

IMPLEMENTACIJA KONCEPTA "3SP"

IMPLEMENTATION OF CONCEPT "3SE"

dr Nadica Figar, redovni profesor²⁶⁸

Sadržaj: U radu je prikazana suština koncepta "3SE" i primeri njegove implementacije u praksi. Koncept "3SE" odnosi se na preduzetničku aktivnost preduzetnika u socijalnoj sferi, koju preduzetnik obavlja u okviru neke organizacione forme socijalnog preduzeća. Naziv je dobio od početnih slova engleskih pojmova *social entrepreneur*, *social entrepreneurship* i *social enterprise*. U srpskom jeziku može se nazvati koncept "3SP", s obzirom da se naziv izvodi od tri fraze: *socijalni preduzetnik*, *socijalno preduzetništvo* i *socijalno preduzeće*.

Ključne reči: koncept "3SP", *socijalni preduzetnik*, *socijalno preduzetništvo*, *socijalno preduzeće*.

Abstract: The paper presents the essence of the "3SE" concept and examples of its implementation in practice. The "3SE" concept pertains to entrepreneurial activities which entrepreneur performs within a certain organizational form in the social sphere. It received its name from the initial letters of the English phrases *social entrepreneur*, *social entrepreneurship*, and *social enterprise*. In Serbia, it can be called the "3SP" concept, since the name is derived from phrases: *socijalni preduzetnik*, *socijalno preduzetništvo*, and *socijalno preduzeće*.

Key words: concept "3SE", *social entrepreneur*, *social entrepreneurship*, *social enterprise*.

1. UVOD

Koncept "3SP" je koncept koji se primenjuje u oblasti socijalnog preduzetništva da označi aktivnost socijalnog preduzetnika koja ima za osnovni cilj socijalnu misiju, a obavlja se u okviru neke organizacione forme socijalnog preduzeća. *Socijalni preduzetnik* je osoba koja ima preduzetničke personalne karakteristike i preduzetnički karakter (način rada), a to su: visok nivo samopouzdanja, upornost, kreativnost, inovativnost, proaktivnost i sklonost ka preuzimanju rizika. Preduzetnička aktivnost socijalnog preduzetnika naziva se *socijalno preduzetništvo*, a ispoljava se preko preduzetničkih socijalnih poduhvata. Preduzetnički socijalni poduhvati imaju socijalnu misiju, zasnivaju se na socijalnim inovacijama i socijalnim promenama, a u njihovoj implementaciji, u okviru *socijalnih preduzeća*, mogu participirati država i humanitarne organizacije. Cilj ovog rada je da istakne karakteristike sva tri elementa koncepta "3SP", kao i da ukaže na neke oblasti u kojima je u praksi implementiran.

²⁶⁸ Ekonomski fakultet Univerziteta u Nišu, Trg kralja Aleksandra Ujedinitelja 11, Niš

2. SOCIJALNI PREDUZETNIK

Socijalni preduzetnik se poistovećuje sa nekim srodnim pojmovima kao što su [1]:

- filantrop,
- socijalni aktivista,
- menadžer za društvenu odgovornost,
- etički lider i
- socijalni lider.

♦ *Filantrop* je pojedinac, grupa ili organizacija, koji daju neku vrstu resursa za socijalne svrhe bez očekivanja bilo kakve naknade. *Tradicionalni filantrop* ne učestvuje aktivno u rešavanju socijalnog problema, već samo daje resurse. *Savremeni filantrop*, pored finansijskih i materijalnih resursa, nudi i svoje znanje i veštine za rešavanje socijalnog problema. Za uzvrat, očekuje prinos na uložene resurse kao da je investirao u komercijalni (profitni) biznis.

♦ *Socijalni aktivista* identifikuje socijalne probleme, ali ne poseduje finansijske i materijalne resurse za njegovo rešavanje. Uglavnom poznaje problem, ali nema dovoljno kompetencija za njegovo rešavanje, pa mu je potrebna i pomoć profesionalaca, koje nastoji da regrutuje kao volontere.

♦ *Menadžer za društvenu odgovornost* radi na ugradnji društvene odgovornosti u globalnu strategiju profitnog preduzeća. On identifikuje dimenzije društvene odgovornosti (etičke, ekološke i socijalne), definiše strategije za njihovu implementaciju i integriše ih sa globalnom poslovnom strategijom preduzeća.

