

Socialno podjetništvo – potencial trajne in trajnostne rasti gospodarstva

Vesna Kovačič

1 Uvod

Sodobna evropska družba je potrošniški način življenja razvila do stopnje, ko v splošnem prevladuje navada »uporabi in odvrzi«. Pretirana potrošnja naravnih virov je pripeljala v globalno krizo z uničujočimi posledicami. Številni znanstveniki in strokovnjaki opozarjajo na krizo izobilja. Zanj je značilno upadanje ambicij ljudi za delo, zato naraščajo podpiranost, brezposelnost, revščina in socialna izključenost. Evropa potrebuje korenito spremembo življenjskih navad.

V prispevku razmišljamo o možnih smereh raziskovanja socialnih inovacij, ki bi spremenile navade tako posameznikov, organizacij kot družbe. Pozornost usmerjamo na proces spreminjanja navad in vzvode socialnega inoviranja. Socialno podjetništvo v nevladnem sektorju, ki ga v Sloveniji sestavljajo v večini primerov prostovoljne organizacije (njihovo število presega 10 odstotkov vseh podjetij in organizacij, število delovnih mest pa dosega manj kot 1 odstotek), lahko predstavlja potencialno socialno inovacijo, ki bi bolje izkoristila še neizkoriščen potencial trajne in trajnostne rasti gospodarstva na tem področju.

V zaključnem delu prispevka razmišljamo o možnih raziskovalnih smereh. Z empirično raziskavo presečnega določanja razvojnih prioritet lahko izdelamo vektor nezadovoljenih potreb in potencialov družbe na lokalni ravni. To je izhodišče za preverjanje teze, da lahko socialni podjetniki na lokalni ravni prevzamejo del javnih funkcij ter s tem zadovoljijo tiste družbene potrebe, ki jih trg in javni sektor zaradi hitrega spreminjanja življenjskih navad ne izpolnjujeta ustrezno. Gre za iskanje komplementarnih dejavnosti, ki so pomembne za obstoj in razvoj celostnega socialnega sistema. V prispevku iščemo dogovor, ali predstavlja socialno podjetništvo nevladnega sektorja v Sloveniji še neizkoriščen potencial trajnega in trajnostnega razvoja gospodarstva.

2 Sodobna družba v krizi izobilja

Sodobna evropska družba se zaradi hitrega tehnološkega napredka, globalizacije in staranja prebivalstva sooča s korenitim spreminjanjem družbenih vzorcev in življenjskih navad. Spremembe se odražajo skozi razvoj globalne ekonomije, razcvet socialnih omrežij, pojav nove kulture »virtualne resničnosti«, predvsem pa skozi potrošniški način življenja. Nobelovka Kajfež Bogatajeva (2010) ugotavlja, da je sodobna družba potrošništvo razvila v zadnjih 200 letih, kar je pripeljalo do 6-krat večje naseljenosti, 17-krat večjega bogastva (merjeno z denarjem), 1.000-krat večje mobilnosti, 5-krat večje porabe energije na osebo (kar

je skupaj 30-krat več) in 3 do 4-krat več emisij v okolje na osebo (kar je skupaj 18-24 krat več).

Številni znanstveniki opozarjajo, da je potrošništvo prestopilo vse meje sprejemljivega. Z evropskim načinom življenja porabimo toliko naravnih virov, kot če bi imeli tri planete, z ameriškim načinom življenja številka naraste na pet planetov (glej Kajfež Bogataj, 2010, Plut, 2008). Scharmer (2009) je prepričan, da sodobna družba s potrošništvom in množičnimi institucionalnimi neuspehi ustvarja učinke, ki jih nihče ne želi, npr. podnebne spremembe, AIDS, lakoto, revščino, nasilje in terorizem. Castells (povzeto po Scharmer, 2009) pravi, da so možni vzroki za to: revolucija informacijske tehnologije; kriza in prestrukturiranje tako socializma (perestrojka) kot kapitalizma (t.i. Reaganizem, Thatcherizem); pojav številnih družbenih gibanj (feminizma, gibanja za človekove pravice, varstva okolja in narave idr.). Dodajamo, da ob tem ne gre spregledati opozoril na evolucijske pasti, ki vplivajo tako na razvoj kot obstoj sodobne družbe.

Ekonomist Porter (1990) opozarja, da je sodobna družba v evolucijskem smislu preko faz konkuriranja z lastništvom naravnih virov, investiranjem in inoviranjem prišla v fazo izobilja. Podobno ugotavlja tudi zgodovinar Quigley (povzeto po Grayson in O'Dell, 1989), ki razvoj civilizacije razvrsti v sedem stopenj: prve štiri povezuje s krepitvijo moči in bogastva; peto z udobnostjo in varnostjo; šesto z družbenim razkrojem ter sedmo z »vdorom od zunaj«. Iz tega lahko sklepamo, da doba izobilja usmeri pozornost večine posameznikov v uživanje blagostanja, ne pa njegovo ohranjanje. Iz preteklih izkušenj vemo, da to pogosto izkoristijo lačni, mlajši in močnejši posamezniki, ki prevzamejo pobudo in sprožijo preobrat razvoja družbe.

