



VIZIJA SOČIALNEGA PODJETNIŠTVA 2020

PREDGOVOR

Socialna podjetja spreminjajo življenja ljudi in prinašajo pozitivne spremembe po vsem svetu. Njihove rešitve družbenih in okoljskih težav je mogoče razširiti in uporabiti v različnih državah, omogočajo pa bolj odprto, trajnostno naravnano in uspešno prihodnost za vse.

Predstavitev vizije socialnega podjetništva v Evropi do leta 2020 sovпада s programom globalnega socialnega podjetništva, ki ga izvaja British Council, saj v Evropi temu sektorju dajemo vse večji poudarek. Program v splošnem podpira naše poslanstvo medkulturnih odnosov, s katerim gradimo zaupanje in ustvarjamo nove možnosti med posamezniki in institucijami v Veliki Britaniji ter v drugih državah, ti pa prispevajo k bolj povezani, trajnostno naravnani in uspešni prihodnosti. S svojo prisotnostjo v več kot 100 državah spodbujamo dialog in razprave o socialnem podjetništvu po vsem svetu. V številnih državah, kot so Indija, Grčija in Kitajska, socialno podjetništvo podpiramo tudi z usposabljanji in dostopom do investicij. V Evropi predvsem želimo pomagati mladim, ki so brezposelni ali iz socialno šibkejših okolij, ter iščemo nove rešitve, s katerimi bi se socialna podjetja spoprijela z družbenimi in gospodarskimi izzivi.

British Council bo organiziral tematsko srečanje »Kakšno bo socialno podjetništvo v Evropi leta 2020« kot prispevek h konferenci Iniciative Evropske komisije za podjetništvo »Socialni podjetniki, beseda je vaša«, ki je potekala v Strasbourgu od 16.—17. Januarja.

Pogledi, ki so objavljeni v tem dokumentu, so nastali na podlagi vrste pogovorov s strokovnjaki na področju socialnega podjetništva in ne odražajo nujno stališč British Councila. Ta dokument sta po našem naročilu ustvarila Mark Richardson in Richard Catherall, za kar se jima zahvaljujemo. Osnutek te vizije je bil objavljen v spletni razpravi na partnerski strani časnika Guardian (www.theguardian.com/british-council-partner-zone), kjer so bile pred izdajo vizije objavljene še dodatne ideje. Glavne točke te razprave so zajete v prilogi dokumenta #SocEnt2020, ki je pred vami.

Vizija domneva, kakšno pot bi lahko ubralo socialno podjetništvo v Evropi v prihodnjih letih, in namenoma spodbuja razprave na to temo. Upamo, da bo ta dokument uspešna osnova za prihodnje razprave, ko se podajamo na pot k stabilni prihodnosti, v kateri bodo socialna podjetja in socialni podjetniki v Evropi in po svetu resnično imeli besedo pri njenem ustvarjanju.

Rosemary Hilhorst
Direktorica British Councila za regijo EU
januar 2014

UVOD

V letu 2013 je socialno podjetništvo je postalo majhen, a pomemben del svetovnega gospodarstva, njegov vpliv pa raste iz leta v leto. Na razvoj socialnega podjetništva vpliva več dejavnikov: gospodarske razmere, družbeni in okoljski izzivi, politika vlad, tehnologija in investicije, če jih naštejemo le nekaj. Vprašanje je, kako se bo socialno podjetništvo odzvalo na te vplive v prihodnjih letih oziroma kakšno bo socialno podjetništvo v letu 2020?

Ta kratek dokument je poskus odgovora na to vprašanje.

ALI BO LETA 2020 SEKTOR SOCIALNEGA PODJETNIŠTVA V EVROPI SPLOH ŠE POTREBEN?

Že v letu 2013 so tradicionalne prostovoljne organizacije, dobrodelne organizacije in združenja po vsej Evropi sprejela socialno podjetništvo za svoje s trgovanjem za socialne namene in ponovnim vlaganjem morebitnega dobička vanje. Gospodarske in politične razmere silijo vse, razen najmanjših organizacij, ki jih vodijo prostovoljci, da ponovno ovrednotijo storitvene pogodbe in druge oblike dohodka. Do leta 2020 se bodo skoraj vse dobrodelne organizacije in združenja znašli nekje znotraj okvirjev socialnega podjetništva, večino ali celo ves svoj prihodek pa bodo ustvarjali prek tržnih dejavnosti.

