

Socialno podjetništvo – razvojna možnost ali konkurenčna priložnost?

Vesna Kovačič

1 Uvod

Gospodarska in finančna kriza je v Evropi in drugod po svetu povzročila velika makroekonomska neravnovesja. Posledice krize občutimo tudi pri nas.

Statistični podatki, ki jih je objavila Vlada Republike Slovenije (2011), kažejo, da je gospodarska kriza prekinila naše razvojno dohitevanje Evropske unije. Slovenija je v zadnjih letih poslabšala konkurenčni položaj na izvoznih trgih, merjen s stroškovno konkurenčnostjo in tržnimi deleži. Nazadovala je tudi pri najpomembnejših svetovnih kazalnikih globalne konkurenčnosti (npr. IMD, WEF) in enostavnosti poslovanja (Ease of Doing Business), kjer so nas prehitele nekatere nove članice Evropske unije (EU), ki so bile še ob vstopu v EU precej za Slovenijo.

Razmeroma visoka gospodarska rast (isti vir), ki jo je Slovenija dosegala v obdobju od druge polovice prejšnjega desetletja pa vse do začetka gospodarske krize, je v premajhni meri temeljila na povišanju učinkovitosti, ki bi izhajala iz izboljšanja dejavnikov konkurenčnosti. Vlada zato ukrepe usmerja v intenziviranje raziskovalno-razvojne in inovacijske dejavnosti ter izboljšanje človeškega kapitala. Analize kažejo, da se je prav to v zadnjem času pokazalo kot ključna slabost našega gospodarstva in glavna ovira pri hitrejšem okrevanju.

V prispevku razmišljamo o možnih rešitvah za izboljšanje konkurenčnosti. Pri iskanju rešitev se nismo omejili le na razmišljanje o konkurenčnosti na ravni posameznih podjetij. Razmišljali smo bolj celovito in iskali rešitev na nacionalni ravni. Rešitev vidimo v netehnološkem inoviranju navad družbe, ki hkrati spodbuja opravljanje družbeno potrebnega, koristnega in odgovornega dela. V mislih imamo socialno podjetništvo, ki se v zadnjem času hitro širi kot sodoben pristop k spodbujanju inovativne podjetniške dejavnosti družbe. Da bi lažje prepoznali njegove razvojne možnosti in konkurenčne priložnosti, smo se v nadaljevanju dotaknili trenutne gospodarske situacije v Sloveniji.

2 Biti konkurenčen in inovativen kljub gospodarski krizi

World Economic Forum (WEF) spremlja razvojne politike in strategije ter ocenjuje konkurenčnost držav na dolgi rok. V analizi za obdobje 2010–2011 (Vlada RS, 2011) je Slovenija zasedla 45. mesto med 139 državami, kar je za 8 mest slabše kot leto prej (med 133 državami). Lahko rečemo, da je Slovenija v zadnjem letu nazadovala na vseh področjih, najbolj na področju pospeševanja učinkovitosti (za 9 mest), znotraj tega pa na področju učinkovitosti trga dela (24 mest) in razvoja finančnega trga (29 mest). Analiza kaže, da med

gospodarstveniki prevladuje nezadovoljstvo s trenutnimi razmerami in možnostmi za poslovanje v Sloveniji ter tudi z ukrepanjem vlade v zadnjem letu.

Na nekonkurenčnost Slovenije je poleg krize vplivalo več dejavnikov. Padec gospodarske aktivnosti (isti vir) je bil pri nas precej večji kot v povprečju Evropske unije, k čemur je v veliki meri prispeval močan investicijski cikel v preteklih letih (zlasti v gradbeništvu). Temu sta sledila relativno visok upad in strukturne slabosti slovenskega gospodarstva (velik delež nizko in srednje tehnološko zahtevnih dejavnosti). Vse to je v času krize in zaostrene mednarodne konkurence prispevalo k večjemu padcu izvoza. Spodbude za krepitev gospodarske aktivnosti so v prvi polovici leta 2010 prihajale večinoma iz mednarodnega okolja, medtem ko so iz domačega okolja prihajale predvsem ovire, ki so bile povezane z razmerami v gradbeništvu in z njim povezanimi dejavnostmi, dostopnostjo do virov financiranja ter gibanji na trgu dela. Relativno tog trg dela ovira hitrejšo ukinjanje nerentabilnih delov gospodarstva. Omejujoča je zlasti neustrezna zakonodaja na tem področju, ki ne spodbuja zaposlitev. Kljub padcu se gospodarska aktivnost v Sloveniji letos povečuje, čeprav počasneje kot v povprečju držav Evropske unije in evrskega območja.

