

**Z inovativnostjo novi družbi naproti -  
razvoj socialnega podjetništva**

**The innovation towards a new society –  
development of social entrepreneurship**

**Mateja Kržin**

Slovenija  
matejastar@amis.net

**Povzetek**

*Razvoj socialnega podjetništva je komponenta gradnje nove družbe, ki bo temeljila na razvoju človeka, kot inovativnega bitja. Prvo pravilo uspeha v poslovanju ne bo več generiranje čim večjega dobička, ampak bo ta v službi človeka – prvo pravilo uspeha bo torej posameznikov razvoj in posameznikova sreča. Socialna ekonomija tako generira visoko kakovost zaposlitve in izboljšuje kakovost življenja. Visoka stopnja zavedanja moči človeka, ki ga ne utesnjujejo formalna in nepotrebna pravila, socialnemu podjetništvu omogoča ustvarjalnosti in oblikovanje novih proizvodov in storitev v službi ljudi, ki v zdajšnjih razmerah kapitalizma nimajo možnosti dela, razvoja in polnega življenja.*

*Kje se začneja in kje končuje socialno podjetništvo oziroma miselnost, ki generira potrebne vzorce za razvoj nove postkapitalistične družbe? V prvem delu mojega prispevka odgovarjam na to vprašanje. Opisala bom šolski sistem, ki (ne)ustvarja človeka, kateri lahko pogleda izven ustaljenih vzorcev in vidi podjetniško ustvarjalnost povsod, kjer je potencial zanjo.*

*Kaj je pogoj za razvoj socialnega podjetništva? V drugem delu, povzamem kaj ustvarjalnost in inovativnost sta in zakaj sta tako izredno pomembni za razvoj socialnega podjetništva v Sloveniji.*

*V tretjem delu definiram socialno podjetništvo in razčlenjujem definicije le – tega. Socialno podjetništvo v Sloveniji je na začetku razvojne premice.*

*Zadnji del mojega referata namenjam prikazu dobre prakse v tujini. Dokazala bom, da je socialno podjetništvo izredno kompleksen pojem, katerega ne moremo enačiti z projekti v*

okviru enega ministrstva, ampak je potrebno na vseh nivojih spremeniti miselnost in na nivoju Slovenije pogledati čez planke starega sistema in ustvariti novega.

Uspešen začetek za razvoj nove miselnosti pa je samo droben preskok iz principa gradnje dobička na princip gradnje človeka. Ker si vsi želimo rasti tako v socialnem, duhovnem kot v ekonomskem smislu se ta tranzicija tako začne pri posamezniku.

Ključne besede: Inovativnost, ustvarjalnost, socialno podjetništvo, šolstvo, zakonodaja.

## **Abstract**

*The development of social entrepreneurship is an integral part in the building of a new society based on the personal growth of people, as innovative beings. The first rule of business success will no longer be to increase profit but people – the first rule of success will be the individual's progress and happiness. As such social economy generates a high level of employment and improves the quality of living. Heightened awareness of the power of the individual, who is not being restrained by rigid rules, enables a high level of creativity within social entrepreneurship and allows for the emergence of new products and services that help people who – in the current system of capitalism - cannot get a job, progress or live a full life.*

*Where does social entrepreneurship or the ideology that generates the patterns required for the development of a new post-capitalist society begin and where does it end? In the first part of my thesis I will try to answer this question. I will describe an educational system the product of which is (not) someone who sees beyond the established patterns and is capable of sensing entrepreneurial creativity where it avails itself. What is required for social entrepreneurship to develop? This question will be answered in the second part of this thesis where I will also summarize creativity and innovativeness and explain their key role in the development of social entrepreneurship.*

*In the third part I will define social entrepreneurship and analyse definitions of it. Social entrepreneurship in Slovenia is – from a development point of view – at its very beginning. In the last part of my thesis I will provide accounts of good practice in other countries. I will prove that social entrepreneurship is a very complex notion that cannot be compared to projects of a single ministry but requires us to change our way of thinking on all levels and, on a national scale, to see beyond the limitations of the old system and create a new one.*

*To develop a new way of thinking only one change is required: a shift from the principle that favours profit making to one that favours personal growth of each individual. Since we all strive for social, spiritual and economical growth this transition has to begin with individual.*

Key words: innovativeness, creativity, social entrepreneurship, educational system, legislation.

