

## Ekonomia polityczna przedsiębiorstwa społecznego

Autor: **Karol Pogorzelski**

Każdy, kto bardziej interesuje się polityką, wie, że to, co najważniejsze, nie rozgrywa się na poziomie bieżących wydarzeń, ale na płaszczyźnie symbolicznej — w języku i w dyskursie. Ten, kto zdoła sugestywnie nazwać problemy społeczne i powiązać z nimi odpowiednie skojarzenia, jest w stanie wpłynąć na sposób



postrzegania tych problemów, a w konsekwencji na przyjmowane rozwiązania polityczne. Jak to zgrabnie ujął Gilbert K. Chesterton: *Sporne jest nie to, czy świat materialny zmienia się za sprawą naszych idei, lecz czy na dłuższą metę zmienia się za sprawą czegokolwiek innego*. Każdy nurt ideologiczny posiada własny specyficzny język, za pomocą którego jest formułowana określona wizja świata i program o odpowiednim wydźwięku i konotacjach. Liberałowie tradycyjnie zwołują się pod hasłem obrony wolności, niezależności i swobody. Słownik lewicy obfituje zaś w takie hasła jak: równość, ekologia, obrona wykluczonych. Wygrają ci, którym uda się przetłumaczyć otaczającą nas rzeczywistość na swój język w bardziej przekonujący sposób.

Ta swoista walka na polu idei toczy się nieustannie na wielu różnych odcinkach frontu. Jednym z nich jest głośna obecnie bitwa o wolność internetu, którą w swoim ostatnim [komentarzu](#) zajął się Mateusz Machaj. O ile jednak na tym froncie liberałowie zdają się osiągać przewagę (przynajmniej moralną), o tyle w wielu innych obszarach znajdują się, często na własne życzenie, w odwrocie. Jednym z takich obszarów jest koncepcja przedsiębiorstwa socjalnego, intensywnie promowana przez Muhammada Yunusa — ekonomistę i laureata pokojowej nagrody Nobla (2006 r.), który jeszcze niedawno zbierał laury na

forum ekonomicznym w Davos, a w pierwszych dniach lutego przyjechał z wykładami do Polski. Yunus zdobył sławę jako założyciel Grameen Banku – instytucji finansowej pożyczającej niewielkie kwoty pieniędzy ubogim, niepiśmiennym mieszkańcom Bangladeszu – ludziom bez żadnego zabezpieczenia i bez historii kredytowej. Zaciągnięcie pożyczki wiąże się z podpisaniem 16 zobowiązań zawierających takie postanowienia jak: „Będziemy utrzymywać małe rodziny”, „Będziemy budować latryny i korzystać z nich”, „Przez cały rok będziemy uprawiać warzywa; dużo ich zjemy, a nadwyżkę sprzedamy”. Wysoki odsetek spłaconych kredytów (ok. 98 proc.), którym chwali się Grameen, wynika w dużej mierze stąd, że pożyczkobiorcy z jednej wsi gwarantują wzajemnie swoje zobowiązania. Grameen Bank osiąga na tyle dobre wyniki finansowe, że obywa się bez zewnętrznych dotacji. Chociaż istnieją uzasadnione wątpliwości, czy kondycja banku rzeczywiście jest aż tak dobra, jak deklarują jego przedstawiciele (więcej na ten temat można znaleźć w [artykule](#) Juliusza Jabłeckiego), to model biznesowy całego przedsięwzięcia wydaje się sukcesem. Zachęcony powodzeniem Yunus zaczął zakładać inne przedsiębiorstwa z misją, na ogół w formie *joint venture* ze znanymi korporacjami międzynarodowymi, np. Grameen-Veolia Water Company zajmującą się dostarczaniem czystej wody pitnej na terenach, gdzie dostępne źródła są zanieczyszczone, albo Grameen Adidas produkujący buty dla ubogich mieszkańców Bangladeszu.

Yunus nie jest teoretykiem ani nawet ideologiem. Jest kimś w rodzaju proroka, który raczej nawraca ludzi na swoje projekty (dzięki charyzmie i zaangażowaniu), niż do nich przekonuje za pomocą argumentów. Retoryka, jaką się posługuje, nie może budzić entuzjazmu liberałów. Yunus z niechęcią (choć bez otwartej wrogości) odnosi się do przedsiębiorstw nastawionych na zysk oraz pozytywnie wypowiada się o różnych formach interwencji państwa w gospodarkę. Jeśli jednak zignorujemy jego retorykę, a przyjrzymy się propozycjom, to okaże się, że pod wieloma względami są one zgodne z postulatami liberałów. Ideą przewodnią Yunusa jest pomysł, by problemy społeczne krajów Trzeciego Świata rozwiązywać za pomocą tzw. przedsiębiorstw społecznych. Są to firmy mające na celu przede wszystkim rozwiązanie jakiegoś konkretnego problemu społecznego: braku opieki zdrowotnej wśród ubogich osób, degradacji środowiska wskutek ekstensywnej uprawy rolnej itp. Te firmy różnią się od fundacji charytatywnych