Slovenska vlada (isti vir) vidi izhod iz krize v nujnem povečanju konkurenčnosti naših podjetij na tujih trgih, kakor tudi domačega poslovnega okolja in njegove privlačnosti za investitorje. Čeprav je vlada nekaj navora usmerila v zmanjšanje administrativnih ovir za razvoj podjetništva, zapleteni birokratski postopki še vedno otežujejo nastanek podjetij in njihovo poslovanje. Na področju spodbujanja konkurenčnosti izstopa predvsem premalo učinkovita krepitev dejavnikov družbe znanja, ki se kaže zlasti v šibki in s podjetniškim sektorjem premalo povezani raziskovalno razvojni dejavnosti ter v relativno nizki učinkovitosti terciarnega izobraževanja, ki je prav tako premalo usklajeno s povpraševanjem po diplomantih na trgu dela.

Ukrepi vlade so brez dvoma pomemben korak pri odpravljanju ovir za hitrejši razvoj in oblikovanje spodbudnejšega poslovnega okolja, kljub vsemu pa ne morejo povsem nadomestiti prizadevanj gospodarstva in negospodarstva za izboljšanje proizvodov in storitev, podjetniške iniciative, učinkovitega usmerjanja sredstev v raziskave in inovacije ter kakovostnega menedžmenta. Menimo, da je (samo)iniciativost gospodarskih in negospodarskih subjektov pogosto odraz njihove inovacijske aktivnosti.

Inoviranje postaja danes vse bolj nujna navada, pravi dr. Matjaž Mulej, mednarodno priznani znanstvenik in strokovnjak s področja dialektične teorije sistemov in inoviranja. Da bi inoviranje res postalo navada (2008, str. 117), moramo najprej ločiti invencijo od inovacije. Po njegovih besedah je invencija vsaka nova zamisel, ki obeta. Pravi, da invencija preraste v inovacijo, ko jo razvijemo do uporabnosti in jo poleg tega odjemalci sprejmejo, kupijo in uporabijo. S tem omogočijo avtorju ideje, izdelovalcu in prodajalcu zaslužek, ker štejejo sprejeto inovacijo za koristno (EU, 1996).

V Sloveniji (isti vir) je iz mnenjskih raziskav razbrati prevladujoče prepričanje, da je inovacija pojem, ki zajema le drobne tehnično-tehnološke in mimo službene dolžnosti izdelane novosti. Mulej ocenjuje, da izmed vseh invencij, ki so tehnično-tehnološke narave, postane inovacija le 1 odstotek. Izmed invencij, ki se ne iztečejo v korenite spremembe, ampak v drobne izpopolnitve, uspe 7 odstotkov. Pri tem opozarja, da sta obe oceni podani na podlagi izkušenj, saj nihče natančno ne ve, koliko zamisli zamre že pri avtorjih idej, ker jih ob drugih obveznostih enostavno pozabijo, nimajo poguma dati v javnost ali odnehajo pri prvih

neugodnih odzivih. Mulej opozarja, da moramo ustvariti veliko invencij, da bi na trgu imeli dovolj možnosti uspeli z inovacijo.

Evropska unija zadnje čase bolj kot tehnološke inovacije spodbuja netehnološke inovacije, pravi dr. Borut Likar, mednarodno priznan znanstvenik in strokovnjak s področja inoviranja. Problem vidi v tem, da v Sloveniji netehnoloških inovacij še vedno ne prepoznamo kot inovacije (med netehnološke inovacije uvrščamo spremembe upravljanja, vodenja in organiziranja kot tudi spremembe vrednot, etike, kulture, norm ter navad podjetja, zaposlenih in družbe – op. V. K.).

Likar (2009) opozarja na preživeto miselnost, ki pravi, da se inoviranje dogaja samo znotraj podjetja ali države. Pri tem izpostavlja koncept odprtega inoviranja, ki je odraz globalizacije, pri čemer podjetja in država iščejo zunanje ideje ter se povezujejo. Pri tem posebej poudarja, da je pomembno inovacije hitro pripeljati do tržne police, ker te sicer lahko prehitijo drugi. Po njegovem je inovacija postala pravo tržno blago.