# 1 Šolski sistem, ki (ne)usmerja v inovativnega človeka

Začetke miselnosti, ki vodi v razvoj socialnega podjetništva iščemo že v samih koreninah – v šolskem in izobraževalnem sistemu. Mehanizme, ki producirajo sedanjo kapitalistično ureditev, pokriva vsesplošna ideologija o šolstvu. Šolski sistem lahko namreč pojmuje kot sistem, prilagajanja družbi oziroma podružabljanja ali kot sredstvo za doseganje človeške svobode. Sedanji šolski sistem je nagnjen k podružabljanju oziroma prilagajanju človeka v ustaljeni sistem. Z izobrazbo in znanjem mora človek postajati bogatejši in razvijati svoj ustvarjalni potencial, ki se rezultira v inovativni miselnosti ... ne pa postati člen družbe, ki ga omejuje s svojimi pravili in vzorci, za katere se skozi izobraževalni sistem nauči, da jih ni dobro kršiti, če naj zraste na lestvici ustaljenih družbenih vrednot (Pezdir, Majerhold, 2003, str.16).

Izobraževalni sistemi skozi razvoj civilne družbe so temeljili na aparatu oblasti, ki je omogočala cirkulacijo dobička, ki je zopet vzvratno učinkovala na aparate oblast, jih preoblikovala in okrepila tako, da so tudi sami postali cirkulajoči. Tehnike oblasti so tako iznašli zato, da bi zadostili potrebam, ki jih postavlja produkcija (Pezdir, Majerhold, 2003, str 19). Delovanje oblastnih razmerij na ta način je tako razpršeno po celotni družbi, začenši v vrtcu in osnovni šoli, razvijajoč na družino, službo in zabavo. Vzgoja človeka, ki bo znal razvijati postakapitalistično miselnost temelji na tistem delu, kjer se trudimo in dopuščamo razvijati otrokov ustvarjalni potencial. Ideologija šolstva naj bi temeljila na razvoju posameznikove svobode – ta z znanjem tako postaja svobodnejši, odstopanja od ustaljenih vzorcev družbe so sprejeta kot dobra, ker vodijo v inovativno miselnost, pravila in vzorci družbe pa so zarisana veliko širše in se pojavljajo na mestih, kjer se začenejo dejanja, ki škodujejo drugim predstavnikom družbe ali kratijo njihove pravice. Potrebna je nova spodbuda, da bi se izobraževanje in usposabljanje odzvalo na prihodnje potrebe po inovativnosti. To pomeni, da je treba podpirati in gojiti ustvarjalnost in spretnosti, kar je bolj zahtevno kot izboljševanje temeljev znanja in razmeroma lahko merljivih učnih izidov v akademskih disciplinah. Raziskovalci poudarjajo, da se ustvarjalnost tiče vseh področij človekovega delovanja in vseh ljudi ter da so vsi otroci ustvarjalni. Ustvarjalnost je osnovni pogoj za inovacije in, kot trdi Ken Robertson, bi jo morali v izobraževanju obravnavati prav tako skrbno kot pismenost.

V zadnjih letih opažamo pozitivne premike izobraževalnega sistema. Med univerzo in družbo se vzpostavlja nova vez, ki je utemeljena na modelu trojne vijačnice: univerza-država-gospodarstvo. Glavni vzrok sodelovanja med omejenimi akterji – vijačnicami je ustvarjanje inovacij in s tem zagotavljanje konkurenčnih prednosti sistema na globalnih trgih (Pezdir, Majerhold, 2003, str. 24).

Poleg povezovanja izobraževalnega sistema z gospodarstvom bi morali podpirati paradigmo v učenca usmerjenega izobraževanja, ki temelji na kognitivnih teorijah učenčevega aktivnega sodelovanja v refleksiji, interpretaciji in samoevalvaciji. Znanje in spretnosti se tako pridobivajo z raziskovanjem, s povzemanjem iz realnosti in uporabo učenja v praksi. Učenje je socialno dejanje in poteka v interakciji, skupaj z drugimi, v razpravi in z ustvarjalnim spreminjanjem družbenih navad. V učenca usmerjeno izobraževanje podpira poglobljeno učenje in ustvarjalnost.

