

SOCIAL ENTERPRISE IN DEVELOPING COUNTRIES - LESSONS LEARNED FROM ENTREPRENEURIAL ACTIVITIES IN AFRICA

MONIKA NOVÁ

PhDr. Monika Nová, Univerzita Karlova v Praze, monika.nova@htf.cuni.cz

Abstract

Introduction: the presentation treats the subject of social enterprise in the African country of Malawi. Local young people are described in view of their social & economic situation with special emphasis on the issues of poverty. The author will offer a summary of the social enterprise and will depict specific activities Methods: the author will present, among other things, the results of her own field research. The subject thus addressed required that both quantitative and qualitative methods be applied. Results: the research helped us understand what the local young people threatened with poverty think about the possibility of earning their living through the social enterprise. The author will sum up the research results at the conference. Discussion: The author will try to demonstrate that the social enterprise can be undertaken also in developing countries, the author will use the conference as an opportunity to present case studies from developing countries.

Key words: Africa, poverty, developing countries, social entrepreneurship

1. Úvod

Společensky prospěšné podnikání (jinými slovy sociální podnikání) je označení pro podnikatelskou aktivitu, jejímž cílem je řešit společenský nebo environmentální problém. Podnikání zde slouží jako prostředek a primárním cílem není zisk, ale udržitelné řešení daného problému. Zisk je zpravidla investován zpět do rozvoje podnikání a taktéž je vyplácena mzda.

Společensky prospěšní podnikatelé se mohou realizovat například ve vzdělávání, v péči o zdraví, v ochraně životního prostředí, v boji s chudobou, při řešení energetických problémů, v ochraně lidských práv, při prosazování rovných příležitostí, v péči o znevýhodněné osoby apod. Projekty zaměřené na sociální podnikání mají různou podobu. Společná je snaha začlenit do běžných podnikatelských aktivit společensky nebo zdravotně handicapované osoby. Cílem je zajistit jim rovné příležitosti, zlepšit jejich sociální postavení ve společnosti a zvýšit jejich životní úroveň i sebevědomí.

Sociální podnikání není totéž co charita. Sociální podnik musí být stejně úspěšný jako kterákoliv jiná firma. Odlišnost je především v tom, jak nakládá se svým ziskem. Předpokládá se, že zisk investuje zpátky, například do vytváření dalších pracovních míst pro osoby se ztíženým uplatněním na trhu práce atd.

1.1. Hranice mezi pomocí a podnikáním

Hranice mezi pomocí a podnikáním často mizí. Je nutné poznat, že označení "sociální podnikání" je dobrý strategický tah, jak přesvědčit společnost, že v oblasti pomoci je možné také podnikavě a soutěživě realizovat své ambice. Je to také způsob, jak mluvit k velkým sponzorům v termínech, kterým rozumí: vysvětlit jim, že i chudí a znevýhodnění mohou být dobrá investice do budoucnosti. Ostatně mezi neziskovými a ziskovými organizacemi nezeje

nepřekonatelná propast, a pokud by platila klasická teorie Adama Smithe, mělo by oboje harmonicky souviset.

U podnikání jde především o peníze. Je nepochybné, že většina sociálního podnikání v Africe začínají s podporou "tradičních" filantropů a nadací, často díky své efektivitě dostanou grant od Světové banky či od vlád bohatých zemí, a že politika hraje vždycky podstatnou roli i u soběstačných sociálních kapitalistů.

1.2. Win - Win strategie

V mezilidských vztazích se setkáváme se čtyřmi základními metodami lidské interakce (jednání, chování, negociace):

V rámci sociálního podnikání je prosazována metoda WIN-WIN - kooperativní metoda. Je definována, tak že „strany usilují o vzájemný prospěch, tak aby uspokojily své potřeby, a snaží se nacházet řešení, které není v přímém konfliktu s požadavky druhé strany. Výsledkem takového jednání je uspokojení potřeb všech stran, často se synergickým efektem (zisk z dohody přesahuje uspokojení potřeb zúčastněných stran). Takovéto jednání podporuje dlouhodobé vztahy.“

Realizace a budování WIN-WIN vztahů je založena na 5 pilířích: charakter, vztahy, dohody, podpůrné systémy a procesy.