Mulej in Hrast (ur., 2010) ugotavljata (po Porterju, 1990, in Jamesu, 2007), da je faza izobilja po eni strani skladna s človeško težnjo, po drugi strani pa slepa ulica hkrati. Prepričana sta, da se je sodobna družba znašla v krizi izobilja. To dokazujejo številni avtorji: samo 500 podjetij obvladuje 52,8 odstotkov globalnega družbenega bruto produkta (Ziegler, 2011); brezposelnost mladih močno narašča, v Španiji celo preko 47 odstotkov (Slabe, 2011); srednji družbeni razred izginja (Goldsmith et al., 2010; Brady, 2011); po l. 1995 je v ZDA v samo 12 letih odstotek lastnine v rokah 1 odstotka prebivalcev narasel od 37 na 70 odstotkov (ROP, 2011); zadolženost držav je ogromna (Glavič, 2011; Vidic, 2011); enostranskost je ubijalska (Frelj, 2011; Kovačič, 2011; Soban, 2011; Yao, 2011); od le 15 odstotkov ljudi, ki živijo z več kot šest dolarjev prejemkov na dan, ima le manjši del korist od dosedanjega napredka, ki je samo navidezen in trhlj temeljev predvsem zaradi prezadolženosti držav in uničenih naravnih pogojev za preživetje človeštva (Mulej in Hrast, ur., 2010).

Zaključimo z mislijo, da ni izobilje tisto, ki bi bilo slabo, ampak so slabe navade ljudi v času izobilja (Grayson in O'Dell, 1988). V tej situaciji prevladuje upadanje ambicij ljudi za delo, zato naraščajo podpiranost, brezposelnost in revščina ter posledično socialna izključenost ljudi (Mulej in Hrast, ur., 2010). Zato potrebuje sodobna družba korenite spremembe življenjskih navad, o čemer razmišljamo v naslednjem poglavju.

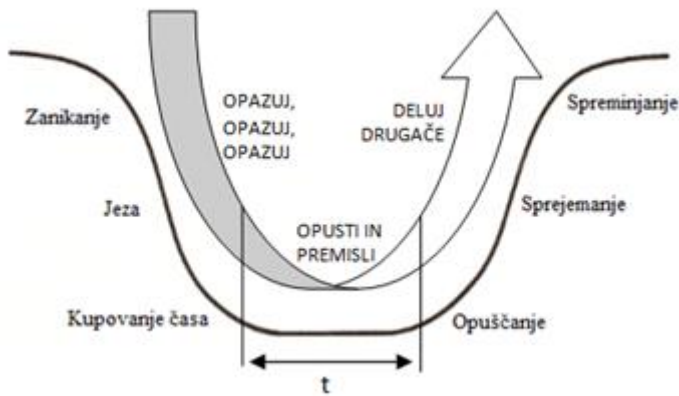
3 Izzivi spreminjanja navad sodobne družbe

Izziv spreminjanja navad sodobne družbe je večji kot se zdi na prvi pogled. Senge et al. (2008) ugotavljajo, da ustaljene navade omogočajo dožemanje sveta skozi znane kategorije, kar daje določeno stopnjo sigurnosti, domačnosti in ugodja. Brian (1996, povzeto po istem viru) nasprotuje statičnosti in pravi, da je zaradi dinamičnega okolja potrebno razviti sposobnost izogniti se uporabi starih okvirjev v novih okoliščinah. Pri tem navaja primer poslovnežev, kot so Bill Gates, Steven Jobs in Sam Walton, ki so v hitro spreminjajočem se okolju uspeli zato, ker so se naučili »problem« pogledati drugače. Sprejemanje odločitev na osnovi ustaljenih navad v dinamičnem okolju ne koristi veliko, še dodaja.

Spreminjanje navad posameznikov, organizacij in družbe lahko skriva tudi pasti. Goldsmith et al. (2010) opozarjajo, da se ob kratkoročnem razmišljanju in večji privlačnosti »novih« (namesto delujočih) zamisli, običajno odločimo za spremembe, ki so preproste za izvedbo, enostavne za vodenje, jih spremlja malo pravnih in drugih ovir ter vodijo k hitrim rezultatom. To ne zadostuje za korenite spremembe navad. Grayson in O'Dell (1988) sta prepričana, da so korenite spremembe običajno težke in počasne, saj se po njunem prepričanju odvijajo skozi pet-stopenjski proces (t.i. »working through«): začne z zanikanjem, nadaljuje z jezo in kupovanjem časa ter zaključi z opuščanjem starih in sprejemanjem novih navad. Razmišljanje smiselno dopolnjuje Scharmer (2009) s Teorijo U, ki omenja proces spreminjanja navad na osnovi aktiviranja notranjega znanja skozi tri-stopenjski proces: (1) opazuj, opazuj, opazuj; (2) opusti staro in premisli; (3) deluj drugače.

Zanimivo, da je proces spreminjanja navad v vseh omenjenih virih prikazan s pomočjo krivulje v obliki črke U. Ali bo sprememba hitra ali počasna, je odvisno od časa, ki ga potrebujemo za posamezno stopnjo (slika 1). Hitro prehajanje med stopnjami naredi krivuljo strmo, počasno prehajanje položno. Pri tem je ključnega pomena najnižja točka krivulje. Grayson in O'Dell (1988) jo označita kot fazo med kupovanjem časa in opuščanjem starih navad. Scharmer (2009) jo imenuje točka zavedanja prisotnosti, ko se zgodi ključni preobrat v miselnosti. V obeh primerih se na tej točki odloča, ali obstaja zadostna in potrebna pripravljenost opustiti staro navado in sprejeti novo (angl. letting go - letting come). Pri tem je odločilno, kako potencialne spremembe doživljajo deležniki. Isaacs (povzeto po Senge et al., 2008) ugotavlja, da se ljudje v odločilnih trenutkih običajno odločamo med dvema možnostma: ali izrazimo mnenje, ali ne rečemo ničesar. Za uspešno izvedbo spremembe predlaga tretjo možnost: »iznihanje« nesoglasij.

Na osnovi povedanega lahko zaključimo, da je čas procesa spreminjanja navad odvisen od časa vsake posamezne stopnje. Iz slike 1 vidimo, da ima pri tem ključno vlogo osrednja stopnja označena s črko (t). Vsakršno podaljševanje časa na tem delu krivulje bistveno podaljša čas celotnega procesa spreminjanja navad. Gre torej za kritično točko procesa, ki bi ji bilo potrebno pri načrtovanju sprememb meniti posebno pozornost.