Obenem bo do leta 2020 vse več podjetij iz zasebnega sektorja moralo prikazati svojo socialno ustreznost, veliko pa jih bo v tem uspešnejših od tradicionalnih socialnih podjetij. Državna in evropska zakonodaja družbene vrednote vse bolj postavlja v ospredje kot osrednjo komponento javnih naročil. Državni programi povečanja zaposlovanja spodbujajo zasebna podjetja, da delovna mesta zapolnijo z brezposelnimi osebami in investirajo v njihovo usposabljanje. Internetne kampanje izpostavljajo neetične prakse velikih korporacij, ki izkoriščajo prej omenjene programe, in jih prisilijo v bolj etično vedenje. Mala in srednje velika podjetja (MSP) iščejo načine, kako pridobiti zvestobo strank ali preprosto vrniti nekaj skupnostim, v katerih delujejo, da bi v njih dobili pomembnejšo vlogo. Mnoga zasebna podjetja bodo v letu 2020 ustrezala opisu socialnega podjetja, saj bodo dajala vse več poudarka družbenim vrednotam in nekaj svojega dobička znova investirala v družbene namene.

V tem času bodo vlade po vsej Evropi na področju zdravstva, kazenskega pravosodja, socialne oskrbe, izobraževanja in na drugih področjih raje sklepale pogodbe s podizvajalci, kot da bi te storitve izvajale same. Te pogodbe vse bolj brišejo meje med javnimi storitvami, ki jih zagotavlja država, in javnimi storitvami, ki jih zasebna podjetja zagotavljajo vladam. Številna tradicionalna socialna podjetja bodo imela težave, da zaradi omejujočih okvirjev storitvenih pogodb ohranijo svojo družbeno inovativnost, pristop osredotočenosti na stranke in samostojno identiteto. Profitna podjetja bodo tekmovala za izvajanje istih storitev za vse nižje cene. Konkurenčnost bo prisilila znižanje plač in pogoje zaposlovanja delavcev. Socialno podjetništvo bo po novem za mnoge pomenilo privatizacijo javnih služb skozi stranska vrata.

V številnih evropskih državah in drugod, predvsem v gospodarstvih v vzponu, razlika med socialnim podjetjem in navadnim podjetjem še vedno ne bo jasna. V času, ko je največja družbena težava nezaposlenost, bo vsako podjetje, ki bo ustvarilo nova delovna mesta, še posebej dobra delovna mesta, prineslo družbene koristi.

V Vennovem diagramu bo razvidno, da se samostojne množice dobrodelnih organizacij, profitnih družb in javnih ustanov vse bolj prekrivajo, sredinska množica, ki jo predstavlja socialno podjetništvo, pa bo vse večja. Toda če bodo do leta 2020 to družbeno vplivno dejavnost učinkovito pokrivali drugi sektorji, kakšno vlogo bodo potemtako še sploh imela tradicionalna samostojna, neprofitna, družbeno koristna podjetja?

SOCIALNI UČINEK BO POMEMBNEJŠI OD SEKTORSKIH OKVIRJEV

Definicije socialnega podjetništva so bile vedno nejasne in neenotne glede njegovih osnovnih značilnosti. Ker bodo v prihodnosti meje med sektorji zabrisane, se bodo vlade, ustanovitelji in investitorji odmaknili od definiranja socialnih podjetij glede na pravna določila in raje kategorizirali organizacije glede na njihovo sposobnost ustvarjanja družbenih koristi za investirana sredstva. Ne bo več razprav o tem, kako točno definirati socialno podjetje, temveč kako določiti, meriti in primerjati socialni učinek organizacij.