»Nosilci« nove inovacijske kulture, ki bo inovacije razvila tudi na ravni postavljanja nove postkapitalistične družbe so ti posamezniki, ki bodo skozi novo ideologijo šolstva ponotranjili sistem, ki bo omogočal nove miselne razsežnosti.

## **2 Kreativnost in Inovativnost – ključ do boljše družbe**

Kreativna družba ne ugotavlja kako najhitreje, kako najučinkoviteje in se ne ukvarja z iskanjem rešitev za preživetje. Kreativna družba probleme obvladuje.

Kreativnost je mentalni miselni in sociološki proces, ki generira ustvarjanje novih idej ali konceptov, pojmov oziroma ustvarja nove povezave med obstoječimi idejami in koncepti. Z znanstvenega zornega kota se kreativnost smatra kot proizvod kreativnih misli, ki vsebujejo originalnost in sprejemljivost. Alternativna in vsakodnevna razlaga termina kreativnosti je enostavna – ustvarjanje nečesa novega.

Čeprav se intuitivno smatra za enostavno je kreativnost zelo zapleten fenomen. Preučuje jo Behavioralna psihologija, socialna psihologija, psihometrija, kognitivne znanosti, umetna inteligenca, filozofija, zgodovina, ekonomija, gospodarstvo in menedžment. Za razliko od večino pojasnenih fenomenov v znanosti, za kreativnost kot tako ne obstaja edinstven – avtoritaren pogled oziroma definicija. Zdi se, da kreativnost - tajni fenomen, neprecenljivo pomemben in neprestano viden leži iznad razlag znanstvenih raziskovanj.

Čeprav je mnogokrat povezovana z umetnostjo in književnostjo je edinstven del inovativnosti in izumiteljstva in važen del menedžmenta, ekonomije, gradbeništva, industrijskega dizajna, znanosti in arhitekture.

Inovacije – ustvarjanje, razširjanje in uporaba znanja – so postale najpomembnejši motor gospodarske širitve in družbenega razvoja. Leta 1987 je Robert Solow prejel Nobelovo nagrado za razvoj moderne teorije rasti, ki opredeljuje tehnološki napredek in inovacije kot najmočnejše gonilo rasti. Od takrat obstaja soglasje, da inovacije pomembno vplivajo na produktivnost na ravni podjetij, panog in nacionalnih gospodarstev. Nove raziskave kažejo, da so inovacije osrednji mehanizem, ki družbeni kapital pretvarja v gospodarsko rast. Soglasje o tem, da se gospodarsko izobilje in socialna kohezija vzajemno krepi, inovacije pa so vse bolj pomembne za oba cilja, postaja vse močnejše.

Kompleksne in hitro se spreminjajoče okoliščine povečujejo potrebo po ustvarjalnem reševanju problemov. Ker večina znanja, ki ga podjetja uporabljajo za ustvarjanje inovacij, prihaja iz okolja, je za uspešnost ključna "sposobnost za privzemanje", torej sposobnost spoznati vrednost novih, zunanjih informacij, jih asimilirati in uporabiti. Po splošnem prepričanju je podjetniška miselnost splošna lastnost, potrebna za inovacijam prijazne družbe. Kreativnost, ki vodi v inovativnost, kot komponenta socialnega podjetništva, ne torej samo na mestih, ki jih kapitalistična miselnost dopušča, ampak povsod tam kjer lahko nastrane nekaj pozitivnega za družbo. Ta kreativnost znotraj sedanje kapitalistične ureditve lahko doprinese delovna mesta na vseh tistih področjih, kjer sedaj domujejo predvsem socialne podpore in dobrodelne organizacije.

