo o organizacijski obliki, sodelujejo pri odločanju in vodenju kooperative in imajo enako volilno pravico, ne glede na lastninski delež.
Udeležba članov pri dobičku	Del dobička se ponovno investira v dejavnost kooperative, in sicer za razvoj osnovne dejavnosti in za podporne službe (računovodstvo, trženje, izobraževanje, itd.). Poslovanje mora zagotavljati pokrivanje vseh stroškov za nadaljnji obstoj in šele po takšni razdelitvi se preostali del dobička razdeli enakopravno med člane kooperative.
Avtonomija in neodvisnost	Kooperative so avtonomne organizacije. Nadzorujejo in upravljajo jih njihovi člani. Tudi sklepanje sporazumov z različnimi organizacijami in vladami ali pridobivanje kapitala iz zunanjih virov poteka na način, kjer sta zagotovljeni neodvisnost in demokratično vodenje kooperativ.
Izobraževanje za sodelovanje in delovanje v kooperativah	Glede na razvoj podjetništva v svetu je potrebno nenehno izobraževanje članov za doseganje bolj uspešnega nastopa na trgu in lažjega medsebojnega razumevanja pri odločanju o poslovni politiki.
Sodelovanje med kooperativami	S sodelovanjem med različnimi vrstami kooperativ (kmetijske, bančne, turistične, storitvene, proizvodne, itd.) na lokalnem, regionalnem in mednarodnem nivoju se doseže celovitejša ponudba, ki prispeva k večjemu dobičku in s tem tudi k večji možnosti odpiranja novih delovnih mest.
Skrb za lokalno skupnost	Uspešno delovanje kooperative omogoča razvoj okolja, v katerem kooperativa deluje (urejenost okolja, stremljenje k napredku, razvoj infrastrukture, kulturni in športni objekti itd.).

Vir: Statement on the Co-operative Identity, 2006.

b) Vzajemne družbe: vzajemne zavarovalnice in vzajemne investicijske družbe prav tako predstavljajo pomemben steber socialne ekonomije. Njihov primarni namen je zadovoljitev potreb delničarjev in ne zagotavljanje donosa od kapitala. Prevladujejo v zavarovalništvu na področju zdravstvenega, življenjskega in nezgodnega zavarovanja ter v hipotekarnem sektorju (hipoteke za hišo). So avtonomne in neodvisne, članstvo je prostovoljno in odprto, glasovalne pravice so izenačene, sklepe sprejema večina.

c) Združenja in dobrodelne organizacije: združenja občanov oziroma dobrodelne organizacije so organizacije prostovoljnega članstva, odprte, neodvisne in samostojne. Člani prispevajo članarino, njihove pravice pa so izenačene. Prevladujejo pri zagotavljanju zdravstvenih storitev, varnosti, na področju športa in rekreacije, kulture, vzdrževanja okolja, človekovih pravic, razvojne pomoči, pravic potrošnikov, izobrazbe, šolanja in raziskav.

d) Fundacije: kot zadnje navajam fundacije, ki predvsem s pomočjo donacij in daril podpirajo različne raziskovalne lokalne, nacionalne in mednarodne projekte ter zagotavljajo možnosti za prostovoljno delo. Kakor v vseh zgoraj navedenih oblikah, je tudi tukaj članstvo prostovoljno in odprto ter velja načelo "en član-en glas". Vodijo jih določeni pooblaščenca in imajo strogo določen cilj, ki se ne sme spreminjati.

2.4 DRUŽBENA ODGOVORNOST PODJETIJ

Družbeno odgovornost opredeljujemo kot koncept, značilen za podjetja, ki združujejo skrb za družbo in okolje v njihovem podjetniškem delovanju ter v njihovih odnosih z glavnimi nosilci razvoja (Promoting a European framework for Corporate Social Responsibility, 2006). Podjetja se za to odločajo prostovoljno in po lastni presoji. Poudarek je na načinu izvajanja poslovnih operacij, pri čemer imajo velik vpliv vrednostni sistem v družbi, moralne norme, tradicija in kultura v posamezni državi. Notranji vidiki družbene odgovornih praks primarno vključujejo investicije v človeški kapital, zdravje in varnost. Medijsko najbolj izpostavljene oblike so sponzorstva, donatorstva in naravovarstvena osveščena. Med zunanje vidike pa sodijo zagotavljanje delovnih mest in davčnih dohodkov lokalnim skupnostim, dobri odnosi s poslovnimi partnerji, dobavitelji in kupci ter spoštovanje človekovih pravic.

Številne raziskave kažejo, da se, tako po svetu kot tudi v Sloveniji, večja in ugledna podjetja vse bolj zavedajo pomena družbene odgovornosti. To sicer ni presenetljivo, saj se je koncept razvil prav zaradi ogromne moči in vpliva velikih korporacij na ekonomsko, socialno in politično dogajanje v neki družbi. Podjetja vgrajujejo ta koncept v svoje poslovne vizije, pri čemer je na prvem mestu podpora športu, sledita pa kultura in izobraževanje. Evropska komisija namenja posebno pozornost družbeni odgovornosti v majhnih in srednje velikih podjetjih, saj ta v Evropski uniji (v nadaljevanju EU) tvorijo 99,6% vseh podjetij, zagotavljajo 53% delovnih mest ter zaradi svoje relativne fleksibilnosti pogosto predstavljajo najbolj inovativna in dinamična podjetja (Fouere, 2005, str. 5).

Ekonomski argument v korist temu konceptu trdi, da lahko družbeno odgovorno ravnanje podjetjem pomaga doseči dolgoročno konkurenčno prednost. Lahko pripomore k prenovi zmogljivosti v podjetjih, in sicer s spodbudo k razvoju novih proizvodov in novih trgov, z uvajanjem novih načinov organiziranja dela ter z vzpostavitvijo ali izboljšanjem dialoga in zaupanja med podjetjem in njegovimi zaposlenimi. Tako lahko izboljša podobo podjetij v družbi ter postane bolj zanimivo za iskalce zaposlitve in investicijsko privlačnejše. Po drugi strani lahko včasih zaradi kritik poslovnih praks podjetja pride do negativnega vpliva na njegov ugled ali blagovno znamko (Promoting a European framework for Corporate Social Responsibility, 2006). Nekateri posamezniki na drugi strani zagovarjajo stališče, da lahko stroški družbene odgovornosti oslabijo konkurenčno moč podjetja in da reševanje družbenih problemov ni v pristojnosti podjetij. Pod naraščajočim pritiskom nevladnih organizacij potrošniki in sedaj tudi investitorji, podjetja in razni sektorji vse bolj prevzemajo kodekse vedenja, ki se nanašajo na delovne pogoje, človekove pravice in naravovarstvene aspekte. Potrošniki želijo kupiti dobre in varne proizvode, pri tem pa želijo tudi vedeti, če so le-ti proizvedeni na socialno odgovoren način.

Socialno podjetništvo in družbena odgovornost podjetij sta dva relativno nova in sorodna koncepta, ki pridobivata na pomenu v našem razumevanju delovanja tržne ekonomije. Osebnostno menim, da lahko pomembno prispevata pri soočenju z novimi izzivi in zahtevami globalne družbe in tako izboljšata kvaliteto življenja zaposlenih, proizvajalcev, potrošnikov ali državljanov sploh.

3. SOCIALNO PODJETNIŠTVO V AVSTRIJI, ITALIJI IN SLOVENIJI

V Evropi se je koncept socialnega podjetništva pojavil v začetku osemdesetih let prejšnjega stoletja. V tem času se je v Franciji gospodarstvo srečevalo z odmiranjem delovno intenzivnih panog zaradi njihove selitve v druge, manj razvite regije. Vlada je za tako nastale viške delovne sile z nizko izobrazbo našla na nacionalni ravni rešitev z uvedbo vmesne oblike med tržno naravnanim gospodarstvom in togimi državnimi pristopi. Istočasno najdemo korenine socialnega podjetništva tudi v Italiji, in sicer v naglem razvoju socialnih kooperativ. Njihov dinamični razvoj je spodbudilo tedanje pomanjkanje socialnih storitev v državi. V Italiji in Franciji se je to področje tudi dalje najbolj razvijalo, saj so različne oblike socialnih podjetij z medsebojnim povezovanjem ustvarile celo multinacionalna združenja, kot so mreže trgovin in drugih poslovnih dejavnosti.

Tudi druge evropske države so sprejele socialno podjetništvo kot pomemben dejavnik za uspešno zagotavljanje njihovega trajnostnega razvoja. V petnajstih starih članicah EU deluje danes na tem področju 900.000 različnih podjetij, ki skupaj zaposlujejo 8,9 milijona ljudi, kar predstavlja okoli 10% njihove celotne zaposlenosti in ustvarja 10% bruto domačega proizvoda (v nadaljevanju BDP). Statističnih podatkov o razsežnosti tega področja podjetništva v novih članicah še ni, vendar lahko po številčnosti projektov, ki se predstavljajo širši javnosti, ocenimo, da gre tudi v teh državah za enega najbolj inovativnih in najhitreje rastočih sektorjev, ki pridobiva na pomenu in prepoznavnosti (Branco et al. 2004, str. 6-7). V nadaljevanju predstavljam značilnosti socialnega podjetništva v treh izbranih državah.

3.1 CILJNE SKUPINE

Slovenijo, Avstrijo in Italijo ne povezuje le geografska bližina, temveč tudi bolj ali manj podobni problemi na področju zagotavljanja zadostnih možnosti zaposlitve za aktivno prebivalstvo. Problem brezposelnosti je prisoten v vseh državah. Trg sam ni sposoben skrbeti za pravično porazdelitev zaposlitev in pripadajočih plačil, kakor tudi ne za nadomestila v primeru brezposelnosti, zato je na trgu dela dovoljena ali celo nujna državna intervencija. V vseh teh državah so brezposelnosti najbolj izpostavljeni starejši delavci, osebe z zastarelimi znanji ali brez kvalifikacij ter osebe s pomanjkljivimi delovnimi izkušnjami ali brez njih, ženske in invalidi. Omenjeni so ciljne skupine za dejavnosti s področja socialnega podjetništva. Največja stopnja brezposelnosti je zabeležena v Italiji, kjer presega evropsko povprečje, kar je posledica staranja prebivalstva in velikih razlik v gospodarski razvitosti in možnosti zaposlitve med jugom in centralno-severnim delom države (Bremec, 2003, str. 1-3). Tako v Italiji kot v Sloveniji je za 5-10% več brezposelnih žensk kot moških, v Avstriji so te razlike zanemarljive.

Tranzicija iz socialističnega v kapitalistično gospodarstvo ter izguba tretjine prodajnega trga v državah bivše Jugoslavije ob osamosvojitvi sta korenito spremenili strukturo zaposlenosti v Sloveniji (Malačič, 1996, str. 3). V začetku 90-ih let prejšnjega stoletja smo iz relativno polne

zaposlenosti in sistema neposredne varnosti prešli v t. i. transformacijsko depresijo, ki je prinesla s seboj izrazito povečanje brezposelnosti kot posledico pomanjkanja delovnih mest in strukturnih sprememb (Svetlik et al., 2002, str. 12-13). Te skupine oseb, ki zaradi takšnih ali drugačnih razlogov na kratek ali dolgi rok ne morejo najti zaposlitve v dobičkonosnem sektorju, so potrebne posebne obravnave; ena od njih je možnost vključevanja v področje delovanja socialnega podjetništva.

Podaljševanje življenjske dobe in zniževanje rodnosti sta glavna razloga za staranje prebivalstva v Evropi. Ne glede na to, katere ekonomske in demografske politike bomo v prihodnje uporabili za uravnoteževanje prebivalstva, se bo znatno povečalo število starejših, kar bo prineslo spremembe v načinu življenja in v potrebah ljudi. Marino (2006, str. 224) navaja, da bo, glede na projekcije italijanskega Ministrstva za delo in socialne zadeve, Italija druga, takoj za Japonsko, ki bo v naslednjih petdesetih letih najbolj prizadeta s staranjem prebivalstva. To bo sprožilo povečano povpraševanje po storitvah za starejše (zdravstvene storitve, nega in nujna medicinska pomoč, dnevna in nočna oskrba na domu in v bolnici), s tem pa tudi možnost za razmah socialnega podjetništva v tem segmentu delovanja.

Posebne obravnave naj bi bili v vsaki državi deležni invalidi, osebe z zdravstvenimi težavami in kroničnimi obolenji ter osebe s posebnimi potrebami. To je zakonsko najbolj zaščitena kategorija ljudi. Predvsem za Slovenijo lahko trdimo, da vključevanje invalidov v invalidska podjetja predstavlja relativno trajno in stabilno obliko zaposlovanja. Med ciljne skupine socialnega podjetništva sodijo tudi odvisniki od različnih substanc, bivši zaporniki, imigranti, azilanti, begunci, osebe iz nerazvitih območij oz. skupnosti in pripadniki nekaterih etničnih skupin (Branco et al., 2004, str. 25 in 34).

3.2 PRAVNI OKVIR ZA DELOVANJE

Vse članice EU imajo bolj ali manj primerno zakonodajo za socialna podjetja, vendar se pojavlja težnja k harmonizaciji podlag, ki urejajo status različnih subjektov socialnega podjetništva. Uspešno poenoteni in uvedeni sta bili dve obliki: Evropsko gospodarsko interesno združenje, v letu 1999 in Evropska delniška družba, v letu 2001. Evropska komisija je v letu 1992 objavila besedila treh predlogov statutov pravnih oblik socialnega podjetništva, in sicer za ustanovitev evropske zadruga, evropske vzajemne družbe in evropskega društva. Leto kasneje so bila besedila na podlagi mnenj Evropskega parlamenta in Ekonomsko-socialnega sveta spremenjena in dopolnjena. Ob upoštevanju značilnosti zadrug, vzajemnih družb in društev temeljijo na besedilu statuta Evropske družbe (Hazl, Marošek, 2005, str. 8). Subjekti naj bi delovali na internem trgu EU na podlagi enotnih pravil evropskega prava, kar bi omogočalo enoten sistem upravljanja in poročanja, s tem pa bi bili tudi znižani stroški ustanavljanja podružnic v vsaki državi članici.

Najbolj pogosta pravna oblika socialnih podjetij v Italiji so socialne kooperative, poleg tega tudi vzajemne družbe, asociacije, skladi in fundacije, prostovoljna socialna in kulturna združenja ter razne nevladne organizacije. Med zakoni, ki pokrivajo to področje, naj omenim

Zakon o socialnih kooperativah in Zakon o prostovoljnih organizacijah (Branco et al., 2004, str. 26). Potrebno je izpostaviti, da veljavni krovni zakon loči dva tipa socialnih kooperativ, glede na področje njihove dejavnosti. Združenja tipa A najdemo v socialni, zdravstveni in izobraževalni sferi. Kooperative tipa B delujejo na področju proizvodnje blaga in opravljanja storitev, pri čemer so oproščene plačila socialnih prispevkov v primeru, da imajo vključenih najmanj 30% oseb, pri katerih je prepoznati zaposlitvene ovire (glej Pril. 2). Posamezne regije imajo s sprejemanjem regijske zakonodaje možnost prilagajati nacionalno politiko svojim značilnostim in potrebam.

V Avstriji so različni tipi organizacij, kot so združenja, kooperative, fundacije in podjetja, za razliko od Italije, regulirana vsaka s svojim zakonom (Branco et al., 2004, str. 50). Medtem ko so v italijanski zakonodaji davčne oprostitve in olajšave vključene v sam Zakon o socialnih kooperativah oz. v Zakon o prostovoljnih organizacijah, je v avstrijski zakonodaji to področje regulirano s posebnim zakonom. Davčne olajšave in oprostitve so odvisne od ciljev in dejavnosti organizacij in ne od njihove organizacijske oblike. Dodeljevanje državnih finančnih podpor socialnim podjetjem regulira posebna zakonodaja na državni in deželni ravni. Bistvena razlika med državama se kaže tudi pri razporejanju dobička in plačilu tistih, ki sodelujejo v aktivnostih na področju socialnega podjetništva. V Avstriji so prostovoljci - strokovnjaki, ki delajo v takih podjetjih, plačani tako kot vsi ostali. Ustvarjeni dobiček se deloma ali v celoti vrača nazaj v podjetja in v lokalne skupnosti ter ga običajno ni mogoče izplačati lastnikom v obliki dividend (Petrovčič, 2005). Tovrstni prostovoljci v Italiji za svoje delo v socialnih podjetjih ne dobijo plačila, vendar so lahko na koncu leta udeleženi pri dobičku, če so seveda solastniki podjetja.

V slovenski zakonodaji nimamo zakona, ki bi natančno definiral socialna podjetja, določil pristojno ministrstvo, opredelil register tovrstnih podjetij, merila za pridobitev in ohranitev statusa, načine spremljanja, poročanja in spodbujanja socialnega podjetništva ter sodelovanje med resornimi ministrstvi in ostalimi ključnimi akterji. Nekateri zakoni sicer določajo okvirna izhodišča za razvoj socialnega podjetništva, vendar to ni nikjer jasno navedeno. Zakon o podpornem okolju za podjetništvo spodbuja ustvarjanje pozitivne klime na tem področju, prehod iz neregistriranega dela v redne zaposlitve, samozaposlovanje ter razvoj novih oblik dela, kot so osebno dopolnilno delo, delo na daljavo in delo na domu. Daje tudi podlago za pridobivanje ugodnejših virov financiranja za novoustanovljena ter že delujoča mala in srednja podjetja. Zakon o društvih poudarja značilnosti socialnega podjetja, predvsem načelo redistribucije presežka kot osnovnega cilja tovrstnih podjetij ter načelo prostovoljnega dela. Zakon o zavodih omogoča zavodu opravljanje gospodarske dejavnosti in daje možnosti za izpolnjevanje potreb lokalnega okolja ter skrb za družbo. Prvine socialnega podjetništva so zastopane tudi v Zakonu o zadrugah, ki omogoča zadrugam posebne olajšave pri poslovanju in upošteva načela odprtega in prostovoljnega članstva ter enakopravnega sodelovanja (Hazl, Marošek, 2005, str. 15-16; Branco et al., 2004, str. 38-39). Zakon o preprečevanju dela in zaposlovanja na črno in Pravilnik o delih, ki se štejejo za osebno dopolnilno delo ter o postopku priglasitve teh del omogočata opravljanje različnih vrst osebnega dopolnilnega dela.

Gre za oblike, primerne za socialno podjetništvo, med katere bi lahko uvrstili tudi dopolnilne dejavnosti na kmetijah, ki jih opredeljuje Zakon o kmetijstvu.

Glede na Zakon o zaposlitveni rehabilitaciji in zaposlovanju invalidov ter Zakon o pokojninskem in invalidskem zavarovanju invalidska podjetja nimajo posebnih statusno-pravnih značilnosti, lahko pa imajo poseben pravni položaj na področju davkov, delovnih razmerij, socialne varnosti in podpor. Razne olajšave pri poslovanju tovrstnih podjetij, kot so pravica do mesečnega povračila dela stroškov za zaposlene invalide, oprostitev plačila davka na dobiček podjetij in davka na plače ter uporaba prispevkov za socialno varnost zaposlenih za materialni razvoj invalidskih podjetij kažejo na spodbuden element uvajanja socialnih podjetij. Zakon o dohodnini in Zakon o davku od dohodka pravnih oseb omogočata znižanje davčne osnove v primeru zaposlitve prvega iskalca zaposlitve ali dolgotrajno brezposelne osebe¹ ali invalidne osebe, kar kaže na spodbudno plat nekaterih davčnih spodbud. Zavod, društvo, ustanova, verska skupnost, politična stranka, zbornice, reprezentativni sindikat ne plačujejo davka od dohodka pravnih oseb, če so v skladu s posebnim zakonom ustanovljeni za opravljanje nepridobitne dejavnosti. Nekatere dejavnosti, ki so v javnem interesu, so oproščene plačila davka na dodano vrednost (v nadaljevanju DDV), in sicer v primeru, da jih izvajajo javni zavodi ali organizacije, ki imajo koncesijo ali dobrodelne ter invalidske organizacije. Tudi Zakon o delovnih razmerjih je spodbuden za uvajanje socialnega podjetništva, vendar je potrebno njegova določila gledati v povezavi z drugo zakonodajo. Po drugi strani je Zakon o javnih naročilih dokaj nespodbuden. Socialno ali invalidsko podjetje pridobi prednost na razpisu le, če naročnik del pri izbiri med najmanj tremi ponudniki dokaže, da je to podjetje najugodnejše in da se cena giblje v okviru cen na trgu. To je seveda zelo težko oz. nemogoče dokazati (Hazl, Marošek, 2005, str. 17-18; Branco et al., 2004, str. 38-39). Kot prednost bi lahko navedli le kasnejši enostavnejši postopek sklenitve posla. Zaradi opisane razpršenosti v zakonodaji bi bilo v Sloveniji za področje socialnega podjetništva smiselno pripraviti celostni krovni zakon.