Slika 1: Proces spreminjanja navad

(Grayson in O'Dell, 1988; Scharmer 2009)

Spremembe navad posameznikov, organizacij in družbe so t.i. socialne spremembe, ki jih pogosto dosežemo skozi izkustveno učenje. Po Jarvisu (2003) je izkustveno učenje kombinacija procesov, kjer posamezniki konstruirajo in transformirajo izkušnje v znanje, spretnosti, stališča, vrednote, prepričanja, emocije in občutke. Scharmerjev model (2009) izkustvenega učenja temelji na konceptu poglobljenega notranjega učenja, ki obsega 5 stopenj (angl. Re-acting, Re-structuring, Re-designing, Re-framing, Re-generating), 3 procese (angl. Co-sensing, Co-presencing, Co-creating) in 7 korakov:

- osredotočanje (angl. Focusing), ko gre za soočanje s trenutno prakso;
- širitev pogleda (angl. Broadening), ko gre za zaznavanje drugačnih pogledov;
- poglobljanje (angl. Deepening), ko gre za iskanje globljega pomena s pomočjo dialoga;
- osmišljanje in dojetanje (angl. Purpose), ko gre za povezavo z virom naše angažiranosti/predanosti;
- ustvarjanje novih razmišljanj in načel (angl. Creating);
- ustvarjanje novih aktivnosti in procesov (angl. Creating) ter
- ustvarjanje novih struktur in dobrih praks (angl. Creating).

Naredimo kratek povzetek. Ustaljene navade dajejo družbi stopnjo sigurnosti, domačnosti in ugodja, v dinamičnem okolju pa je potrebno razviti sposobnost izogibanja uporabe starih okvirjev v novih okoliščinah. Proces spreminjanja navad je običajno počasen in dolgotrajen. Pogosto ga uresničimo skozi proces izkustvenega učenja. Pri tem velja poudariti, da je svet idej vselej družben in nikdar v celoti racionalen proces, zato govorimo v nadaljevanju o socialnih inovacijah in procesu inoviranja.

4 Socialna inovacija za korenite spremembe navad

Vse spremembe navad posameznikov, skupin in družbe ne štejejo za inovacijo, zlasti ne tiste, ki poslabšajo življenjske navade. Za socialne inovacije štejemo le spremembe, ki sledijo načelom inovativnosti in uspejo na trgu. Mulej (2008) pravi, da je danes inoviranje vse bolj nujna navada. Opozarja, da moramo ustvariti veliko idej, da bi na trgu imeli dovolj možnosti

uspeti (op. od kakšnih 3.000 potencialnih inovacij uspe samo ena - MM). Evropska unija v zadnjem času spodbuja bolj ne-tehnološke inovacije in bistveno manj kot prej čiste tehnološke inovacije.

Likar (2006) pravi, da je v Sloveniji problem v tem, da socialnih inovacij še vedno ne prepoznamo kot inovacije. Mulej (2008, str. 117) dodaja, da je iz mnenjskih raziskav razbrati prevladujoče prepričanje, da je inovacija pojem, ki zajema le drobne tehnično-tehnološke in mimo službene dolžnosti izdelane novosti. Ocenjuje, da izmed vseh potencialnih inovacij postane prava inovacija (t.j. korenita sprememba) približno 1 odstotek idej, ki so že postale invencije in sugestije, torej so bile obetavne. Po njegovem se v drobne izpopolnitve izteče 7 odstotkov le-teh. Pri tem opozarja, da sta obe oceni podani na podlagi izkušenj, saj nihče natančno ne ve, koliko idej zamre že pri avtorjih, ker jih ob drugih obveznostih enostavno pozabijo, nimajo poguma dati v javnost, ali odnehajo pri prvih neugodnih odzivih.

Izraz socialne inovacije v Sloveniji spremljajo številne dileme in nejasnosti. Vzrok gre najbrž iskati v besedi socialen, ki ima v slovenskem jeziku več pomenov (SSKJ, 2000): (1) nanašajoč se na družbo, družben; (2) nanašajoč se na gmotni položaj, mesto v družbi, družben; (3) nanašajoč se na dejavnost za omiljenje, urejanje gmotnih, življenjskih razmer; (4) ki upošteva korist drugih, skupnosti. Ugotavljamo, da sta besedi socialen in družben vsaj v nekaterih pogledih sopomenki. Pri (1) se v praksi bolj pogosto uporablja izraz družben, pri (2) pa oboje: izraz družben v smislu mesta v družbi in izraz socialen v smislu gmotnega položaja. Dodatno zmedo velja pripisati dejstvu, da se je v prejšnji družbeni ureditvi za dejavnosti širšega pomena pogosto uporabljal tudi izraz družben (npr. družbeno gospodarstvo, družbena ekonomika, družbena delitev dela ipd.). Izraz družbena aktivnost se je uporabljal za vse negospodarske aktivnosti (Kovač, Hazl, 2009, Radej et al., 2011).

Socialne inovacije različni avtorji različno opredeljujejo: Murray et al. (2010) jih opredelijo kot nove ideje (proizvode, storitve in modele), ki hkrati zadovoljujejo družbene potrebe in ustvarjajo nove družbene odnose oz. sodelovanje. Goldsmith et al. (2010, str. 20) jih na ravni države opredelijo kot orodje, ki aktivira voljo javnosti in politični kapital v smeri zelenih rezultatov in sprememb (so pripravljene sprejeti tveganje) ter ponuja model, ki prispeva k pričakovanemu večjemu izkoriščanju potenciala posameznikov in prevzemanja odgovornosti le-teh. Thommen (1996, v Belak, 2002, str. 104) jih na ravni organizacije opredeli kot novost na (med)človeškem področju, posebej v upravljalno-vodstvenem in organizacijskem sistemu.

