

Muhammad Yunus
Za svijet bez siromaštva



v|b|z **ZAGREB**

sadržaj:

9	Predgovor
15	I. DIO: NADA KOJU PRUŽAJU SOCIJALNA PODUZEĆA
17	01. Novi način poslovanja
32	02. Socijalno poduzeće: Što jest, a što nije socijalno poduzeće
51	II. DIO: EKSPERIMENT GRAMEEN BANKE
53	03. Revolucija mikrokredita
84	04. Od mikrokredita do socijalnog poduzeća
107	05. Borba protiv siromaštva: U Bangladešu i izvan njega
139	06. Smisao se krije u pojedinostima
157	07. Jedna po jedna čaša jogurta
171	III. DIO: SVIJET BEZ SIROMAŠTVA
173	08. Širenje tržišta
193	09. Informacijska tehnologija, globalizacija i preobraženi svijet
208	10. Opasnosti napretka
225	11. Siromaštvu je mjesto u muzejima
235	Pogovor
247	Kazalo

Predgovor

Započnimo sa stiskom ruke

Zbog mojega uspjeha pri pružanju financijskih usluga siromašnim ženama u Bangladešu i osnivanju organizacije za mikrokredite, Grameen banke, često me pozivaju na razgovore sa skupinama koje su zainteresirane za opće poboljšanje života žena. U studenom 2005. godine sam planirao održati jednu takvu konferenciju u francuskom ljetovalištu Deauville, koje se nalazi otprilike 140 kilometara sjeverozapadno od Pariza. Trebao sam svratiti i do Pariza, da održim predavanje u HEC-u, jednoj od najboljih poslovnih škola u Europi, gdje su mi namjeravali dodijeliti titulu počasnog profesora.

Nekoliko dana prije mog putovanja u Francusku, koordinator mog programa u Parizu je primio poruku iz ureda Francka Ribouda, predsjednika i generalnog direktora skupine Danone, velike francuske korporacije (u Americi se taj brand zove Dannon). Poruka je glasila:

»Gospodin Riboud je čuo za djelovanje profesora Yunusa u Bangladešu pa bi mu bilo izuzetno drago da ga upozna. Budući da gospodin Yunus uskoro namjerava putovati u Deauville, želio bi znati je li moguće da zajedno odu na ručak u Parizu.«

Uvijek mi je zadovoljstvo upoznati ljude koji se zanimaju za moj rad, osobito one koje zanima mikrokreditiranje i koji mogu pomoći u borbi protiv siromaštva te za njegovo konačno iskorjenjivanje. Smatrao sam da je predsjednik velike multinacionalne korporacije zacijelo osoba s kojom bi vrijedilo porazgovarati. No, nisam znao kako bih predloženi sastanak uklopio u svoj već ionako pretrpan program. Svom sam koordinatoru rekao da bih volio upoznati gospodina Ribouda, ako budemo mogli naći vremena.

»Ne brinite«, rekao mi je. Ljudi iz Danonea sve će organizirati, odvest će vas na ručak, a onda vam dati dovoljno vremena da stignete u kampus škole HEC.

I tako me je 12. studenog na aerodromu Orly dočekala limuzina koju su mi poslali iz korporacije Danone te me prevezla do Fontaine Gaillon, pariškog restorana koji je nedugo prije toga otvorio glumac Gérard Depardieu, gdje me je čekao gospodin Riboud.

Sa sobom je poveo sedmoricu svojih kolega – važnih rukovoditelja zaduženih za različite vidove međunarodnog poslovanja kompanije Danone: Jeana Laurenta (član odbora Danonea), Philippea Loïca Jacoba (generalni tajnik skupine Danone) i Jeromea Tubiana (provoditelj *Projekata snova* u kompaniji Danone). Među prisutnima je bio i doktor Bénédicte Faivre-Tavignot, jedan od profesora škole HEC zadužen za njihov MBA¹ program održivog razvoja.