Do leta 2020 bodo meritve socialnega učinka postale ne samo običajna praksa v socialni ekonomiji med socialnimi podjetji, dobredelnimi organizacijami in združenji, ampak bo vse večje povpraševanje zanje tudi v javnem in profitnem sektorju. Merjenje socialnega učinka in poročanje o njem bosta postajala vse bolj visoko razvita, organizacije pa bodo posledično ocenjevane po njihovem družbenem učinku, kar bo odločalo o nadaljnjih nakupih in investicijah. Dejstvo je, da bodo do leta 2020 številne organizacije začele izdajati letna poročila o svojem socialnem, okoljskem in gospodarskem vplivu.

Dogovorjeni spekter socialnega učinka – od pozitivnega, do nevtralnega in negativnega –, bo družbi omogočil, da lahko ocenjuje vse organizacije na podlagi njihove dejanske družbene koristnosti. Ne bo več zavajanja, niti korporativne družbene odgovornosti, ki je usmerjena v lov za publiciteto. Tradicionalna socialna podjetja ne bodo mogla več trditi, da so boljša od zasebnih ali javnih podjetij zgolj zaradi svojega poslovnega modela ali pravne ureditve. Namesto tega se bodo lahko vrhunska, etično vodena podjetja potegovala z najboljšimi socialnimi podjetji in javnimi službami za vodilne položaje v sferi socialnega učinka. Prinašala bodo izjemno družbeno korist za minimalni finančni vložek. Slabo vodena, neučinkovita socialna podjetja se bodo obenem znašla pod drobnogledom zaradi svoje omejene ali celo negativne družbene vrednosti. Dolgoletni programi, ki so jih izvajale javne, zasebne in socialne organizacije bodo ukinjeni, odprli pa se bodo novi modeli, ki bodo dokazano prinesli večjo družbeno korist.

Do leta 2020 bo javnosti vseeno, iz katerega sektorja po definiciji prihaja posamezna organizacija, saj bodo pomembni le dolgoročni rezultati in njihovi posledični stroški. Vlade, ustanovitelji in investitorji bodo zahtevali vse višje standarde dokazovanja družbenih koristi za svoje investicije. Več sredstev bo namenjenih merjenju in dokazovanju družbene koristi, manj pa jih bo zapravljenih za neučinkovite programe, ki prinašajo površinske in kratkoročne rezultate. Namesto tega bo denar namenjen organizacijam, ki bodo uspeli dokazati, da ustvarijo največji socialni učinek za najmanj investiranega kapitala.

Premalo bodo zgolj trditve, da podjetje opravlja dobro delo. Slabo vodenje se več ne bo moglo skrivati za krinko socialnega podjetja. A prav tako bodo najboljša socialna podjetja prinesla večji družbeni izkoristek za vloženi kapital, podobno kot najboljše profitne, javne in dobrodelne združbe. Z ustvarjanjem prihodka in ohranjanjem družbenih prioritet pred finančno donosnostjo bodo najboljša socialna podjetja postala vzorčni primeri, kaj v resnici pomeni pozitiven socialni učinek.

Prehod na merjenje in dokazovanje socialnega učinka bo za večino tradicionalnih socialnih podjetij zelo zahteven. Večina teh je majhnih organizacij z zelo omejenimi proračuni, dobre meritve pa so lahko precej drage, še posebej, ko jih vpeljujemo prvič, saj zahtevajo vlaganja v nove sisteme, usposabljanje zaposlenih in najem zunanjih strokovnjakov. Organizacije javnega sektorja, korporacije in celo večja srednje velika podjetja imajo običajno več sredstev, ki jih lahko vložijo za ta namen. Zato se bodo morda današnja socialna podjetja v letu 2020 znašla v položaju, ko bodo prisiljena delati še toliko bolj trdo, da dokažejo svojo družbeno vrednost. V bolj povezanih kulturah ne bo nič nenavadnega, če bodo manjša podjetja sodelovala med sabo pri ovrednotenju in prikazu svojega učinka, še posebej v primerih, ko bi jim skupne ideje prinesle večjo družbeno korist.