Existují čtyři oblasti osobních výsledků - finanční, duchovní, příležitost a odpovědnost. Kromě osobních výsledků by měly být rozpoznávány také organizační výsledky.

WIN-WIN proces sestává ze 4 kroků:

1. Dívat se na problém z jiného hlediska, z hlediska potřeby a zájmy druhé strany
2. Identifikovat klíčové problémy a bez obav
3. Zjistit, jakých cílů je potřeba k oboustranně přijatelnému řešení
4. Identifikovat nové možnosti pro dosažení těchto cílů

WIN-WIN řešení lze dosáhnout jen s WIN-WIN postupy. WIN-WIN není technikou chování, je to celková mentalita a vnímání (paradigma) lidské interakce.

2. Příklad z Malawi

Na základě dlouhodobé praxe ze zdravotně-sociálních projektů a taktéž i inspirací, které autorka získala při svých pobytech v rozvojových zemích, nejenom na africkém kontinentu, se rozhodla pro realizaci sociálního podnikání.

Cílovou skupinou se stali mladí lidé žijící v chudinských čtvrtích hlavního města Malawi v Lilongwe, kteří byli ohroženi vyčleněním ze vzdělávacího systému. Vyhledán byl vhodný partner pro sociální podnikání, kterým se stala, na základě autorčiny zkušenosti s tímto typem vzdělávacího zařízení, škola Salesiánů Dona Bosca. Tato škola v Lilongwe je určena pro mladé lidi ve věku od 15- ti roků, kde mohou získat vzdělání v učebních oborech kuchař, kadeřnice, truhlář a zedník.

Autorka vnesla do místního prostředí školy, podnikatelský know-how sociálního a motivovala vedení školy k tvorbě vlastních podnikatelských plánů založených na poskytování vzdělání mladých lidí v nově vzniklém předmětu pekárská výroba. Pekárská výroba tak

byla spojena zároveň s prodejem výrobků a to ve vlastní, nově vzniklé tzv. školní / podnikové prodejně, což bylo základním faktorem udržitelného rozvoje začínajících pekárenské dílny. Zisk z pekárenské dílny je vrácen do dílny, která se postupně vybavuje o novější zařízení a taktéž zisk je rozdělován mezi žáky, kteří pravidelně v pekárně pracují. Jsou to žáci, kteří mají finanční problémy se zaplacením školného, většinou sirotci a mladí lidé z velmi chudých rodin a v tomto případě jim hrozilo z finančního důvodu opustit školu. Ostatní studenti dochází do pekárenské dílny na odborné praxe v rámci oboru kuchař.

Autorka pro koupi profesionální pece a celkové vybavení pekárenské dílny oslovila sponzory z České republiky a Slovenské republiky a zrealizovala charitativní koncert. Získané finanční prostředky byly postačující pro start pekárenské dílny.

A význam sociálního podnikání pro místní školu? Pekárenská dílna dále navázala za 3 měsíce od svého vzniku i spoluprací s místními prodáváči, kteří pravidelně pečivo odebírají, a taktéž škola peče pro svůj internát a tím šetří finanční prostředky. Pekárenská dílna vytvořila za období 7/2015 – 12/2015, 11 pracovní místa na 40 hodin týdně a to studentům, kteří si tímto způsobem vydělávají na zaplacení školného a zůstanou jim i finanční prostředky na kvalitnější způsob jejich žití. Dále vytvořila novou možnost povinné praxe v rámci studia oboru kuchař, a to pro celkový počet všech 45 studentů. V tomto roce budou v červnu 2016 ukončovat studium, první absolventi oboru kuchař, kteří měli možnost již docházet na povinnou praxi do nově vzniklé pekárenské dílny.

Ze 17 studentů z tohoto končícího ročníku má již nyní 5 studentů uzavřený pracovní kontrakt na nástup do pekáren v Malawi a to tím, že prokázali praktickou a dovednost v oboru pekařském. Ve školní pekárenské dílně se neučí studenti pouze péct, ale také poznávat ekonomické zázemí a podnikatelský charakter vedení celé dílny, a to od nakupování mouky a dalších surovin až po účetnictví a samotný marketing prodeje.