Kratek povzetek: V prihodnje čaka Slovenijo izziv doseganja večje konkurenčnosti tako doma kot v tujini. Rešitev vidimo v bolj skrbnem in učinkovitem upravljanju inovativne dejavnosti. Pri tem velja poudariti, da predstavljajo netehnološke inovacije naš notranji še neizkoriščen potencial, ki bi ga veljalo ozavestiti in boljše izkoristiti. V nadaljevanju predstavljamo sodobno inovativno podjetniško idejo, ki se navezuje na socialno podjetništvo. Upravičeno se postavlja vprašanje: Ali ni socialno podjetništvo pri nas že stara praksa?

3 Socialno podjetništvo kot netehnološka inovacija navad družbe

Socialno podjetništvo uvrščamo na področje socialne (družbene) ekonomije. Čeprav je njen koncept star več kot 100 let, je šele v zadnjih desetletjih prišlo obdobje, ko jo ljudje razumejo in aktivno uresničujejo. Pri tem velja poudariti, da socialna (družbena) ekonomija združuje številne pristope. Socialno podjetništvo je le eden izmed njih. Gre za nov pristop, ki se od klasičnega pristopa k podjetništvu razlikuje po tem, da temelji na razvoju socialnega kapitala, ustvarjalnosti in inovativnosti kot gonilnih silah razvoja. Da bi lažje razumeli ozadje, v nadaljevanju podajamo kratek pregled zgodovine.

Socialna (družbena) ekonomija (Branco, 2004) se je začela oblikovati ob koncu 19. in v začetku 20. stoletja kot odgovor na različne potrebe posameznikov in družbe. Za zaščito interesov so se posamezniki začeli organizirati v obliki zadrug, združenj, vzajemnih družb ipd., ki so se od drugih organizacij razlikovale po skupnostnem značaju, solidarnosti, vzajemnosti in odprtem delovanju. V Evropi je na nacionalni ravni socialno (družbeno) ekonomijo prva definirala francoska vlada v začetku osemdesetih let. Pozneje so jo sprejele tudi druge vlade (Italija, Belgija, Španija, Portugalska, Luksemburg, Švedska, Finska, Velika Britanija idr.), ki so vzpostavile posebna ministrstva oz. so vsaj imenovalle državne sekretarje. Evropska komisija je v začetku devetdesetih let postavila definicijo socialne (družbene) ekonomije: »Organizacije socialne ekonomije so aktivni socialni in ekonomski akterji v vseh sektorjih. Označujejo jih socialni cilji in specifične podjetniške oblike delovanja.« Legitimnost socialne (družbene) ekonomije tako ni bila več predmet diskusije.

Evropska komisija je pomen socialne (družbene) ekonomije definirala v okviru svoje politike zaposlovanja (isti vir), medtem ko je v okviru direktorata za podjetništvo vzpostavila poseben sektor za socialno (družbeno) podjetništvo. Z dokumentom Kooperative v podjetni Evropi iz leta 2001 je evropske vlade zadolžila, da v svojih državah tako ali drugače razvijejo koncept socialne (družbene) ekonomije in ga uporabijo za razvoj zaposlovanja. Praksa je namreč pokazala, da pomanjkanje tradicije v posameznih državah vodi v popolno napačna tolmačenja pojma socialne (družbene) ekonomije, zato imajo vlade nalogo proučiti ovire, ki preprečujejo razvoj socialne (družbene) ekonomije, in narediti vse, da se zanjo odpro nove tržne možnosti.

Ministrstva oz. direktorati za socialno podjetništvo (isti vir) so danes realnost v večini evropskih držav. V okviru povezav institucij socialne (družbene) ekonomije obstajajo številna regionalna, nacionalna, mednarodna in vseevropska združenja, ki omogočajo izmenjavo znanj in izkušenj, raziskovanje, razvoj programov usposabljanja in lobiranje, kot so: CECOP, CESCE, ICOSI, DIESIS. Na svetovni ravni sta prvi legitimirali socialno (družbeno) podjetništvo OECD in ILO. Veliko naklonjenost socialni (družbeni) ekonomiji je OECD pokazal z oblikovanjem LEED-programa (angl. Local Economic and Economic Development Programme), ki danes identificira, analizira in predstavlja najboljše prakse s tega področja.

Ena izmed najbolj odmevnih dobrih praks socialne (družbene) ekonomije v svetu je sprožila pravo gibanje, ko je leta 2006 nobelovec Muhammad Yunus prejel prestižno nagrado za idejo socialnega podjetništva, katerega namen je bil zaposlovanje in zaščita revnega prebivalstva. Yunus je v svoji knjigi Novemu kapitalizmu naproti (2006) opredelil socialna podjetja kot organizacije, ki delujejo z namenom ustvarjanja dobrin in storitev za zagotavljanje družbene koristi in to v skladu z načeli upravljanja klasičnega podjetja. Osnovno razliko med socialnim in klasičnim podjetjem vidi v delitvi dobička, saj daje socialno podjetje prednost rasti socialnega kapitala in ne ustvarjanju dobička.