## **3 Socialno podjetništvo – projekt ali nova miselnost?**

Socialno podjetništvo, mešanico poslovne dejavnosti in družbenega dobrodelništva, uvrščamo nedvomno med družbene inovacije. Zamisel se je razvila v okviru podjetništva in se, kljub svojemu več kot sto let dolgemu obstoju, uveljavlja šele v zadnjih desetletjih. Od klasičnega pristopa k podjetništvu se razlikuje po tem, da temelji na razvoju socialnega kapitala. Ustvarjalnost in inovativnost pa sta poleg občutka za človeka gonilni sili njenega razvoja. Socialni podjetniki imajo edinstven pristop, ki je razvojen in revolucionaren hkrati. Odločno sledijo svoji viziji o tem, kako nekaj rešiti ali izbočjšati v družbi. Slednje je sicer značilno za

vse podjetnike, vendar nasprotno od podjetnikov v »čistem« gospodarstvu, socialni podjetniki tega ne počnejo le zaradi lastnih materialnih ali denarnih koristi. Socialno podjetništvo postaja globalni fenomen, saj najbolj ustvarjalni posamezniki tega sveta, ki rešujejo probleme, niso omejeni le na eno državo. V različnih državah sveta se ljudje soočajo s podobnimi težavami: neustrezni sistemi izobraževanja, zdravstva in skrbi za ostarele, revščina in pomanjkanje, visoka stopnja kriminalitete,...Družba tako potrebuje ustvarjalne in odločne ljudi, ljudi z železno voljo, ki vzpodbujajo inovacije, potrebne za rešitev najbolj nujnih socialnih težav.

### 3.1 Socialno podjetje

Trenutna stopnja razvoja socialnega podjetništva nam nakazuje več smeri delovanja:

- ✓ Prva so socialna podjetja, ki si bolj želijo družbene koristi kot maksimirati dobiček, ki pripada lastnikom. Njihovi lastniki so vlagatelji, ki želijo prispevati k zagotavljanju družbenih koristi, kot so zmanjševanje revščine, zdravstvena nega za revne, družbena pravičnost, trajnostni razvoj,...Ti vlagatelji se odrekajo finančni nagradi v korist psihološkemu, čustvenemu in duhovnemu zadovoljstvu.
- ✓ Druga delujejo v klasičnem profitnem sektorju, želijo na klasičen način maksimirati dobiček, vendar so v lasti revnih ali prikrajšanih ljudi. V tem primeru pomeni družbeno korist dejstvo, da bodo dividende in rast vrednosti podjetja koristile revnim, s čimer jim bodo pomagale v boju proti revščini in se iz revščine tudi izvili. (Yunus, 2007, str 47)
- ✓ Tretja oblika socialnega podjetja pa opredeljuje socialno podjetje kot neprofitno, samostojno dejavnost, katere namen je zagotavljati zaposlitev marginalnim skupinam ljudi, ki so zaradi svojih specifičnosti nekonkurenčni na prostem delovnem trgu (Pavel, Štefančič, 2005, str 13). Tako socialno podjetje je oblikovano kot podjetje ali drugačna organizacija, ki oblikuje realna delovna mesta za ljudi s psihiatričnimi diagnozami, pri ljudeh, ki se soočajo z zasvojenostmi, itd.

Menim, da so to samo začetne oblike. Ko bo zamisel o socialnem podjetništvu postala bolj prepoznana in kot taka bo predstavljala družbeno prestižno miselnost, bo val ustvarjalnosti, ki ga bo sprožila, sposoben spremeniti svet.

Področja, ki bodo postavljala temeljne kamne drugim oblikam delovanja vizije socialnega podjetja:

- ✓ Obstoječa podjetja vseh oblik in velikosti bodo začela z lastnimi socialnimi podjetji.
- ✓ Ustanavljali se bodo investicijski skladi za financiranje socialnega podjetništva.
- ✓ Običajni darovalci razvojnih programov se bodo odločali za ustanavljanje skladov, namenjenih podpori pobud za ustanovitev socialnih podjetij v državah uporabnicah.
- ✓ Vlade bodo lahko ustanovile sklade, posvečene razvoju socialnih podjetij, jih na ta način podprle in spodbujale.
- ✓ Premožni upokojenci bodo v socialnih podjetjih videli priložnost za privlačno naložbo. Prav tako bo dediče nekega premoženja mikalo, da bi se podali v socialni posel ali vložili v neko dejavnost te vrste.
- ✓ Mladi ljudje se bodo ob zaključku študija morda raje odločili za ustanovitev socialnega namesto tradicionalnega podjetja. K temu jih bosta spodbujala mladostniški idealizem in možnost, da lahko prispevajo k spreminjanju sveta. (Yunus, 2007, str 57)