3.3 INSTITUCIONALNI OKVIR

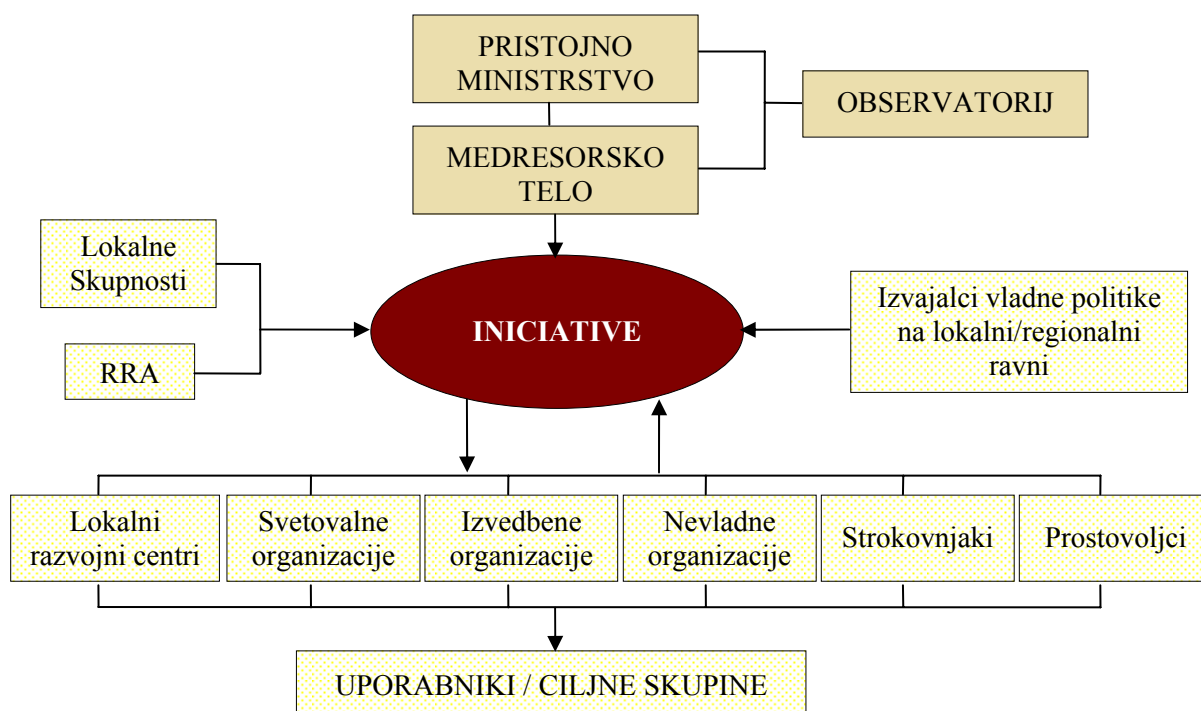
Osnova za delovanje socialnega podjetništva je prepleten sistem zasebnih in javnih organizacij ter civilne družbe (Branco et al., 2004, str. 27). Kot javni akterji pri tem nastopajo pristojna ministrstva, ki usklajujejo in koordinirajo aktivnosti vseh sodelujočih ter skrbijo za izboljšanje obstoječih in razvoj novih spodbud za socialno podjetništvo.

V Sloveniji naj bi to vlogo prevzelo bodisi Ministrstvo za gospodarstvo bodisi Ministrstvo za delo, družino in socialne zadeve. Prvo je pristojno za področje gospodarstva in razvoj podjetništva, saj zagotavlja mrežo podpornega okolja ter finančnih instrumentov in spodbud. Pomanjkljivost njegovega delovanja je v tem, da spodbujanje socialnega podjetništva ne uvršča med prioritete (Hazl, Marošek, 2005a, str. 7-8). Ministrstvo za delo, družino in socialne zadeve, na drugi strani, ponuja največ instrumentov in ukrepov za spodbujanje

¹ Za dolgotrajno brezposelno osebo se šteje oseba, ki je nepretrgoma več kot 12 mesecev prijavljena v evidenci brezposelnih oseb.

zaposlovanja oseb, pri katerih je prepoznati zaposlitvene ovire, vendar ni toliko usmerjeno v spodbujanje podjetništva. Za doseganje večje učinkovitosti bi bilo pri nas smiselno, iz predstavnikov teh in tudi drugih ministrstev, oblikovati medresorsko telo, ki bi povezovalo in kreiralo skupne ukrepe za spodbujanje socialnega podjetništva. Tovrstno vlogo bi lahko prevzel Svet za trajnostni razvoj. Njegove naloge in pristojnosti bi določal Zakon o socialnem podjetništvu, podporo bi mu zagotavljala neodvisna strokovna institucija – observatorij socialne ekonomije, izvajanje ukrepov pa bi pozorno spremljala vlada in parlament.

Slika 1: Prikaz institucionalnega okvira za razvoj socialnega podjetništva v Sloveniji



Vir: Hazl, Marošek, 2005a, str. 6.

K pospešenemu razvoju socialnega podjetništva lahko bistveno prispevajo tudi akterji na regionalni in lokalni ravni, kot so lokalne skupnosti, javne in zasebne strokovne, svetovalne in izobraževalne institucije, prostovoljci, nevladne organizacije in društva ter klasična podjetja, ki s ciljem uresničevanja družbene odgovornosti podjetij zagotavljajo del trga za storitve ali proizvode socialnih podjetij (Hazl, Marošek, 2005a, str. 8). Akterji sodelujejo pri prepoznavanju priložnosti za zaposlovanje v tem sektorju, krepitvi partnerstev med zasebnimi in javnimi institucijami, osveščanju in promociji pomena socialnega podjetništva za izboljšanje blagostanja posameznega področja, pripravi projektov oz. vključevanju te tematike v regionalne razvojne programe, zagotavljanju predlogov za razvoj spodbud glede na posebnosti lokalnih okolij, omogočanju kakovostne svetovalne pomoči uporabnikom, izvajanju nacionalnih instrumentov in ukrepov ter povezovanju z lokalnimi spodbudami, mreženju in povezovanju v okviru regije ter pri medregionalnem povezovanju.

Na področju socialnega podjetništva nastopajo v Italiji kot javne organizacije Ministrstvo za socialne zadeve, Ministrstvo za delo, regionalni in provincialni centri za socialno in zdravstveno politiko ter občinski svetovalni centri za socialno politiko. V sodelovanju s

socialnimi kooperativami, raznimi združenji, fundacijami, nevladnimi in drugimi zasebnimi organizacijami in tudi s civilno družbo zagotavljajo učinkovito izrabo informacij iz različnih razpoložljivih virov in omogočajo dosledno spremljavo upravičencev. Odgovorni ministrstvi za področje socialnega podjetništva v Avstriji sta Zvezno ministrstvo za gospodarstvo in delo ter Zvezno ministrstvo za socialno varnost in zaščito potrošnikov. Poleg njiju so pomembni tudi javni servisi za zaposlovanje (državni, deželni in regionalni) ter občine. Tretji sektor v tej državi vključuje mednarodne organizacije, lokalne iniciative, okoljevarstvene organizacije, organizacije za človekove pravice, športna združenja in podobno (Branco et al., 2004, str. 27, 51). Kot socialna podjetja vedno bolj pridobivajo na pomenu tudi v zgodnjih 90-ih letih prejšnjega stoletja nastala nedobičkonosna združenja, ki se ukvarjajo s svetovanjem, podporo in drugimi storitvami, namenjenimi osebam, pri katerih je prepoznati zaposlitvene ovire.

3.4 ORGANIZACIJE IN PODROČJA DELOVANJA

Socialna podjetja v Italiji delujejo danes v širokem spektru aktivnosti. Na področju bančništva, kmetijske proizvodnje, obrtnih dejavnosti ter prodaje na drobno delujejo predvsem kooperative. V zavarovalništvu in v hipotekarnem sektorju prevladujejo vzajemne družbe. Asociacije in fundacije najdemo v sferi zdravstvene nege, socialnih in humanitarnih storitev, izobraževanja in usposabljanja, raziskovalne dejavnosti, kulture in športa itd. (Tommasini, 2005, str. 2-4). Od vseh navedenih organizacijskih oblik so kooperative v Italiji najbolj razširjene, in sicer predvsem v južnem delu države. Potrebno je poudariti, da imajo italijanske socialne kooperative širši pomen od običajnega pojmovanja kooperativ, saj so to komercialna podjetja v lasti in upravljanju v korist delavcev. Ustanovljena so kot družbe z omejeno odgovornostjo in njihov namen je vzpodbuditi interes lokalne skupnosti za humano in socialno integracijo prebivalcev (Branco et al., 2004, str. 25). Imajo podjetniški značaj, vendar njihov osnovni cilj ni ustvarjanje dobička za lastnike. Ta se reinvestira za namene skupnosti. To socialno funkcijo razvoja kooperativ spodbuja republika Italija z najustreznejšimi ukrepi in sredstvi ter zagotavlja stalen nadzor nad njihovim izvajanjem.

Lep primer kooperative predstavlja etična banka v Italiji, ki je bila ustanovljena v devetdesetih letih prejšnjega stoletja z namenom spodbujanja iniciativ, temelječih na vrednotah trajnega razvoja. Njena prioriteta naloga je ustvariti socialno korist. Upravlja s prihranki, ki jih zbere od posameznikov, družin, podjetij, organizacij in institucij ter jih investira v financiranje dejavnosti, ki si prizadevajo za socialne in ekonomske koristi ter spoštujejo človeško dostojanstvo in okolje (Idea and Principles, 2006). Banka spremlja te aktivnosti in pri tem nudi posebne storitve svetovanja. Prav tako svetuje in izobražuje tiste, ki imajo denar, a ga ne znajo pravilno uporabiti oz. za to niso primerno usposobljeni. Klienti lahko investirajo prihranke na eno izmed štirih področij, in sicer: socialne kooperative in organizirano socialno delo, naravovarstvene asociacije in ekološko kmetovanje, razvoj kooperativ v državah tretjega sveta ter kulturne in izobraževalne dejavnosti (Savings, 2006). Pri tem lahko celo sami izberejo obrestno mero znotraj določenega razpona. Konec leta 2000 so etično banko razglasili za reprezentativni model za financiranje nepridobitnih organizacij, ki ga je vredno posnemati.

Ob vstopu v EU je tudi Slovenija dobila priložnost za ustanavljanje kooperativ, saj posameznike sili v združevanje boj za preživetje v tržnem gospodarstvu. To hkrati pomeni razvoj lokalnih skupnosti, saj kooperative neposredno ali posredno delujejo v interesu lokalnega okolja. V okviru Združenja kooperativ Slovenije danes uspešno deluje nekaj deset kooperativ. Eko kooperativa Kočevske je ena od njih. Združuje deset enakovrednih članov in deluje kot razvojno povezovalni center ekološko usmerjene kmetijske pridelave na Kočevskem (Skledar, 2005, str. 62-66). Cilj Eko kooperative je dopolniti osnovno dejavnost z dopolnilnimi dejavnostmi, s poudarkom na tržno usmerjenem kmetijstvu in razvoju marketinga, predvsem z namenom svoje blago tržiti pod isto blagovno znamko.

Upravičenci socialnega podjetništva so v Sloveniji zaposleni pretežno v proizvodnih in v storitvenih dejavnostih. Na žalost ni zaslediti, da bi se to področje razvilo tudi v intelektualnih panogah, kar zagotovo predstavlja izziv za prihodnost, saj se povečuje število mladih brezposelnih z visoko izobrazbo. Po nekaterih ocenah je pri nas, poleg že omenjenih kooperativ, aktivnih tudi okoli 18.000 različnih društev, 250 fundacij, 250 zasebnih zavodov, ki so opredeljeni kot nedobičkonosna razvojna podjetja ter okoli 150 invalidskih podjetij (Hazl, Marošek, 2005a, str. 5). Po evropskih normativih bi te oblike organizacij lahko uvrstili v sektor socialnega podjetništva. S tem področjem se nihče ne ukvarja sistemsko, zato na žalost ne moremo ugotoviti njegovega prispevka k povečevanju konkurenčnosti posameznikov in družbe, ustvarjanju delovnih mest, krepitvi socialnega kapitala, prehodu sive ekonomije v redne zaposlitve ter njegovega jasnega deleža v družbenem proizvodu Slovenije. Glede na grobe ocene zaposluje štirikrat manj delavcev kot znaša povprečje za ta sektor v EU, vendar je ob tem zanimivo dejstvo, da je število sodelujočih prostovoljcev celo večje kot v nekaterih drugih evropskih državah (Hazl, Marošek, 2005a, str. 5). To nakazuje, da potrebujemo poleg jasnejše definicije tudi spodbudno podporno okolje, podjetniško znanje ter inovativni menedžment, da bi lahko na tem področju ustvarjali več zaposlitev.

V Avstriji deluje socialno podjetništvo najbolj na tistih področjih, ki jih javni in zasebni sektor ne pokrivata. Tako omogoča številne ekonomske ugodnosti, predvsem nerazvitim območjem in njihovim skupnostim. Vse bolj pomembna postajajo različna podjetniška združenja, ki so strateška združenja nedobičkonosnih organizacij z večjimi družbami, mikro in malimi podjetji, vladnimi organizacijami ter povezujejo tradicionalni dobičkonosni ter nedobičkonosni socialno usmerjeni sektor (Branco et al., 2004, str. 48). Prednost dajejo koristim članov oz. skupnosti pred investicijami, so neodvisna, samoupravna, inovativna in prilagodljiva ter običajno vodena po načelu "en član en glas". Njihovo trženje je usmerjeno k ciljem organizacije, večinoma temeljijo na neobveznem članstvu in prostovoljnem delu.

3.4.1 Zaposlitveni modeli

V okviru socialnega podjetništva so v Avstriji za izboljšanje zaposlitvenih možnosti razvili tri modele zaposlovanja. Za njihovo financiranje prispeva 66% sredstev Evropski socialni sklad (v nadaljevanju ESS), drugo pa zagotavljajo nacionalni viri (Duller, 2005, str. 2):

- a) nedobičkonosni zaposlitveni projekti
- b) socialno ekonomska podjetja
- c) model Novo delo

Nedobičkonosne zaposlitvene projekte, ki so v javnem interesu, subvencionira Zavod za zaposlovanje. Po tem projektu lahko traja zaposlitev največ eno leto. Socialno ekonomska podjetja so naravnana dolgoročno. Financirajo se s sredstvi deželne vlade in lokalnih skupnosti. Proizvajajo dobrine ali nudijo storitve po cenah, ki so primerljive s tržnimi (Duller, 2005, str. 2-3). Tretji ukrep, imenovan Novo delo, predstavlja prav tako nedobičkonosni model zaposlovanja. Deluje že od leta 1995, in sicer na lokacijah St. Veit an der Glan, Klagenfurt in Feldkirchen. Njegov namen je zaposlitev in prekvalifikacija dolgotrajno brezposelnih oseb ter vključitev le-teh na delovni trg. Cilj tega modela je dvigniti raven delovnih spretnosti brezposelnih oseb in jih približati potencialnim delodajalcem. Aktivnosti se izvajajo s posredovanjem delovnih praks. Pri tem vzpodbujajo lastno samoiniciativo zaposlenih, nudijo pa jim tudi pedagoško svetovanje in podporo. Tovrstno zaposlovanje je izredno prilagodljivo za vse potrebe in spremembe trga dela. Praviloma so osebe v program Novo delo vključene največ eno leto, v primeru kontinuirane delovne prakse je možno podaljšanje do petnajst mesecev, mladi pa so lahko vključeni tudi do osemnajst mesecev. Udeleženci programa imajo status oseb, ki se šolajo in ob zaključku dobijo ustrezní certifikat. Za opravljeno prakso dobijo tudi določeno plačilo (Marktl, 2005, str. 1-3). Uspeh tega modela se zrcali v dejstvu, da se 60-70% vključenih oseb kasneje uspešno zaposli v podjetjih, ki delujejo na trgu.

Enako kot v Avstriji so tudi v Sloveniji in Italiji vidni rezultati zaposlitvene politike v uspešnem zniževanju brezposelnosti. Kljub neenakim izhodiščem glede trenutnega stanja zaposlenosti v teh državah, so akcije pri zasledovanju in uresničevanju Aktivne politike zaposlovanja (v nadaljevanju APZ) zelo podobne. V Italiji skušajo še dodatno zgladiti razlike v zaposlenosti, ki so posledica gospodarsko manj razvitih južnih področij, z vzpodbujanjem ustvarjanja delovnih mest tam, kjer jih ni. V primeru izgube zaposlitve skušajo nudenje pomoči v denarni obliki nadomestiti z aktivnejšimi načini pomoči, s pomočjo zaposlitvenih programov.

V Sloveniji Program ukrepov APZ sprejema Ministrstvo za delo, družino in socialne zadeve in ga izvaja Zavod republike Slovenije za zaposlovanje. Uvajanje socialnega podjetništva spodbuja predvsem s sklopom zaposlitvenih programov, v katerih vključeni iskalci zaposlitev postanejo zanimivi za delodajalce šele z dodatnimi finančnimi spodbudami in raznimi oprostitvami dajatev. Končni cilj je neposredna zaposlitev brezposelne osebe, vendar so finančne spodbude relativno nizke in podjetjem v začetnem razvoju ne zagotavljajo dolgoročnega obstoja. Med pomembnejše ukrepe uvrščamo tudi javna dela za izvajanje socialno-varstvenih, izobraževalnih, naravovarstvenih, kulturnih, komunalnih, kmetijskih in drugih programov. Ker vključitev v javno delo lahko traja največ eno leto, bi bilo potrebno za preoblikovanje v socialna podjetja to obdobje podaljšati in aktivnosti temu primerno prestrukturirati (Hazl, Marošek, 2005, str. 20-21). To velja tudi za lokalne zaposlitvene

programe na področju storitev, sociale, ekologije in na drugih področjih. Program APZ 2007-2013 namenja veliko pozornost vključevanju invalidov na trg dela. Obsega sklop zaposlitvenih projektov za invalide in podobnih projektov za izenačevanje možnosti zaposlovanja težje zaposljivih brezposelnih oseb (Program ukrepov APZ za obdobje 2007-2013, 2007). Program spodbuja aktivnosti za nastajanje novih enot socialnega podjetništva, razvoj že obstoječih oblik ter za širitev mreže socialnih podjetij.

3.4.2 Storitve zdravstvene oskrbe in nege

V nadaljevanju predstavljam razvoj socialnega podjetništva v Italiji, na področju zdravstvene oskrbe in nege na domu za starejše prebivalce, kot ga opisuje Alessandro Marino (2006, str. 224-236). Zaradi demografskih sprememb in staranja prebivalstva Italija danes zamuja pri ustvarjanju učinkovite mreže asistenčne pomoči na domu za starejše in invalide. Še več, primanjkuje ji rehabilitacijskih in drugih oskrbovalnih centrov. Zato je prioriteta naloga povečati ponudbo zdravstvenih storitev privatnega sektorja v povezavi z javnim. Trenutno stanje zdravstvenih storitev v Italiji odpira veliko različnih priložnosti za socialna podjetja, ki nameravajo delovati v tem sektorju. Klinike, domovi upokojencev, občinske oskrbovalne ustanove in lokalne zdravstvene oblasti namreč zaradi omejenih finančnih sredstev iščejo cenejše in fleksibilnejše storitve oskrbe na domu za starejše in invalidne osebe. Nego na domu podpirajo tudi farmacevtska podjetja, saj jim omogoča dodatno prodajo proizvodov na drobno. Zdravstvena zavarovanja lahko z njenim razvojem razširijo obseg svoje ponudbe in zavarovalnice tržijo več dolgoročnih polic za oskrbo starejših.

