Predavanja: 25. 03. 2020.

Operativni modeli socijalnih preduzeća (Alter, 2007)

**1.Model preduzetničke podrške**



Prema ovom modelu, socijalno preduzeće prodaje poslovnu podršku i finansijske usluge ciljnoj grupi koja, potom, prodaje svoje proizvode i usluge na tržištu. Model preduzetničke podrške koriste organizacije za ekonomski razvoj, uključujući mikrofinansijske institucije.

**Primer:** **Pro Mujer**

Pro Mujer je međunarodna organizacija za razvoj žena koje, zbog svog siromaštva, nemaju pristup kreditima. Osnovana je 1990. godine, a svoju misiju ostvaruje osnivanjem mikrofinansijskih organizacija. Ove organizacije obezbeđuju ženama zajmove u iznosu od 50 $ do 300 $. One investiraju u trgovinu na malo ili u proizvodnju malog obima, a svoje proizvode prodaju na tržištu.

**Primer:** **Fond za mikro razvoj (FMR)**

Fond za mikrorazvoj osnovan je 2001. godine kao nevladina organizacija. i deo međunarodne organizacije Danski savet za izbeglice (DSI). Od 2004. godine u nadležnosti FMR su: mikrokrediti, tehnička podrška i obuka korisnika.

**2. Model posrednika na tržištu**



Socijalno preduzeće obezbeđuje usluge (proizvodna podrška, marketinška podrška, krediti) svojoj ciljnoj grupi kako bi im pomogla da uspostave vezu sa tržištem. Socijalno preduzeće prodaje proizvode koje proizvodi njegova ciljna grupa. “Prihod se koristi za plaćanje troškova poslovanja i za pokrivanje troškova razvoja proizvoda, marketinga i kreditnih usluga koje se daju ciljnoj grupi”.

**Primer: Plavac**

Nakon erupcije vulkana 1990. godine, Aete, domorodački narod Luzona na Filipinima, migrirao je u gradove kako bi našli zaposlenje. Neobrazovani i siromašni, radno su eksploatisani. U međuvremenu, preduzetnici su otkrili da vulkanski šljunak može da se koristi u tekstilnoj industriji za proizvodnju farmerki svetlije nijanse. Aeti su formirali Plavac, socijalno preduzeće koje sakuplja, promoviše i prodaje ovo kamenje.

**3. Model zapošljavanja**

****

Misija ovog oblika socijalnog preduzeća je da obezbedi prilike za poslovnu obuku i zapošljavanje svojoj ciljnoj grupi (osobe sa invaliditetom, beskućnici, bivši zatvorenici, ugrožena omladina). Socijalno preduzeće zapošljava svoju ciljnu grupu i prodaje njihove proizvode i usluge. Prepoznatljiva preduzeća koja se bave zapošljavanjem svojih klijenata su npr. kompanije za higijensko održavanje stambenih i poslovnih prostora, radnje sa poklonima itd.

**Primer: Kosmos**

Kosmos štamparija je osnovana 1961. godine kao preduzeće za zapošljavanje i profesionalnu rehabilitaciju osoba sa invaliditetom, uglavnom oštećenog sluha i govora.

**4. Model članarine naknade za usluge**



Socijalno preduzeće svoje usluge prodaje direktno ciljnoj grupi, npr. sektor zdravstva i osiguranja. Članarina je naknada za usluge. Ovom modelu socijalnog preduzeća najčešće pripadaju: obrazovne organizacije, socijale, kulturne, organizacije zasnovane na članstvu, strukovna udruženja.

**Primer: Bookshare**

Da bi se slepim ljudima omogućilo da se opismene i obrazuju, neophodno je da se štampane knjige skeniraju i prebace u zvučni ili Brajev format. Benetek, neprofitna organizacija koja razvija tehnologiju neophodnu za ovu vrstu aktivnosti, pokrenula je socijalno preduzeće Bookshare. Bookshare je online biblioteka digitalnih knjiga za slepe i osobe sa oštećenim vidom, za osobe sa poteškoćama pri učenju. Preduzeće funkcioniše zahvaljujući naplati registracije (25$) i godišnje pretplate (50$)

**5. Model klijenata sa niskim prihodima kao tržišta**



Ciljnu grupu ovog modela čini najsiromašnije stanovništvo. Cilj je da se ovoj kategoriji stanovništva obezbedi pristup onim proizvodima i uslugama kojima je pristup veoma ograničen (zdravstvena nega, zdravstveni i higijenski proizvodi, komunalne usluge). Ove proizvode i usluge ciljna grupa plaća.