♦ *Etika* je nauka o dobrom i lošem, o poštenom i nepoštenom, o pravednom i nepravednom. Dobro/loše, pošteno/nepošteno, pravedno/nepovedno posmatra se sa društvenog aspekta, odnosno kako se reflektuje na većinu stanovništva. *Etički lider* rešava etičke probleme, a odlikuju ga sledeće karakteristike [2]: respektovanje drugih, služenje drugima, dokazivanje pravde, manifestovanje poštenja i izgradnja mreža. Zato se može reći da je *etički lider etički aktivista* koji identifikuje i rešava etičke probleme.

♦ *Socijalni lider* se bavi rešavanjem šire grupe problema od etičkih. On poseduje socijalnu empatiju, širi poverenje, nadu i optimizam,

Nadica Figar

Rođena 1951. godine u Bazoviku, opština Piroć, Republika Srbija. Diplomirala je na Ekonomskom fakultetu u Nišu, a magistrirala na Ekonomskom fakultetu u Beogradu. Doktorsku disertaciju odbranila na Ekonomskom fakultetu u Skoplju, Republika Makedonija.

Na Ekonomskom fakultetu u Nišu prošla je kroz sva saradnička i nastavnička zvanja. Predavala je Ekonomiku preduzeća I i Osnove menadžmenta, a na postdiplomskim studijama *Preduzetnički menadžment* i *Preduzetništvo*.

Sada je redovni profesor ovog Fakulteta i predaje: *Upravljanje resursima preduzeća i Preduzetništvo* (na osnovnim studijama), *Poslovnu etiku* (na master studijama) i *Troškove u poslovnom odlučivanju* (na doktorskim studijama).

Autor je pet udžbenika (*Troškovi preduzeća, Angažovanje sredstava u reprodukciji, Osnovi menadžmenta, Upravljanje resursima preduzeća i Preduzetništvo*), tri monografije (*Upravljanje menadžerima, Troškovi preduzeća - savremena teorija i praksa i Društvena odgovornost preduzeća*) i oko 150 naučnih i stručnih radova (članaka i saopštenja sa naučnih i stručnih skupova, objavljenih u časopisima i zbornicima).

izbegava metode obeshrabrivanja i identifikuje najbolje polazne tačke za rešavanje socijalnih problema [2].

♦ *Socijalni preduzetnik* je osoba, tim ili organizacija koja kreira i/ili implementira socijalne preduzetničke poduhvate u cilju ostvarivanja socijalne misije. Početne resurse poseduje, pozajmljuje ili dobija bez naknade, a vremenom poduhvat mora postati održiv, odnosno donositi profit koji se reinvestira. Karakteristike socijalnog preduzetnika sintetizuju se preko *modela "3D"*, a čine ih [2]:

- socijalno angažovanje i strast,
- inovativnost i
- personalnost.

3. SOCIJALNO PREDUZETNIŠTVO

Pojam *socijalno preduzetništvo* prvi je uveo u teoriju i praksu Vilijem Drajtton 1970-ih [2]. Karakterišu ga *tri ključna elementa* [3]: *socijalna inovacija, kreiranje socijalne vrednosti i "loci"*. Zato se može reći da je *socijalno preduzetništvo* aktivnost kojom se stvara *socijalna inovacija*, njenom implementacijom se kreira *socijalna vrednost*, a može se dešavati u svim sektorima, kao i u interakciji različitih sektora. S obzirom da predstavlja aktivnost socijalnog preduzetnika, objašnjava se preko *modela "5D"*, koji ističe sledećih *pet dimenzija* [2]:

- socijalnu misiju,
- socijalnu inovaciju,
- socijalnu promenu,
- preduzetničko nadahnuće i
- personalnost.

♦ *Socijalna misija* je ključna za socijalno preduzetništvo i ona ga razlikuje od profitnog preduzetništva. Realizuje se preko adresiranja i rešavanja socijalnih problema, a ne preko stvaranja profita za vlasnike kapitala. Veoma je širok spisak oblasti u kojima se može ispoljiti socijalna misija. J. Austin [3] navodi, čak, 19 oblasti, kao što su: briga o starima, briga o licima sa invaliditetom, o deci sa posebnim potrebama, diskriminacija manjina, neravnopravnost žena, zdravlje, beskućništvo, opšte siromaštvo, eksploatacija dece, nezaposlenost, infrastrukturni razvoj nerazvijenih područja, human odnos prema životinjama itd.