Likar (2006) opozarja na preživeto miselnost, ki pravi, da se inoviranje dogaja le znotraj podjetja ali države. Izpostavlja koncept odprtega inoviranja, ki je odraz globalizacije, kjer podjetja in država iščejo zunanje ideje in se pri tem povezujejo. Poudarja, da je takrat še bolj pomembno kot sicer inovacije hitro pripeljati do tržne police, ker te sicer lahko prehitijo kdo drug.

Zaključimo razmišljanje o socialnih inovacijah. Za korenito spreminjanje navad moramo ustvariti veliko idej, da bi imeli dovolj možnosti vsaj z eno uspeti na trgu. Zaradi načina odprtega inoviranja je pomembno idejo čim prej pripeljati na trg. Za to imamo na razpolago različne vzvode (strategije), ki jih obravnavamo v nadaljevanju.

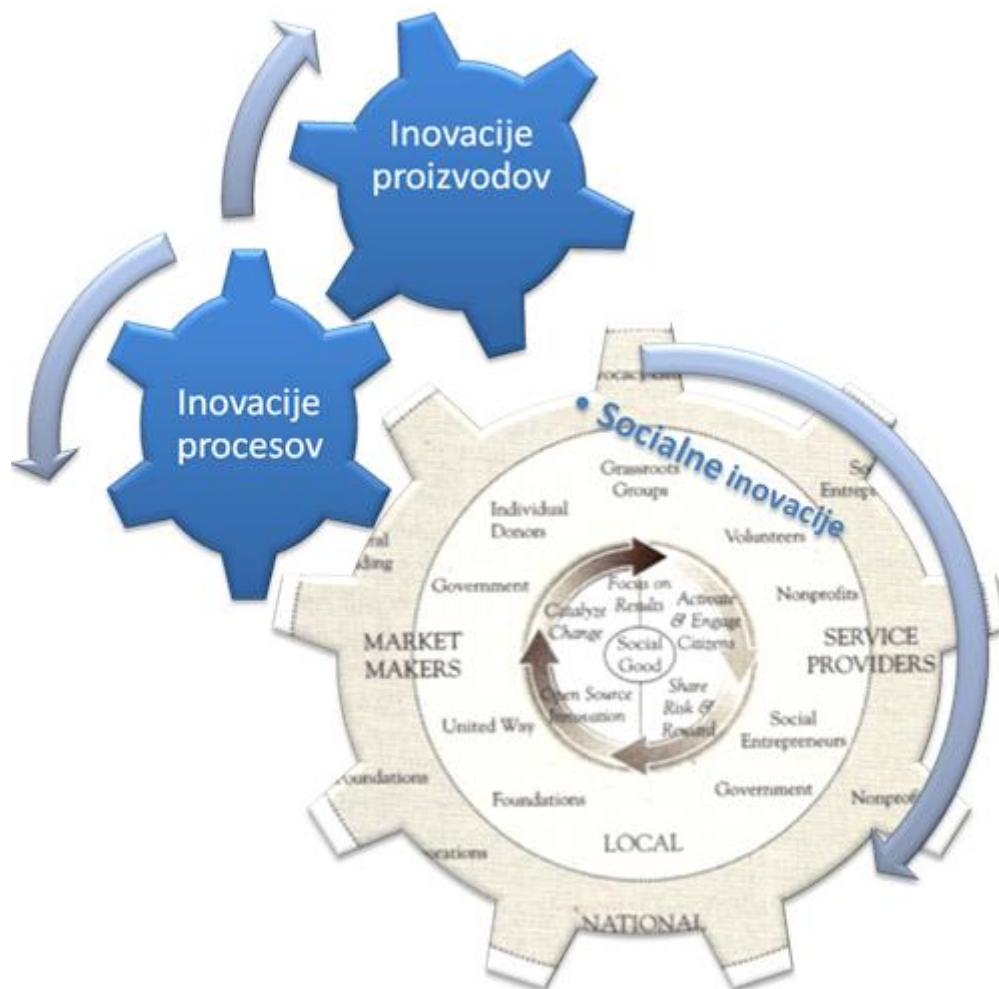
5 Horizontalni problemi in vertikalno ukrepanje

Družbeni problemi so kompleksni in med seboj prepleteni. Goldsmith et al. (2010) opozarjajo, da se njihova kompleksnost v družbi izraža horizontalno (t.j. vključitev vseh ljudi), zato jih država samo z vertikalnim ukrepanjem (t.j. vključitev skupine ljudi) ne more rešiti. Pri tem izpostavijo primer sistema socialnih storitev, ko država storitve zagotavlja od zgoraj navzdol in ob tem peščica ljudi sprejema odločitve v imenu socialno šibke množice. Pravijo, da je danes izziv medsebojnega sodelovanje privatnega, javnega in nevladnega sektorja večji kot kdajkoli prej, še posebej zaradi omejenosti sredstev, ki so na voljo. Murray et al. (2010) ugotavljajo, da so se najbolj kreativne socialne inovacije zgodile prav ob sodelovanju sektorjev, npr. področje pravičnega trgovanja, učenja na daljavo, zmanjševanja odpadkov, zagotavljanja lokalne samooskrbe idr. Pravijo, da socialne inovacije niso prostorsko omejene in se zato lahko zgodijo povsod. Ključno vprašanje torej ni, ali sodelovati, ampak kako sodelovati.

Iz povedanega lahko izluščimo dejstvo, da ima vsak sektor poglobljeno znanje in izkušnje s svojega področja delovanja. Goldsmith et al. (2010) menijo, da ima privatni sektor veliko znanja o inoviranju in javni sektor o delovanju sistema socialnih storitev, skupaj pa le neko splošno znanje drug o drugem. K razpravi dodajamo nevladni sektor, ki v Sloveniji v večini primerov opravlja dejavnost prostovoljno z aktivnim družbeno koristnim delovanjem številnih društev na lokalni ravni. Menimo, da je z vidika celovitosti za korenite socialne spremembe najbrž potrebno zagotoviti sodelovanje vseh treh sektorjev.