SOCIALNE FINANCE BODO POSTALE PREVLAJUJOČ TREND

Pomembni gonili izboljšanja sistemov merjenja socialnega učinka bosta rast in razvoj sektorja socialnih financ, v zameno pa bo po novem prevladujoči trend merjenja socialnih učinkov spodbujal nadaljnjo rast socialnih financ. Zaradi dolgoročnejših pogojev investicij in dolgoročnejših meril uspeha bodo postali pomembni tudi dolgotrajnejši učinki, ne zgolj preprosto izmerljivi rezultati.

Do leta 2020 bo model, v katerem fundacije investirajo denar za maksimalni finančni donos, nato pa ta denar vložijo v družbeno koristne namene, brezupno zgrešen in zastarel. Namesto njega bodo fundacije nadzirale socialne učinke vseh svojih investicij in donacij, s tem pa poskušale doseči maksimalen socialni donos.

Pionirski modeli socialnih investicij, kot so »obveznice z družbenim učinkom« (ang. Social Impact Bonds) ter »obveznice za socialne investicije« (ang. Social Investment Bonds), bodo zbližali zasebne vlagatelje, financerje dobrodelnih organizacij, vlade in socialne podjetja. Za začetek bo na voljo več sredstev zasebnega sektorja za družbeno koristne namene, s tem pa se bo grožnja javni blagajni ter socialnim podjetjem zmanjšala.

Ti novi hibridni modeli bodo prav tako odklenili vrata do ogromnih finančnih rezerv pokojninskih skladov za namene socialnih investicij. Podoben premik se bo zgodil z rezervami več sto milijonov evrov, ki počivajo v blagajnah dobrodelnih organizacij in bodo zdaj investirane v kombinacijo socialnega in finančnega donosa, ne zgolj v opcije z maksimalnimi finančnimi prihodki.

Do leta 2020 bo vse več socialnih podjetij, ki bodo sposobna maksimirati socialni učinek in bodo obenem finančno donosna. Postala bodo vedno bolj 'profesionalizirana', saj bo več poudarka na 'pripravljenosti za investicije' in poročanju o učinkih. Ta množica socialnih podjetij, godnih za investicije, bo pritegnila investicije prevladujočih finančnih institucij, deloma zaradi želje, da bi si s tem povrnile ugled.

Zmanjšujoči razkorak med poslovnimi in socialnimi financami bo povečal pritisk na vlagatelje, da pri vseh svojih investicijah upoštevajo družbene in okoljske učinke. Z rastjo sektorja socialnih financ bo pretok zaposlenih med poslovnim in socialnim sektorjem razširil nekaj etike in prakse iz socialnih financ, povečal pa se bo tudi vpliv, ki ga ima delovanje socialnih podjetij na profitna podjetja.

Obenem bodo socialna podjetja tudi sama aktivnejša pri nujenju finančnih storitev. Zaupanja vredna socialna podjetja iz revnejših okolij bodo ponujala bančne račune in posojila ljudem, ki drugače ne bi imeli dostopa do osnovnih finančnih storitev. Sklepala bodo partnerstva s kreditnimi zadrugami, vzajemnimi skladi in komercialnimi bankami, sčasoma pa bodo pritegnila stranke prestižnejših in akviziterskih posojilodajalcev, saj bodo ljudje iskali zaupanja vredne finančne storitve.

Čeprav bo rast socialnih financ prinesla ogromne koristi številnim socialnim podjetjem, bo tranzicijsko obdobje precej zahtevno. Leta 2020 bodo vlade investirale manj denarja v socialne programe, saj bodo želele prihraniti z vlaganjem izključno v podjetja, ki bodo prinašala rezultate, ki jih je moč izmeriti. Izdatnejši viri novih socialnih financ bodo spodbudili večjo konkurenco v poslovnem sektorju, ki ima na voljo več denarja za investicije v meritve učinkov in poročanje kot sektor tradicionalnih socialnih podjetij.

Zaradi porasta socialnih financ bo vse več denarne podpore v obliki posojil ali investicij, ne pa donacij. Fundacije ter razpisovalci evropskih sredstev in vladnih programov bodo v zameno za svojo podporo želeli videti tako finančni kot socialni donos. Organizacije in družbeno-koristna združenja, ki so slabo vodena, bodo prisiljena, da stopijo na to pot.