♦ *Socijalna inovacija* je osnovni alat socijalnog preduzetnika u realizaciji socijalne misije. Socijalne ideje se transformišu u socijalnu inovaciju, a socijalna inovacija se "komercijalizuje" stvaranjem socijalne vrednosti. Merila *socijalne vrednosti* istovremeno su i kvantitativna, i kvalitativna. Broj zbrinutih lica sa invaliditetom, izlečenih zavisnika, zbrinutih beskućnika, opismenjenih, telefonskih priključaka u nepristupačnim područjima i sl. predstavljaju kvantitativne pokazatelje, ali i kvalitativne, jer pokazuju poboljšanje kvaliteta života marginalizovanih grupa stanovništva.

♦ *Socijalna promena* predstavlja promenu postojećeg socijalnog stanja, a socijalni preduzetnici je kreiraju ili uočavaju i koriste za realizaciju socijalnih preduzetničkih poduhvata. Ona je preduslov za socijalnu inovaciju, a jedna socijalna promena obično izaziva drugu, druga treću... itd. Tako nastaje *lanac (spiralna) socijalnih promena* ne samo u ekosistemu, već u celom društvu, pa i na globalnom nivou.

◆ *Preduzetničko nadahnuće* je motor pokretač da se radi nešto novo i nešto različito u socijalnoj sferi, a da se uz to stvara i dodata vrednost.

◆ *Personalnost* čine lične karakteristike i karakter socijalnog preduzetnika, kao što su [2]:

- kreativnost,
- preduzetničke veštine,
- spremnost za preuzimanje rizika,
- potpuna posvećenost ideji i poslu i
- sposobnost mobilisanja resursa za implementaciju socijalne inovacije.

4. SOCIJALNO PREDUZEĆE

Socijalno preduzeće je organizaciona forma u kojoj *socijalni preduzetnik* obavlja *socijalno preduzetništvo* [4]. Može se baviti [5]:

- ◆ inkluzijom marginalizovanih grupa stanovništva u svakodnevni život i rad,
- ◆ pružanjem usluga marginalizovanim grupama stanovništva,
- ◆ proizvodnjom proizvoda za marginalizovane grupe stanovništva i
- ◆ ulaganjem poslovnih sredstava za rešavanje društvenih problema (problema od opšteg interesa).

Marginalizovane grupe stanovništva su one grupe stanovništva koje nemaju ravnopravan pristup tržištu rada, tržištu kapitala i tržištu proizvoda/usluga. Na primer, u nekim sredinama ne postoji rodna ravnopravnost, pa žene na tržištu rada nemaju ravnopravan tretman sa muškarcima. Takođe, kod pokretanja biznisa na tržištu kapitala nemaju ravnopravan pristup izvorima finansiranja. Lica sa niskim prihodima nemaju pristup tržištu najneophodnijih proizvoda i usluga. U SAD oko 45 miliona ljudi ili 15% populacije je siromašno, a ovaj procenat se svake godine, počev od 2006., povećavao. U Japanu 16% populacije je siromašno, a u Evropskoj uniji taj broj iznosi oko 120 miliona ljudi ili jedan od četiri je siromašan [6]. Primeri koji slede pokazuju kako su socijalni preduzetnici rešavali ove socijalne probleme.

Nevladina organizacija "Inicijativa za razvoj i saradnju" je 2009. godine radi ublažavanja problema nezaposlenosti žena u Srbiji pokrenula inicijativu za osnivanje socijalno-ekološke kooperative "Eco bag" [1]. Nacionalna služba za zapošljavanje je odabrala 30 žena tekstilne struke, koje su ostale bez posla posle privatizacije firmi iz tekstilnog sektora. One su dodatno edukovane o: radu sa pvc folijom, socijalnom preduzetništvu, poslovanju kooperative i marketingu. Kooperativa "Eco bag" se bavi proizvodnjom torbica, novčanika i ostalih praktičnih proizvoda od recikliranog pvc materijala, prvenstveno od iskorišćenih reklamnih bilborda. Na taj način su rešena tri problema: problem zapošljavanja 30 žena, ekološki problem recikliranja bilborda i ekonomski problem (jer zaposlene žene preko plate stiču prihod).