V letu 1993 je začel delovati prvi storitveni center Teleserenita, ki se je v dveh letih razvil v nacionalni projekt z namenom, da pritegne prizadevne socialne podjetnike. Ti so ustanovili franšizno mrežo lokalnih storitvenih centrov. V zadnjem času realizirajo razvojni načrt, ki ponuja učinkovit model rasti za nastanek podružnic po vsej državi. Po njem naj bi ustanovili 200 do 300 centrov, od katerih bi vsak pokrival predvidoma okoli 40.000 prebivalcev in vsaj eno bolnišnico. Podružnični centri nudijo visoko kvalitetne in organizirane storitve s pomočjo kvalificiranega osebja, v nasprotju s prejšnjo prakso nujenja pomoči na domu, kot komercialne opcije. V okviru razvojne tehnologije je posebna pozornost namenjena novim tržnim pristopom, osnovanim na novih tehnologijah, kot je npr. komunikacijski sistem mobilne telefonije. Razvojno so načrtovana tudi nova strateška in finančna partnerstva. Prva se nanašajo na korporacijske partnerje, ki bi uporabljali že vzpostavljeno mrežo za trženje lastnih proizvodov in storitev. To so zavarovalnice in farmacevtska industrija. Finančna partnerstva so nujna za podporo razvoja projekta. Čeprav se splošni trend italijanskega javnega sektorja na področju zdravstva premika k decentralizaciji odgovornosti za zagotavljanje zdravstvenih storitev, še vedno ni polno razvit privatni sektor za delovanje socialnih podjetnikov na tem področju. Pomembno je namreč poudariti partnerstvo med javnimi in privatnimi institucijami, saj se le tako lahko zagotavljajo sredstva za neposredno financiranje aktivnosti podjetij za zdravstveno oskrbo in nego na domu brez pretirane finančne obremenitve uporabnikov teh storitev.

Primerjalno delujejo na tem področju tudi v Avstriji določena združenja oz. centri, ki so financirana v pretežni meri z javnimi in delno tudi z lastnimi sredstvi. Uporabniki njihovih storitev imajo prosto izbiro, kar vodi do povečane konkurence med njimi. Poleg združenj za oskrbo in nego so precej razviti centri za varstvo in oskrbo otrok in tudi ustanove za svetovanje in nudenje zaščite ženskam in mladostnikom. Po drugi strani v Sloveniji določene institucije nudijo pomoč na domu le starejšim osebam. V prihodnje bodo razširile svojo dejavnost tudi na zdravstveno nego na domu za širši krog uporabnikov, saj razne oblike te pomoči, kot jih že poznajo v Italiji in Avstriji, pri nas, do danes niso zaživele. Pred kratkim sem pri dnevnikih poročilih zasledila informacijo, da država načrtuje financiranje programa nudenja medicinske nege na domu. S tem bi se izboljšala kvaliteta življenja starostnikov in bolnih. Prav tako bi se znižali družbeni izdatki, saj ne bi bilo potrebno graditi toliko domov za ostarele. Za koriščenje višjega standarda storitev bi uporabniki doplačevali razliko sami.

3.5 SKROMNA RAVEN SOCIALNEGA PODJETNIŠTVA V SLOVENIJI

Ob primerjanju razvoja in delovanja socialnega podjetništva v treh evropskih državah ugotavljam, da so v vseh treh zastopana podobna področja delovanja, vendar je razvitost njihovih organizacijskih oblik različna. Zasledimo tudi določene specifičnosti posameznih oblik po državah. Vzrok za to lahko najdemo v različnih družbenopolitičnih ureditvah, ki so zgodovinsko zaznamovale te države. Za razliko od tržnega pristopa v Avstriji in Italiji je bil v Sloveniji v pogojih samoupravne socialistične družbene ureditve po drugi svetovni vojni pristop do te problematike povsem drugačen. V Sloveniji delamo na področju razvoja socialnih podjetij, kot jih poznajo druge države članice EU, šele prve resnejše korake. Premalo se še zavedamo njihove potencialne vloge pri gospodarskem in socialnem razvoju lokalnega okolja in države. Po eni strani je to zaradi nepoznavanja njihovih specifičnih zmožnosti in koristi, po drugi strani pa zaradi še vedno obstoječega visokega nivoja socialne države. Številni poizkusi so obtičali na začetku poti in mnoge priložnosti so ostale neizkoriščene. S kratkim pogledom v zgodovino bom v nadaljevanju poskusila razložiti, zakaj nam na tem področju do sedaj ni uspelo vzpostaviti mostu med javnim in zasebnim sektorjem.

3.5.1 Dileme razvoja socialnega podjetništva

Prvi zametki socialnega podjetništva v Sloveniji segajo v sedemdeseta leta prejšnjega stoletja, ko so v občini Slovenske Konjice sistemizirali nekaj delovnih mest za invalide. V devetdesetih letih smo prešli na tržno gospodarstvo, v katerem naj bi javni sektor zagotavljal skrb za tiste, ki so jih tržne ekonomske zakonitosti postavljale ob rob (Kovač, 2005, str. 2). V strahu pred veliko brezposelnostjo je država velikim podjetjem v večinski državni lasti nalagala del socialne funkcije z ohranjanjem delovnih mest, kar je onemogočalo hitrejše prestrukturiranje. Tudi izkušnje v svetu so pokazale, da klasično tržno gospodarstvo ne prinaša zadostnih rešitev za trajno, socialno naravnano družbo. V devetdesetih letih smo v okviru iskanja poti do aktivnega zaposlovanja zaradi zdravstvenih in drugih razlogov manj sposobnih oseb vpeljali invalidska podjetja (Kovač, 2005, str. 3-4). Ta oblika socialnih

podjetij se je uveljavila zato, da invalidi ne bi trpeli za prehudimi posledicami prestrukturiranja. Posamezniki na političnih in uradniških položajih so sicer v nadaljnjem obdobju bistveno omejili privlačnost te oblike, ki je ostala brez večjih olajšav, in je delovala kakor vsa druga podjetja. Poleg tega smo sprožili in realizirali pobude, kot so javna dela, lokalne iniciative, program razvoja integracijskih podjetij itd.

Marsikdo si danes zastavlja vprašanje, zakaj se, kljub dolgoletni visoki brezposelnosti, v Sloveniji socialno podjetništvo še ni razvilo. Osnovni razlog je v tem, da nimamo podpornega okolja, v okviru katerega bi to lahko zaživel. V začetku 90-ih let prejšnjega stoletja naj bi tudi v Sloveniji, po irskem vzoru reševanja problema brezposelnih, poskušali vzpodbuditi razvoj kooperativ. Ovira pri tem je bila že določitev odgovornega v državi za pripravo potrebnih zakonskih podlag, saj so ministrstva to zadolžitev samo prelagala druga na drugo. Ideje in predlogi za zagon tega področja so tako v času prejšnje oblasti ostali nerealizirani. Namesto da bi jih nova oblast sprejela in razvijala naprej, se je odločila zastaviti nove koncepte, in tako je na tem področju narejenega zelo malo. Danes potrebujemo ustrezne zakonske podlage, predvsem pa stimulatívno davčno zakonodajo in sistem spodbud za delovanje socialnih podjetij. Do sedaj še nismo finančno ovrednotili, kaj za državo dolgoročno pomeni vpeljava davčnih olajšav in spodbud za delovanje socialnega podjetništva. Za različne socialne transferje namenjamo vsaj 1% BDP. Vzpodbujanje socialnega podjetništva bi pomenilo dodatne stroške za čas, dokler socialna sfera ne bi začela ustvarjati lastnih sredstev. Po izkušnjah iz tujine gre za obdobje treh do petih let (Basle, 2005). Tako ustanovljena socialna podjetja bi prispevala v proračun določen del DDV-ja in zaposleni v njih ne bi bili več prejemniki socialnih pomoči.

K zaviranju razvoja socialnega podjetništva pri nas v veliki meri pripomoreta tudi odsotnost oprijemljivih oz. kvantitativnih dokazov za pozitiven vpliv in ustvarjeno dodano vrednost tovrstnih podjetij (Habl, Marošek, 2005, str. 28). Prav tako je ponudba bančnih virov financiranja za socialna podjetja še vedno draga, pogoji za pridobivanje tovrstnih sredstev neugodni, pa tudi davčni ter ostali predpisi niso stimulatívno naravnani in konsistentni za razvoj in razmah tega sektorja. Posledice so tako na eni strani vidne v nepovezanosti prostovoljnega in socialno podjetniškega sektorja, in tudi v tem, da imamo danes le nekaj tisoč zaposlenih v invalidskih podjetjih ter le nekaj zaposlenih v kooperativah in fundacijah (Kovač, 2005, str. 4). Na drugi strani zasledimo podvojeno število prejemnikov socialnih pomoči, izjemno povečane izdatke za socialne transferje, množično nezadovoljstvo velikega števila oseb izven glavnih zaposlitvenih tokov ter nezmožnost države, da najde rešitve za morebitni novi val brezposelnosti.

Številni Slovenci še vedno razmišljajo na način, ki je podoben določenim idejam socializma, in od države pričakujejo veliko več, kot jim ta zmore ponuditi. V nadaljevanju bom nanizala nekaj dejstev, ki opozarjajo na potrebne spremembe in v tem duhu ne prikazujejo socialnega podjetništva kot morebitno breme, temveč predvsem kot izziv in priložnost za nove iniciative. Tehnološke spremembe so v času globalizacije povezane z nenehnim zniževanjem proizvodnih stroškov ter z vse večjo koncentracijo dogajanja v regionalnih in nacionalnih

središčih, pri čemer ostajajo oddaljena ruralna območja nekonkurenčna ter podvržena velikim depopulacijskim procesom. Naravne danosti, ki bi lahko prispevale k trajnemu razvoju, ostajajo tako neizkoriščene. Analize slovenskih vladnih institucij dokazujejo, da so regionalne razlike pri nas dokaj velike in da se na nekaterih področjih še povečujejo. Zagotavljanje globalne konkurenčnosti prinaša tudi opuščanje tradicionalnih dejavnosti ter selitev proizvodnje iz delovno intenzivnih panog na cenejše trge, pri čemer se izgubljena delovna mesta prepočasi nadomeščajo z novimi. Politike in ukrepi zaposlovanja pri tem ne dajejo pričakovanih učinkov, saj dosedanje oblike pomoči skozi projekte javnih del in subvencioniranja zaposlitev niso prinesle trajnejše izboljšave zaposlitvenih možnosti. Prav tako še vedno prevladuje težnja k zaposlovanju za nedoločen čas, kar povzroča nefleksibilnost trga dela. Stopnja revščine je na obvladljivi ravni, vendar na račun velikega porasta pasivnih socialnih transferjev, ki se večajo tako po obliki kot po številu prejemnikov. S preusmeritvijo sredstev v spodbude, kot so subvencije in davčne olajšave za razvoj socialnega podjetništva, bi bila dosežena dvojna dobrobit, in sicer socialna, zaradi večje stopnje družbene vključenosti ter ekonomska zaradi prispevanja v BDP (Hazl, Marošek, 2005a, str. 2-3). Prav tako bi nove javno-zasebne iniciative, prilagojene potrebam lokalnih skupnosti oz. posameznim ciljnim skupinam prebivalstva, bistveno pripomogle k inovativnim ter človeku in okolju prijazno naravnanim rešitvam.

3.5.2 Projektne ideje in podpora razvoju socialnega podjetništva

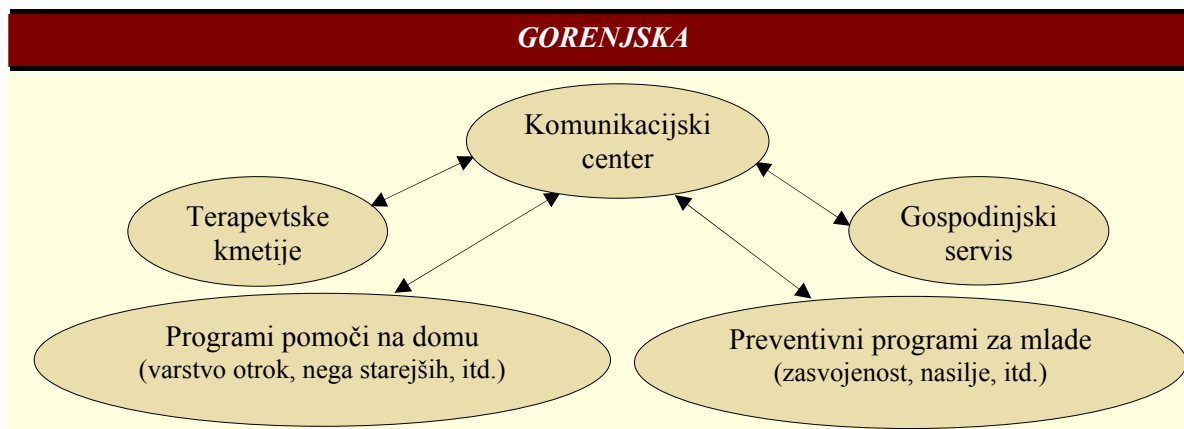
V Sloveniji danes nimamo razvitega posebnega programa, ki bi neposredno spodbujal razvoj socialnega podjetništva. Od septembra 2004 do junija 2005 je potekal projekt "Uvajanje modela socialnega podjetništva v treh pilotskih regijah v Sloveniji – študija izvedljivosti", katerega namen je bil, pripraviti podlage za uvajanje socialnega podjetništva v Sloveniji in tri pilotne izvedbene projekte na območju Podravske, Gorenjske in Koroške regije (Hazl, Marošek, 2005, str. 3). Spodbudil naj bi tesnejše povezovanje javnega in zasebnega sektorja, identificiral priložnosti, ključne sektorje, pripravil izhodišča in razvil modele za ustanavljanje socialnih podjetij. Sredstva za njegovo izvedbo so bila pridobljena v okviru programa Phare.

Tabela 2: Identificirane projektne ideje v Koroški regiji

<i>KOROŠKA</i>			
Pod lipo	Koroška deteljica	Poslovni servis	Koroška kmetija
Učenje	Storitve	Informiranje	Varstvo
Zabava	Druženje	Poslovni servis	Delovna pomoč
Druženje	Varstvo	Pisanje prijav, poročil	Posebni programi za specifične ciljne skupine
Klepetalnica	Nega na domu	Davčno in pravno svetovanje	
Ustvarjalnost	Pomoč pri delu	Pomoč pri pridobivanju sredstev	

Vir: Nagernik, 2005, str. 1.

Slika 2: Identificirane projektne ideje v Gorenjski regiji



Vir: Cvenkel, Zupan, 2005, str. 2.

Glede na informacije, ki so mi jih posredovali v projektne institucijah BSC Poslovno podporni center v Kranju ter A.L.P. Peca, ugotavljam, da se v Gorenjski in Koroški regiji ideje zaenkrat niso razvile v projekte. Prava potreba zanje še ne obstaja, vendar se socialno podjetništvo že omenja v številnih razvojnih dokumentih, kot npr. v Regionalnem razvojnem programu Gorenjske 2007-2013, objavljenem na spletni strani projektne institucije BSC Kranj, kjer je opredeljeno kot prioriteta v naslednjih sedmih letih.

Tabela 3: Identificirane projektne ideje v Podravski regiji

PODRAVJE			
Osebna pomoč	Gospodinjiski servisi	Vesela kmetija	Center za avtizem
Ni nam dolgčas (pomoč bolnim na domu)	Urejanje okolja	Ekološka pridelava zelišč in sadja	Pomoč posameznikom z avtizmom
Antibirokratska pisarna (informacijska podpora)	Gospodinjiska pomoč na domu	Varstvo invalidnih in duševno motenih oseb	
Otroški center (varstvo ter spremstva in prevozi otrok)	Varstvo in skrb za domače živali	Rekreacijski center ter ponudba produktov in storitev za širšo populacijo	Pomoč družinam z avtističnimi osebami
Senior klub (nabor storitev za starejše in njihove družine)	Dostava nakupov in priprava obrokov na domu		

Vir: Lužar, 2005, str. 1.

V Podravski regiji so v letu 2005 ustanovili Center za avtizem, ki se perspektivno razvija. Z namenom nadaljnjega vzpodbujanja razvoja socialnega podjetništva je pripravljen projekt "EU odličnost usposabljanja v sektorju socialnega podjetništva", ki bo pripomogel k razvoju poklicnega izobraževanja in usposabljanja na tem področju ter k vzpostavitvi mednarodne mreže za izmenjavo in rast tovrstnih znanj. Gre za logično nadaljevanje uspešno izvedenega projekta "Uvajanje modela socialnega podjetništva v treh pilotskih regijah v Sloveniji – študija izvedljivosti", katerega ugotovitve so predstavljale pomembna izhodišča. Eno glavnih komponent predstavlja namreč prav usposabljanje in izobraževanje menedžmenta, z

namenom izboljšanja njegove učinkovitosti. V regiji so tudi prepričani, da bodo s primernim izobraževanjem ter osveščanjem ljudi o pomenu in koristi socialnega podjetništva intenzivirali izgrajevanje tega sektorja in tako spodbudili socialni in gospodarski razvoj.

V nadaljevanju predstavljam Center za avtizem, eno od načrtanih programskih idej v Podravski regiji. Center predstavlja dobrodelno organizacijo staršev, psihologov, specialnih pedagogov, terapevtov, prostovoljcev in drugih strokovnjakov z namenom pomagati ljudem z avtizmom ter njihovim družinam, da se uspešno vključijo v družbo (Poslanstvo, 2006). Nudi informacije, svetovanje, izobraževanje, diagnostiko in celostno podporo vsem, ki se na katerikoli način srečujejo s tovrstnimi razvojnimi motnjami ter zastopa interese in pravice avtističnih posameznikov in njihovih najbližjih. Na začetku svojega delovanja, v juniju 2005, si je kot enega pomembnejših ciljev zadal spremeniti razmere na sistemski oz. zakonodajni ravni in vplivati na zdravstveno, socialno in izobraževalno politiko, da bi osebam z avtizmom in njihovim družinam pomagali vzpostaviti naklonjeno družbeno okolje (Zgodovina, 2006). Z namenom osveščanja širše javnosti in približanja problematike okolju vabi k sodelovanju tudi številne tuje strokovnjake, organizira predavanja, izobraževanja, seminarje, delavnice za socialne veščine in komunikacijo, raziskovalne projekte, dobrodelne prireditve, poletne taborne itd. Izdal je tudi prvo strokovno literaturo o avtizmu v Sloveniji. V oktobru 2005 je pričel s prostovoljnim delom, katerega namen je druženje prostovoljcev z avtističnimi otroki in pomoč pri njihovi socializaciji ter s tem razbremenitev staršev (Prostovoljci, 2006).

Najpomembnejši finančni instrument za podporo izvajanja strategije zaposlovanja na evropski ravni je ESS. Iz teh sredstev se v Sloveniji sofinancirajo ukrepi in aktivnosti druge prednostne naloge Enotnega programskega dokumenta 2004-2006 "Znanje, razvoj človeških virov in zaposlovanje", katerega cilji so zmanjševanje brezposelnosti, ustvarjanje kakovostnih delovnih mest, podpiranje vseživljenjskega učenja, spodbujanje socialne vključenosti oseb s posebnimi potrebami, izboljšanje usposobljenosti in prilagodljivosti zaposlenih ter njihovo nadaljnje usposabljanje (Trg dela in Evropski socialni sklad v Sloveniji, 2004). V okviru druge prednostne naloge so opredeljeni štiri ukrepi (glej Tab. 4, na str. 24). Velik pomen se pri tem pripisuje načelu enakosti spolov, saj naj bi bila najmanj polovica vključenih oseb ženskega spola oz. naj bi bil le-tem omogočen lažji dostop do trga dela.

Pomembne izvajalske institucije za podporo razvoja podjetništva pri nas so Javna agencija RS za podjetništvo in tuje investicije, Gospodarska in Obrtna ter Kmetijsko-gozdarska zbornica Slovenije. Podjetniški sklad RS na nacionalni ravni razpisuje ugodne kredite in nepovratna sredstva v obliki premij, medtem ko na regionalni ravni trinajst garancijskih shem svojim članom omogoča lažji dostop do kapitala. Agencija RS za regionalni razvoj skrbi za izvajanje nacionalne regionalne politike preko programskega financiranja izvedbenih delov regionalnih razvojnih programov in izvajanja programov Phare ter Pobude Skupnosti INTERREG. Slovenija sodeluje tudi v pobudi Skupnosti EQUAL, ki je del strategije Evropske unije za vzpostavljanje številnejših in boljših delovnih mest (Habl, Marošek, 2005, str. 22). Poleg njih obstaja še vrsta drugih institucij in organizacij, ki bi podprle razvoj socialnega podjetništva, vendar se kljub množici programov in raznolikosti ukrepov to področje pri nas še ni razvilo.