Yunus (2006) poudarja, da socialnega podjetništva ne moremo enačiti z družbeno odgovornim podjetništvom. Po njegovih besedah je družbeno odgovorno podjetništvo zastavljeno zelo široko, sem štejemo vsako inovativno pobudo za pomoč posameznikom, ne glede na to, ali gre za gospodarsko pobudo ali ne, pridobitništvo ali ne. Kot primer družbeno odgovornega ravnanja navaja brezplačno deljenje zdravil bolnikom ali postavitev pridobitnega zdravstvenega centra na vasi. Po njegovem je socialno podjetništvo le podzvrst družbeno odgovornega podjetništva. Yunus pravi: »Vsi tisti, ki ustanovijo in upravljajo družbeno odgovorna podjetja, so družbeno odgovorni podjetniki. Vendar vsi družbeno odgovorni podjetniki ne delujejo v socialnih podjetjih.«

Socialno podjetništvo v Sloveniji (Kovačič, 2011) ureja Zakon o socialnem podjetništvu, ki je bil sprejet v začetku leta 2011. Zakon opredeljuje socialno podjetništvo v skladu z merili Evropske komisije. Uvaja odprt sistem, kjer lahko kot socialna podjetja nastopajo različni tipi pravnih oseb, ki zadostijo določenim kriterijem. Prav tako določa cilje in načela socialnega podjetništva, po katerih se morajo ustanoviti oz. preoblikovati tiste pravne osebe, ki želijo pridobiti status socialnega podjetja. Pri tem so ključna tri merila (ZSocP, 2011):

- podjetniški duh, saj so socialna podjetja zasebne, avtonomne, podjetniško orientirane organizacije, ki delujejo z namenom produkcije ter prodaje blaga in storitev;
- delovanje v javnokoristne namene;
- neprofitna distribucija dobička; presežek prihodkov nad stroški socialna podjetja reinvestirajo v delovanje organizacije ali v skupnost z namenom doseganja javnokoristnih ciljev.

Pri prebiranju zakona (Kovačič, 2011) nekoliko zmoti dejstvo, da omenjena merila opredeljujejo družbenokoristno ravnanje socialnih podjetij, pri tem pa ne poudarijo njihovega družbenoodgovornega ravnanja. Glede na to, da v zakonu ne najdemo uporabe pojma družbene odgovornosti, lahko le sklepamo, da se zdi družbena odgovornost socialnih podjetij sama po sebi umevna. V praksi žal ni vedno tako. Da podjetniki delujejo družbeno dogovorno, ker jim tako velewa njihov osebni etični kodeks, v praksi pri nas še vedno ni samo po sebi umevno.

Zakon o socialnem podjetništvu (ZSocP, 2011) uvaja dva tipa socialnega podjetja: A) podjetja, ki bodo poslovala na področjih, na katerih je vlada kot družbenokoristne opredelila dejavnosti, namenjene socialnim podjetjem ter B) podjetja, ki bodo zaposlovala najbolj ranljive skupine ljudi na trgu dela, katerih zaposlovanje v socialnih podjetjih se bo štelo za družbenokoristno. Socialna podjetja tipa B so v Sloveniji in tudi drugod po Evropi že dolgoletna praksa. V poznih 50-ih letih prejšnjega stoletja so se pri nas pojavila prva t. i. invalidska podjetja. Relativno nov pristop na področju socialne (družbene) ekonomije predstavljajo socialna podjetja tipa A, ki se v zadnjem času pri nas hitro širijo.

Lahko rečemo, da je v Sloveniji sodobno socialno podjetništvo s svojo tržno usmerjenostjo trenutno še v povojih. Socialna podjetja se zato srečujejo s številnimi težavami novo razvijajočega se okolja, npr. z majhnim številom socialnih podjetij, nerazumevanjem s strani okolja, napačnim razumevanjem pojma socialnega podjetništva na splošno, šibko usposobljenostjo socialnih podjetnikov, šibkimi kapacitetami ipd.