Nova doba, ki jo napoveduje socialno podjetništvo ima v novi generaciji veliko potencialnih kreativcev. Veliko mladih je v kapitalističnem sistemu izredno nezadovoljnih. Kapitalizem ne

nudi nobenega izziva več, ker, če smo rasli obdani z preveč potrošniškimi dobrinami, se služenje velikih vsot denarja ne zdi več vznemirljivo. Motivi, ki pripeljejo, do ustanovitve socialnega podjetja so v vsakemu od nas – vsak od nas si namreč bolj želi poštenega sveta, kot pa živeti v vednosti tako nepravičnega razdeljevanja osnovnih in ostalih dobrin.

### 3.2 Slovenska realnost

Obdobje tranzicije v Sloveniji in razvoj pasivnega socialnega skrbstva sta zašla v slepo ulico. V zadnjem obdobju smo povečali učinkovitost gospodarstva, Slovenci pa smo se naravnali na klasični zasebni profitno naravnani kapitalizem (Kovač, 2004, str.5). Sistem nas je tako pripeljal do stopnje, kjer imamo na eni strani elito, ki je v manjšini in na drugi strani prebivalstvo odvisno od pasivnih socialnih transferjev. Manjka nam tisti »tretji« sektor, ki bi nam omogočal povrniti dostojanstvo, življensko bistvo in aktiven dohodek ljudem, ki so na trgu dela prikrajšani zaradi drugačnosti ali zaradi nesrečnih okoliščin in ne dosegajo standardov klasične kapitalistične družbe. Na ta način bi storitve in izdelki »tretjega sektorja« doprinesli v bruto domači proizvod Slovenije, sredstva namenjena pasivnim pomočem pa bi se zmanjšala. Tako bi vstopili v tok, ki bi nas ponesel novi družbi – neke vrste postkapitalizmu naproti.

V slovenski zakonodaji nimamo zakona, ki bi natančno definiral socialna podjetja, določil pristojna ministrstva, opredelil register tovrstnih podjetij, merila za pridobitev in ohranitev statusa, načine spremljanja, poročanja in spodbujanja socialnega podjetništva ter sodelovanje med resornimi ministrstvi in ostalimi ključnimi akterji. Nekateri zakoni sicer opredeljujejo določene okvirje, vendar bi temeljni zakon o socialnem podjetništvu spodbujal ustvarjanje pozitivne klime na tem področju, pomagal nekaterim idejam, da bi zaživele in spodbujal pri generiranju pozitivne miselnosti, ki bi nas počasi pripeljala v postkapitalistično družbeno obdobje.

Slovenska realnost oziroma slovenski »potencial« za socialno podjetništvo:

- ✓ 20,000 brezposelnih starejših od 50 let.
- ✓ 15.000 brezposelnih invalidnih oseb.
- ✓ 45,000 dolgotrajno brezposelnih.
- ✓ 6,000 brezposelnih mladostnikov, ki so prenehali s šolanjem.
- ✓ 12,000 brezposelnih z dolgotrajnimi kroničnimi boleznimi.
- ✓ Razmeroma veliko število alkoholikov in zasvojenim z drogami, število je težko oceniti.
- ✓ Rastoče število starejših brezposelnih, ki postajajo revni in socialno izključeni, v odmaknjenih ruralnih območjih, ki so bili v preteklosti zaposleni kot nekvalificirana delovna sila v industriji in/ali manjših kmetijah.
- ✓ Relativno veliko število "mlajših" upokojenih oseb, (med 50-64 let) z nizkimi pokojninami, ki delujejo na sivem trgu z namenom dodatno zaslužiti.
- ✓ Približno 40.000 prejemnikov socialne pomoči.