tym, że sprzedają swoje dobra i usługi na zasadach rynkowych. Starają się przy tym zaoferować taki produkt, który pozwoli zaspokoić jakąś elementarną ludzką potrzebę, za jak najniższą cenę, tak żeby był dostępny dla osób najuboższych. Zdaniem Yunusa przedsiębiorstwo społeczne może osiągnąć zysk, ale powinien on być w pełni reinwestowany, a nie wypłacany właścicielom w postaci dywidendy. Ważne jest to, skąd pochodzi kapitał założycielski takich firm. Wprawdzie Yunus nie wyklucza, aby ich fundatorem było państwo na szczeblu centralnym lub samorządowym, ale co do zasady mają być zakładane przez prywatnych inwestorów z ich dobrowolnie przekazanych środków. Warto zwrócić uwagę, że większość firm spod szyldu Grameen (powstałych z inicjatywy Yunusa) było finansowanych nie z pieniędzy podatnika, ale w oparciu o kapitał dużych korporacji międzynarodowych, takich jak: Danone, Adidas, Veolia, BASF.

Większość liberałów z rezerwą odnosi się zarówno do tych przedsięwzięć, jak i do samego Yunusa, być może zbyt łatwo ulegając magii prostych skojarzeń typu: (przedsiębiorstwo) społeczne → socjalne → socjalistyczne → złe. Trudno jednak zaprzeczyć, że przedsiębiorstwa społeczne — o ile tylko są założone ze środków prywatnych — mieszczą się wśród wolnorynkowych sposobów rozwiązania problemów społecznych. Warto pamiętać, że problemy państw Trzeciego Świata mają na ogół bardzo elementarny charakter: brak czystej wody, głód, przeludnienie, choroby, a także wadliwa kultura tłumiąca indywidualną przedsiębiorczość. W takich warunkach bardzo trudno o spontaniczny rozwój pokojowej współpracy między ludźmi, która w krajach Europy zapoczątkowała kapitalizm i związany z nim dobrobyt. Aby wesprzeć kraje Trzeciego Świata w rozwoju, konieczna jest zapewne jakaś forma bezinteresownej pomocy. Można to robić albo poprzez organizacje charytatywne, albo instytucje publiczne (Bank Światowy, ONZ itp.), albo przedsiębiorstwa społeczne. Te ostatnie mają wiele zalet, które powinny szczególnie przypaść do gustu liberałom. Po pierwsze, mają formę quasi-przedsiębiorstw, które muszą liczyć się z kosztami oraz prowadzić kalkulację ekonomiczną. Dzięki temu mają szansę być bardziej efektywne niż wielkie centralnie planowane programy pomocowe rządów i organizacji międzynarodowych. Po drugie, sprzedając swoje produkty, zamiast rozdawać je za darmo, przeciwdziałają uzależnieniu ludności Trzeciego Świata od pomocy. W ten sposób przygotowują grunt pod przyszły

rozwój normalnych firm nastawionych na zysk. Po trzecie, z założenia są tworzone za pieniądze prywatnych firm i osób.

Mimo tych zalet przedsiębiorstwa społeczne stały się elementem języka ideologicznego lewicy, dzięki czemu jeszcze bardziej utwierdziła ona swój wizerunek — formacji troszczącej się o los ubogich i pokrzywdzonych mieszkańców państw Trzeciego Świata. Liberałowie z kolei wciąż są niesłusznie postrzegani jako grupa bezdusznych socjopatów. Tymczasem idea przedsiębiorstwa społecznego mogłaby stać się narzędziem pozwalającym przewyciężyć ten wizerunek, jeśli tylko udałoby się ją włączyć do liberalnego dyskursu. Nie byłoby to zresztą szczególnie trudne, ponieważ wbrew pozorom przedsiębiorstwa społeczne są w dużej mierze niekompatybilne z ideologią lewicy. Wynika to z dwóch przyczyn. Po pierwsze, wiele z nich to spółki *joint venture*, utworzone przez wielkie międzynarodowe korporacje, które są wręcz ucieleśnieniem tego, z czym lewica walczy. Po drugie, działalność przedsiębiorstw społecznych często opiera się na przeszczepieniu zachodniej technologii i kultury do społeczeństw Trzeciego Świata. Jak by nie patrzeć, jest to przejaw tego rodzaju globalizacji, który ze względu na ograniczanie różnorodności kulturowej budzi sprzeciw lewicy, a wśród liberałów nie wywołuje żadnych szczególnych emocji. Jednym zdaniem, parafrazując słowa klasyka: *Nie palcie przedsiębiorstw społecznych — zakładajcie własne!*