Již zmíněná win-win strategie činí myšlenku sociálního podnikání, která je pro rozvojový svět nejen prospěšná, ale i obchodně zajímavá. Studenti i škola se tak učí profitovat z toho, že se aktivně podílí na konkrétní pomoci a komerční výdělečné aktivitě současně. A to je, dle našeho názoru, stěžejním pro udržitelnou rozvojovou spolupráci.

3. Diskuze

Autoři knihy s názvem „Sociální podnikání: co by měl každý vědět“ David Bornstein a Susan Davis uvádějí, že „kdo se chtěl před čtvrt stoletím stát sociálním podnikatelem, potřeboval mimořádnou odvahu a vizi. Role nebyla definována, příkladů bylo málo. Dnes je cesta proslapanější.“

„Sociální podnikání je proces, kterým občané budují nebo transformují instituce, aby postoupili dál v řešení sociálních problémů, jako je chudoba, nemoci, negramotnost, ničení životního prostředí, porušování lidských práv a korupce, čímž zlepší život mnoha lidem.“ (Bornstein, Davis, 2010)

Ekonomickým aspektem sociálního podnikání a zapojení komerce pojednává i autoři knihy „Moc nerozumných lidí: jak sociální podnikatelé vytvářejí trhy, které mění svět knihy“ John Elkington a Pamela Hartigan „kteří uvádějí, že „čelíme epochálním problémům – od konfliktů, terorismu a chudoby po změnu klimatu a hrozbu globální pandemie. A tyto problémy nemůžeme překonat bez zapojení a radikální restrukturalizace podnikání a trhů.

David Bornstein ve své knize s názvem „Jak změnit svět: sociální podnikatelé a moc nových myšlenek“, tvrdí „v sociálním podnikání jde o několik mimořádných lidí, kteří vyřeší problémy všech ostatních. Na nejhlubší úrovni jde o to objevit možnosti, které nelze v současné době vidět, a dát průchod schopnostem, které každý v sobě má – změnit část světa. Nepotřebujete elitní vzdělání – potřebujete batoh.“

Osobnost realizátora myšlenek sociálního podnikání popisuje takto „Na sociální podnikatele se díváme jako na transformační síly: lidé s novými nápady na řešení závažných problémů, kteří neúnavně jsou za svými vizemi; lidé, kteří zkrátka „ne“ nepovažují za odpověď, kteří se nevzdají, dokud nerozšíří svoje myšlenky tak daleko, jak jen mohou.“ (Bornstein, 2007)

Na základě své praxe s realizací sociálního podnikání v Africe uvádí autorka příspěvku následující fakta.

Sociální podnikání v Africe a programy, aktivity s tímto typem podnikání související, by měly především vycházet z potřeb jednotlivců a celé komunity a její maximální možné zahrnutí do projektu. Dále je kladen důraz na dlouhodobou udržitelnost, efektivitu, transparentnost, a pozitivních dopady pro jednotlivce či místní komunitu a samozřejmě s respektem na místní kulturní realie.

Pokud chceme realizovat jakýkoliv nápad sociálního podnikání v Africe, tak musíme brát v úvahu rozdílnost kontinentu a to jak mezi jednotlivými oblastmi Afriky, tak i uvnitř jednotlivých států ve kterých nacházíme velké rozdíly. Arabský sever nabízí zcela jiné kulturní a ekonomické prostředí než třeba země na jih od Sahary. Kdo chce tedy v Africe uspět, musí pečlivě zvažovat, selektovat a také sebrat odvahu.

Skutečností zůstává, že jde v mnoha ohledech o problematickou část světa. Jak shrnuje český velvyslanec Jaroslav Siro: „Na jedné straně má Afrika velké nerostné bohatství, rychlý přírůstek obyvatelstva, levnou pracovní sílu, růst spotřeby, rozšiřování střední třídy a v některých státech i příliv zahraničních investic. Na straně druhé jsou zde vnitřní konflikty, špatná správa věcí veřejných, obrovská korupce, mizerný stav infrastruktury vyplývající mimo jiné z kultury neudržování, málo vzdělaných lidí a fatalismus samotných Afričanů, pro něž čas nic neznamená“ (Český rozhled, 2013).