Odmik financiranja od donacij v smeri posojil in rizičnega kapitala bo ustvaril prioritete, po katerih bodo socialni rezultati lahko donosni, izraženi v denarju in primerni za trženje. Socialni programi, katerih rezultate je težko finančno ovrednotiti, ne bodo privlačni za financiranje. To bo privedlo do novega marginaliziranega 'podrazreda' socialnih problemov. Vendar bodo nekateri od teh problemov, ki so v preteklosti le s težavo pritegnili denarna sredstva, kot je delo z bivšimi kaznjenci, zdaj postali privlačni za socialne investicije.

Druga sprememba v prioritetah financiranja je investiranje v dokazano delujoče ideje in koncepte namesto kratkoročnih investicij v nove in inovativne zamisli. To je deloma dobrodošlo, a obstaja nevarnost, da bo 'inovacijski pogon' socialnega podjetništva ostal brez goriva.

Zaradi nagnjenosti socialnih podjetij, da postanejo godne za investicije, bodo njihovi vodje primorani izpopolniti svoje veščine, predvsem svoje poslovne kompetence. Zato bo v socialna podjetja prišlo vse več izkušenih poslovnežev iz profitnega sektorja, toda do leta 2020 bo namenjenih vedno več sredstev tudi za usposabljanje lastnih vodij iz socialnih podjetij. Univerze in poslovne šole bodo v ta namen nudile širok spekter študijskih smeri in izobraževanj. Temu bo botroval premik iz profitnega in javnega sektorja na področje socialnega podjetništva, pa tudi povpraševanje socialnih podjetij in investitorjev po primernih izobraževanjih.

ODMIK OD INOVACIJ K ŠIRITVI IN PODVOJEVANJU

Zaradi višje ravni meritev socialnih učinkov, poročanja o njih in investiranja vanje do leta 2020 se bodo zelo uspešna in inovativna socialna podjetja znašla pod pritiskom, da hitro nadgradijo in razširijo svoje dejavnosti v nacionalnih in celo mednarodnih merilih.

Podobno kot so tradicionalne finance privedle podjetja, da postajajo vse večja, bodo morda imele socialne finance enak učinek na socialna podjetja. Nekatera socialna podjetja bodo do leta 2020 ustvarila ogromne prihodke od prodaje. Razvil se bo vseevropski kader vodilnih socialnih podjetij, ki se bodo spopadala s široko paleto družbenih problemov, obenem pa bodo pritegnila investicije ter v enaki meri nasprotovala razpravam in jih spodbujala. Uveljavila se bodo s svojim učinkom, kulturo, uspehi in znanjem, ki ga lahko delijo naprej. Ne bodo več na obrobju marginalnih sektorjev, temveč bodo konkurirala prevladujočim poslovnim modelom in načinom vodenja podjetij.

Ta mega-socialna podjetja se bodo soočila z izzivom, kako ohraniti svojo značilno socialno DNK – poslovni sektor je poln korporacij, ki so začele poslovati z jasnimi družbenimi vrednotami, te pa so sčasoma izzvenele v pehanju za dobičkom in vrednostmi za delničarje. Velike organizacije se precej težje učinkovito odzovejo na potrebe svojih deležnikov, ne glede na njihovo motivacijo. Geografska širitev bo postavila pod pritisk lokalno usmerjena socialna podjetja, kot so razvojni skladi, in s tem ogrozila njihovo osnovno značilnost, ki je obenem tudi njihovo največje premoženje.

Ena rešitev dileme, kako širiti uspešna socialna podjetja, ne da bi s tem uničili njihovo posebnost, je ustanavljanje socialnih franšiz. Čeprav model izvira iz komercialnih franšiz, zahteva večje partnersko sodelovanje med franšizodajalcem in franšiznimi podjetji, ki so običajno samostojna socialna podjetja znotraj posameznih skupnosti.