Tabela 4: Ukrepi druge prednostne naloge "Znanje, razvoj človeških virov in zaposlovanje"

UKREP	UPRAVIČENE AKTIVNOSTI	SREDSTVA (mio evrov)	UPRAVIČENEC	PREJEMNIK
Razvoj in krepitev aktivnih politik trga dela	Usposabljanje, namenjeno pridobivanju poklicnih kvalifikacij ter izobraževanje	29,1 (ESS 21,8)	Zavod RS za zaposlovanje	Brezposelne osebe
Pospeševanje socialnega vključevanja	Informiranje, usposabljanje, usmerjanje in izobraževanje socialno izključenih oseb ter "lokalni zaposlitveni programi"	9,7 (ESS 7,3)	Zavod RS za zaposlovanje	Brezposelni in tisti, pri katerih obstaja tveganje socialne izključenosti
Vseživljenjsko učenje	Izobraževanje izobraževalcev, posodobitev in razvoj programov izobraževanja in usposabljanja, širjenje komunikacijskih in informacijskih svetovalnih centrov itd.	29,1 (ESS 21,8)	Ministrstvo za šolstvo, znanost in šport	Izobraževalni subjekti in ustanove, udeleženci in izvajalci izobraževanja in usposabljanja
Spodbujanje podjetništva in prilagodljivosti	Usposabljanje in izobraževanje zaposlenih, zlasti v podjetjih v preoblikovanju ter v podjetjih s hitro stopnjo rasti, pomoč pri ustanavljanju podjetij ter razvoj novih virov zaposlovanja	29,1 (ESS 21,8)	Zavod RS za zaposlovanje	Zaposlene osebe in delodajalci, potencialni podjetniki ter vodstveni delavci

Vir: Trg dela in Evropski socialni sklad v Sloveniji, 2004.

Država tudi v prihodnosti načrtuje usposabljanje in pomoč mladim dolgotrajno brezposelnim pri ustanavljanju socialnih podjetij, subvencioniranje zaposlovanja starejših brezposelnih v nevladnem in nepridobitnem sektorju ter razvoj novih možnosti za zaposlitve na lokalnem nivoju. Pasivnost civilne družbe potrjuje, da se civilna družba ukvarja z drugimi dejavnostmi. Za inovativnost in evropsko primerljivost na tem področju moramo razviti jasna zakonska določila in ustrezna podjetniška znanja. Pozitivna medijska podpora bi spodbudila povečanje števila zaposlenih v tem sektorju. S prehodom mnogih storitev v socialno podjetništvo bi se lahko ohranila številna delovna mesta, predvsem v delovno intenzivnih panogah, prazne vasi na podeželju pa bi z drugačnim pristopom ostale ali celo postale vitalen del družbe.

4. DELOVANJE SOCIALNIH PODJETIJ V SVETU

Da socialni podjetniki z dobrimi nameni in zamislimi lahko spodbudijo velike družbene spremembe, dokazujejo v svojih delih številni avtorji, Bornstein (2004), Perrini (2006) in Nicholls (2006). Ti podjetniki ponujajo nove možnosti predvsem osebam na obrobju družbe, jih aktivirajo, jim s tem zagotovijo eksistenco in obenem tudi širši družbeni razvoj. Naj navedem nekaj svetovnih primerov.

Ameriški okoljevarstvenik David Brower je zgradil svetovno mrežo za ekološka vprašanja in ustanovil organizacijo Prijatelji zemlje, stranko za ohranjanje okolja in inštitut Zemeljski

otrok. Susan B. Anthony se je v ZDA borila za pravice žensk. Frederick Law Olmstead je kreiral številne urbane parke, med drugimi tudi centralni park v New Yorku in Rock Creek v Washingtonu. Mimi Silbert vodi v San Franciscu fundacijo Delancey Street, ki v svojih številnih podjetjih zaposluje ljudi z najhujšimi socialnimi težavami. Brez državne podpore in pomoči strokovnjakov je pomagala že 14.000 ljudem, in sicer nepismenim, odvisnikom od drog, nekdanjim zapornikom, brezdomcem, žrtvam zlorab itd. (Stankovič, 2005). Italijanka Mary Montessori je razvila metodo Montessori za vzgojo predšolskih otrok.

V Indiji je Vinoba Bhave, kot ustanovitelj in vodja gibanja za podarjanje zemlje, zaslužen za razdelitev več kot sedem milijonov juter zemlje indijskim nedotakljivim brezdomcem, to je najnižjemu sloju indijskega prebivalstva. Indijka Kajlaš Satjarthi se že več kot 25 let zavzema za pravice otrok in odraslih, ki so sužnji trgovcev s preprogami. Danes je predsednica organizacije proti zaslužnjevanju otrok, Bačpan Bačao Andolan, in je k sodelovanju pritegnila že več kot 750 nevladnih organizacij, sindikatov, organizacij za človekove pravice in podobnih ustanov. Dr. Govindapa Venkatasvami in David Green sta povzročila pravo revolucijo v medicinski oskrbi. Sama sta usposobila domačine v Indiji za opravljanje visokotehnoloških medicinskih in proizvodnih postopkov in doslej odprla več bolnišnic, katerih cene storitev so dovolj nizke, da so dostopne tudi najrevnejšim. V Peruju Albina Ruiz Rios pomaga ljudem ustanavljati podjetja za odvažanje smeti in tako dobesedno spreminja smeti v denar (Stankovič, 2005). Podjetje Nicka Moona in Martina Fisherja po zelo ugodni ceni prodaja črpalke za namakanje in stiskalnice za pridobivanje olja po vsej Afriki. Tako priteka več denarja v državne blagajne, kmetje pa lahko razširijo svojo dejavnost in si zvišajo življenjsko raven.

4.1 MIKROKREDITI IN GRAMEEN BANKA

Gospodarstva delujejo danes uspešno v veliki meri tudi po zaslugi posojil, ob tem pa ostaja kreditiranje revnih slojev prebivalstva trd oreh, tako v razvitih kot v nerazvitih državah. Finančni sistemi so namreč zastavljeni tako, da gre denar najraje k tistim, ki ga že imajo. Perujski ekonomist Hernando de Soto je skušal ta problem rešiti z idejo, da bi tudi reveži lahko prišli do kreditov, če bi jim njihove države izdale lastniške dokumente. Dokazoval je, da imajo tudi ti določeno, čeprav majhno premoženje, ki ni evidentirano in zato ne more služiti kreditodajalcem kot jamstvo. Tako reveži ostajajo, na milost in nemilost, prepuščeni vaškim oderuhom. Perujčan je menil, da bi se s pomočjo lastniških dokumentov lahko vključili v kreditno poslovanje. Ideja je delno zaživela v Peruju in sosednji Argentini, vendar ukrep ni dosegel pričakovanih rezultatov. Svetovna banka je sicer ugotovila, da so se tam posojila v nekaj letih podvojila, vendar ni dokazov, da je to prav zaradi dodelitve lastniških papirjev revežem. Tega modela jamstva na latinskoameriškem območju nikakor ne moremo prenesti na tla Bangladeša, saj tamkajšnji prebivalci skoraj nimajo premoženja. Malo zemlje, ki jo obdelujejo, imajo večinoma v zakupu (Boškovič, 2006). Tako ne morejo ponuditi nikakršnega otipljivega jamstva, imajo pa kot dolžniki močan občutek za poštenost ter čast in ugled v vasi. Na tem dejstvu je ekonomist Muhammad Yunus zasnoval svojo idejo o mikrokreditiranju.

Kot profesor na Univerzi v Chittagongu je Yunus leta 1976 pričel z raziskovalno akcijo dostopnosti kreditov in drugih bančnih storitev revnim prebivalcem. Svoje študente je popeljal na ogled ruralnih delov Bangladeša, kjer je zaradi lakote umrlo na tisoče ljudi. Yunus se je domislil preproste ideje in iz lastnega žepa dvainštridesetim pletilkam košar posodil po 27 USD, s čimer so lahko začele manjši posel. Ko jim je ta prinesel prvi dobiček, so mu posojilo v celoti vrnile. Profesor se pri tem ni ustavil (Gaube, 2006). Leta 1976 je ustanovil posojilno podjetje Grameen, s pomočjo katerega je revnim prebivalcem vasi Jobra ter okoliških krajev zagotovil mikrokredite za individualne gospodarske dejavnosti.

Ker je v državi prevladovalo tradicionalno prepričanje, da reveži niso kreditno sposobni, kritiki načrta niso verjeli v njegov uspeh. Rezultati projekta so dokazali nasprotno. S podporo državne centralne ter nacionalnih komercialnih bank so v letu 1979 mikrokredite razširili na okoliš Tangail in kasneje še na ostala okrožja v državi (A short history of Grameen Bank, 2006). V septembru 1983 se je vlada odločila, da za uresničitev razširitve projekta posojilno podjetje spremeni v neodvisno specializirano kreditno institucijo in tako je nastala Grameen banka (v nadaljevanju GB). Njen namen je zagotavljati mikrokredite revnim prebivalcem brez zemlje ali druge lastnine, za katere ni potrebno dajati garancije. Za ustanovitev banke so 40% kapitala prispevali njeni komitenti, ostalo je financirala vlada in vladne finančne institucije. Danes so komitenti lastniki kar 94-odstotnega deleža banke (Grameen Bank At a Glance, 2006).

Vsaka podružnica banke pokriva področje z okoli 15 do 22 vasi. Bančni delavci na terenu se najprej z obiskom v vasi seznanijo z lokalnim okoljem, v katerem bodo delovali ter potencialnim strankam razložijo namen in način delovanja banke. Oblikujejo skupine po pet ljudi, izmed katerih sta v prvi fazi do mikrokredita upravičena samo dva člana te skupine. Za vračilo mikrokredita sta odgovorna člana sama. Neplačilo se ne terja od cele skupine. Enkrat tedensko se v okviru sestankov Centra, ustanovljenega v vsaki vasi, sestanejo bančni delavci in kreditorejmalci, kjer ti vračajo posojilo ter razpravljajo o dejavnostih, za katere so uporabili najete mikrokredite. Če po preteku enega meseca banka ugotovi, da posamezniki izpolnjujejo svoje obveznosti ter upoštevajo njena pravila, in če posojilojemalca začneta vračati glavnico in obresti v obdobju šestih tednov, so do posojila upravičeni tudi ostali člani v skupini. Kolektivna odgovornost služi kot jamstvo in v skupini se čuti velik pritisk na člane, da izpolnjujejo svoje obveznosti. Stopnja odplačevanja je tako odvisna od pritiska skupine, lastnih interesov in motivacije posojilojemalcev (Credit delivery sistem, 2006). Zabeležena 95-odstotna stopnja vračila kreditov je trdni dokaz uspešnosti zastavljenega projekta, s čimer se ne more pohvaliti nobena druga banka niti v bogatih niti v revnih državah sveta.

GB je začela z mikrokrediti po 20-odstotni obrestni meri za financiranje individualnih dejavnosti. Kasneje je uvedla stanovanjske mikrokredite v višini do 217 USD z 8-odstotno obrestno mero, in sicer za obdobje petih let, s tedenskimi obroki odplačevanja. V letu 2000 je začela nuditi mikrokredite za izobraževanje in do julija 2006 zagotovila posojila po 5-odstotni obrestni meri 11.399 študentom (Grameen Bank At a Glance, 2006). Banka nudi tudi štipendije otrokom svojih članov, predvsem dekletom, in sicer stimulatивно, s ciljem doseganja čim boljših ocen.

Od leta 2004 omogoča GB mikrokredite tudi najrevnejšim prebivalcem Bangladeša. Revežem ne prepove beračenja, temveč jim kot alternativo ponuja možnost prodaje atraktivnih potrošnih dobrin po bančnih pogojih. Če ugotovijo, da jim prodaja prinaša korist, se lahko osredotočijo le na to dejavnost. Te vrste mikrokrediti so brezobrestni in doba vračanja je lahko izredno dolga (Grameen Bank At a Glance, 2006). Po ocenah se je do julija 2006 v program vključilo okoli 79.000 beračev.

Banka prav tako sodeluje v projektu vpeljave mobilnih telefonov, saj predstavljajo izmenjave informacij in komunikacije ključ za poslovne dejavnosti. V zadnjih letih razvija tudi celo verigo varčevalnih produktov. Posebni varčevalni računi postanejo bolj fleksibilni. Minimalne obresti zanje znašajo 8,5% in maksimalne 12%. Naložbe v pokojninske sklade, po 0,86 USD mesečno, omogočajo po desetih letih zjamčeni znesek v višini dvakratnika vloženih sredstev. Vsi komitenti banke so vključeni tudi v življenjsko zavarovanje in za to se ne zahteva plačilo premij (Grameen Bank At a Glance, 2006). Vsako leto se družinam umrlih izplača iz tega naslova od 0,14 do 0,17 milijonov USD.

Vsak zaposleni v GB se lahko po desetih ali več letih dela upokoji in ob upokojitvi dobi odpravnino. Ta je izplačana v gotovini, v roku enega meseca. V primeru smrti kreditojemalca se neodplačani del mikrokredita, skladno z določili Zavarovalnega kreditnega programa, poplača iz zavarovalnega sklada. Po tem programu se zavarovalni sklad formira iz obresti depozitov kreditojemalcev. Depoziti znašajo 3% od kreditnega zneska in se zbirajo na posebnem varčevalnem računu (Grameen Bank At a Glance, 2006). To zavarovanje je GB razširila tudi na zakonskega partnerja, tako da se tudi zanj vplača depozit in v primeru njegove smrti kreditojemalcu ni potrebno odplačati mikrokredita.

Celotni prihodki GB so v letu 2005 znašali 112,4 milijonov USD in celotni odhodki 97,2 milijonov USD. Obresti na depozite v višini 34,7 milijonov USD so predstavljale največje, kar 36-odstotne izdatke. V drugo največjo kategorijo izdatkov, v višini 26%, sodijo izdatki za plače in nadomestila ter pokojnine. Ti so v omenjenem letu znašali 25,4 milijonov USD. Dobiček banke se je v letu 2005 za razliko od prejšnjega obdobja močno povečal in je znašal 15,2 milijonov USD (glej Pril. 3). V celoti je bil namenjen rehabilitacijskemu skladu za premagovanje katastrofalnih situacij (Grameen Bank At a Glance, 2006). Gre za izpolnitev vladnega pogoja, saj je banka izvzeta iz plačevanja davka na dobiček.

GB ima 6,5 milijonov posojilojemalcev, ki s prejetim posojilom postanejo lastniki banke; 97% od teh so ženske. Do julija 2006 je skupno posredovala posojila v znesku 5,7 milijard USD, od tega je bilo povrnjenih 5 milijard USD; trenutni znesek posojil znaša 456 milijonov USD. Do konca julija 2006 so depoziti v celoti znašali 553 milijonov USD; 63% depozitov je v lasti članov (Grameen Bank At a Glance, 2006). V prihodnosti banka tako ne predvideva potrebe po donacijskih sredstvih ali novih posojilih iz lokalnih ali eksternih virov, saj naj bi bili njeni naraščajoči depoziti zadostni za povračila obstoječih posojil in za razširitev kreditnega programa.

Bistvo GB je v tem, da njeno delovanje temelji na tradicionalnih vrednotah in odgovornosti ter na samospoštovanju ljudi. Finančno podporo dejansko povezuje s podjetniško podporo in usposabljanjem, kar seveda bistveno izboljša uspešnost projektov. Njeni dosežki in pozitivni vpliv so dokumentirani v mnogih neodvisnih študijah, ki so jih pripravile zunanje agencije (Grameen Bank, 2007). Člani GB imajo nižjo rodnost ter boljša stanovanja kot nečlani, lahko si privoščijo tri obroke dnevno, imajo čisto pitno vodo ter urejene sanitarije. V večji meri se udeležujejo tudi socialnih in političnih aktivnosti in vsi njihovi otroci obiskujejo šole (Ten Indicators To Assess Poverty level, 2006).

GB verjame, da ljudje ostajajo reveži zaradi revnih institucij, ki jih obkrožajo in ne zaradi morebitnega pomanjkanja veščin, volje ali truda. Zagovarja stališče, da dobrodelnost ni pravi odgovor na revščino, temveč jo z ustvarjanjem odvisnosti le podpira in posamezniku jemlje iniciativo za izboljšanje svojega stanja. Sama ponuja odgovor v nudenju priložnosti za sprostitve energije in kreativnosti, saj meni, da se vsi rodimo z neomejenim potencialom (What is Microcredit?, 2006). Profesor Yunus verjame, da mikrokredit to priložnost omogoča in bi ga morali obravnavati kot človekovo pravico. V nasprotju s tradicionalnimi ruralnimi bančnimi zahtevami, da brez zavarovanja ne dobiš kredita, je uspešno dokazal, da posojilo revežem ni nemogoč predlog. Še več, uspelo mu je vizije preliti v stvarnost in s svojim projektom je spremenil konvencionalno bančno prakso. Ustvaril je bančni sistem, ki temelji na vzajemnem sodelovanju in zaupanju ter tako omogočil koristi milijonom ljudi, ne le v Bangladešu, temveč tudi v drugih državah po svetu. Yunus predstavlja zgled sodobnega družbenega podjetnika, katerega glavna želja je popolno izkoreninjene revščine na svetu (Gaube, 2006). Za svoje delo je prejel številna priznanja in skupaj z GB tudi Nobelovo nagrado za mir. Mikrokredit sicer ni idealna rešitev za odpravo svetovne revščine, vendar je eno izmed stroškovno učinkovitih orožij za njeno premagovanje. Razveljavil je stari napačni krog "majhni prihodki, majhno varčevanje in majhne investicije" v stvarni krog "majhni prihodki, injekcija kredita, investicija, več prihodka, več varčevanja, več investicij, več prihodka" (A short history of Grameen Bank, 2006). Prav tako igra pomembno vlogo v doseganju najbolj drznega načrta Združenih narodov, saj naj bi tudi z njegovo pomočjo, do leta 2015, razpolovili svetovno revščino (HR Statement on Microcredit, 2006).

4.2 TELENOR V BANGLADEŠU

Ob osamosvojitvi Bangladeša, leta 1971, je za reguliranje sektorja telekomunikacij vlada ustanovila Ministrstvo za pošto in telekomunikacije, ki je kasneje, v letu 1976, ustanovilo oddelek za telegraf in telefon. Oddelek se je leta 1979 povezal v Bangladeški odbor za telegraf in telefon, ki je imel monopolne pravice in je reguliral izdajo licenc na področju telekomunikacij in brezžičnih storitev (Malaviya et al., 2004, str. 2-3). Vlada je namreč verjela, da se telekomunikacijska infrastruktura najbolje razvija le v okviru državno vodenega monopola, saj se tako lahko dosežejo prihranki, ki omogočajo nudenje boljših storitev z nižjimi stroški. Veljavnost njenih argumentov sta spodkopala premajhna orientiranost h kupcem ter pojav digitalnih in celularnih telefonskih tehnologij v zgodnjih devetdesetih letih.

Odbor je tako postopoma dovoljeval večje vključevanje privatnega sektorja, vendar se je kljub napredku mreža telekomunikacij v Bangladešu razvijala zelo počasi.

GB je ustanovila nedobičkonosno organizacijo Grameen Telecom, katere naloga je bila oskrbeti prebivalce na podeželju s telefonskimi povezavami. Vsaj enemu članu GB naj bi zagotovili posojilo za nakup ali lizing mobilnega telefona pri Grameen Telecomu. Izbrani vaščan bi potem začel lokalni posel s ponudbo telefonskih storitev drugim prebivalcem v vasi. Vizijo so želeli realizirati s pomočjo norveškega telekomunikacijskega podjetja Telenor, ki sprva nad predlogom ni bilo navdušeno, saj je ta poslovna priložnost zanje hkrati pomenila tudi tvegan posel. Po izvedeni raziskavi so ugotovili, da bi imeli v najslabšem primeru okoli 100.000 kupcev in posel ne bi bil uspešen (Malaviya et al., 2004, str. 4-6). Če pa bi si najmanj 5% od 120 milijonov prebivalcev na deželi lahko privoščilo mobilni telefon, bi to pomenilo okoli 6 milijonov potencialnih kupcev, kar je več kot celotna populacija Norveške. V tem času v Bangladešu še ni bil prisoten noben operater mobilne telefonije.