Kratek povzetek: Socialno podjetništvo se v Sloveniji srečuje z začetnimi težavami, zato bo v prihodnje potrebno več pozornosti nameniti promociji socialnega podjetništva, razvoju podpornega okolja, krepitvi sodelovanja med socialnimi podjetniki in okolico, usposabljanju socialnih podjetnikov ter pospeševanju izmenjave idej in dobrih praks. Razvoja socialnega podjetništva si v bodoče ne moremo predstavljati brez še večjega sodelovanja. Ker predstavljajo socialna podjetja t. i. tretji (nevladni) sektor, imamo v mislih predvsem sodelovanje vladnega in nevladnega sektorja. O tem bomo govorili v nadaljevanju.

4 Socialno podjetništvo kot razvojna možnost za nevladni sektor

V Sloveniji se ob bok zasebnemu in javnemu sektorja postavlja nevladni sektor, kamor uvrščamo nevladne organizacije (NVO), kot so: društva in njihova združenja, zadruga, vzajemne družbe, fundacije in socialna podjetja. Med slednja štejemo tudi zasebne neprofitne organizacije, ki po svoji dejavnosti ne sodijo niti v javni niti zasebni sektor. Za omenjene organizacije je značilno opravljanje družbenokoristne dejavnosti, neprofitnost in družbenoodgovorno ravnanje.

In zakaj so socialna podjetja družbeno pomembna? Menimo, da predstavljajo dopolnitev dejavnosti javnih služb in celo njeno alternativo. Alternativna rešitev se kaže v tem, da se socialna podjetja usmerjajo na proizvodnjo tistih izdelkov in/ali storitev, ki so v javnem interesu, a so se na trgu pokazale kot manj konkurenčne.

Statistični podatki (Vlada RS, 2011) kažejo, da smo s propadanjem manj konkurenčnih delov gospodarstva v času krize soočeni s »pasivnim« prestrukturiranjem. Delež tehnološko visoko zahtevnih proizvodov v izvozu v Sloveniji je do leta 2008 naraščal počasi, z začetkom gospodarske krize pa se je vrednost kazalnika povečala nekoliko hitreje. V letu 2008 in predvsem v letu 2009 se je ob krčenju in propadanju tehnološko manj zahtevnih proizvodov, a delovno intenzivnih (kot je npr. gradbeništvo – op. V. K.), delež visoko tehnološko zahtevnih proizvodov v izvozu precej povečal in s tem povzročil pasivno prestrukturiranje. Situacija je podobna tudi pri storitvah.

Slovenija (isti vir) za povprečjem Evropske unije najbolj zaostaja po deležu tržnih, na znanju temelječih storitev. Relativni obseg storitev je bil v obdobju 2005–2008 praktično nespremenjen (okoli 63 odstotkov dodane vrednosti), v letu 2009 pa se je ob močnem krčenju predelovalnih dejavnosti in gradbeništva povečal na 66,5 odstotkov. Močno povečanje deleža storitev je deloma prehodne narave, saj lahko v času gospodarskega okrevanja ponovno pričakujemo razmeroma visoke rasti obsega nestoritvenih dejavnosti. Tudi primerjava s povprečjem Evropske unije pokaže, da so bili dosedanja premiki v smeri krepitev storitev premajhni. Tako je zaostanek Slovenije po deležu storitev v strukturi dodane vrednosti gospodarstva v letu 2009 še vedno znašal skoraj 8 odstotnih točk, v primerjavi s povprečjem Evropske unije je zaostanek največji pri tržnih, zlasti na znanju temelječih storitvah (poslovne, telekomunikacijske, finančne), delež tržnih tradicionalnih storitev (trgovina, gostinstvo, transport) pa je bil nad povprečjem Evropske unije. Slovenija ima tudi nekoliko nižji delež javnih storitev, kjer od povprečja Evropske unije odstopamo predvsem zaradi slabše razvitosti zasebnega izvajanja nekaterih javnih služb, najbolj v dejavnosti zdravstva in socialnega varstva.

Država (Vlada RS, 2011) pripravlja spremembo zakona o gospodarskih javnih službah, s katero bi omogočili večjo učinkovitost izvajanja obveznih nalog lokalnih javnih služb (zmanjšanje števila javnih podjetij, povečanje kakovosti javne službe) ter lažji institucionaliziran in bolj kakovosten nadzor nad izvajanjem dela teh služb. Država (Branco, 2004, str. 8) opušta mnogokrat drage in neučinkovite sisteme javnih služb, pasivne socialne transfere pa nadomeščajo spodbude za zaposlitveno integracijo oseb v socialnopoljetniških projektih. V praksi je opaziti, da organizacije z doslej primarno socialnimi cilji uvajajo vse več tržnih principov, po drugi strani pa klasična tržna podjetja uvajajo vse več socialnih ciljev.