Uveli su me u privatnu prostoriju gdje su me dočekali vrlo srdačno, ponudili me s ukusnim francuskim ručkom i zamolili da skupini govorim o našem radu.

Vrlo brzo sam otkrio da su Franck Riboud i njegovi kolege dobro upućeni u rad Grameen banke. Znali su da smo im pomogli pri lansiranju globalnog pokreta koji se naziva mikrokredit i koji pomaže siromašnim ljudima nudeći im male, nelombardne kredite – često u protuvrijednosti od 30 do 40 američkih dolara – kojima oni pokreću svoja sićušna poduzeća. Dostupnost kapitala, čak i u tako maloj količini, može promijeniti ljudski život. S vremenom mnogi siromašni ljudi mogu iskoristiti sitan kapital (koji im se daje mikrokreditom) kao osnovu za perspektivan posao – mala farma, obrtnička radionica, malena trgovina – koji njih i njihove obitelji može izvući iz siromaštva. Ustvari, prošla je 31 godina otkako sam siromašnima – osobito ženama – počeo posuđivati novac i u tom su razdoblju korištenjem mikrokredita, samo u Bangladešu, milijuni obitelji popravili svoje ekonomsko stanje.

Opisao sam gospodinu Riboudu i njegovim kolegama kako se mikrokredit proširio u mnoge zemlje, osobito u zemljama u razvoju, putem tisuća institucija za mikrokredite koje su pokretale neprofitne organizacije, vladine agencije i poslovni poduzetnici, želeći ponoviti uspjeh Grameen banke. »Ustvari«, rekao sam mu, »do kraja sljedeće godine nadamo se da ćemo na Globalnom sastanku na vrhu o mikrokreditima proglasiti da je 100 milijuna siromašnih ljudi diljem svijeta profitiralo korištenjem mikrokredita – a pokret je krenuo od nule prije samo

nekoliko desetljeća. (Na sastanku na vrhu koji se u studenom 2006. godine održao u Halifaxu, država Nova Scotia, mogli smo zaključiti da smo zaista postigli taj cilj. Zato nam današnji, desetogodišnji plan, izgleda još ambicioznije: svojim mikrokreditima, između ostaloga, želimo pomoći da 500 milijuna siromašnih ljudi diljem svijeta zbací breme siromaštva.)

Na kraju sam im počeo objašnjavati kako je Grameen banka proširila svoje aktivnosti na mnoga nova područja. Pokrenuli smo posebne programe posudbe novca kako bismo pomogli siromasima da plate troškove stanovanja i višeg obrazovanja. Stvorili smo program posudbe novca prosjacima, koji je velikom broju pomogao da se izvuku iz krajnje oskudice te tako dokazao da se i najsiromašniji među siromašnima mogu smatrati »kreditno sposobnima«. Pokrenuli smo i niz poduzeća (od kojih neka funkcioniraju na temelju profita, dok su neka neprofitna), koja su poboljšala ekonomsko stanje siromašnih na mnogo različitih načina. Među tim poduzećima ima onih koja stanovnicima zabačenih sela pružaju uslugu komunikacije internetom i telefonom, kao i onih koja pomažu seoskim tkaljama da svoje proizvode dopreme na tržište. »Na te je načine«, rekao sam, »zamisao Grameen banke svake godine uključivala sve više i više obitelji i zajednica.«

Kad sam dovršio svoju kratku pripovijest o napretku Grameena, malo sam zastao i zamolio Francka Ribouda da mi kaže zašto me pozvao na ručak. »Sad je na vama red«, rekao sam. »Čuo sam za vašu korporaciju, no ona, koliko ja znam, nema pogone u Bangladešu. Zato bih vas molio da mi kažete nešto o skupini Danone.«

»Bit će mi zadovoljstvo«, odgovorio je.