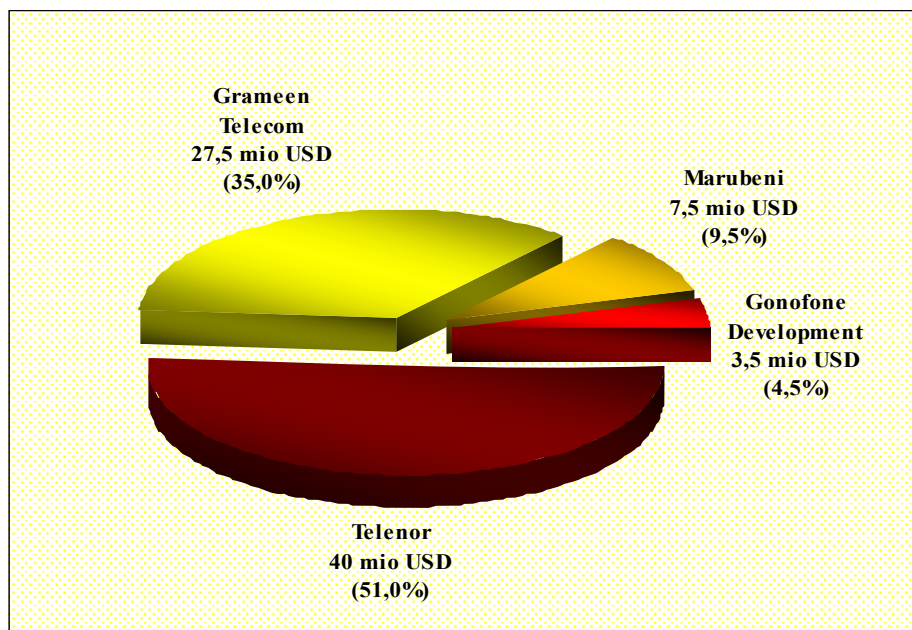
Tabela 5: Ključne ocenjene ugotovitve raziskave v Bangladešu leta 1996

	<i>LETO 2002</i>	<i>LETO 2006</i>
Število urbanih kupcev	275.000	500.000
Število ruralnih kupcev	20.000	40.000
Dobiček v odstotkih	25%	35%
Točka preloma	po 3. letih - konec leta 1999	/
Čas povrnitve celotne investicije	po 4. letih - konec leta 2000	/

Vir: Malaviya et al., 2004, str. 19.

Kljub pozitivni analizi so skrb vzbujala naslednja dejstva: prisotnost korupcije, nestabilnost vlade, odsotnost regulatornega režima v državi, negotovo ekonomsko in pravno okolje ter morebitna nezmožnost potrošnikov za redna plačila. Do tedaj Telenor še nikoli ni sklepal posla geografsko tako daleč. Težavo bi lahko predstavljale tudi socialne in kulturne razlike med Norvežani in prebivalci Bangladeša. GB je predlagala Telenorju razumno partnersko rešitev, in sicer naj bi posloval na urbanih področjih, kjer bi dosegal dobiček. V tem partnerstvu bi tržil svoje storitve mobilne telefonije Grameen Telecomu na veliko in po nizki ceni, slednji pa bi prevzel vse nadaljnje operativne in finančne dejavnosti. Te naj bi ustvarile 3-4% celotnih prihodkov, kar bi zadostovalo za pokritje stroškov omrežja (Malaviya et al., 2004, str. 6-7). Telenorjevi cilji bi bili tako ustvariti čim višje prihodke, dobiček in rast, medtem ko bi nedobičkonosni Grameen Telecom delal v korist revnih in nepismenih podeželskih prebivalcev. Telenor se je zavedal dejstva, da lahko z uspešnim mednarodnim komercialnim in socialnim partnerstvom doseže velik ugled in prestiž. Prav tako bi mu izkušnja pomagala zgraditi intelektualni in strukturni kapital za morebitna prihodnja partnerstva na azijskih trgih. Odločil se je za sodelovanje in tako so skupaj z Grameen Telecomom, ameriško korporacijo Gonofone Development ter podjetjem Marubeni iz Japonske leta 1995 ustanovili podjetje Grameen Phone Ltd. (Malaviya et al., 2004a, str. 2).

Slika 3: Absolutni zneski in deleži udeležbe v skupni naložbi Grameen Phone Ltd.



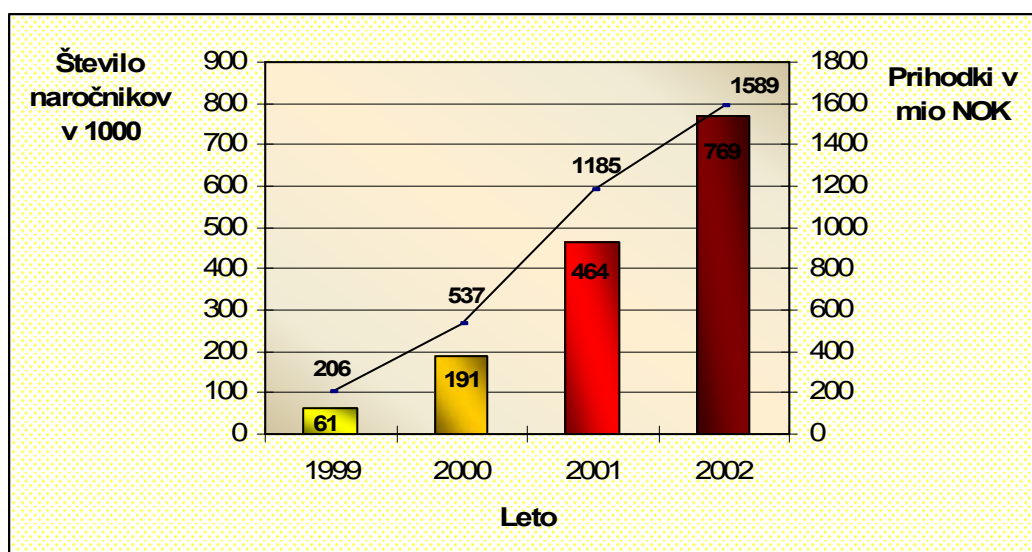
Vir: Malaviya et al., 2004a, str. 2.

Leta 1996 je Grameen Phone Ltd. od bangladeške vlade, poleg treh drugih operaterjev, dobil licenco za mobilno telefonijo, in začel delovati v marcu 1997. Pri tem je Grameen Telecom zasnoval vaški telefonski projekt in prevzel odgovornost za trženje telefonov na podeželju. Dostopnost mobilnih telefonov je vaščanom s pomočjo posojil zagotavljala GB, pri čemer je začetno posojilo za mobilni set znašalo okoli 390 USD. Posojilojemalce so izbirali na osnovi treh meril. Kandidat naj bi že uspešno vodil svoj obstoječi posel in imel dovolj časa za delo vaškega telefonskega operaterja. Pomembni merili sta bili tudi lokacija njegovega doma v vasi ter znanje angleškega jezika. Vsak izbrani operater je bil odgovoren za nudenje telefonskih storitev ostalim vaščanom, za plačila Grameen Telecomu ter za pravilno vzdrževanje mobilnega seta (Malaviya et al., 2004a, str. 2-4). Njegov dohodek je predstavljala razlika med plačilom kupca ter njegovim plačilom Grameen Telecomu, kar je znašalo med 75 in 100 USD na mesec.

Vsa pričakovanja, ki si jih je na začetku zastavilo podjetje Grameen Phone, so bila kmalu presežena. Do leta 2006 so želeli pridobiti okoli 500.000 naročnikov, vendar se je število vsako leto podvojilo in že do decembra 2003 so presegli milijon naročnikov. Tržna vrednost podjetja je v tem letu dosegla 600 milijonov USD, kar je pomenilo več kot petnajstkratno investicijo Telenorjevega vložka. Grameen Phone je prevladoval v največjih mestih, kot so Dhaka, Chittagong in Khulna ter s tržnim deležem v višini 70% predstavljal največjega mobilnega operaterja v Južni Aziji. Točka preloma je bila dosežena leto kasneje od načrtovanega. Dobiček so beležili šele v letu 2001, in sicer v višini 51 milijonov USD, vendar je ta že leto dni kasneje znašal kar 109 milijonov USD (Malaviya et al., 2004a, str. 6). Do sredine avgusta 2004 je Grameen Telecom omogočil skoraj 70.000 mobilnih telefonov v 40.000 vaseh, kar pomeni, da je s telefonskimi storitvami oskrbel več kot 70 milijonov prebivalcev na podeželju. Z raziskavami so odkrili, da je vsak mobilni telefon izboljšal BDP v povprečju za 2,5 USD. Telenor si je želel vrniti zaslužke v svojo domovino. Pri tem je

obstajal velik strah, da bo prenos dobička močno obdavčen ali da bo morda Grameen Phone izgubil svoj priljubljeni položaj pri tamkajšnjih političnih oblasteh (Malaviya et al., 2004b, str. 1-3). Norveško podjetje se je zato odločilo, da del dobička ponovno investira v tej državi.

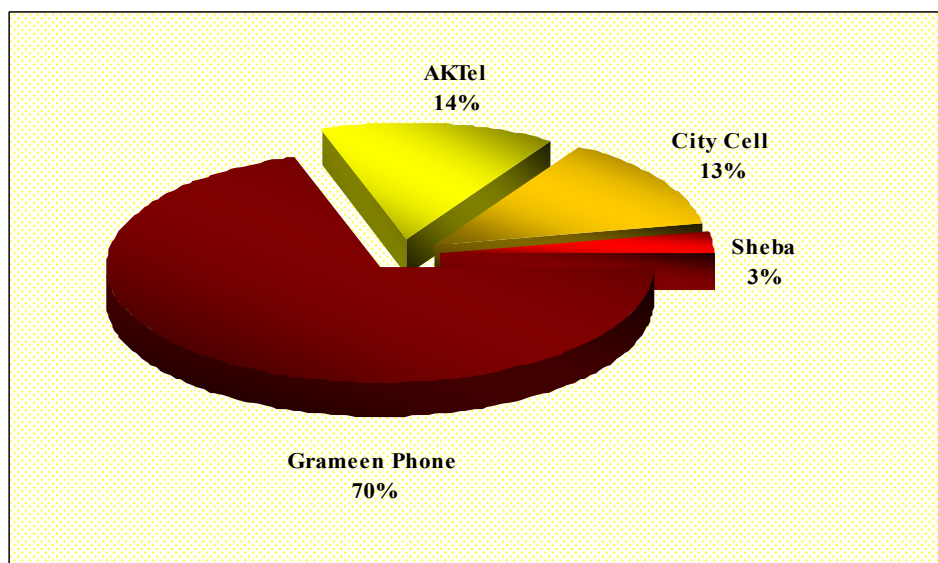
Slika 4: Število naročnikov in prihodki podjetja Grameen Phone v obdobju 1999-2002



Vir: Malaviya et al., 2004a, str. 10.

Glede na to, da je bila večina kreditorejmalcev žensk, se je njihov status občutno izboljšal. Od sovaščanov so bile deležne večjega spoštovanja, lahko so šolale svoje otroke itd. Vaščanom, ki so imeli veliko zemlje, tako ni bilo potrebno več hoditi v mesto, da bi izvedeli tržno ceno za svoje pridelke. Pravočasno so dobivali potrebne informacije in so temu primerno prilagajali svoje odločitve glede kmetijske pridelave. Mnogi so se zaradi boljše obveščenosti o vzreji živali začeli ukvarjati z živinorejo ter pri tem dosegali visoke prihodke (Malaviya et al., 2004a, str. 7). Družine so lažje ohranjale stik s sorodniki ali si organizirale odhode k zdravnikom v mesto.

Slika 5: Tržni deleži mobilnih operaterjev v Bangladešu v letu 2003



Vir: Malaviya et al., 2004a, str. 10.

Trg mobilne telefonije v Bangladešu se premika iz trenutne faze rasti v fazo zrelosti in strategiji se že sprašujejo, kako naprej. Pripraviti morajo načrt za prihodnost in utrditi vodilni položaj na trgu. Grameen Phone mora preusmeriti pozornost od začetnih k bolj zahtevnim, tradicionalnim poslovnim operacijam. To pomeni spremembo organizacijske strukture ter dopolnitev ponudbe produktov ob upoštevanju naraščajoče konkurence drugih ponudnikov. Vse to pomeni tudi višje stroške za pridobivanje novih naročnikov in zadržanje že obstoječih. Pričakovana rast je spodbudila Telenor k zamisli, da bi usposobili lokalne poslovneže za vodenje podjetja, vendar v Bangladešu za to ni dovolj kvalificirane delovne sile. Dogaja se celo obratno, da menedžerji podjetja Grameen Phone prehajajo v druga, novo nastajajoča podjetja. Telenor v prihodnosti načrtuje širitev na ostale azijske države, kot so Pakistan, Tajska in Malezija in tudi na Madžarsko (Malaviya et al., 2004b, str. 2-6). Ključ uspeha tega norveškega podjetja je v tem, da pri svojem delovanju na socialno odgovoren način sledi načelom spoštovanja kulture, nacionalnih vrednot in pravičnosti v okolju, kjer deluje.

4.3 REFORMA BOLNIŠKE NEGE V VELIKI BRITANJI

Bill Drayton (Bornstein, 2004, str. 61) ob svojem orisu lika socialnega podjetnika misli na poseben tip osebnosti. Zanj to ni poslovna ženska, ki brezdomcem nudi delo, niti podjetnik, ki podari določen odstotek dobička gibanju za zaščito okolja. Prav tako to ni posameznik, ki vodi nedobičkonosno organizacijo in zanjo pridobiva potrebna finančna sredstva v okviru svojega dobičkonosnega podjetja. To tudi ni nekdo, ki razvija idejo le leto ali dve, saj pravi socialni podjetnik pokaže interes zanjo že v mladosti. Drayton misli na osebnost, kakršna je bila Florence Nightingale.

Primer zdravstvene reforme na področju bolniške nege v Veliki Britaniji (v nadaljevanju VB) povzemam po avtorju Davidu Bornsteinu (2004, str. 61-69). Florence je imela že kot mlado dekle čut za uboge in bolne, in jim je želela pomagati. Ko je bila stara 25 let, je izrazila željo po zaposlitvi v bolnišnici Salisbury. To je bilo leta 1845, ko je poklic medicinske sestre spremljal še negativni predznak, saj so ga opravljale starejše, grobe in nevedne ženske. Njena družina je temu nasprotovala. Poleg tega je bilo v takratni viktorijanski Angliji zelo neobičajno, da bi statusno premožna ženska sploh iskala zaposlitev. Kljub temu je Florence ob družinskih potovanjih v London in v druga evropska mesta obiskovala bolnišnice in sanatorije, proučevala njihovo zgodovino ter prebirala poročila medicinskih komisij in zdravstvenih uradov. Ko je bila stara 33 let, je sprejela neplačano delovno mesto vodje Institucije za nego bolnih gospa v Londonu, kjer si je pridobila velik ugled.

Leta 1854 se je angleška vojska v vojni proti Rusiji pridružila turškim oboroženim silam na Krimu. Že iz prvih poročil z bojišča je angleška javnost izvedela, da tam ranjeni vojaki niso deležni niti osnovne medicinske oskrbe. Florence je ponudila svojo pomoč. S skupino medicinskih sester je odpotovala na vojno območje, kjer je kmalu ugotovila, da sistem oskrbe in nege sploh ne deluje. Širile so se bolezni kot so kolera, tifus in griža, primanjkovalo je nujno potrebnih medicinskih pripomočkov, prostori in oblačila ranjencev so bili umazani in poraba pitne vode strogo racionalizirana. V teh razmerah je umrl skoraj vsak drugi bolnik,

vendar to v bolnišničnih dokumentih ni bilo pravilno evidentirano. Florence je takoj začela uvajati spremembe. Poskrbela je za čistočo in stopila v stik z vojaškimi dobavitelji, da bi odpravila probleme pri oskrbi. V ta namen je zaprosila za finančno pomoč v matični državi in žrtvovala tudi svoje prihranke. Ker se pri svojem delu ni ozirala na ugovore vojaških zdravnikov, je sama naročila izgradnjo novih prostorov in nabavo potrebne opreme. Na njeno zahtevo so uredili prostore za preživljanje prostega časa ter organizirali razne tečaje in predavanja. Poskrbela je tudi za vodenje natančnih bolniških kartotek. Kmalu po uvedbi izboljšav je umrljivost znatno upadla in morala vojakov se je občutno izboljšala. Možje so jo občudovali in spoštovali. Z mešanico taktike, zdrave človeške pameti, političnega vpliva in močne avtoritete je tako Florence reorganizirala vojno bolnišnico.

Po povratku v VB je odklanjala vse javne počastitve in sprejela le tista povabila, ki so služila njenemu poslanstvu. Svoje delo je namreč namenila nadaljnjemu izboljševanju zdravstvenih razmer v celotni britanski vojski. Njeno orožje pri tem je bila obsežna zbirka zdravstvenih statističnih podatkov. Pri svojem delu je prepoznala pomembnost matematike in statistike ter si s tovrstnim znanjem veliko pomagala. Delala je tudi z Williamom Farrom, takratnim vodilnim statistikom v Angliji. Leta 1858 je natisnila Zapise o zdravju, učinkovitosti in bolniški administraciji v britanski vojski, ki so obsegali statistično analizo vzrokov bolezni in smrtnosti v vojski. Izdala je Zapise o bolnišnicah in ustanovila Nightingale šolo za izobraževanje medicinskih sester. Dijakinje šole so živele v domovih za medicinske sestre, kjer so zagovarjali in širili moralni način življenja. Napisala je znano knjigo Zapisi o negovanju: Kaj to je in kaj to ni, ki jo v šolah za medicinske sestre berejo še danes. "Moje prve in zadnje misli, ki jih pomnim, gredo bolniški negi," je večkrat poudarjala (Bornstein, 2004, str. 67). Zahvaljujoč njenim prizadevanjem je bilo formiranih več komisij za preiskavo zdravstvenih razmer v vojski in družbi, ustanovljena je bila visoka medicinska šola, vzpostavljen je bil statistični oddelek in sanirane so bile vojašnice po vsej državi. Tako se je bolniška nega preobrazila v cenjen in moderen poklic medicinske sestre, ki se je močno razširil in se po kvalifikaciji uvrstil v kategorijo medicinskih poklicev.

Bornstein (2004, str. 67) si Florence ob primerjavi z drugimi socialnimi podjetniki težko predstavlja kot podjetnico, vendar priznava, da brez dvoma ustreza definiciji tega pojma. Po njegovem prepričanju je bistveno prispevala k povečanju izkoriščenosti zdravstvenih virov z etičnimi razsežnostmi. Odločilno je zaznamovala poklicno podobo medicinske sestre in razvila nove standarde za higieno in vodenje bolnišnic, ki so bili sprejeti po vsem svetu.

Niccolo Machiavelli (Bornstein, 2004, str. 68) v svoji klasični analizi moči in politike ugotavlja, da ni načrta, ki bi ga težje realizirali in mu zagotovili uspeh, kot je vpeljava novega reda. To dejstvo je zaskrbljujoče. Kdor želi takšen načrt uresničiti, si pridobi velike sovražnike v tistih, ki imajo koristi od starega sistema in le ohlapno podporo tistih, ki jim je bližji novi red. Stari sistemi niso v neskončnost pripravljeni sprejemati novih idej ali informacij in njihovi zagovorniki se lahko izredno nesprejemljivo odzovejo na naprednejše spremembe. To je Florence v mnogih bojih z britanskimi vojaškimi oficirji tudi spoznala.

Družba potrebuje danes etično motivirane socialne podjetnike, kakršna je bila Florence Nightingale. Le takšni lahko prelomijo stare negativne vzorce obnašanja in vpeljejo stvari v nove tirnice. Drayton (2006, str. 45) jo opisuje kot transformatorko javnega zdravstva, bolniške nege, nastanitvenih pravil in celo uporabe statistike v javnih razpravah. Danes Florence enači z Muhammadom Yunusom, ki globalno trži mikrokredite in Yeroo Billimoria, katerega brezplačna telefonska linija Childline za pomoč otrokom z ulice se širi po vsej Indiji in tudi izven njenih meja.

4.4 SKUPNOST SAN PATRIGNANO

V zgodnjih 70-ih letih prejšnjega stoletja, ko se je v Italiji odvisnost od mamil zelo razširila in zahtevala mnoga mlada življenja, je imelo tudi mesto Rimini resen problem z odvisniki na ulicah. Vincenzo Muccioli je že kot mladenič čutil sočutje do teh ljudi. Poskušal je razumeti njihovo izbiro in jih ni obsojal kot številni drugi. Želel jim je pomagati, zato je oktobra 1979 z najožjimi prijatelji ustanovil kooperativo San Patrignano. Po njegovem prepričanju je med problemi, s katerimi se soočajo odvisniki, jemanje mamil še najmanj pomembno (Perrini, Fazzolari, 2006, str. 175-176): "Jedro problema niso mamila, niti nezmožnost upreti se jim: temveč človeško bitje s strahovi in črnimi luknjami, ki grozijo, da ga bodo potegnile vase. Zato ne želim govoriti niti slišati, da je naša skupnost namenjena odvisnikom od mamil. To je skupnost za življenje, kjer lahko ponovno zaživiš po letih socialne izobčenosti. Če res potrebujemo definicijo, je to skupnost proti socialni izključenosti." San Patrignano predstavlja izjemen model socialnega podjetništva, kjer se prepletata ekonomsko in socialno področje delovanja. Nadaljuje vizijo svojega ustanovitelja, da s pomočjo strategije pridobivanja dohodkov rešuje težaven socialni problem in hkrati ustvarja dobiček za samofinanciranje. Primer sta opisala avtorja Francesco Perrini in Sandro Fazzolari (2006, str. 171-191).