Odpira se še eno zanimivo razmišljanje. Čeprav ločimo inovacije proizvodov, inovacije procesov in socialne inovacije (Thommen, 1996, povzeto po Belak, 2002), jih z vidika zagotavljanja potrebne in zadostne celovitosti (Mulej, 2008) pri sodelovanju med različnimi sektorji (Goldsmith et al., 2010; Grayson in O'Dell 1988) s težavo ločeno obravnavamo. Učinki ene vrste inovacij lahko sprožijo inovacije druge vrste (slika 2). Razmišljanje nas je pripeljalo do spoznanja, da lahko socialna inovacija skozi invencijsko-inovacijsko-difuzijski proces (IIDP) sproži številne inovacije procesov in/ali inovacije proizvodov pri različnih deležnikih, v različnih sektorjih in na različnih ravneh. Gre za kompleksen in prepleten proces inoviranja, ki bi ga z vidika sistemskega razmišljanja veljalo podrobneje obravnavati, a bi to najbrž preseglo obseg tega prispevka. V nadaljevanju smo zato pozornost omejili na socialne inovacije in pri tem izhajali iz modela socialnih sprememb, ki ga Goldsmith et al. (2010) v svoji raziskavi imenujejo Vrtinec socialnih sprememb (ang. Vortex of Social Change). Model kot tak smo vključili v prej omenjeni tri-stopenjski proces inoviranja (slika 2).

Goldsmith et al. (isti vir) predstavijo model socialnih sprememb s srednjim lokalnim in zunanjim nacionalnim krogom deležnikov, pri čemer so na levi strani kroga navedeni udeleženci trga in na desni strani ponudniki socialnih storitev (slika 2). Sredino predstavlja socialni kapital. V našem primeru ga opredelimo kot skupek socialnih mrež, norm in zaupanja ter načina, kako ti dejavniki omogočajo razvojnim agentom (posameznikom in institucijam) učinkovito ravnanje pri uresničevanju skupno zastavljenih ciljev (Putnam, 1993, 1996). Okoli socialnega kapitala (Goldsmith et al., 2010) je vzvod za sprožanje socialnih sprememb (slika 2), ki ga sestavlja pet glavnih strategij socialnega inoviranja: (1) aktivni in vključeni državljani; (2) porazdeljeno tvegaje in nagrada; (3) odprto inoviranje; (4) pospeševanje sprememb; (5) osredotočenost na učinke. Na osnovi ene ali več strategij lahko katerikoli deležnik sproži vrtinec socialnih sprememb.



Slika 2: Vrtinec socialnih sprememb skozi proces inoviranja

(Thommen, 1996; Goldsmith et al., 2010)

Goldsmith et al. (isti vir) opozarjajo, da ne gre pričakovati, da bo vrtinec socialne spremembe sprožil vedno »obstoječi« deležnik skozi mehanizem »trga«. Pravijo, da je bolj pomembno poudariti pričakovanje, da bo sprememba povzročila korenito prestrukturiranje obstoječih deležnikov sistema socialnih storitev. Varela (povzeto po Senge et al., 2008) pravi, da se to zgodi šele, ko pozornost deležnikov usmerimo v vir spremembe in ko so deležniki ob soočenju z ustaljenimi navadami pripravljeni na spremembo (glej tudi Scharmer, 2009). Goldsmith et al. (2010) dodajajo, da je potrebno socialno inoviranje spodbujati predvsem v smeri čim širšega vključevanja deležnikov na lokalni in nacionalni ravni, katerih dejavnosti se strogo kontrolirajo skozi spremljanje merljivih učinkov na dobrobit družbe. Pri tem velja omeniti, da bi enako kompleksnost in prepletenost okolja kot pri socialnih inovacijah (slika 2) lahko zasledili tudi pri inovacijah procesov in inovacijah proizvodov.

Ob koncu zaključimo, da deluje celovito inoviranje po principu medsebojnega vplivanja inovacij proizvodov, inovacij procesov in socialnih inovacij. Socialno podjetništvo ima potencial sprožanja vseh treh vrst inovacij. Kljub temu bomo v nadaljevanju pozornost usmerili na obravnavo socialnega podjetništva kot potencialne socialne inovacije v nevladnem sektorju.

6 Socialno podjetništvo v nevladnem sektorju

Socialno podjetništvo predstavlja sodoben pristop k socialni ekonomiji. Uvaja nove poslovne modele, v katerih ima prednost skrb za dobrobit družbe. Cilj pri tem ni zgolj ustvarjanje dobička, ampak predvsem doseganje višje stopnje vključenosti ljudi, družbene pravičnosti in trajnostnega razvoja. Po izkušnjah tujih držav (predvsem EU in ZDA) se je socialno podjetništvo najhitreje razvilo v nevladnem sektorju (Branco et al., 2004).

V Sloveniji se sodoben pogled na socialno podjetništvo le počasi uveljavlja. Morda gre vzrok iskati v tem, da je nevladni sektor relativno dobro razvit in ima dolgoletno tradicijo. Sestavljajo ga večinoma prostovoljne organizacije, ki opravljajo zelo različne dejavnosti: od gasilstva, pomoči odvisnikom in drugih oblik pomoči ljudem, pevskih zborov in drugih prstočasnih kulturno-umetniških dejavnosti do športnih in podobnih amaterskih dejavnosti. Gre za dejavnosti z družbeno pozitivnimi učinki, ki v svoje delovanje vključujejo predvsem prostovoljce in le malo redno zaposlenih sodelavcev. Po statistikah število nevladnih organizacij v Sloveniji presega 10 odstotkov vseh podjetij in organizacij, medtem ko število delovnih mest v njih ne dosega niti 1 odstotka (isti vir).