Kratek povzetek: Dejavnosti, ki so se na trgu izkazale kot manj konkurenčne in jih je kriza najbolj prizadela, se zdijo za podjetja privatnega sektorja manj zanimive. Ker so med njimi tudi dejavnosti, ki so ljudem potrebne (zadovoljuje določen del njihovih potreb, ki jih sicer sami ne bi zmogli zadovoljiti – op. MM), se ponuja odlična možnost razvoja socialnega podjetništva v nevladnem sektorju. Dane razvojne možnosti ustvarjajo konkurenčne priložnosti. Ali jih bom izkoristili, je seveda odvisno od nas.

5 Socialno podjetništvo kot konkurenčna priložnost na trgu

V uvodu je bilo postavljamo vprašanje: »Ali je socialno podjetništvo za Slovenijo možnost ali priložnost?« Menimo, da oboje, le pogled in način pristopa sta različna, kar posledično vpliva na akcijo, ki bo sledila.

Nevladne organizacije imajo pri nas zelo različne vsebine: od gasilstva, pomoči odvisnikom in drugih oblik pomoči ljudem, pevskih zborov in drugih pristočasnih kulturno-umetniških dejavnosti do športnih in podobnih amaterskih dejavnosti. Gre za dejavnosti z družbenoodgovornimi pozitivnimi učinki, ki v svoje delovanje vključujejo veliko prostovoljcev (ljubiteljskih sodelavcev). Zaradi vpetosti prostovoljcev v obslužbene dejavnosti, imajo le-ti na razpolago manj časa od poklicno zaposlenih sodelavcev v nevladnih organizacijah. Po naši oceni utegne to v določeni meri zmanjševati uspeh delovanja nevladnih organizacij (ni pa nujno povsod in tudi ne v vseh vsebinah enako – op. MM). Predvidevamo, da bi določen del dejavnosti nevladnih organizacij v prihodnje morebiti prešel v socialno podjetništvo. Temu v prid govori tudi dejstvo, da število nevladnih organizacij v Sloveniji dosega več kot 10 odstotkov vseh podjetij in organizacij, število delovnih mest v njih pa ne dosega niti 1 odstotka.

Ustanavljanje socialnih podjetij z namenom prevzema del javnih funkcij bi od obstoječih nevladnih organizacij zahteval organizacijsko preoblikovanje. Predpostavljamo, da bi država pristala na dogovor za prenos javnih funkcij le v primeru, da bo na drugi strani zaznala resnega poslovnega partnerja, ki bi bil sposoben zagotoviti trajni in trajnostni razvoj. Obstoječe nevladne organizacije, organizirane kot prostovoljne organizacije brez redno zaposlenih sodelavcev, trenutno tega ne zagotavljajo. Kaj je vzrok temu?

V zadnjem času so v Sloveniji številna novo ustanovljena socialna podjetja začela svojo dejavnost na osnovi inovativne podjetniške ideje in pridobitve evropskih sredstev za spodbujanje razvoja socialnega podjetništva. V praksi tako pogosto srečamo problem, da so nevladne organizacije preveč finančno odvisne od začasnih tujih virov financiranja, kar nemalokrat ogrozi trajen in trajnostni obstoj tako organizacije kot inovativne ideje.

Yunus (2006) poudarja, da socialno podjetje, ki s svojimi prihodki ne more trajno pokrivati stroškov svojega poslovanja, v bistvu ni socialno podjetje. Uvršča ga v dobrodelno dejavnost. Pravi, da se šele takrat, ko podjetje z družbenokoristnim poslanstvom uspe pokriti lastne stroške in premagati gravitacijsko silo finančne odvisnosti, razvije njegov potencial za rast in razvoj. Ko socialno podjetje raste, raste tudi korist, ki jo socialno podjetje prinaša družbi.

Rešitev problema vidimo v socialnem podjetništvu, ki s svojo tržno usmerjenostjo presega problem prevelike finančne odvisnosti in s tem krepi svojo inovativnost. Na 6. mednarodni konferenci »Družbena odgovornost in izzivi časa 2011«, ki jo organizira Inštitut IRDO, je bilo področje socialnega podjetništva obravnavano z vidika mladih. Mulej je pri tem poudaril (Kovačič, 2011b), da je v Sloveniji osnovni problem socialnih podjetij pomanjkanje podjetniškega znanja. Pri tem je izpostavil dejstvo, da ni dovolj imeti podjetniška znanja za uvajanje novih izdelkov in storitev, ampak so potrebna predvsem podjetniška znanja za ustanavljanje podjetij. Prav slednjih v praksi pri nas najbolj primanjkuje. Posledice se kažejo v premajhni »podjetnosti« in »netržni usmerjenosti« socialnih podjetij, kar bistveno vpliva na njihovo (ne)konkurenčnost.