„Afrika je kontinent budoucnosti, shodují se respektované mezinárodní organizace, ekonomové i investoři“ (Český rozhled, 2013). Africký trh postupně objevují i evropské, asijské, americké firmy za účelem sociálního podnikání.

4. Závěr

Osobní autorčin zdroj myšlenky, zrealizovat nápad v podobě sociálního podnikání, spočíval v přání dělat prostřednictvím ekonomických nástrojů užitečné věci pro společnost a postavení konkrétních mladých lidí v prostoru africké chudoby. Dochází tak k prolínání neziskového a ziskového sektoru, které nejsou protikladné, ale mohou se doplňovat, čímž se vše posouvá do trochu jiné roviny. Tato hlavní myšlenka se snažila být autorkou uchopena jak po teoretické tak i praktické stránce. Ve finále bylo docíleno k ekonomickému i společenskému prospěchu. Autorka se i nadále snaží poznávat i další nápady a vzory ze zahraniční, propagovat a prosazovat nové myšlenky v rámci již vzniklého sociálního podnikání Malawi.

Domníváme se, že sociální podnikání je sice bezpochyby založena na entusiasmu a nápadech jednotlivce či mnohdy úzké skupiny lidí, zároveň je však potřeba zajistit nápadům sociálního podnikání potřebnou manažerskou podporu, finanční zázemí a profesionální vedení. Bez těchto aspektů se aktivity sociálního podnikání mohou snadno stát pouze

jednostranně výhodnými aktivitami, prospěšnými buď pouze pro investory z rozvinutých zemí, nebo pro příjemce pomoci v cílových státech.

Britský básník Johnne Donne složil před několika staletími báseň, ve které napsal: „Žádný člověk není ostrovem sám pro sebe. Smrtí každého člověka je mne méně, neboť jsem část lidstva.“

Nebyli to však pouze básníci a filozofové, kteří věřili v úzké propojení celého světa. Při pozorování přírody dospěl i Charles Darwin k přesvědčení o existenci „komplexní pavučiny života“, jíž jsou všichni na světě součástí.

Současná éra globalizace nám jako nikdy předtím neustále připomíná vzájemnou závislost a s ní související zranitelnost. Selhání či chyba jedné skupiny osob může mít katastrofální dopad na spoustu jiných po celém světě a naopak dobrá myšlenka či nápad, může mít velmi pozitivní dopad na mnoho lidí.

A tak závěr si dovolíme proložit otázkou: nevytváří však globalizace zároveň i prostor ve kterém mají jednotlivci i firmy, ze zemí západního světa a rozvinutých ekonomik, možnost pomoci velkému množství lidí, například prostřednictvím know-how a sociálního podnikání?

5. Literatura

- [1] BORNSTEIN, D. How to Change the World Oxford - Social Entrepreneurs and the Power of New Ideas. Oxford: Oxford University Press, 2007. ISBN ISBN-13: 978-0195334760. ISBN-10: 0195334760
- [2] BORNSTEIN, D., DAVIS, S. Social entrepreneurship: what everyone needs to know. Oxford: Oxford University Press, 2010. ISBN 978-0-19-539633-1
- [3] ELIKTONG, J., HARTING, P. The Power of Unreasonable People. Published by Perseus Distribution Services, 2008. ISBN 10: 1422104060 / ISBN 13: 9781422104064
- [4] Wikipedia. *Lidská Interakce*. [online]. 2015 [cit. 2016-03-27]. Dostupné na: https://cs.wikipedia.org/wiki/Lidsk%C3%A1_interakce
- [5] Český rozhled. *Češi objevují Afriku* [online]. 2013 [cit. 2016-03-27]. Dostupné na: <http://www.ceskyrozhled.cz/2013/05/cesi-objevuji-afriku-nejde-o-safari-ale-o-penize.html>