Franck mi je pričao o počecima svoje korporacije. Skupina Danone jedna je od najpoznatijih svjetskih proizvođača mliječnih proizvoda; njihov Danone jogurt (u SAD-u poznat kao Dannon jogurt) popularan je diljem Europe, Amerike, i šire. Danone je drugi u svijetu i po proizvodnji flaširane vode i keksa (slatkih keksa i krekerá). »Ova voda Evian«, rekao je Franck, dignuvši plavu bocu, »Danoneov je proizvod.« Tu sam vodu vidio i pio u mnogim hotelima i restoranima diljem svijeta. Sada sam imao prilike saznati ponešto i o korporaciji koja se krije iza tog branda.

»To je vrlo zanimljivo«, dodao sam, no još uvijek mi nije bilo jasno kakve bi veze mineralna voda i jogurt koje bi u Bangladešu smatrali luksuznim proizvodima mogli imati sa mnom ili s Grameen bankom. Franck je imao spreman odgovor. »Danone je važan izvor hrane u mnogim područjima svijeta. To uključuje i zemlje u razvoju, u kojima glad predstavlja ozbiljan problem. Mi imamo razgranat posao u Brazilu,

Indoneziji i Kini. Nedavno smo se proširili i na Indiju. Ustvari, više od 40 posto našeg poslovanja odvija se na tržištima nerazvijenih zemalja.

Mi ne želimo prodavati naše proizvode samo dobrostojećim ljudima u tim zemljama. Voljeli bismo pronaći način na koji ćemo nahraniti siromašne. Naša kompanija neguje tradiciju društvene inovativnosti i napretka. Tu je politiku pokrenuo moj otac Antoine Riboud prije 35 godina.

Možda će vam nakon ovoga što sam rekao biti jasnije zbog čega sam vas zamolio za sastanak, profesore Yunus. Mislili smo da bi čovjek i organizacija koji su svojom kreativnošću pomogli tolikim siromašnim ljudima imali pokoju korisnu zamisao za skupinu Danone.«

Nisam znao na što točno Franck Riboud misli. No, osjećao sam da ga je zanimalo sve o čemu sam mu dotad pričao. Osim toga, i sâm sam već neko vrijeme razmišljao o ulozi koju bi poduzeća mogla imati za pomaganje siromašnima u svijetu. Drugi ekonomski sektori – primjerice, udruge dobrovoljaca, dobrotvorne udruge, nevladin sektor – mnogo svojega vremena i energije posvećuju borbi protiv siromaštva i njegovih posljedica. No, poduzeća – finansijski najinovativniji i najučinkovitiji sektor – nemaju izravan mehanizam kojim bi svoje djelovanje primijenila u cilju dokidanja siromaštva.

Rad Grameen banke i njezinih podružnica je pomogao milijunima ljudi da se uključe u lokalnu, regionalnu i svjetsku ekonomsku zajednicu te im omogućio da sudjeluju na tržištu, zarađuju novac i uzdržavaju sebe i svoje obitelji. Izgledalo mi je da različite vrste poduzeća imaju mnogo mogućnosti da siromašnima omoguće nešto slično. Pa sam zato, kad mi se već tijekom ručka u otmjenom pariškom restoranu pružila takva prilika, odlučio što više iskoristiti ono što mi nude.

To je bila nagonaska reakcija, koja se ni u kojem slučaju ne bi mogla smatrati brižljivo razrađenim poslovnim prijedlogom kakav većina rukovoditelja voli čuti. No, s vremenom sam shvatio da neki od mojih najboljih projekata nisu nastali na temelju prethodne detaljne analize i planiranja, već iz jednostavnog poriva i pomisli: »Evo prilike da se učini nešto dobro.«

Francku i njegovim kolegama napomenuo sam ovo: »Kao što znate, ljudi u Bangladešu su bez sumnje najsiromašniji na svijetu. Loša prehrana strašan je problem, osobito kod djece. Ona ostavlja grozne posljedice na njihovo zdravlje.«

»Vaša kompanija vodeći je proizvođač hrane s nutritivnom vrijednošću. Što mislite o stvaranju zajedničkog poduzeća koje bi neke od vaših proizvoda dopremilo u bangladeška sela? Mogli bismo stvoriti kompaniju koja bi bila zajedničko vlasništvo i koju bismo nazvali