Muhamed Yunus je u Bangladešu osnovao "Graamen Bank" radi davanja zajmova malih iznosa bez hipoteke. Korisnici su uglavnom žene, a koriste ga za pokretanje sopstvenog biznisa. Za klasične banke davanje takvih zajmova bilo je ekonomski neopravdano, jer su troškovi odobravanja visoki, a poverenje u zajmotražioce nisko. Praksa "Graamen Bank" se pokazala jako efikasnom, jer je stopa vraćanja ovih mikrozajmova 98%. Met Flaneri i Džesika Džekli su kasnije kreirali novu tehnologiju za mikrofinansiranje, koja omogućava mikropozajmljivačima širom sveta da mogu davati male zajmove (do 25\$) mikrokorisnicima u siromašnim zemljama [7]. Na taj način se mikrofinansiranje kao socijalni biznis globalizuje.

Francuska kompanija "Essilor" izdvojila je svoju organizacionu jedinicu "Optique Solidarie" radi obavljanja socijalnog biznisa. Ciljni segment stanovništva su penzioneri preko 60 godina starosti sa niskim prihodima, a njih u Francuskoj ima između 250.000 i 300.000. "Optique Solidarie" je radila 18 meseci na ovoj ponudi i uspela da proizvede kvalitetne naočare uz redukovanje cene od 230-300 eura na samo 30 eura [6]. Ovoliko redukovanje rezultat je povezivanja ove izdvojene jedinice sa osiguravajućim kompanijama i optičarima. Penzioneri dobijaju od svojih osiguravajućih kompanija vaučer i pismo sa adresom najbližeg optičara, a 500 optičara u Francuskoj na volonterskoj osnovi troši deo svog radnog vremena za prodaju naočara ovoj kategoriji stanovništva.

Bart Vitdzins osnovao je organizaciju "APOPO" preko koje realizuje poduhvat od opšteg društvenog interesa i human odnos prema životinjama. Kao dete čuvao je kućne ljubimce - pacove i još tada uočio da su jako inteligentni i lako se obučavaju. Preko organizacije "APOPO" koristi afričkog velikog torbarskog pacova za raščišćavanje minskih polja. Ovaj pacov može da otkrije mine i da ostane živ, jer ih svojom malom težinom ne aktivira. Ranije su za tu svrhu korišćeni psi, čije obučavanje je bilo skupo, a svojom težinom su aktivirali mine i bili žrtve raščišćavanja. Pored toga, Bart ih koristi za rano otkrivanje tuberkuloze i kontrolu izlečenih pacijenata, jer su precizniji od medicinskih aparata.

5. ZAKLJUČAK

Koncept "3SE" u inostranoj literaturi predstavlja trougao između socijalnog preduzetnika, socijalnog preduzetništva i socijalnog preduzeća. U srpskoj literaturi može se nazvati koncept "3SP", jer označava da socijalni preduzetnik obavlja socijalno preduzetništvo preko socijalnog preduzeća. Kratkoročno, cilj socijalnog preduzetnika je ostvarivanje socijalne misije u različitim oblastima angažovanja bez ostvarivanja profita za vlasnike kapitala. Dugoročno, savremeni socijalni preduzetnici realizuju socijalnu misiju uz ostvarivanje profita, koji se delom reinvestira u socijalni biznis, a delom isplaćuje vlasnicima kapitala. Tako socijalni biznis na dugi rok postaje održiv.

REFERENCES

- [1] Figar, N. (2015) *Preduzetništvo*, Ekonomski fakultet Univerziteta u Nišu.
- [2] Praszquier, R., Nowak, A. (2012) *Social Entrepreneurship: Theory and Practice*, Cambridge University Press.
- [3] Austin, J. (2012) *Three Avenues for Social Entrepreneurship: Theory and Practice*, Cambridge University Press.
- [4] Fayolle, A., Matlay, H. (2010) Social Entrepreneurship: A Multicultural and Multidimensional Perspective, *Handbook of Research Social Entrepreneurship*, Edward Elgar, UK.
- [5] Defourny, J. (2010) Concepts and Realities of Social Enterprise: A European Perspective, *Handbook of Research Social Entrepreneurship*, Edward Elgar, UK.
- [6] Yunus, M., Dalsace, F., Menasce, D. and Faivre-Tavignot, B. (2015) Reaching the rich world's poorest consumers, *Harvard Business Review*, March, pp. 46-53.
- [7] Martin, R. and Osberg, S. (2015) Two keys to sustainable social enterprise, *Harvard Business Review*, May, pp. 86-94.