Številni slovinci še vedno razmišljajo na način, ke je podoben določenim idejam socializma in od države pričakujejo veliko več, kot jim ta zmore ponuditi. Tehnološke spremembe so povezane z zniževanjem proizvodnih stroškov in vse večjo koncentracijo dogajanja v regionalnih središčih, opuščanje tredicionalnih dejavnosti in s tem dodatna obremenitev ruralnih okolij, stopnja revščine je obvladljiva, vendar na račun velikega porasta pasivnih socialnih transferjev. Kaj nam manjka? Delovna mesta tam, kjer se zdaj uvaja pasiven

socialni transfer. BDP s tem dvakrat okrepimo, dostojanstvo, ki ga s tem povrnemo človeškemu bitju pa je ocenjen z – neprecenljivo!

### 3.3 Socialni podjetnik

»Socialnim podjetniki niso zadovoljni zgolj s tem, da dajejo ljudem ribo ali da jih učijo ribariti. Vztrajali bodo, dokler ne bodo naredili revolucije v ribiški industriji« (Bill Drayton, Funder of Ashoka)

Lastnosti uspešnega socialnega podjetnika (povzeto po Bornstein, 2004, 303 – 312):

- ✓ Samokritičnost – visoka stopnja pripravljenosti za kritiko in izboljšanje samega sebe. To pomeni stalni proces prilagajanja novim razmeram.
- ✓ Priznavanje zaslug drugih – na poti do zastavljenega socialnega cilja mora podjetnik za sodelovanje motivirati tudi druge ljudi in jim pri tem dati zaslužen priznanje za njihovo delo.
- ✓ Prikrito delovanje – mnogi socialni podjetniki leta gradijo svojo idejo preden jo razširijo med ljudi.
- ✓ Zapustiti utečene tirnice – socialni podjetnik svojo socialno inovacijo razvija izven strogih organizacijskih smernic.
- ✓ Multidisciplinarno delovanje – socialni podjetnik deluje kot neke vrste alkimist, saj ima, neodvisen od obstoječih struktur, možnost na novo kombinirati vire in s tem vzpostaviti nove socialne povezave.

Odločilna merila za postavitev socialnega podjetja so ustvarjalnost posameznika, velika razsežnost njegove ideje, podjetniške lastnosti ter močna etična osveščenost (Bornstein, 2004, str. 157-168)

### 3.4 Grameen Bank, Telenor v Bangladešu, Gramen Danone

Leta 2000 so se svetovni voditelji v okviru Zdrženih narodov med ostalimi cilji zavezali k temu, da do leta 2015 razpolovijo revščino. Polovica te dobe se je že iztekla, doseženi rezultati pa ne nakazujejo dosega cilja. Zastavljeni cilj pa uspeva v Bangladešu, deželi, kjer je bila revščina pred tem obdobjem največja. Zakaj? Prosti trg v sedanji obliki (kapitalizem) niso zasnovani za reševanje družbenih problemov. Njihovo delovanje stopnjuje revščino, bolezni, onesnaženje, kriminal in neenakost. Globalizacija sicer revnim lahko prinese veliko več kot katerikoli drug sistem, vendar jo je potrebno nadzirati in voditi. (Yunus, 2007, str 21). Bangladeš je dokaz, da nadzirana globalizacija deluje za vse. Upad revščine in trend naraščanja v optimizacijo dobrobiti je uspel pionirju na področju socialnega podjetništva Muhammadu Yunusu z mikrokrediti in ustanovitvijo Grameen Bank. Mikrokreditiranje in Grameen Bank je utemeljena na kreditiranju revnih slojev prebivalstva, vračilo kredita temelji na zaupanju in kolektivne odgovornosti družbe. Svojo misel je začel razvijati na Univerzi v Chittagongu leta 1976, v nadaljevanju iz lastnega žepa posodil denar dvainštiridesetim pletilkam košar, s čimer so lahko začele manjši posel. Ko je ta uspel, so kredit v celoti vrnile. Ustanovil je posojilno podjetje Grameen, s čimer je revnim prebivalcem okoliških krajev zagotovil mikrokredite za individualne gospodarske dejavnosti. Leta 1979 se je mikrokreditiranje navkljub mnogim skeptikom razširilo, leta 1983 je vlada podjetje spremenila v specializirano kreditno institucijo – Grameen Banko. Danes so komitenti lastniki 94-odstotnega deleža banke. Grameen Banka je dokaz, da socialni podjetnik res deluje inovativno in izven vseh ustaljenih vzorcev ter da lahko prinese ogromno koristi za skupnost zato, ker verjame v človeka in njegovo rast. Dobiček je drugotnega pomena.