Socialne franšize bodo hitro prenesle odlične ideje po vsej Evropi in drugod. Do leta 2020 bodo nastali specifični investicijski skladi, ki bodo ustanavljali franšize učinkovitih modelov socialnih podjetij, uveljavili pa se bodo tudi franšizni posredniki. Z vsem tem bo socialni franšizing postal bolj profesionalen in se razvil v samostojen sektor, podobno kot komercialni franšizing.

Socialne franšize bodo socialnim podjetjem, ki slonijo na posameznih skupnostih, omogočile nov dotok prihodka in več profesionalnih storitev. Ne bodo razdirale njihovih temeljev, ki so osnovani na skupnosti,

temveč bodo na njih gradile. Nudile bodo ravnotežje med potrebo po širjenju dobrih modelov in obenem ohranile lokalno lastništvo in znanje.

Tudi tradicionalne dobrodelne organizacije, cerkve, šole, lokalne oblasti in celo profitna podjetja bodo prevzeli idejo socialnih franšiz. To bo še dodatno zabrisalo meje med sektorji in organizacijami, okrepilo sodelovanje in olajšalo pretok dobrih idej socialnega podjetništva zunaj njegovega sektorja.

KOMPLEKSNO MREŽENJE BO PREOBRAZILO SOCIALNO PODJETNIŠTVO

Naše razumevanje obsega bo postalo bolj sofisticirano. Začetniki socialnega podjetništva v Evropi do leta 2020 pri tem ne bodo več razmišljali zgolj znotraj rigidnih okvirjev prometa, dobička ali dosega, tudi dolgotrajnost ne bo več merilo uspeha. Namesto tega bodo socialna podjetja pozornejša na obseg svojega učinka; na učinek, ki spreminja poslovno prakso drugih podjetij in vladne politike ter širi rešitve, ki delujejo. Nekatera najboljša socialna podjetja bodo tako uspešna, da jim bo zaradi tega zmanjkalo dela.

Vse večje povezovanje med socialnimi podjetniki bo prineslo trend visoko omreženih mikrosocialnih podjetij, ki bodo sodelovala zunaj državnih meja. Nastale bodo močne vezi z namenom reševanja specifičnih socialnih problemov, ki bodo potem razpadle, namesto njih pa se bodo pojavile nove povezave. Pri tem bodo črpali strokovno znanje in denar iz množic. Ta neposreden, sodelovalni pristop k reševanju lokalnih in globalnih problemov bo še posebej privlačna alternativa organiziranemu političnemu udejstvovanju, predvsem za mlade ljudi, ki so odrasli v 'digitalni dobi'.

V zadnjih 50 letih so se profitna podjetja in korporacije razširili po vsem svetu, posamezne vlade pa se seveda niso. Posledica je globalna neuravnoteženost med družbenimi vrednotami in denarnim dobičkom, ki ima prednost pred vrednotami. Rastoči koncept socialnega podjetništva bo do leta 2020 prevzel vodilno vlogo v širjenju demokracije, enakosti in odprtih možnosti za socialno ogrožene po Evropi in v svetu. Spodbujal bo sodelovanje in gradil povezanost znotraj narodov in med njimi na način, kot ga državne vlade niso zmožne.

Mednarodno povezovanje bo podprto z evropskimi sredstvi in zakonodajo, olajšala ga bo vse bolj napredna sodobna tehnologija, vodilo pa ga bo natančnejše, primerljivo in uporabno poročanje o socialnih učinkih. Socialna podjetja, ki se ubadajo s podobnimi težavami ali ustvarjajo novo tržno nišo, bodo lahko med sabo delila svoje znanje. S takšnim neformalnim deljenjem informacij se bodo učinkoviti modeli socialnih podjetij širili hitreje kot s pomočjo formalnih mehanizmov, kot sta licenciranje ali socialni franšizing.

KAJ BO TOREJ POSTALO SOCIALNO PODJETNIŠTVO, ČE NE LOČEN SEKTOR?

Bistvo socialnih podjetij nikoli ni bilo v iskanju lastnega sektorja, pravne ureditve ali modelov vodenja, temveč v delovanju na marginalnih področjih, premikanju meja mogočega ter delu z ljudmi in problemi, od katerih so profitna podjetja, vlade ali tradicionalne dobrodelne organizacije dvignile roke.