Kratek povzetek: Možnost razvoja socialnega podjetništva v nevladnem sektorju je odvisna od sposobnosti socialnih podjetnikov, da s svojo tržno usmerjenostjo podjetjem zagotovijo trajni in trajnostni razvoj. Samo v tem primeru je upravičeno pričakovati priložnost za prenos

del socialnih funkcij iz javnega v nevladni sektor. V nadaljevanju razmišljamo, kako zagotoviti potrebna znanja potencialnim socialnim podjetnikom.

6 Mreženje ljudi in mreženje znanja za večjo konkurenčnost

Na globalnem trgu (Ivanko, 2007, str. 301) so edina stalnica hitre spremembe, kar od organizacij zahteva visoko stopnjo prilagodljivosti in inovativnosti. V takšnih razmerah poslovanja omejitveni vir ni več finančni kapital, ampak informacije, znanje in podjetniško upravljanje. Da bi podjetja informacije izkoristila za nadaljnji razvoj, potrebujejo znanje za ustvarjalno delo in organiziranje ter menedžment za upravljanje ljudi k skupnemu cilju. Tako postanejo informacije, znanje in podjetniško upravljanje gibalno razvoja globalne ekonomije.

Uspeh sodobne družbe (Kovačič, 2010) je odvisen od štirih lastnosti: 1. zavedati se medsebojne odvisnosti; 2. gledati dovolj celovito (holistično); 3. razmišljati sistemsko in 4. delovati soustvarjalno. Kako lahko to dosežemo, si oglejmo v nadaljevanju.

Način mišljenja (Pečjak, 2001, str. 16–18) je v psihološkem smislu razdeljen na: 1. usmerjenost misli (konvergentno in divergentno); 2. glede na smer misli (vertikalno in lateralno); 3. glede na faze ustvarjalnega mišljenja.

Konvergentni način mišljenja (isti vir) je enostransko usmerjeno mišljenje, samo v eno smer razmišljanja. Divergentni način mišljenja je večstranski način mišljenja, v več smeri, ko človek išče več rešitev, odgovorov. Divergentno razmišljanje je osnova za ustvarjalnost, za ustvarjalno mišljenje. Glede na smer misli je vertikalno mišljenje tisto, ko se misli premikajo od točke do točke, po korakih od ene rešitve k drugi. Nasprotno je lateralno mišljenje, misli je več, vedno padajo nove, so nepričakovane in so naključne. Tovrstno razmišljanje je značilno za umetniško ustvarjanje in sanjarjenje.

S kombinacijo različnih načinov mišljenja skupaj s sodelovanjem različnih ljudi ustvarjamo mrežo ljudi znanja. Z mreženjem pogosto ustvarimo prej omenjene štiri pogoje za uspeh. In kakšna je naša vsakdanja praksa?

V zadnjih nekaj letih nam politiki in gospodarstveniki sporočajo, da Slovenija vlaga v raziskave in razvoj premalo sredstev, da so naša podjetja premalo inovativna in posledično premalo konkurenčna. Eden od ključnih dejavnikov za (ne)uspeh (Likar, 2006) je povezava med raziskovalci in inventorji na eni strani ter gospodarstvom na drugi. Na prvi pogled se zdi, da gre za nepremostljiv prepad, saj raziskovalci menijo, da podjetja ne znajo uporabiti njihovega znanja, gospodarstvo pa, da raziskovalci delajo stvari, ki zanje niso zanimive. »Gre za dva pola, ki se morata drug drugemu približati. Realizira se le odstotek patentov, kar pomeni, da inventorji in raziskovalci pogosto delajo stvari, ki so za industrijo neuporabne,« pravi Likar in dodaja, da bi bilo dobro, če bi obe strani sodelovali že od samega začetka.

Statistični podatki kažejo (Vlada RS, 2011), da je v Sloveniji nujno okrepiti sodelovanja visokošolskih institucij s potencialnimi uporabniki njihovega znanja (z gospodarstvom in negospodarstvom) pri oblikovanju in izvajanju takšnih strokovnih študijskih programov, ki bodo nudili večje strokovne kompetence diplomantov in odgovarjali na povpraševanje po

specifičnih znanjih na trgu dela. Zato je ključno ustvariti pogoje za učinkovito izvajanje kakovostnih študijskih programov, ki bodo pregledneje ponujali znanje na organizacijsko ločenih univerzitetnih in strokovnih programih.