**Primer: Scojo Indija**

Scojo je fondacija specijalizovana za brigu o očima. Zbog lošeg vida, najsiromašniji slojevi stanovništva mogu da izgube posao jer nisu u mogućnosti da kupe naočare. Svoju aktivnost Scojo fondacija je započela podelom besplatnih naočara sa dioptrijom seoskom siromašnom stanovništvu. Pošto ovaj program nije bio održiv, pokrenuli su 2003. godine socijalno preduzeće Scojo Indija (država Andra Pradeš) koje je aktivno na dva tržišta, urbano i ruralno. Na urbanom tržištu fondacija je razvila profitno poslovanje, dok ruralno tržište predstavlja socijalnu stranu programa.

**6. Model kooperativa (zadrugarstva)**

****

Model zadrugarstva najčešće povezuje više malih proizvođača istih proizvoda ili povezuje zajednice sa istim potrebama. Ciljna grupa ostvaruje svoju korist preko: kolektivnih ugovora, otkupa proizvoda, informacija o tržištu, tehničke podrške, savetodavne podrške itd. Misija zadruga je obezbeđivanje usluga članovima.

**Primer: Il Giardinone**

Kooperativa Il Giardinone omogućava uključivanje u društvo osoba sa fizičkim i mentalnim invaliditetom, bivših zatvorenika, zavisnika, migranata itd. Kooperativa se bavi baštovanstvom, čišćenjem i održavanjem javnih površina.

**Primer: Nova vizija**

Nova vizija je zadruga registrovana 2010. godine u Pirotu. Obuhvata izbegla i prognana lica, socijalno ugrožene i siromašne. Na zemljištu koje su dobili na korišćenje od grada Pirota, zadruga se bavi mešovitom poljoprivrednom proizvodnjom.

**7. Model povezivanja sa tržištem**



Ovaj tip socijalnog preduzeća povezuje svoju ciljnu grupu sa tržištem. Socijalno preduzeće povezuje kupce i proizvođače i naplaćuje ove usluge. Preduzeća ovog tipa istražuju tržište, uključuju uvoz-izvoz i brokerske usluge.

**Primer: Fito Trade**

Preduzeće doprinosi ekonomskom razvoju južne Afrike. Njegova poslovna misija ogleda se u povezivanju ruralnih proizvođača i kupaca, evropskih kompanija. Pored plasiranja proizvoda, socijalno preduzeće povezuje proizvođače i sa različitim stručnjacima iz domena proizvodnje.

**8. Model subvencionisanja usluga**

Ovaj model socijalnog preduzeća prodaje proizvode ili usluge eksternom tržištu i ostvarene prihode koristi za finansiranje socijalnih programa. Model subvencionisanja usluga obično je *integrisan*: poslovne aktivnosti i socijalni programi se preklapaju, deljenje troškova, imovine, poslova, prihoda i vrlo često programskih atributa.

****

Neprofitne organizacije koje primenjuju ovaj model socijalnog preduzeća obavljaju različite vrste poslova, međutim, većina njih ulažu svoja materijalna (zgradu, zemlju ili opremu) ili nematerijalna sredstva (metodologiju, znanje, odnose ili brend) kao osnovu za svoje preduzetničke aktivnosti.

**Primer: ANCA**

Associacao Nacional de Cooperacao Agricola (ANCA) radi u oblastima Brazila gde je stopa nepismenosti i do 80%. To je neprofitna organizacija koja obezbeđuje obuke opismenjavanja i kao edukativne usluge deci, odraslima i lokalnim aktivistima.

**9. Model organizacione podrške**

****

Ovaj model socijalnog preduzeća prodaje proizvode i usluge eksternom tržištu, biznisima ili širokoj javnosti. U nekim slučajevima ciljna populacija ili „klijent“ je korisnik, odnosno mušterija.

**Primer: Para la Salud**

U ruralnim oblastima Gvatemale Nacionalna zdravstvena organizacija Para la Salud pokrenula je seoske apoteke. Nabavka lekova je centraliovana. Para la Salud kontroliše zalihe, nabavku i isporuku lokalnim apotekama. Marža se kreće u rasponz od 20% do 25%. Ostvaren profit usmerava se na troškove lokalnih klinika.

Zadatak: Odabrati jedno od navedenih preduzeća i detaljno opisati njegov rad.