Naloga socialnih podjetij v letu 2020 je še vedno tveganje in premikanje meja. Toda slednje bodo precej naprej. Delo, ki ga danes opravljajo vrhunska socialna podjetja, bodo nato prevzele prevladujoče dobrodelne organizacije in zasebna podjetja, nekaj pa jih bo do leta 2020 celo postalo del mainstreama. Kljub vsemu bodo nekatera še ustvarjala inovacije in pozivale vlade k spremembam, družbo pa jim bodo delala novonastala podjetja. Majhna in prilagodljiva socialna podjetja bodo še naprej služile kot evropski laboratoriji za raziskave in razvoj, ki bodo iskale in preizkušale nove načine, kako izboljšati našo družbo. Uspešne inovacije bodo postale del mainstreama, neuspešne pač ne.

Ena od velikih sprememb na področju socialnega podjetništva do leta 2020 bo naš odnos do neuspehov. S tem, ko bomo spoznali, da socialna podjetja opravljajo funkcijo raziskav in razvoja, se bodo spremenila tudi naša pričakovanja. Neuspehi po novem ne bodo nekaj sramotnega, temveč pomemben korak na poti do uspeha. Navdahnjeni vlagatelji bodo tem visoko tveganim investicijam namenili nekaj denarja, svoj socialni donos pa ne bodo ocenjevali na podlagi posameznih projektov, temveč v okvirju svojega celotnega portfelja. Podobno kot vlagatelji tveganega kapitala pričakujejo, da jim bo ena uspešna investicija poplačala devet neuspešnih, bodo filantropski vlagatelji tveganega kapitala pričakovali, da bodo zgodbe o uspehu prinesle socialno povračilo tudi za ideje, ki se ne bodo obnesle.

Dojemanje socialnega podjetja kot središča za raziskave in razvoj bi moralo spremeniti tudi pristop do konkurenčnosti in sodelovanja. Do leta 2020 socialna podjetja ne bodo tekmovala z zasebnim sektorjem za posle, ampak bo namesto tega večji poudarek na medsebojnem sodelovanju. Socialna podjetja bodo aktivneje sodelovala z organizacijami iz profitnega, javnega in dobrodelnega sektorja, da bi prišla do učinkovitejših rešitev za socialne probleme in te inovacije tako potisnila v mainstream.

Socialno podjetništvo bo vse pogosteje sestavni del učnih načrtov univerz in šol ter številnih učnih predmetov. K temu bodo večinoma botrovala podjetja sama, saj bodo s sodelovanjem z izobraževalnim sektorjem navdahnila in usposobila nove generacije socialnih podjetnikov. S tem se bo dodatno razširil spekter panog, v katerih se bo razvilo socialno podjetništvo, ki bo s tem dobilo ogromno bazo visoko izobraženih socialnih podjetnikov iz različnih področij – od umetnosti in strojništva, do športa in mikrobiologije.

Na hitrost razvoja socialnega podjetništva lahko pozitivno ali negativno vplivajo pravni okvirji, finančni inštrumenti in podpora infrastruktura, pogosto na nepričakovane načine. Socialnim podjetjem lahko pomagajo, da postanejo učinkovitejša in uspešna, ali pa jih pri tem zavirajo. Toda socialni podjetniki so ljudje, ki so zmeraj prinašali spremembe in kljubovali težavam, zato bodo vedno našli način, kako delovati znotraj omejitev nespodbudnega okolja, da bi našli primerne rešitve za družbeno pereče probleme. Ne obstajajo zato, da bi se prodali tržišču, ampak da ga ustvarjajo in oblikujejo; tu niso zato, da skomercializirajo družbene probleme, ampak da revolucionirajo naš pristop do njih.