Na tem področju (Likar, 2006) se je v minulih letih kar precej spremenilo, a zdi se, da se še vedno premalo zavedamo, da je odločitev za inovativnost v rokah vodstva podjetij. Brez podpore vodilnih so prizadevanja še tako odličnih posameznikov večinoma neuspešna. Vodilna strategija podjetja pomeni, da želi biti podjetje vsaj na ozkem segmentu boljše od drugih. To pa poleg jasne vizije in poslanstva pomeni, da je treba določiti cilje in vzpostaviti dejavnosti za obvladovanje invencijsko-inovacijske verige.

Kratek povzetek: Za konkurenčnost Slovenije doma in v tujini je ključno mreženje ljudi in znanja. Pri tem je potrebno upoštevati načelo celovitega pristopa (namesto enostranskosti, ki povzroča spreglede) in neodvisnosti (namesto odvisnosti in neodvisnosti, ki sta pomembni pravni stanji, a naravno in ekonomsko nedosegljivi) predvsem v segmentu človekovih pravic, delovnih razmerij, poštenega poslovanja, odnosa z odjemalci, vključevanja v širšo družbo in njen razvoj, upravljanja organizacij ter v kar največji meri odgovornega odnosa do ljudi in narave. Socialno podjetništvo s poudarkom na družbeno potrebnem, koristnem in odgovornem delu nam v prihodnje ponuja tako razvojne možnost kot konkurenčne priložnost. Ponujeno velja izkoristiti.

7 Zaključek

World Economic Forum (WEF) spremlja razvojne politike in strategije ter ocenjuje konkurenčnost držav na dolgi rok. Nedavne analize so pokazale, da je konkurenčnost Slovenije za obdobje 2010–2011 močno padla, predvsem zaradi padca kazalnikov učinkovitost. Zaradi krize je padla tudi gospodarska aktivnost, ki se letos povečuje, čeprav počasneje, kot bi želeli. Med gospodarstveniki prevladuje nezadovoljstvo s trenutnimi gospodarskimi razmerami in ukrepanjem vlade v zadnjem letu.

V prizadevanjih za izboljšanje konkurenčnosti se kot odraz globalizacije izpostavlja koncept odprtega inoviranja. Inoviranje postaja danes vse bolj nujna navada, inovacije pa pravo tržno blago. Bolj kot tehnološke inovacije Evropska unija v zadnjem času spodbuja netehnološke inovacije, ki jih v Sloveniji še vedno pogosto ne prepoznamo.

Na področju spodbujanja konkurenčnosti Slovenije izstopa predvsem premalo učinkovita krepitev dejavnikov družbe znanja, ki se kaže v šibki in s podjetniškim sektorjem premalo povezani raziskovalno-razvojni dejavnosti ter v relativno nizki učinkovitosti terciarnega izobraževanja, ki je prav tako premalo usklajeno s povpraševanjem po diplomantih na trgu dela. Upravičeno se postavlja vprašanje, ali si Slovenija v prizadevanjih za večjo konkurenčnost lahko privošči takšno (ne)sodelovanje.

Rešitev za izboljšanje konkurenčnosti na nacionalni ravni vidimo v razvoju socialnega podjetništva nevladnega sektorja z namenom prenosa dela javnih funkcije. Gre za neprofitna podjetja, ki opravljajo družbeno potrebno, koristno in odgovorno delo. Predstavljajo alternativno rešitev izvajanja javnih funkcij. Upravičeno bi bilo pričakovati bolj kakovostno in učinkovito izvajanje del javnih funkcij, nove možnosti zaposlovanja, krepitev inovativnosti in konkurenčnosti ter v končni fazi bolj smotrno porabo javnih sredstev.

Rešitev sodi med netehnološke inovacije, ki s težnjo po celovitosti in upoštevanjem etike soodvisnosti spodbuja spreminjanje navad družbe. Ob tem lahko ljudje kot posamezniki in organizacije – še zlasti podjetja in država – razvijamo svoje zavedanje družbene odgovornosti do ljudi in narave. Pri tem nam socialno podjetništvo ponuja veliko razvojnih možnosti in konkurenčnih priložnosti, ki jih velja v prihodnje dobro izkoristiti.

O avtorici

Mag. Vesna Kovačič, DOBA Fakulteta, e-naslov: vesna.kovacic@net.doba.si