Grameen Danone. Ona bi proizvodila zdravu hranu koja bi poboljšala prehranu seoskog stanovništva Bangladeša – osobito djece. Kad bi se proizvodi prodavali po niskoj cijeni, znatno bismo poboljšali kvalitetu života milijuna ljudi.«

Tada sam dobio priliku vidjeti kako Franck Riboud, generalni direktor jedne od najpoznatijih kompanija u svijetu, zna biti jednako impulzivan kao i »Bankar siromašnih« iz Bangladeša. Ustao je sa stolca (sjedio je nasuprot meni), nagnuo se prema meni te mi pružio ruku. »Učinimo to«, rekao je, a nakon toga smo se rukovali.

Obuzelo me ushićenje, ali i nevjerica. »Zar se sve ovo odvija tako brzo?« zapitao sam se. »Što smo se mi ustvari dogovorili? Možda me nije razumio zbog mojega bangladeškog naglaska.« Ponovno smo sjeli, a ja sam odlučio provjeriti shvaća li Franck u što se – zajedno sa svojom kompanijom – upušta?

»Možda me niste dobro razumjeli«, rekao sam blago. »Ja vam predlažem osnivanje nove kompanije, zajedničkoga poslovnog pothvata vaše kompanije i Grameena. Ja sam je nazvao Grameen Danone, s našim imenom – Grameen, na prvome mjestu, zbog toga što je ono u Bangladešu poznatije od imena vaše kompanije.«

Franck je kimnuo. »Ne, shvatio sam!« uvjeravao me. »Vaš mi je plan potpuno jasan. Rukovao sam se s vama zato što ste mi rekli da se vi u Grameen banci oslanjate na međusobno povjerenje između banke i zajmoprimaca i dajete kredite na temelju stiska ruke, a ne na temelju pravnih dokumenata. I zato sam prihvatio vaš običaj. Pružili smo jedan drugome ruku i, što se mene tiče, posao je zaključen.«

Franckov me odgovor oduševio. Onda sam mu rekao još nešto. »Ja nisam završio sa svojim prijedlogom. Naš zajednički pothvat bit će socijalno poduzeće².«

Sad je on izgledao pomalo zbunjeno, kao da je čuo frazu koju ne može odmah prevesti. »Socijalno poduzeće? Što je to?«

»To je poduzeće koje se osniva zato da bi se ispunio neki društveni cilj. U ovom bi slučaju cilj bio poboljšanje kvalitete prehrane siromašnih obitelji u selima Bangladeša. Socijalno poduzeće je poduzeće koje ne isplaćuje dividende. Ono prodaje proizvode po cijenama koje mu omogućavaju da samo sebe održava. Vlasnici kompanije tijekom određenog vremena mogu vratiti novac uloženi u kompaniju, no investitorima se ne isplaćuje profit u obliku dividendi. Umjesto toga, sva zarada ostaje u

2 U originalu *social business*. U hrvatskoj ekonomskoj terminologiji za ovu novu vrstu poduzeća uvriježen je prijevod socijalna poduzeća. Isto tako termin *social entrepreneurship* prevodi se kao socijalno poduzetništvo. Neki autori smatraju da bi adekvatan prijevod bio i društveno poduzeće i društveno poduzetništvo. (nap. ur.)

poduzeću – da bi se njome financiralo proširenje, da bi se stvorili novi proizvodi ili usluge, ili da bi poslužila za opće dobro.«

»To sam sâm smislio i o tome već dugo razmišljam. Vjerujem da se mnoge vrste poduzeća mogu organizirati kao socijalna poduzeća koja služe siromasima. Već dugo čekam priliku da realiziram tu zamisao. Mi smo s tim poslom već započeli i u Bangladešu, otvorivši klinike za očne bolesti u obliku socijalnih poduzeća. No, Grameen Danone bit će uvjerljiv, nov primjer te zamisli, tj. može biti, u slučaju ako se složite sa mnom.«

