

Автор: Янина Танева

Да започнем съвсем отначало с уговорката: социалното предприемачество и корпоративната социална отговорност са две много различни неща

Докато при корпоративната социална отговорност става дума за странична дейност, често делегирана на ПР и маркетинг отделите, в социалното предприемачество става дума за иновативни модели в сърцето на самата бизнес идея. Нейната мисия е да решават сериозно предизвикателство – глобално или локално. Хибридният модел взаимства мисията си от организациите в сферата на социалната дейност, а ефективността си взима от бизнес културата, като се стреми чрез тази хармонична система от взаимодействия да промени света. Основната разлика от конвенционалния бизнес е, че първа и основна цел не е печалбата, а създаването на сериозно и устойчиво решение на проблем от палитрата с глобални предизвикателства – бедност, достъп до здравеопазване, чиста вода, равен достъп на жените до ресурси, климатични промени и т.н.

ПРИНЦИПИ

Философията на повечето социално-предприемачески инициативи е "овластяването" на хората. Това би могло да се случи чрез микро-кредитиране, чрез достъпни за бедните технологични иновации или достъп до знание и образование, което променя качеството на живот. За да си представим такъв бизнес, чиято мисия от самото начало е съобразена с някои от най-големите предизвикателства в сложния свят, в който живеем, трябва да сме способни да хвърляме визията си наистина далеч. И да мислим глобално – да виждаме връзките между глобалните процеси и локалните им отражения.

ПРИМЕРИ

В Африка жените и децата в домакинството изразходват над три четвърти от времето си, за да ходят за вода. Едно малко, нескъпо подобрение като търкалящ се бидон с дръжка се оказва, че променя ситуацията в селото драстично -момичетата имат време, вместо да ходят за вода, да учат, жените имат повече време за друга част от домакинската работа. Изглежда просто, но всъщност изисква лидерство за социална промяна. Повече от всяко друго лидерство, това се нуждае от емоционална интелигентност, която Даниъл Голман описва в книгата си "Новото лидерство". Другата важна характеристика е присъственост и креативност и готовност да рискуваме,

описани подробно в новата книга на Питър Сенге и Ото Шармър "Presencing".

И макар да звучи не така вдъхновяващо, оказва се, основна гаранция за успеха е способността ни да споделяме информация, която води до еволюция на обществото като цяло, а не да пазим търговски тайни. Това вече остава в миналото.

АГЕНТИ НА СОЦИАЛНАТА ПРОМЯНА

Ето и основните характеристики на агентите на социалната промяна според социалния иноватор Мартин Бърт:

- От сърце и със страст, емпатично да влезем в обувките на групата хора, чийто проблем искаме да адресираме. Да се водим, а не да се абстрахираме от чувството си на фрустрация, което всъщност е чудесен източник на енергия за промяна. Да разширим сферата си на влияние за сметка на сферата на тревожността, да започнем да действаме в посоката, която ни фрустрира, и така темата да влезе в сферата ни на контрол, а не на тревожност;
- Да възприемем ролята на новия лидер, който е много повече медиатор, отколкото йерархична фигура, издаваща заповеди. Лидерът е по-скоро фасилитатор и координатор на груповата интелигентност.
- Дързост и готовност за риск. Няма провал, когато визията е ясна, мотивираща и смислена.

Българският пример за такава инициатива е проектът " Smart hand", който спечели наградата Empower с идеята за протеза за ръка, която се задвижва от мозъчни импулси. Това е решение на световен проблем и е на достъпна цена. ©

Източник: сп. Forbes

Текстът е копиран от prnew.info