Skupnost je v zadnjih 25. letih nudila dom skoraj 40.000 odvisnikom. Letno je v skupnosti povprečno 1600 članov, ki zaključijo program v približno treh letih. Vsako leto sprejmejo okoli 600 novih odvisnikov, a to število se v zadnjem času še povečuje. Prvo leto okrevanja je poudarjen terapevtski vidik. V naslednjem letu lahko člani izberejo delo, ki najbolj ustreza njihovim sposobnostim. Z dvema učiteljema živijo v skupinah od 10 do 12 ljudi, s katerimi tudi delajo. Novi člani morajo takoj po prihodu prenehati jemati mamila in začeti z aktivnim delom. Če v času zdravljenja zapadejo v krizo, jih medicinsko osebje oskrbi z nujno potrebnimi zdravili. Prvo, najtežje obdobje odvajanja člani praviloma prebrodijo ob podpori inštruktorjev in s spodbudami znotraj skupnosti. Dnevna opravila, ki so za nas samoumevna, so z vidika urejenosti, pravočasnosti in natančnosti integrirana v sklop odgovornosti in so dober pokazatelj napredka posameznika. S takšnim pristopom in odlično organizacijo dela San Patrignano dosega velike socialne koristi, poleg tega pa v izvajanje svojega poslanstva vključuje socialno podjetništvo. Po končanem programu se namreč 70% odvisnikov ponovno integrira v družbo in več kot 50% jih išče zaposlitev na področjih, za katera so se usposobili. Tisti, ki skupnosti ne želijo zapustiti, se lahko v prehodnem obdobju za dve leti zaposlijo v enem od sektorjev v kooperativi. Če želijo ostati še naprej, delajo kot osebje, za kar se je do sedaj odločilo okoli 100 oseb. Člani, ki po dveh ali več letih odidejo, so vedno dobrodošli v

skupnosti, razen tistih, ki niso uspešno zaključili svojega programa. Delovanje skupnosti namreč temelji na filozofiji predanosti in spoštovanja do samega sebe in do drugih, od tega je tudi odvisen uspeh programa zdravljenja za posameznika. Produktivno delo zavzema prioritarno vlogo v procesu zdravljenja, pomembna je kvaliteta dela in ne le kvantiteta.

Dejstvo, da se italijanska vlada ni vključevala v reševanje problemov odvisnosti od mamil, je v skupnosti prispevalo k podjetniškemu pristopu in iskanju sredstev za preživetje. Ta si je namreč v prepričanju, da trajne prošnje za pomoč in donacije pomenijo pomanjkanje dostojanstva, že od samega začetka postavila cilj, da se bo preživljala sama. Tako so nenehne izboljšave na ekonomskem področju osnova za financiranje njene rasti in ohranjanje neodvisnosti. Leta 1994 so se v okviru fundacije San Patrignano izoblikovale tri socialne kooperative. Osredotočajo se na integriranje članov v delo in njihovo usposabljanje, kar je ključnega pomena za uspešnost tega projekta. Kooperative so razdeljene v proizvodne sektorje, ki delujejo tako za skupnost, kot tudi za zunanji trg.

Po ustanoviteljevi smrti, leta 1995, je vodenje skupnosti prevzel njegov sin Andrea Muccioli in vpeljal vrsto novih produktivnih dejavnosti ter s tem dosegel še večji mednarodni uspeh. Skupnost je postala bolj vpeta v zunanje aktivnosti, kot so zbiranje sredstev privatnih donatorjev, sodelovanje z drugimi centri za odvisnike, vplivala pa je tudi na politiko boja proti mamilom. Povečana dejavnost trženja in zbiranje finančnih sredstev je po eni strani dodatno okrepilo že delujoče aktivnosti terapijskega zdravljenja in po drugi strani utrdilo finančno strukturo, z namenom zagotavljanja dolgoročnega preživetja skupnosti.

Danes San Patrignano upravlja 56 industrijskih grozdov. Skupnost je osredotočena na določena ekonomska področja, ki so izpostavila Italijo kot uspešno in prepoznavno v svetu. Z ekonomskega vidika je bila zanjo investicija v proizvodnjo vina, dolgoročnega produkta San Patrignana, največje tveganje. Razvili so proizvodnjo vina iz kvalitetnejših sort grozdja, ki na trgu dosega tudi višjo ceno. Izvažajo ga v druge evropske države, ZDA in Kanado. Njihova znamka predstavlja po vsem svetu visoko kvalitetno vino. Še več, vina AVI, posvečena ustanovitelju Vincenzo Muccioliu, so osvojila priznanje za najboljša pridelana vina na enem od najpomembnejših italijanskih vinorodnih območij, v regiji Romagna. Člani skupnosti skozi leto organizirajo tudi vrsto športnih in drugih prireditev, med katerimi so svetovno odmevna jahalna tekmovanja. Tovrstne iniciative so prav tako dobičkonosne.

San Patrignano si pri uresničevanju svoje vizije nikoli ne dovoli, da bi ga zavirala omejena sredstva. Razpoložljiva sredstva uporablja učinkovito in s pritegnitvijo zunanjih partnerjev pridobiva tudi dodatne vire. Druga možnost zbiranja sredstev je možnost prodaje solidarnostnih delnic San Patrignana. Nakup delnic pomeni zagotoviti vitalno pomemben prispevek k njegovemu poslanstvu, sicer pa delnice nimajo velike ekonomske ali finančne vrednosti. Vsak delničar je upravičen do nekaj ugodnosti, vključujoč obiske skupnosti, participacijo letnih sestankov delničarjev in naročnino na časopis skupnosti. Določena sredstva pridobivajo tudi s sponzorstvom, s tem da dovoljujejo oglaševanje imena podjetja pri svojih aktivnostih in projektih. Ime San Patrignana se v reklamah povezuje z dobro znanimi

italijanskimi potrošnimi proizvodi in pri tem se del realizirane prodaje daruje skupnosti. Te iniciative krepijo ugled skupnosti in sodelujočih partnerjev.

Glede na dosežen uspeh se je za tovrstni terapevtski model povečal mednarodni interes. Pojavilo se je veliko ljudi in institucij z željo, da bi nekaj podobnega ustanovili tudi v njihovih državah. Model so tako posnemali na Švedskem, na Norveškem, na Nizozemskem in v Kanadi. Skupaj s sedmimi velikimi evropskimi in ameriškimi organizacijami je San Patrignano leta 1995 ustanovil Mednarodno združenje proti drogam, Mavrica, ki danes obsega 200 združenj in rehabilitacijskih ustanov po vsem svetu. To je popolnoma prostovoljna in nedobičkonosna asociacija s ciljem povezovanja nacionalnih in mednarodnih terapevtskih skupnosti. Borijo se za kulturo življenja in delujejo proti kakršnikoli obliki legalizacije mamil. Z enakim poslanstvom vodijo, skupaj z drugimi prostovoljnimi organizacijami, tudi nacionalne kampanje v Italiji.

Ugotavljam, da je San Patrignano značilni model socialnega podjetništva, saj izpolnjuje vse kriterije v najpogosteje citirani opredelitvi socialnega podjetnika, ki jo zagovarja Dees (2005, str. 4). Primer dokazuje, da lahko povezava podjetniškega načela s socialnim ciljem vodi do ustanovitve in delovanja svetovno uspešne skupnosti za rehabilitacijo odvisnikov od mamil in socialnih izobčencev. Ne zanaša se na družbo in privatne finance, temveč je samostojni akter, ki nudi brezplačne storitve znotraj skupnosti tistim, ki jih potrebujejo in hkrati presega njene meje s proizvodnjo dobrin za trženje. Če na kratko povzamem, gre za opustitev mamil, pomembnost zaposlitve in osebne odgovornosti, sprejetje članov v skupnost brez socialnih, političnih ali religioznih razlikovanj, brezplačno nudenje uslug, poklicno usposabljanje, razvoj preventivnih in družinskih podpornih aktivnosti ter zbiranje ekonomskih virov za lastne proizvodne aktivnosti. Zdravljenje članov ostaja primarna dejavnost, ki po pomembnosti prekaša katerikoli ekonomski cilj.

4.5 CAFEDIRECT: PRAVIČNA TRGOVINA

V zadnjih desetletjih se je znatno povečala svetovna trgovina in zblížala proizvajalce v državah v razvoju s potrošniki v razvitih državah. Razmah industrializacije je prinesel bogastvo v določene dele sveta, kot je Azija, medtem ko so določene regije v Afriki in Latinski Ameriki ostale izven tega dogajanja. Slednje so pričakovale, da jim bo vir dohodkov predvsem povečana domača kmetijska proizvodnja, namenjena izvozu na svetovni trg. Za ta namen so usposabljale kmete, da so pričeli pridelovati tudi za prodajo. Proizvodnja kmetijskih pridelkov se je sicer povečala, a je trend padanja cen močno prizadel številne majhne pridelovalce.

Z namenom pomagati prav tem proizvajalcem se je razvil koncept pravične trgovine, ki zagotavlja minimalne odkupne cene, usposabljanje in tudi dolgoročno financiranje. Za razliko od ostalih razvojnih programov, financiranih s strani vlade, se ta financira s strani potrošnikov v razvitem svetu. Potrebno je poudariti, da tako pravična trgovina ni le dobrodelna donacija, ampak več od tega. Njeni proizvodi se prodajajo po zaščiteni ceni.

Newman (Hockerts, 2006, str. 193) pravi, da je pravična trgovina trgovinsko partnerstvo, zasnovano na medsebojnem dialogu, spoštovanju in transparentnosti, ki išče večjo pravičnost v mednarodni trgovini. Marginaliziranim proizvajalcem nudi boljše trgovalne pogoje, ščiti njihove pravice in s tem mnogo prispeva k njihovemu trajnemu razvoju. Tovrstne organizacije se aktivno vključujejo v podporo proizvajalcem, v povečevanje osveščenosti in v aktivnosti za spremembe pravil in praks delovanja konvencionalne mednarodne trgovine.

Med značilnostmi pravične trgovine sodi na prvo mesto močna razvojna motivacija. Z njo želi pomagati samozaposlenim majhnim proizvajalcem, da razvijejo sposobnosti za dostop do trgov po cenah, ki jim omogočajo trajno preživetje. Njeno osnovno orodje je doseganje minimalnih zajamčenih cen, ki morajo biti zagotovljene, četudi je dosežena svetovna tržna cena nižja. V primeru, da se ta dvigne nad minimalno ceno, se proizvajalcem priznajo dodatne premije v višini 5-10%. Trgovanje običajno vodijo posebej za ta namen ustanovljene alternativne trgovinske organizacije (v nadaljevanju ATO). Proizvajalcem je zagotovljeno predplačilo v višini 60% celotne vrednosti naročenega blaga. S tem jim je omogočen nakup semen in gnojila. Pravična trgovina skrbi za izobraževanje proizvajalcev na področju kontrole kvalitete in trženja. ATO ne trgujejo neposredno s posameznimi majhnimi proizvajalci, ampak s kooperativami, v katere so ti združeni. Kooperative običajno tudi odločajo o uporabi pridobljenih premij, in sicer za namene, ki koristijo vsem članom (npr. zgraditev skladiščnih prostorov ali nakup dostavnega vozila).

Korenine pravične trgovine lahko iščemo v dobredelnih organizacijah. Ena od njih je bil Oxfordski odbor za podporo boju proti lakoti (v nadaljevanju Oxfam), ki je med drugo svetovno vojno zbiral sredstva za Rdeči križ. Po vojni je prerasel v eno najpomembnejših britanskih organizacij za lajšanje posledic naravnih katastrof in lakote po svetu. Poleg denarnih donacij je odbor zbiral tudi donacije v materialu, kot so npr. stara oblačila, ki so se potem prodajala preko razširjene mreže trgovin. Preko te mreže je leta 1964 začel uvažati in tržiti izdelke domače obrti iz Juga, iz česar se je kasneje razvila pravična trgovina podjetja Oxfam. V zgodnjih 70-ih letih prejšnjega stoletja so začeli v trženje vključevati tudi kavo. VB je namreč darovala staro opremo za izdelovanje mlete kave skupini majhnih proizvajalcev v Tanzaniji. Tako je nastala Afriška kava, ki je bila najverjetneje prva kava pravične trgovine v svetu, jo pa še danes lahko najdemo v nekaterih svetovnih trgovinah.

Sčasoma je pravična trgovina opustila dobrodelne okvire in se oprla na bolj zanesljivo osnovo, to je solidarnost med potrošniki in proizvajalci. Pri tem beležimo dva razvojna mejnika. Novo nastale ATO so se predano posvetile razvoju s promocijami te nove trgovinske dejavnosti in začele graditi lastno distribucijsko mrežo skozi specializirane svetovne trgovine. Za dobrodelne ustanove je namreč pravična trgovina le ena od njenih mnogih aktivnosti. Proizvajalci, prejšnji prejemniki donacij, so sedaj postali poslovni partnerji in tako premaknili težišče pravične trgovine od dobrodelništva k višji in zanesljivejši razvojni obliki.

ATO so se neprestano nadgrajevale. Za dolgoročne odnose s proizvajalci so morale poznati specifičnosti njihovega delovanja glede na različnosti po regijah. Morale so tudi razumeti, da

so njihove potrebe vezane na potrošnike. Niso gledale več le na takojšnje zasluge iz trgovanja, ampak so proizvajalcem pomagale z izobraževalnimi in drugimi programi podpore in jih tako skušale čim bolj usposobiti za tržno proizvodnjo. Pomembne so predvsem tri britanske ATO, ki so kasneje skupaj z Oxfam ustanovile CafeDirect. To so Tradecraft za nakup in prodajo blaga po pošti, Equal Exchange, ki je trgovala z instant kavo iz Tanzanije, in Twin Trading, ki je tržila marmelado, med ter orehe iz Afrike in Latinske Amerike.

V 80-ih letih prejšnjega stoletja je prodaja preko ATO stagnirala in se začela celo zmanjševati, delno tudi zato, ker so se nekateri kupci začeli vračati k nakupu tradicionalnih proizvodov. Nužen je bil preobrat v razmišljanju in v tržnem konceptu delovanja ATO. Potrebno je bilo bolj upoštevati želje kupcev ter jih usklajevati z možnostmi proizvajalcev, skrbeti za razvoj in kvaliteto proizvodov, kakor tudi posvečati več pozornosti trženju končnim potrošnikom. Značilno je, da je začetni pritisk za tovrstne spremembe prišel od proizvajalcev v državah v razvoju, ker so prav ti trpeli zaradi velikega padca cen, predvsem kave. Vzpodbujene s strani proizvajalcev so se štiri že omenjene ATO konec leta 1989 sestale z namenom, da bi proučile možnosti za povečanje rasti pravične trgovine. Začrtale so si dva cilja. Razvile naj bi blagovno znamko kave, ki bi jo tržile vse ATO, namesto da vsaka prodaja svojo kavo. S to blagovno znamko naj bi prodrle v glavne distribucijske kanale, kot so supermarketi, gostilne in kavarne. Njihova strategija je bila olajšati nakup produktov pravične trgovine in ga narediti kupcem bolj privlačnega.

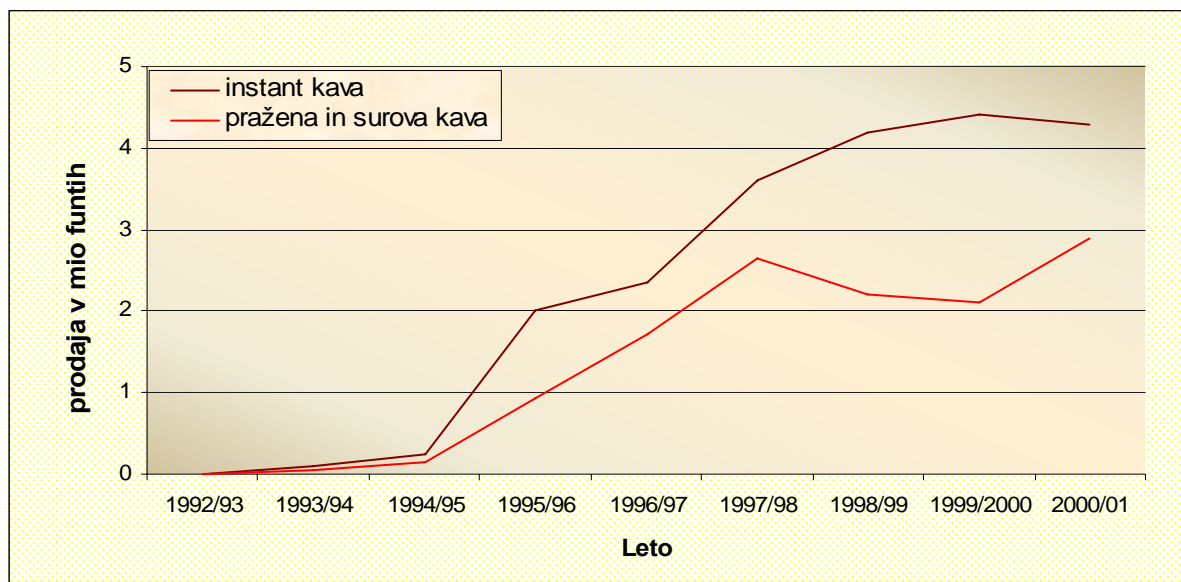
Leta 1992 je bilo uradno ustanovljeno podjetje CafeDirect. S svojo ponudbo, v 600 Oxfam trgovinah in Tradecraft katalogu za prodajo po pošti, je CafeDirect dosegla velik del potencialnih kupcev. Že leto kasneje ji je kot prvi uspelo vključiti proizvode pravične trgovine v supermarkete po vsej VB. Kasneje je razširila ponudbo s predstavitvijo in vpeljavo prodaje prve instant kave, s katero je prodrla na vse glavne trge v državi. V VB od vseh kav popijejo namreč 80% tovrstne kave. V tem času je razširitev trga pravične trgovine na splošno prinesla tudi vpeljavo oznake pravične trgovine na prodajne izdelke. V začetnem obdobju je bil njen ugled zadostna garancija in prepoznavnost teh izdelkov za potrošnike. Pozneje, ko se je povečalo število artiklov in distribucijskih poti, so postali potrošniki bolj nezaupljivi. Nujno je bilo vpeljati enovit označevalni sistem, ki je jamčil, da se prodajajo samo proizvodi, ki ustrezajo določenim standardom. To vlogo britanskega varuha znamke pravične trgovine je prevzela fundacija Fairtrade.

Največjo rast je CafeDirect zabeležila med letoma 1994 in 1997. Po spremembi v vodstvu podjetja, leta 1998, so vključili v prodajo nekaj novih proizvodov, med njimi tudi čaj, in predvsem izboljšali vrsto prodajane kave. Vpeljava boljše vrste pražene in surove kave se jim je obrestovala, saj se je njena prodaja znatno povečala (glej Sl. 6, na str. 39). Da bi zagotovili visoko kvaliteto kave, kontrolirajo njeno proizvodnjo in tudi nadzirajo proizvajalce na njihovih plantažah.

Za uspeh pravične trgovine so vsekakor pomembni tudi kupci. Ko ljudje kupujejo njene proizvode, gre za gesto nesebičnosti. Po besedah Bretmana (Hockerts, 2006, str. 202) pri teh nakupih ne gre za to, koliko proizvod koristi kupcu, temveč za to, kaj nekdo drug iz tega

pridobi. Najbolj pomemben prispevek CafeDirect je bil, da je to trditev obrnila na glavo. Raje kot samo osredotočanje na koristi revnim proizvajalcem, je dokazovala, da koristi tudi potrošnikom. Medtem ko večina velikih uvoznikov kupuje kavo na spot trgu, ima pravična trgovina vzpostavljeno oskrbovalno verigo za visoko kvalitetno kavo, neposredno od samih izvornih proizvajalcev.

Slika 6: Trend prodaje kave CafeDirect v obdobju 1992-2000



Vir: Hockerts, 2003, str. 119.