LETA 2020 BODO SOCIALNA PODJETJA VODILNA PRI REŠEVANJU ŠIROKEGA SPEKTRA DRUŽBENIH TEŽAV

Stopnja brezposelnosti bo v letu 2020 še vedno neukrotljivo visoka, predvsem med mladimi. Vendar bodo za navdihujoče zgodbe o uspehu poskrbela socialna podjetja, ki delajo z najbolj izključenimi iz trga dela in ustvarjajo nova delovna mesta za ljudi iz socialno šibkih okolij. Na tem področju lahko pričakujemo, da bodo mladi sami vodili spremembe in našli rešitve s pomočjo podjetij z velikim socialnim učinkom.

Socialna podjetja bodo vse pogosteje izkazovala vrednote enakosti med spoloma z uravnoteženim zaposlovanjem na vseh stopnjah organizacije, k čemur jih bodo spodbudili socialni investitorji, ki bodo to videli kot primer dobrega vodenja podjetja. Ker bodo meje med sektorji zamegljene, se bo ta praksa razširila tudi na javni sektor in profitna podjetja.

Prišel bo nov val okoljskih podjetnikov, ki bodo ustanavljali in vodili socialna podjetja, s katerimi se bodo lotevali problemov na področjih, kot so vodni viri, energetika in podnebne spremembe. Ti bodo pokazali praktične načine vodenja podjetja, širili učinkovite primere dobre prakse po Evropi in svetu ter ponujali globalne rešitve, medtem ko se bodo vlade še naprej prerekale o kratkoročnih nacionalnih interesih. Uspeh teh socialnih podjetij ne bo merjen zgolj z vidika lastne socialne ali finančne učinkovitosti, temveč deloma tudi po tem, kako učinkoviti so pri ustvarjanju okolja, v katerem lahko uspeva resnično trajnostno usmerjen profitni sektor, ter utiranju poti vladam, da sprejmejo učinkovite ukrepe.

ZAKLJUČEK ...

Do leta 2020 se morda ne bo uspel oblikovati razpoznaven 'sektor socialnega podjetništva', gotovo pa bodo izzveneli vsi poskusi, da se socialno podjetništvo stlači v določene pravne okvirje ali modele upravljanja. Ideje in ideali socialnih podjetij se bodo razširili v vse kotičke družbe in postali del mainstreama. Vse organizacije, ne glede na njihovo obliko lastništva, bodo ocenjevane glede na njihov socialni učinek. Socialne finance bodo odprle nove možnosti, z njimi pa nova tveganja, saj bodo organizacije privedle do prevzemanja modelov, ki prinašajo družbeni in finančni donos. Investicije bodo namesto inovacijam naklonjene podvajanju modelov, ki dokazano delujejo, s tem pa bo prišel odmik od kratkoročnih donosov k dolgoročnejšim učinkom. S kompleksnimi mrežami bodo vzpostavili mednarodno sodelovanje in povzročili hitro širjenje uspešnih idej.

Kaj pa sama socialna podjetja? Tam bodo, kjer spadajo – ukvarjala se bodo s problemi, potisnjenimi na obrobje, a sama več ne bodo marginalizirana, premikala bodo meje, ustvarjala in oblikovala tržišča, delovala bodo narodotvorno ter ustvarjala prostor, kamor jim bodo lahko sledili vlade, dobrodelne organizacije in profitna podjetja.

Richard J. Catherall
Katarsis Ventures Limited

Mark Richardson
Social Impact Consulting

ZAHVALE

Avtorja bi se želela zahvaliti številnim ljudem z vsega sveta, ki so bili pripravljeni deliti svoja mnenja in pomagati pri stvaritvi te vizije.

Geof Cox
Jonathan Bland
Nick Temple
Francesco Candellari
George Isaias
David Munir Nabti
Samer Azar
Serra Titiz
Nicolas Hazard
Filippo Addarii
Ewa Sadowska

Renate Goergen
Karl Richter
Helena Kurki
Vincenzo Di Maria
Rachel Sinha
Reed Paget
Katie Hill
Antonella Noya
Servane Mouazan
David Avra Lane
Chris Carr

Če želite izvedeti več, nam lahko sledite na [@SocEntGlobal](#) ali se pridružite razpravi na [#SocEnt2020](#).