V nadaljevanju je zaradi potrebe lokalnega prebivalstva po informacijah zrastle Grameen Telecom, katere naloga je bila oskrbeti prebivalce na podeželju s telefonskimi linijami. Vizijo so želeli realizirati s pomočjo norveškega telekomunikacijskega podjetja Telenor. Podjetje je imelo pomisleke zaradi tveganja, nestabilnosti družbe, negotovega okolja ter morebitne nezmožnosti potrošnikov za redna plačila. Telenorjevi cilji so bili ustvariti čim večje prihodke, dobiček in rast, medtem ko je nedobičkonosni Grameen telecom delal v korist revnih in nepismenih podeželskih prebivalcev. Telenor pa se je po drugi strani zavedal dejstva, da lahko z uspešnim mednarodnim komercialnim in socialnim partnerstvom doseže velik ugled in prestiž. Odločil se je za sodelovanje in tako skupaj z Grameen Telecomom, Gonofone Development ter podjetjem Marubeni leta 1995 ustanovil podjetje Grameen Phone Ltd. (Malaviya et al., 2004a, str 2). Do sredine leta 2004 je Grameen Telecom omogočil skoraj 70.000 mobilnih telefonov v 40.000 vaseh – oskrbeli so 70 milijonov prebivalcev na podeželju. Vsak mobilni telefon je izboljšal BDP v povprečju za 2,5 USD. Ključ uspeha tega norveškega podjetja je v tem, da je pri svojem delovanju na socialno odgovoren način sledil načelom spoštovanja kulture, nacionalnih vrednot in pravičnosti v okolju, kjer deluje. Pozitivna naravnost in veliki dosežki Grameen Bank pa odpirajo vrata tudi drugje. Leta 2005 je v Bangladešu postavila temelje prva multinacionalka, zasnovana v obliki socialnega podjetja – Grameen Danone. Vodstvo podjetja Danone je Yunusov predlog, da zagotovijo najbolj revnim in lačnih družinam osnovna živila po nizkih cenah brez oklevanja sprejelo in nastalo je podjetje Grameen Danone Foods. Začetni kapital je v polovici prispevala Grameen Bank, drudo polovico pa podjetje Danone. Poslanstvo socialnega podjetja Grameen Danone je zmanjšati revščino z ekonomskim modelom bližine, ki omogoča dnevno preskrbo revnih z hranilnimi snovmi in stremi k delitvi koristi z vsemi tistimi, ki se jih njihova dejavnost tiče. Vse to pa se je zgodilo in se še vedno dogaja, ker so nekateri ljudje upali sprejeti svoje kreativno razmišljanje in ga usmeriti k inovativnem spreminjanju družbe ter si na ta način osmislili poslovno in zasebno življenje.

Če že ne drugo, pa je vsaj zadnja misel takšna, katero bi si želeli vsi sprejeti in uresničiti v svojem življenju.

## Literatura

- Bornstein, D.,(2004): Die Welt verändern. Social Entrepreneurs und die Kraft neuer Idee. J.G.Cotta'sche Buchhandlung Nachfolger, Stuttgart
- Drayton W., (2006): The Citizen Sector Transformed Social Entrepreneurship. Oxford University Press Inc. New York.
- Kovač, Z., (2004): Primerjalna študija: Italija, Avstrija, Slovenija, Pospeševalni center za malo gospodarstvo, Ljubljana.
- Malaviya, P.,et al (2004a): Achiveing Multiple Bottom Lines at grameenphone, Fontainebleau, INSEAD.
- Pavel I.,Štefančič,P., (2005):Socialno podjetje, od ideke k praksi. ŠENT. Ljubljana
- Pezdir, R., Majerhold, K., (2003): Ali univerza potrebuje socialno okolje, Študentska organizacije univerze v Ljubljani, Ljubljana.
- Yunus, M., (2007): Novemu kapitalizmu naproti, Učila International, Tržič.