Te nove aktivnosti so vodile pravično trgovino v večjo komercializacijo. Kar zagovarjajo ljudje iz klasično pojmovanega poslovnega sveta, je drugačno od tistega, kar je všeč ljudem v socialno orientiranih organizacijah. Tudi z vidika zaposlenih zasledimo velike razlike. Zakaj bi bil nekdo prikrajšan, če dela za pravično trgovino? Zakaj bi bil nekdo manj plačan za posel, ki je prav tako pomemben ali mogoče še pomembnejši samo zato, ker je v socialnem sektorju? Vzpostaviti pravo ravnotežje med obema pristopoma ni lahko. Prav to je uspelo CafeDirect. Kar nekaj desetletij je trajalo, da je ideja o pravični trgovini kot tržni inovaciji zaživela v praksi. Ne samo to, da je zaživela, temveč se je s pridobitvijo konkurenčnega deleža tudi krepko zasidrala na najpomembnejših trgih. To ji je uspelo iz dveh razlogov. Izkoristila je priložnost, ki so jo tradicionalne ustanove pravične trgovine zanemarjale, to so neposredne trgovalne poti od proizvajalcev do kupcev. Kot drugo pa je nadgradila prejšnjo strategijo zgolj označevanja svojih tržnih artiklov z vpeljavo blagovne znamke proizvodov, kar je zanjo pomenilo nov poslovni model. V VB je ta znamka postala sinonim za pravično trgovino s kavo. Uspešni inovativni pristop CafeDirect so posnemale tudi druge pravične trgovine v VB in na Nizozemskem. Pred kratkim je to motiviralo tudi tradicionalne ponudnike kave in trgovce za prodajo hrane, da vstopajo na te trge z lastnimi blagovnimi znamkami.

Pojavlja se vprašanje, zakaj tradicionalne ATO niso bile sposobne doseči tega, kar je uspelo CafeDirect. Pri poslovanju so bile soočene s finančnimi težavami, delovale so z izgubo ali pa so celo prenehale z določenimi trgovinskimi dejavnostmi. Odgovor bi bil, da zato, ker se

njihovo delovanje ni pravočasno odzivalo na spremembe. Ugotavljamo, da vodilni v teh organizacijah niso bili dovolj kvalificirani. Precej je bilo namreč prostovoljne delovne sile. Nekateri tudi niso bili motivirani, saj tovrstne organizacije ne nudijo dobrega plačila in tako težko pritegnejo visoko strokovni kader. Zvišati plače seveda ni etično, saj na drugi strani proizvajalci zaslužijo zelo malo.

Delovanje CafeDirect je bilo drugačno. Njena začetna strategija v obdobju 1993-1995 se je naslanjala na takrat tradicionalno vizijo delovanja pravične trgovine, s poudarkom na neke vrste dobrodelništvu, v korist domiciljnih pridelovalcev kave. To nam nazorno prikazujejo oglasi iz tega obdobja (glej Pril. 6). Sredi 90-ih let prejšnjega stoletja je prišlo do spremembe strategije delovanja v bolj podjetniško smer, z večjim poudarkom na kvaliteti tržene kave in približevanjem le-te k potencialnim kupcem. Preteči je namreč moralo kar nekaj let, preden so bili majhni proizvajalci zmožni proizvesti kavo visoke kvalitete. To je trajalo do leta 1999, ko je CafeDirect postavila kavo v središče svojega delovanja: poudarila je njene kvalitete – vonj, svežino in eksotični izvor. Naj zaključim, da ta novi pristop in strategija trženja kave praktično odražata bistvo pojma "podjetništvo", kot ga razumemo v teoriji socialnega podjetništva.

Mogoče bi bilo razmišljanje primerno zaključiti z vprašanjem ali je danes povpraševanje po kavi pravične trgovine že zapolnilo svojo tržno nišo ali bo le-to še naraščalo. Koliko lahko pravična trgovina še raste? Menim, da se bo cikel trgovanja s to blagovno znamko prej ali slej iztekel in poiskati bo treba novo tržno nišo za neko drugo prepoznavno vrsto blaga, kot je bil to primer kave pri CafeDirect. Predstavljeni primer je opisal avtor Kai Hockerts (2006, str. 192-209).

5. SKLEP

Muhammad Yunus pravi, da veliko problemov na svetu ostane nerešenih, ker še vedno pojmujeemo kapitalizem preozko. V tej naši ozki interpretaciji ustvarimo enodimenzionalno človeško bitje, ki igra vlogo podjetnika. Izoliramo ga od drugih dimenzij življenja, kot so religiozne, emocionalne in politične. V svojem poslovnem življenju se predaja le enemu poslanstvu – maksimiranju dobička. Podpira ga množica drugih enodimenzionalnih ljudi, ki mu z namenom doseganja istega poslanstva nudijo investicijski denar. Igra svobodnega trga poteka tako z enodimenzionalnimi investitorji in prav takimi podjetniki. Prevzeti smo z uspehom svobodnega trga in si nikoli ne drznemo podvomiti vanj. Zelo se trudimo spremeniti se v takšna človeška bitja, ki bi omogočila nemoteno funkcioniranje mehanizmov prostega trga. A opažamo, da ti vedno ne delujejo sinhronizirano, vendar ne zaradi tržnih pomanjkljivosti. Ljudje smo namreč vznemirljivo multidimenzionalni in zelo pisani, naša podoba ni črno-bela, ampak je obarvana z milijon barvami in sencami, ki jih te barve ustvarijo (Social Business Entrepreneurs Are the Solution, 2007). Mi smo nekaj več, ker smo humani, socialni, družbeni, nekateri od nas so socialni podjetniki.

Lahko bi rekla, da je skoraj nemogoče racionalno razložiti, zakaj postane posameznik socialni podjetnik, vendar ga je vsekakor možno prepoznati. Je človek, ki mu postane na neki točki njegovega življenja jasno, da mora uresničiti socialno idejo, ki jo že dolgo nosi v sebi. To lahko uresniči le takrat, ko sovpadajo njegova notranja pripravljenost, socialna nujnost in zgodovinska priložnost. Socialni podjetniki dokazujejo sposobnost stvari obnoviti, nadgraditi in ne uničiti. Ljudje, ki so prevzeli to poslanstvo, morajo sami v sebi priti do prepričanja, da lahko uspejo in te probleme tudi rešijo. Sposobnost vplivati na spremembe raste v njih dalj časa. Množica malih doseženih uspehov jim daje energijo za naprej in ti enkrat postanejo veliki in odmevni. Seveda potrebuje ta proces neko spodbudo, ki tem ljudem pravočasno vlije prepričanje, da se da svet spremeniti na bolje. Tisti, ki to prepričanje imajo, kažejo drugim pot naprej. Družba ima lahko le koristi, če takšne ljudi išče, opogumlja in jim pomaga. Njihova pripoved ne sme ostati zamolčana, njihovi somišljeniki in nasledniki jo morajo pripovedovati naprej.

Medtem ko je prvi opazen val socialnega podjetništva zrasel iz ustaljenih vzorcev dobroteljnosti in struktur javnega sektorja, je naslednji val že nadgrajeval te strukture, podiral institucionalne ovire in povzročal socialne spremembe globalne nestabilnosti današnjega sveta. Upam, da bo val tovrstnih sprememb dosegel tudi Slovenijo in bomo na tem področju dosegli konkretnejše premike.

Pomembno je, da so bili 13.10.2006 mikrokrediti Muhammada Yunusa in Grameen banke proglašeni za najmočnejše orožje sveta v boju za mir. V obrazložitvi, ob podelitvi Nobelove nagrade, jih je Švedska akademija imenovala za osvobajajoče sile v državah, kjer se morajo predvsem ženske boriti z represivnimi družbenimi in gospodarskimi razmerami. Ko se je Yunus zahvalil z besedami (Greene, 2006): "Če smo prej kričali, nas ljudje niso poslušali. Če sedaj samo šepetamo, nas bo slišal ves svet," je s tem odgovoril z besedami socialnih podjetnikov vsega sveta.

LITERATURA

1. Basle Andreja: V EU cvetijo socialna podjetja. *Gazela*, Ljubljana, 1(2005), 2, str. 14-16.
2. Bornstein David: Die Welt verändern. Social Entrepreneurs und die Kraft neuer Idee. Stuttgart : J. G. Cotta'sche Buchhandlung Nachfolger GmbH, 2004. 401 str.
3. Boschee Jerr, McClurg Jim: Toward a better understanding of social entrepreneurship: Some important distinctions. [URL: http://www.se-alliance.org/better_understanding.pdf], 10.12.2005.
4. Boschee Jerr: Merging Mission and Money: A Board Member's Guide to Social Entrepreneurship. New York : The National Center for Nonprofit Boards, 1998. 12 str.
5. Boschee Jerr: Social Entrepreneurship: The Promise and the Perils. Social Entrepreneurship. New Models of Sustainable Social Change. New York : Oxford University Press Inc., 2006, str. 356-390.
6. Boškovič Dragiša: Posojila za mir. *Delo*, Ljubljana, 48(2006), 245, str. 10.
7. Branco Davide et al.: Uvajanje socialnega podjetništva v Sloveniji: primerjalna študija: Italija, Avstrija, Slovenija. Pospesovalni center za malo gospodarstvo. Ljubljana : Kočevski tisk d.d., 2004. 79 str.
8. Bremec Beverli: Primerjalna analiza politik na trgu dela v Sloveniji in Italiji. Diplomsko delo. Ljubljana : Ekonomska fakulteta, 2003. 45 str.
9. Cook Beth, Dodds Chris, Mitchell William: Social Entrepreneurship: Whose responsibility is it anyway? The false premises of Social Entrepreneurship. Centre of Full Employment and Equity in Department of Social Work. Newcastle : The University of Newcastle, 2001. 32 str.
10. Cvenkel Helena, Zupan Slavka: Gorenjska in socialno podjetništvo. Prispevek z mednarodne konference "S socialnim podjetništvom do kakovostne družbe". Maribor : BSC Kranj, 2005, str. 1-3.
11. Dart Raymond: The Legitimacy of Social Enterprise. *Nonprofit Management & Leadership*, Cleveland, 14(2004), 4, str. 411-424.
12. Dees J. Gregory: The meaning of "Social Entrepreneurship". [URL: http://www.fuqua.duke.edu/centers/case/documents/dees_sedef.pdf], 13.07.2005.
13. Dees J. Gregory, Elias Jaan: The Challenges of Combining Social and Commercial Enterprise. *Business Ethics Quarterly*, Delaware, 8(1998), 1, str. 165-178.
14. Dorado Silvia, Haettich Holger: Social Entrepreneurship Ventures: Worth a Careful Look? Working Paper. UMASS Boston : College of Management, 2004. 24 str.

15. Drayton William: The Citizen Sector: Becoming as Entrepreneurial and Competitive as Business. *California Management Review*, 44(2002), 3, str. 120-132.
16. Drayton William: The Citizen Sector Transformed. *Social Entrepreneurship. New Models of Sustainable Social Change*. New York : Oxford University Press Inc., 2006, str. 45-55.
17. Duller Anne Marie: System of social entrepreneurship in Austria. Prispèvek z mednarodne konference "S socialnim podjetništvom do kakovostne družbe". Maribor : Neue Arbeit, 2005, str. 1-3.
18. Fouere Erwan: Social Entrepreneurship and Corporate Social Responsibility in the EU. Prispèvek z mednarodne konference "S socialnim podjetništvom do kakovostne družbe". Maribor : Predstavništvo evropske komisije v RS, 2005, str. 2-5.
19. Gaube Aleš: Nobelova nagrada za mir v roke borcu proti revščini. *Dnevnik*, Ljubljana, 56(2006), 280, str. 7.
20. Greene Jay: Taking Tiny Loans to the Next Level. *Business Week*, New York, 2006, 4011, str. 76-81.
21. Hazl Vanja, Marošek Julija: Študija obstoječega stanja na področju socialne ekonomije v Sloveniji. Prispèvek z mednarodne konference "S socialnim podjetništvom do kakovostne družbe". Maribor : Eim - Sklad za razvoj in usposabljanje človeških virov, 2005, str. 5-31.
22. Hazl Vanja, Marošek Julija: Priporočila za pripravo modela uvajanja socialnega podjetništva v Sloveniji. Prispèvek z mednarodne konference "S socialnim podjetništvom do kakovostne družbe". Maribor : Eim - Sklad za razvoj in usposabljanje človeških virov, 2005a, str. 2-13.
23. Henton Douglas, Melville John, Walesh Kimberly: The age of the civic entrepreneur: Restoring civil society and building economic community. *National Civic Review*, 86(1997), 2, str. 149-156.
24. Hillebrand Bettina: Social Entrepreneurship & soziales Kapital. Die Bedeutung von Beziehungsnetzwerken für Entrepreneure mit sozialer Mission. Diplomarbeit. Wien : Wirtschaftsuniversität Wien, 2005. 101 str.
25. Hockerts Kai: CafeDirect: fair trade as social entrepreneurship. *The New Social Entrepreneurship*. Cheltenham : Edward Elgar Publishing Limited, 2006, str. 192-209.
26. Hockerts Kai: Sustainability Innovations, Ecological and Social Entrepreneurship and the Management of Antagonistic Assets. Bamberg : Difo-Druck GmbH, 2003. 208 str.
27. Johnson Sherrill: Literature Review on Social Entrepreneurship. Research Associate. Edmonton : Canadian Centre for Social Entrepreneurship, 2000. 17 str.

28. Kovač Zdenka: Zakaj se socialno podjetništvo doslej v Sloveniji ni razvilo – potreba po sistematičnem pristopu. Prispevek z mednarodne konference "S socialnim podjetništvom do kakovostne družbe". Maribor : Sončnica, 2005, str. 1-6.
29. Leadbeater Charles: The rise of the Social Entrepreneur. London : Demos, 1997. 87 str.
30. Lužar Dušanka: Initiative v Podravju na področju uvajanja socialnega podjetništva. Prispevek z mednarodne konference "S socialnim podjetništvom do kakovostne družbe". Maribor : Eim - Sklad za razvoj in usposabljanje človeških virov, 2005, str. 1-3.
31. MacMillan Ian: Social Entrepreneurs: Playing the Role of Change Agents in Society. Pennsylvania : Knowledge@Wharton, 2003. 3 str.
32. Mair Johanna, Marti Ignasi: Social Entrepreneurship: What are we Talking About? A Framework for Future Research. Barcelona : University of Navarra - IESE Business School, 2004. 19 str.
33. Mair Johanna, Noboa Ernesto: Social Entrepreneurship: How Intentions to Create a Social Venture are Formed. Social Entrepreneurship. Hampshire : Palgrave MacMillan, 2006, str. 121-135.
34. Malačič Janez: Trg dela in pričakovani razvoj v Sloveniji. Ljubljana : Ekonomska fakulteta, 1996. 11 str.
35. Malaviya Prashant, Singhal Arvind, Svenkerud Peer-Jacob: Telenor in Bangladesh (A): The Prospect of Doing Good and Doing Well?. Fontainebleau : INSEAD, 2004. 19 str.
36. Malaviya Prashant, Singhal Arvind, Svenkerud Peer-Jacob: Telenor in Bangladesh (B): Achieving Multiple Bottom Lines at GrameenPhone. Fontainebleau : INSEAD, 2004a. 11 str.
37. Malaviya Prashant, Singhal Arvind, Svenkerud Peer-Jacob: Telenor in Bangladesh (C): The Way Forward. Fontainebleau : INSEAD, 2004b, 7 str.
38. Marino Alessandro: Teleserenita: home-assistance services for non-autonomous elderly people in Italy. The New Social Entrepreneurship. Cheltenham : Edward Elgar Publishing Limited, 2006, str. 224-236.
39. Marktl Inge: Neue Arbeit. Prispevek z mednarodne konference "S socialnim podjetništvom do kakovostne družbe". Maribor : Neue Arbeit, 2005, str. 1-3.
40. Nagernik Irena: Koroška iniciativa na področju uvajanja socialnega podjetništva. Prispevek z mednarodne konference "S socialnim podjetništvom do kakovostne družbe". Maribor : A.L.P Peca, 2005, str. 1-3.
41. Nicholls Alex: Social Entrepreneurship. New Models of Sustainable Social Change. New York : Oxford University Press Inc., 2006. 429 str.

42. Perrini Francesco: The New Social Entrepreneurship. Cheltenham : Edward Elgar Publishing Limited, 2006. 341 str.
43. Perrini Francesco, Fazzolari Sandro: San Patrignano: a sustainable model for social entrepreneurship. The New Social Entrepreneurship. Cheltenham : Edward Elgar Publishing Limited, 2006, str. 171-191.
44. Petrovčič Vida: Zmeda glede vloge socialnega podjetništva. Podjetnik, Ljubljana, 14(2005), 7, str. 21.
45. Skledar Štefan: Kooperative kot oblika (samo)zaposlovanja mladih. Zbornik 2. posveta na temo Zaposlovanje – Socialno vključevanje. Dvigovanje zaposlitvenega potenciala mladih. Ljubljana : Urad Republike Slovenije za mladino in Mladinski ceh – Nefiks, 2005, str. 62-68.
46. Stankovič Tanja: Največ tistim, ki imajo najmanj. Delo, Ljubljana, 47(2005), 159, str. 15.
47. Svetlik Ivan et al.: Politika zaposlovanja. Ljubljana : Fakulteta za družbene vede, 2002. 498 str.
48. Thompson John, Alvy Geoff, Lees Ann: Social entrepreneurship – a new look at the people and the potential. Management Decision, Huddersfield, 38(2000), 5, str. 328-338.
49. Thompson John: The World of the Social Entrepreneur. The International Journal of Public Sector Management, Huddersfield, 15(2002), 4/5, str. 412-431.
50. Tommasini Giacinto: Legal frameworks of social economy in EU. Prispevek z mednarodne konference "S socialnim podjetništvom do kakovostne družbe". Maribor : Irecoop Veneto, 2005, str. 1-4.

VIRI

1. A short history of Grameen Bank. Grameen. [URL: <http://www.grameen-info.org/bank/hist.html>], 18.10.2006.
2. Ashoka Facts. Ashoka Innovators for the Public. [URL: <http://www.ashoka.org/facts>], 04.03.2007.
3. Credit delivery sistem. Grameen. [URL: <http://www.grameen-info.org/bank/cds.html>], 18.10.2006.
4. Grameen Bank. Grameen. [URL: <http://www.grameen-info.org/bank/index.html>], 03.05.2007.

5. Grameen Bank At a Glance. Grameen. [URL: <http://www.grameen-info.org/bank/GBGlance.htm>], 18.10.2006.
6. HR Statement on Microcredit – 59th UN General Assembly session. Grameen. [URL: <http://www.grameen-info.org/bank/HRStatement.html>], 18.10.2006.
7. Idea and Principles. Banca Popolare Etica. [URL: <http://www.bancaetica.com/inglese>], 30.06.2006.
8. Key Information of Grameen Bank. Grameen. [URL: [http://www.grameen-info.org/infoharvus\\$.html](http://www.grameen-info.org/infoharvus$.html)], 18.10.2006.
9. Poslanstvo. Center za avtizem. [URL: <http://www.avtizem.org/vsebina.asp?str=1&st=0>], 17.10.2006.
10. Program ukrepov APZ za obdobje 2007-2013. 26 str. [URL: http://www.ess.gov.si/slo/Dejavnost/Programi/apz_2007_2013.pdf], 05.05.2007.
11. Promoting a European framework for Corporate Social Responsibility. Green Paper. Bruselj : Commission of the European Communities. 32 str. [URL: http://portal.etsi.org/public-interest/Documents/policy%20documents/SocialResponsibility/com2001_366.pdf], 18.06.2006.
12. Prostovoljci. Center za avtizem. [URL: <http://www.avtizem.org/vsebina.asp?str=4&st=0>], 17.10.2006.
13. Savings. Banca Popolare Etica. [URL: <http://www.bancaetica.com/inglese/default.php?ID=2875&antepriima=>], 30.06.2006.
14. Social Business Entrepreneurs Are the Solution. Grameen. [URL: <http://www.grameen-info.org/bank/socialbusinessentrepreneurs.htm>], 14.02.2007.
15. Statement on the Co-operative Identity. [URL: <http://www.ica.coop/coop/principles.html>], 09.02.2006.
16. Ten Indicators To Assess Poverty level. Grameen. [URL: <http://www.grameen-info.org/bank/tenindicators.htm>], 18.10.2006.
17. Trg dela in Evropski socialni sklad v Sloveniji, MDDSZ. 24 str. [URL: http://www.mddsz.gov.si/fileadmin/mddsz.gov.si/pageuploads/dokumenti__pdf/trg_dela_ess_slo.pdf], 05.09.2004.
18. What is Microcredit?. Grameen. [URL: <http://www.grameen-info.org/mcredit/index.html>], 18.10.2006.
19. Zgodovina. Center za avtizem. [URL: <http://www.avtizem.org/vsebina.asp?str=56>], 17.10.2006.