Socialno podjetništvo rešuje predvsem probleme socialne izključenosti in neenakih možnosti udeležencev na trgu dela. Na eni strani na aktiven način vključuje ranljive skupine, ki na fleksibilnem trgu dela ne izpolnjujejo potrebnih zahtev, na drugi strani spodbuja razvoj tistih storitev, ki so izrinjene s trga dela, so pa koristne za lokalno okolje in družbeno blaginjo (npr. zagotavljanje raznovrstnih socialnih storitev, humanitarnih dejavnosti, aktivnosti širšega družbenega pomena in drugih storitev v javnem interesu), pri čemer se osredotoča na potrebe družbe in posameznika v njej (OP ESS, 2007). Branco et al. (2004) ločijo dve kategoriji socialnega podjetništva: prva se uvršča v profitni sektor, pri čemer je poudarjena njena podjetniška dejavnost za socialno vključenost in družbeno koristno delo; druga se uvršča v neprofitni sektor, katere namen je povečati organizacijsko učinkovitost in doseči dolgoročno stabilnost.

Socialno podjetništvo se je uveljavilo z namenom zadovoljiti tiste družbene potrebe, ki jih trg in javni sektor zaradi hitrega spreminjanja življenjskih navad ne izpolnjujeta ustrezno. Bloomberg (v Goldsmith et al., 2010) meni, da z vstopom socialnih podjetnikov na trg ne gre pričakovati, da bodo »dobri« privatni ponudniki preprosto zamenjali trenutne »slabe« javne ponudnike socialnih storitev. Tudi privatni ponudniki, naj si gre za ponudnike profitnih ali neprofitnih dejavnosti, humanitarnih ali prostovoljnih organizacij, se morajo na trgu soočiti z nevarnostjo, da opravljajo dobra dela brez vidnega učinka za družbo.

Goldsmith et al. (2010) opozarjajo, da se dobri nameni ponudnikov socialnih storitev v praksi vedno ne izkažejo za uspešne. Vzrok vidijo v tem, da uporabniki storitev običajno nimajo denarja za plačilo, zato zanje storitev plača nekdo drug. S tega vidika se zdi upravičen Bloombergov predlog strogega nadziranja ponudnikov socialnih storitev skozi spremljanje merljivih kazalnikov učinkovitosti in uspešnosti. Pri tem je potrebno odkrito priznati, če se ideja v praksi ne izkaže za uspešno, še dodaja.

Socialna ekonomija v Evropi zaposluje več kot 11 milijonov ljudi, kar predstavlja 6% vseh zaposlenih (Terjesen et al., 2011). Študija iz leta 2009 je pokazala, da je eno od štirih

novoustanovljenih podjetij v Evropi socialno podjetje. Delež aktivnega prebivalstva, zaposlenega v socialnih podjetjih, je bil v Belgiji ocenjen na 4.1%, na Finskem 7.5%, v Franciji 3.1%, v Italiji 3.3%, v Sloveniji 5.4% in v Združenem kraljestvu 5.7%. V Belgiji, na Finskem in v Franciji je bilo to razmerje še višje, t.p. eno od treh podjetij. Študija kaže, da gre za podjetja, ki so bolj učinkovita in konkurenčna od drugih, in to predvsem zaradi visoke osebne zavzetosti zaposlenih in boljših delovnih pogojev zanje (isti vir).

Socialnega podjetnika različni avtorji različno opredeljujejo, zato v nadaljevanju navajamo nekaj različnih definicij: Po Martin in Osberg (2007) socialni podjetnik (angl. social entrepreneur) definira in sprejema izzive za zagotavljanje stabilnega družbenega ravnovesja; Goldsmith et al. (2010) vidijo njegovo priložnost v zagotavljanju raznolikosti socialnih storitev; Branco et al. (2004) ga označujejo kot etičnega podjetnika, ki se po svoji volji odloči, da bo prispeval k trajnostnemu razvoju; Goldsmith et al. (2010) združijo duh sprememb in duh skupnosti v izraz državljanski podjetnik (angl. civic entrepreneur); Henton (isti vir), ki vidi njegovo vlogo v tem, da pomaga skupnosti vzpostaviti učinkovit in trajen odnos med javnim, privatnim in nevladnim sektorjem ter s tako spodbujati inovacije in družben razvoj.

Pojem socialno podjetništvo podobno kot pojem socialne inovacije v Sloveniji spremljajo številne dileme in nejasnosti (glej razlago pojma socialen in družben v poglavju 4). V izogib težavam nekateri avtorji nadomeščajo izraz socialno podjetništvo z izrazi, kot so:

- družbeno podjetništvo (angl. social entrepreneurship), ki ne zajema le dejavnosti, povezanih s socialno-varstvenimi storitvami in socialnim vključevanjem ranljivih skupin prebivalstva, ampak katerokoli dejavnost, ki prispeva k skupni družbeni dobrobiti (Kovač in Hazl, 2009);
- skupnostno podjetništvo (angl. community enterprising) v povezavi kooperativ kot gospodarskega modela, ki temelji na razvoju skupnostne zasebne (civilne) podjetniške iniciative in solidarnosti (Vesel, 2010);
- družbeno-koristno podjetništvo. S tem pojmovanjem se strinjamo le delno, saj mora socialno podjetništvo po našem mnenju poleg koristnosti zadostiti še dva pogoja: hkrati mora biti tako družbeno-koristno kot družbeno-potrebno in družbeno odgovorno. Izključevanje enega od omenjenih kriterije lahko povzroči enostranskost in spreglede, kar izključuje načelo zadostne in potrebne celovitosti ter zakonom etike soodvisnosti v okviru dialektične teorije sistemov (Mulej, 2008);
- (op. izraz državljansko podjetništvo se v Sloveniji ni uveljavil – VK).

Družbeno odgovorno ravnanje socialnih podjetnikov pogosto povezujemo z njihovim etičnim ravnanjem. Branco et al. (2004) so prepričani, da bi izraz etični podjetnik bolje označil t.i. socialnega podjetnika, saj gre po njegovem pri tem za širši pojem. Thommen (1996, v Belak, 2002, str. 104) v svojih razpravah pogosto opozarja, da se etično in podjetniško ravnanje vedno ne izključujeta. Pravi, da se celo pogojujeta: inovativno in ustvarjalno mišljenje je pogoj za etično ravnanje, saj potrebujemo boljše rešitve za obstoječe probleme, kot tudi širše sprejemljive rešitve za nove probleme.

Iz povedanega lahko zaključimo, da je socialno podjetništvo družbeno-potrebno, družbeno-koristno in družbeno odgovorno hkrati, ki spodbuja posameznike, organizacije in družbo k spreminjanju obstoječih navad predvsem v smislu: (1) bolj aktivnega vključevanja širše javnosti v reševanje družbenih problemov, (2) spodbujanja podjetniške dejavnosti na lokalni ravni in (3) doseganja večje učinkovitosti sistema socialnih storitev. Gre za iskanje komplementarnih dejavnosti, ki uvajajo nove pristope in modele reševanja družbenih

problemov. V nadaljevanju razmišljamo o možnih smereh bodočega empiričnega raziskovanja socialnega podjetništva kot potencialne socialne inovacije v nevladnem sektorju.

7 Presečna metoda vrednotenja potenciala in možnosti razvoja družbe

Socialno podjetništvo, ki korenito spreminja navade posameznikov, organizacij in družbe lahko upravičeno štejemo med socialne inovacije. Strateško gledano je cilj: (1) preoblikovati sistem socialnih storitev v sodobno mrežo deležnikov storitev ob sodelovanju tako javnega, privatnega kot tudi nevladnega sektorja ter tako doseči večjo vključenost širše javnosti v reševanje družbenih problemov; (2) prenesti del javnih funkcij na nevladni sektor v skladu s potrebami in možnosti socialne ekonomije ter tako doseči dinamično gospodarsko rast in razvoj; (3) preusmeriti pozornost iz opravljanja »dejavnosti z dobrimi nameni« v doseganje merljivih učinkov za dobrobit celotne družbe ter tako doseči večjo učinkovitost sistema socialnih storitev. Le vsi trije strateški cilji skupaj lahko vodijo do trajnega in trajnostnega razvoja družbe.

Postavlja se vprašanje, kako izvesti empirično raziskovanje. Z raziskavo presečnega določanja razvojnih prioritet (Radej, 2011) bomo na lokalni ravni izdelali vektor nezadovoljenih potreb in potencialov družbe. V prvi fazi raziskovanja bo to izhodišče za preverjanje zastavljene teze, da lahko deležniki sistema socialnih storitev nevladnega sektorja na lokalni ravni prevzamejo del javnih funkcij. Njihova prisotnost v sistemu je namreč nepogrešljiva, saj s svojo aktivnostjo dajejo nezamenljiv prispevek tako po vrsti kot načinu izvajanja socialnih storitev. V drugi fazi raziskovanja bomo preverili zastavljeno tezo, da so socialne storitve nevladnega sektorja komplementarne storitve celovitega sistema, ki jih lahko nevladni sektor na lokalni ravni deloma opravi skozi socialno podjetništvo. Ob zaključkih obeh faz bomo verjetno nekoliko bližje ocenili potencialnih še neizkoriščenih možnosti socialnega podjetništva nevladnega sektorja za trajno in trajnostno rast gospodarstva.

8 Zaključne misli

V prispevku smo razmišljali o bodočih smereh raziskovanja socialnih inovacij, ki bi korenito spremenile navade tako posameznikov in organizacij kot družbe. Pri tem smo pozornost posvetili razmišljanju o procesu socialnega inoviranja, ki bi v Sloveniji morebiti spodbudil nadaljnji razvoj socialnega podjetništva v nevladnem sektorju. Menimo, da je z empirično raziskavo na osnovi presečnega vrednotenja razvojnih prioritet mogoče izdelati vektor nezadovoljenih potreb in potencialov lokalnih skupnosti. Le-ta predstavlja šele izhodišče za preverjanje teze, da lahko socialni podjetniki s svojo dejavnostjo prevzamejo del javnih funkcij. S tem bili lahko zadovoljili tiste družbene potrebe, ki jih trg in javni sektor zaradi hitrega spreminjanja življenjskih navad ne izpolnjujeta ustrezno. Pri tem gre za iskanje komplementarnih dejavnosti, ki so nezamenljive za obstoj in razvoj celostnega socialnega sistema. V tem smislu velja socialno podjetništvo v Sloveniji za še neizkoriščen potencial gospodarske rasti ter eno od možnosti zagotavljanja trajnega in trajnostnega razvoja družbe.