PRILOGE

PRILOGA 1

DEFINICIJE OMEJENEGA POGLEDA NA SOCIALNO PODJETNIŠTVO.....	1
DEFINICIJE RAZŠIRJENEGA POGLEDA NA SOCIALNO PODJETNIŠTVO.....	1

PRILOGA 2

ITALIJANSKI ZAKONODAJNI OKVIR ZA SOCIALNA PODJETJA	3
--	---

PRILOGA 3

PRIKAZ POMEMBNEJŠIH KAZALCEV ZA GB V LETIH OD 2001 DO 2005	4
--	---

PRILOGA 4

POSLOVNI DELEŽI V SKUPNEM PRIHODKU PODJETJA TELENOR	5
---	---

PRILOGA 5

PRIKAZ DELOVANJA PODJETJA TELENOR PO DRŽAVAH V LETU 2002.....	6
---	---

PRILOGA 6

OGLAŠEVANJE CAFEDIRECT	7
------------------------------	---

PRILOGA 7

ABECEDNI SLOVAR TUJIH IZRAZOV	8
-------------------------------------	---

PRILOGA 1

Definicije omejenega pogleda na socialno podjetništvo:

a) Pravila igre za nedobičkonosne organizacije so se v zadnjih 20. letih dramatično spremenila ... Menedžerji in člani uprave, ki si kot cilj ne zastavljajo le dobička, čedalje pogosteje spoznavajo, da se za lasten obstoj lahko zanesejo le nase ... to jih seveda vodi v svet podjetništva ... Socialni podjetnik je vsaka oseba, v kateremkoli sektorju, ki se poslužuje strategije pridobivanja dohodka za uresničitev socialnih ciljev (Boschee in McClurg, 2005, str. 1-3).

b) Socialni podjetniki so nedobičkonosni akterji, ki posvečajo vedno več pozornosti tržnim zakonitostim, ne da bi pri tem zanemarili svoje osnovno poslanstvo ter tako lovijo ravnotežje med moralnimi normami in dobičkonosnimi motivi - to krmarjenje je srce in duša gibanja (Boschee, 1998, str. 2).

c) Spremembe od konvencionalno nedobičkonosnega k socialnemu podjetju so velike: od izrazitega nedobičkonosnega do hibridnega nedobičkonosnega - za dobiček; od poudarka na socialnosti k dvojnemu poudarku na socialnem poslanstvu in denarju; od konvencionalno nedobičkonosnih storitev do podjetniškega planiranja in poslovnih modelov ter od odvisnosti od donacij, članarin in državnih dotacij do vedno pogostejšega ustvarjanja lastnih prihodkov in povratnih investicij (Dart, 2004, str. 415).

Definicije razširjenega pogleda na socialno podjetništvo:

a) Socialni podjetniki nastopajo kot dejavniki sprememb v socialnem sektorju, in sicer (Dees, 2005, str. 4):

- s prepoznavanjem, oblikovanjem in ohranjanjem socialnih vrednot,
- z nenehnim prizadevanjem za odkrivanje novih možnosti,
- s stalnimi inovacijami, prilagajanjem in učenjem,
- s pogumnim delovanjem ob neobremenjenosti z rednimi viri sredstev ter
- z izražanjem visoke ravni občutljivosti za uporabnike svojih proizvodov.

b) Socialno podjetništvo je proces, pri katerem ustanovitev novega poslovnega podjetja povečuje socialno bogastvo in s tem koristi tako družbi kot tudi podjetniku. Pri tem gre za ustvarjanje novih delovnih mest, povečevanje produktivnosti, nacionalne konkurenčnosti ter boljšo kvaliteto življenja (MacMillan, 2003, str. 1).

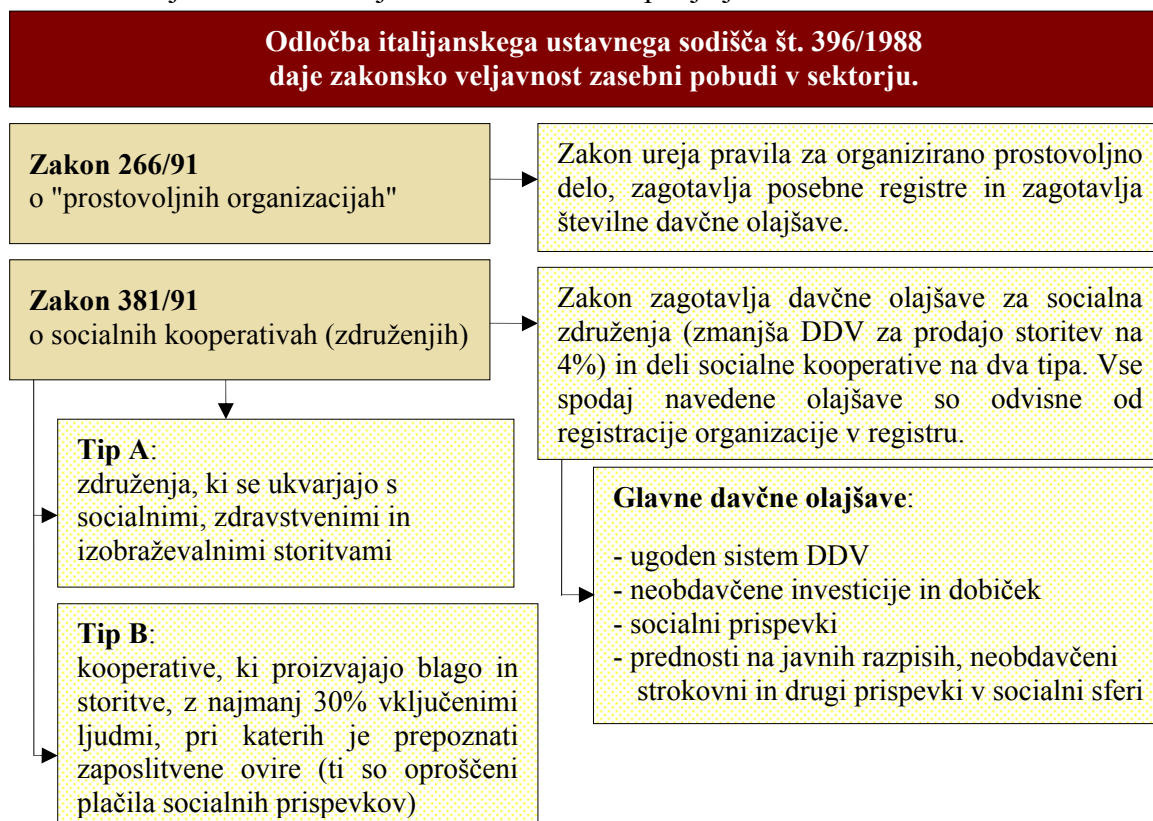
c) Socialno podjetništvo opredeljujemo kot inovativno uporabo virov za raziskovanje in izkoriščanje potencialov, ki na trajno uravnovežen način zadovoljujejo socialne potrebe (Mair in Noboa, 2006, str. 122).

d) Socialno podjetništvo se pojavlja kot inovativni pristop za reševanje kompleksnih socialnih potreb. Socialnopodjetniško delovanje, s poudarkom na reševanju problemov in socialnih inovacijah, ruši tradicionalne meje med javnim, zasebnim in nedobičkonosnim sektorjem ter daje prednost hibridnim modelom dobičkonosnih in nedobičkonosnih dejavnosti (Johnson, 2000, str. 1).

e) Med socialne podjetnike uvrščamo tiste ljudi, ki se zavedajo priložnosti in zbirajo potrebne vire za oblikovanje sprememb, z namenom zadostiti potrebam, ki jih državni sistem blaginje ne bo in ne more zadovoljiti (Thompson et al., 2000, str. 328).

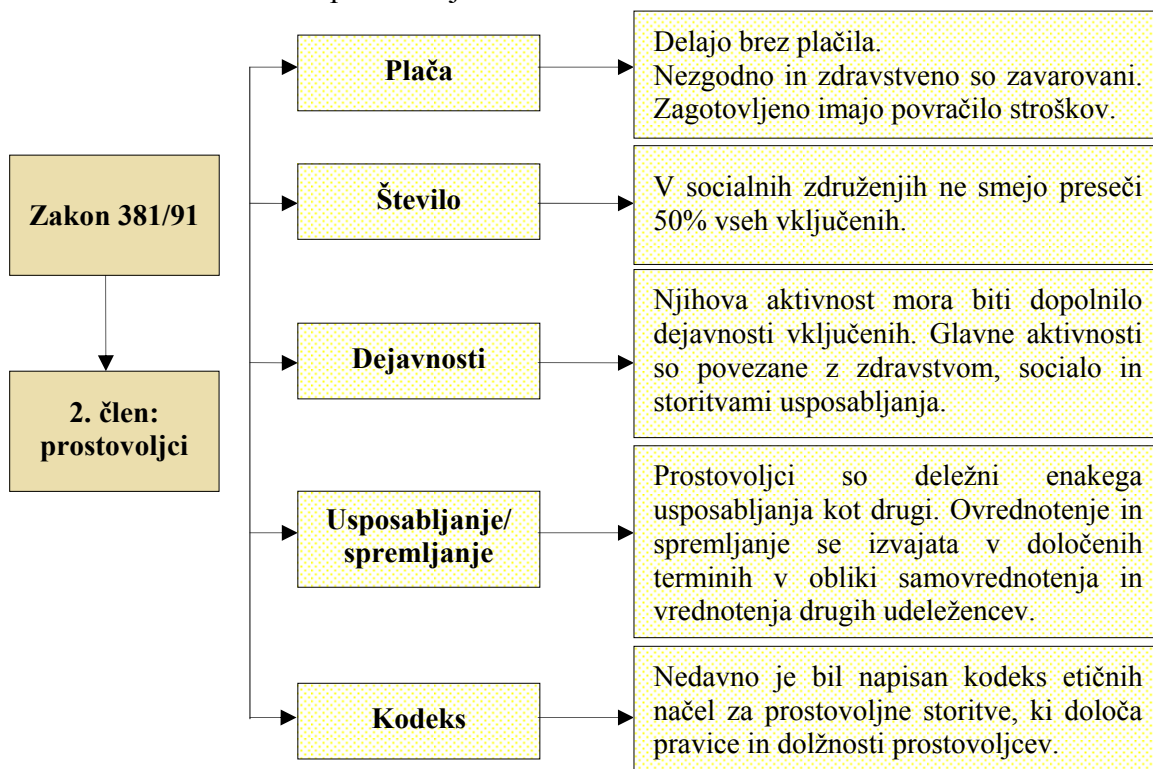
PRILOGA 2

Slika 1: Italijanski zakonodajni okvir za socialna podjetja



Vir: Branco et al., 2004, str. 26.

Slika 2: Zakon 381/91 o prostovoljnih storitvah



Vir: Branco et al., 2004, str. 27.

PRILOGA 3

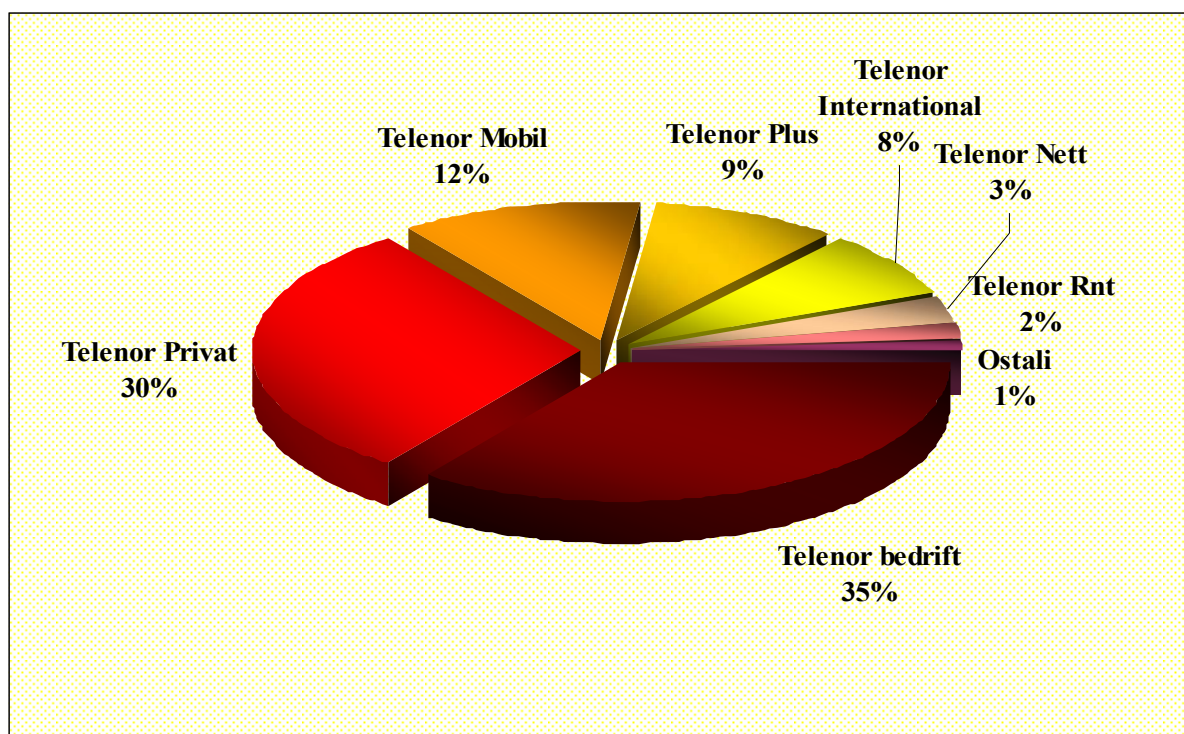
Tabela 1: Prikaz pomembnejših kazalcev za GB v letih od 2001 do 2005

LETO	2001	2002	2003	2004	2005
Dobiček (v mio USD)	1.05	1.03	6.12	7.00	15.21
Depoziti (v mio USD)	127.32	162.77	227.66	343.52	487.12
Neporavnane obveznosti (v mio USD)	223.37	218.04	274.04	331.76	427.53
Depoziti kot % neporavnanih obveznosti	57%	75%	83%	104%	114%
Posojila od bank in drugih institucij (v mio USD)	175.67	120.51	72.08	48.02	29.22
% podružnic, ki ustvarjajo dobiček in so starejše od enega leta	29%	37%	58%	70%	95%
% podružnic, ki ustvarjajo dobiček in so mlajše od enega leta	0%	0%	29%	31%	33%
Celotna letna izplačila (v mio USD)	286.96	271.99	369.32	435.10	610.52
Kumulativna izplačila (v mio USD)	3393.45	3667.52	4180.21	4615.31	5225.83
Število komitentov (v milijonih)	2.38	2.48	3.12	4.06	5.58
Število vključenih vasi	40.477	41.636	43.681	48.472	59.806
Število zaposlenih	11.841	11.709	11.855	13.049	16.200
Število podružnic	1173	1178	1195	1358	1740

Vir: Key Information of Grameen bank, 2006.

PRILOGA 4

Slika 3: Poslovni deleži v skupnem prihodu podjetja Telenor



Vir: Malaviya et al., 2004, str. 16.

PRILOGA 5

Tabela 2: Prikaz delovanja podjetja Telenor po državah v letu 2002

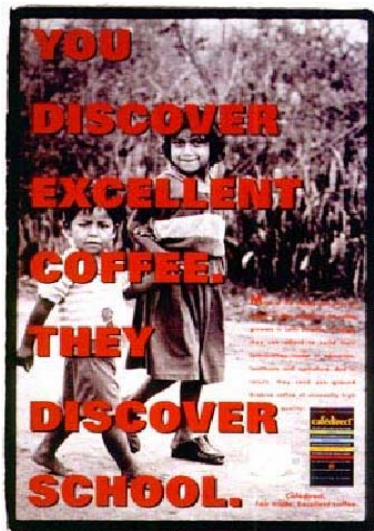
Država	Število prebivalcev (v milijonih)	Tržni delež mobilne telefonije (v %)	Telenor			
			Število naročnikov (v tisoč)	Povprečni dohodek na uporabnika (v NOK)	Prihodki (v mio NOK)	Tržni delež (v %)
Bangladeš	131	0.9	769	172	1589	69
Malezija	23.8	37	1616	180	2715	19
Tajska	61.2	29	5130	-	4902	32
Madžarska	10.2	68	2450	180	4505	38
Ukrajina	49.8	7.8	1856	113	708	50
Danska	5.4	84	1103	-	4121	30
Norveška	4.5	84	2382	340	9441	61

Vir: Malaviya et al., 2004a, str. 11.

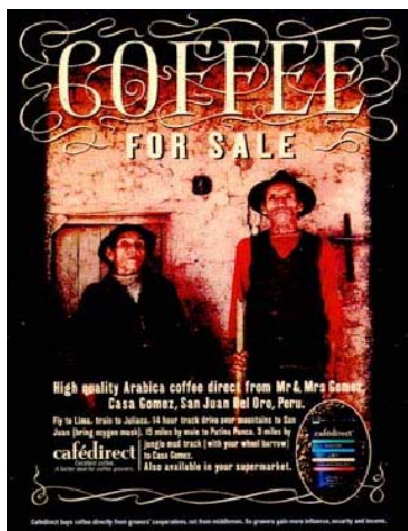
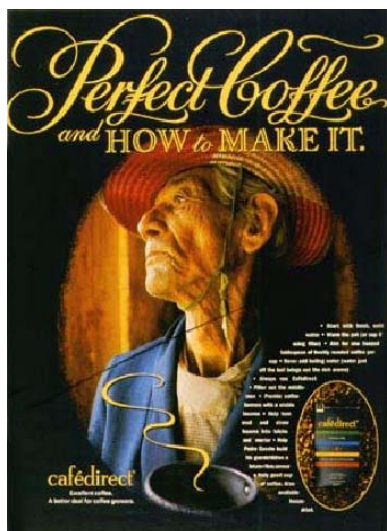
PRILOGA 6

Oglaševanje CafeDirect:

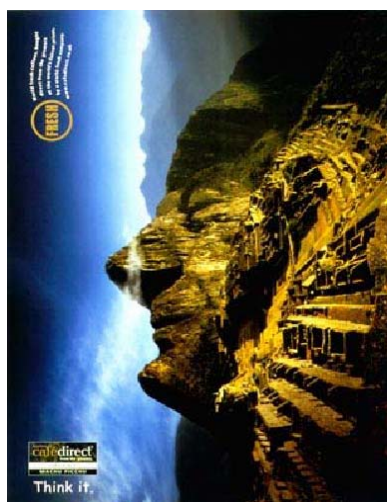
(a) v obdobju 1993-1995



(b) v obdobju 1996-1998



(c) v obdobju 1999-2001



Vir: Hockerts, 2003, str. 122-124.

PRILOGA 7

Abecedni slovar tujih izrazov

TUJ IZRAZ	PREVOD
Africafe	Afriška kava
Bangladesh telegraph and telephone board (BTTB)	Bangladeški odbor za telegraf in telefon
Bundesministerium für soziale Sicherheit, Generationen und Konsumentenschutz (BMSGK)	Zvezno ministrstvo za socialno varnost in zaščito potrošnikov
Bundesministerium für Wirtschaft und Arbeit (BMWA)	Zvezno ministrstvo za gospodarstvo in delo
Corporate social responsibility	Družbena odgovornost podjetij
EQUAL	Pobuda EU za zaposlovanje, socialne zadeve in enake možnosti
Institution for the Care of Sick Gentlewomen	Institucija za nego bolnih gospa
INTERREG	Pobuda Skupnosti glede obmejnih območij
Loan insurance programme	Zavarovalni kreditni program
Neue Arbeit	Novo delo
Nightingale Training School for Nurses	Nightingale šola za izobraževanje medicinskih sester
Notes on Hospitals	Zapisi o bolnišnicah
Notes on Nursing: What It Is and What It Is Not	Zapisi o negovanju: Kaj to je in kaj to ni
Notes on Matters Affecting the Health, Efficiency and Hospital Administration of the British Army	Zapisi o zdravju, učinkovitosti in bolniški administraciji v britanski vojski
Phare	Pomoč za gospodarsko prestrukturiranje v državah Srednje in Vzhodne Evrope
Rainbow International Association Against Drugs	Mednarodno združenje proti drogam Mavrica