Literatura

- Belak, J. (2002). Politika podjetja in strateški management. MER-Evrocenter, Maribor.
- Brady, T. (2011): It's a Rich Man's World. Ljubljana: The New York Times, Delo, 15. avg.: 1.
- Branco, D. et al. (2004). Uvajanje socialnega podjetništva v Sloveniji: primerjalna študija – Italija, Avstrija, Slovenija. Pospeševalni center za malo gospodarstvo, Ljubljana.
- Brian, A. (1996). Increasing Returns and the New World of Business. Harvard Business Review 74 (4) 100-109.
- Frelj, P. (2011): Huligani osemdesetih. Mi, otroci sovjetske dekandence. Ljubljana, Delo, Sobotna priloga, 20. avg.: 14-15.
- Glavič, P. (2011): Zadolžene države nimajo svetle prihodnosti. Ljubljana: Delo, 19. avg.: 5.
- Goldsmith, S., Georges, G., Burke, T. G. (2010): The Power of Social Innovation: How Civic Entrepreneurs Ignite Community Networks for Good. San Francisco (CA): Jossey-Bass.
- Grayson, J. in O'Dell, C. (1988). American Business, a two minute warning: Ten changes managers must make to survive into the 21th Century. A Devidion of Macmillan, New York.
- James, O. (2007). Affluenza: how to be successful and stay sane. Vermilion, London.
- Kajfež Bogataj, L. (2010). Moč posameznika pri ohranjanju okolja in podnebja, predavanje, februar. DOBA Fakulteta, Maribor.
- Kovač, Z. in Hazl, V. (2009). Družbeno podjetništvo, skripta. Gea College, Ljubljana.
- Kovačič, A. (2011): Dobri, umazani, zli. Ljubljana: Polet, 11. avg.: 6-9.
- Likar, B. (2006). Odločitev za inovativnost je v rokah vodstva. V IRT3000: revija, let. 2006, št. 2 [elektronski vir], dostopno na:
[http://leonardopublic.innovation.si/2.Building%20the%20fundamentals%20of%20a%20successful%20innovation%20management/IRT3000%20st2%20-%202006-Likar%20\(Slovenian\).pdf](http://leonardopublic.innovation.si/2.Building%20the%20fundamentals%20of%20a%20successful%20innovation%20management/IRT3000%20st2%20-%202006-Likar%20(Slovenian).pdf) [30.3.2012].
- Martin, R.L. in Osberg, S. (2007). Social Entrepreneurship: The Case for Definition. Stanford Social Innovation Review, Spring 2007.
- Mulej, M. in Hrast, A. (2010): Eseji o družbeni odgovornosti, urednika: M. Mulej in A. Hrast, Maribor, Ljubljana: IRDO, ECPD in Ypsilon [elektronski vir].
- Mulej, M. et al. (2008). Invencijsko-inovacijski management z uporabo dialektične teorije sistemov (podlaga za uresničitev ciljev Evropske unije). Korona plus, Ljubljana.
- Murray, R., Caulier-Grice, J., Mulgan, G. (2010). The Open Book of Social Innovation. V Social Innovator Series: Ways to Design, Develop and Grow Social Innovation. The Young Foundation in NESTA.
- Plut, D. (2008). Okoljska globalizacija, nosilnost okolja in gospodarski razvoj. V: Naše gospodarstvo 54 (1/2).
- Porter, M. E. (1990). The competitive advantage of nations. New York: The Free Press.
- Putnam, R. D., Leonardi, R., Nanetti, R.Y. (1993). Making democracy work: civic traditions in modern Italy. Princeton University Press.
- Putnam, R. (1996). Who Killed Civic America. Prospect, marec, str. 66-72.
- Radej, B., Kovač, Z., Jurančič Šribar, L. (2011). Presečno določanje razvojnih priorit. Ljubljana: Slovensko društvo evaluatorjev, Delovni zvezek, let. 4, št. 1 (julij 2011), str. 45.
- Scharmer, C.O. (2009). Theory U: Leading from the Future is It Emerges. Berrett-Koehler Publishers, San Francisco.
- Senge, P., Scharmer, O., Jaworski, J. in Flowers, B. S. (2008). Presence: Exploring Profound Change in People, Organizations, and Society. Nucholas Brealey Publishing, London.
- Slabe, D. (2011): Generacija, oropana prihodnosti. Ljubljana: Delo, 13. avg.: 6.
- Soban, B. (2011): William Engdahl, avtor Popolne prevlade. George Orwell se je zmotil v letnici. Ljubljana, Delo, Sobotna priloga, 20. avg.: 10-12.

- Terjesen, S., Lepoutre, J., Justo, R. in Bosma, N. (2011). Global Entrepreneurship Monitor Report on Social Entrepreneurship.GEM.
- Thommen, J.P. (1996). Theorie und Praxis der Unternehmensentwicklung mit Besonderheiten der Klein- und Mittelbetriebe. Simpozij Management und Entwicklung - MER '96, Slovenija, Portorož, 9.-11. maj 1996.
- Vesel, J. (2010). Socialna ekonomija kot alternativa. Fakulteta za humanistične študije, Koper.
- Vidic, I. (2011). Evropske države pod jarmom dolgov. Maribor: Večer, 16. avg.: 2.
- Ziegler, J. (2011). Vstaja vesti – sen za ves svet. Ljubljana: Delo, 16. avg.: 5.
- Yao, Y. (2011): Dolarski glavobol rumenega zmaja. Ljubljana: Finance, 22. avg.: 12.
- ROP (2011) Rop – zločin našega časa. TV Slovenia I, 08 March (Prikaz dokumentarca 'Robbery – The Crime of our Time', ustvarjenega v ZDA v l. 2009).
- OP ESS (2007). Operativni program razvoja človeških virov za obdobje 2007 – 2013. Vlada RS. [elektronski vir], dostopno na: http://www.svlr.gov.si/fileadmin/svlr/srp.gov.si/pageuploads/KOHEZIJA/kohezija-200207/op-ess_vlada-150207_koncno.pdf [30.3.2012].
- SSKJ (2000). Slovar slovenskega knjižnega jezika. Inštitut za slovenski jezik Frana Ramovša ZRC SAZU in avtorji [elektronski vir], dostopno na: <http://bos.zrc-sazu.si/sskj.html> [22.3.2012].

O avtorici

Mag. Vesna Kovačič, DOBA Fakulteta za uporabne poslovne in družbene študije Maribor, Slovenia. E- naslov: vesna.kovacic@net.doba.si