Franck se nasmijeo. »To je izuzetno zanimljivo«, rekao je. Ponovno je ustao i pružio mi ruku preko stola, a ja sam također ustao i prihvatio je. Kad smo jedan drugom stisnuli ruku, rekao je: »Učinimo to.«

Bio sam zapanjen, štoviše, nisam vjerovao vlastitim ušima te sam nekoliko sati kasnije, dok smo putovali prema kampusu HEC-a, Francku poslao elektroničku poruku. Napisao sam sažetak naše rasprave, onako kako sam je ja shvatio, zamolivši ga da mi potvrdi, razjasni i ispravi me ako sam nešto krivo razumio. Ako se ozbiljno namjerava posvetiti prvome multinacionalnom socijalnom poduzeću na svijetu u kojem bi Danone bio partner Grameenu, želio sam provjeriti je li razumio što jedno takvo partnerstvo podrazumijeva. Ako se nas dvojica nismo dobro razumjeli – ili ako se predomislio ili ga je netko od kolega odvratilo od tog nauma – želio sam mu, ništa ne zamjerajući, dati priliku da brzo i lako kaže »ne«.

Međutim, Franck i njegov tim u Danoneu potpuno su se posvetili projektu. Dok sam još bio u HEC-u, nazvao me Emmanuel Faber, šef Danoneova pogona Asian Pacific. Franck je tijekom našega sastanka spomenuo Emmanuela, objasnivši da bi on bio najbolja osoba za organizaciju Danoneova dijela našega zajedničkog projekta. Sad me taj isti Emmanuel zvao iz svog ureda u Šangaju.

»Profesore Yunus«, rekao mi je, »oduševljen sam što je vaš sastanak urodio konkretnim prijedlogom. Radujem se našem susretu i razgovoru o tom projektu. U međuvremenu bih vas zamolio da sa mnom razmijenite svoje početne zamisli.« Obećao sam da hoću.

Franck Riboud i Danone nisu ostali samo na oduševljenju našim projektom. Oni su brzim tempom željeli krenuti u njegovu provođenje. To sam vidio našavši se u vrtlogu zbivanja sljedećih sedam mjeseci, u kojem su grupacija Danone i Grameen surađivali u stvaranju nečega potpuno novoga: prvoga svjesno stvorenog multinacionalnog socijalnog poduzeća na svijetu.

I. dio

Nada koju pružaju socijalna poduzeća

01. Novi način poslovanja

Od raspada Sovjetskog Saveza, 1991. godine, slobodna tržišta su preplavila svijet. Ekonomija slobodnog tržišta pustila je korijene u Kini, jugoistočnoj Aziji, Južnoj Americi, istočnoj Europi, čak i u bivšem Sovjetskom Savezu. Slobodno tržište je po mnogočemu izvanredna stvar. Kad promatramo zemlje koje su se dugo razvijale u kapitalističkom sustavu – zemlje zapadne Europe i Sjeverne Amerike – možemo vidjeti dokaze velikog bogatstva. Vidimo i izuzetno tehnološko inovatorstvo, znanstvena otkrića, obrazovni i društveni napredak. Pojava modernog kapitalizma prije tri stotine godina omogućila je dotad neviđen materijalni napredak. Danas se, međutim – gotovo dva desetljeća nakon raspada Sovjetskog Saveza – osjeća određeno razočaranje tim sustavom.

Bez dvojbe, kapitalizam i dalje cvjeta. Poduzeća nastavljaju rasti, globalna trgovina napreduje, multinacionalne se korporacije šire na tržišta bivšega Sovjetskog bloka, a tehnološka se otkrića i dalje umnožavaju. No, nemaju svi korist od toga. Raspodjela svjetskoga bogatstva potpuno je druga priča: 94 posto svjetskih prihoda raspodijeljeno je na 40 posto ljudi, dok preostalih 60 posto mora živjeti od samo šest posto svjetskog prihoda. Pola svijeta živi s dva dolara dnevno, i manje, dok gotovo milijarda ljudi živi s manje od dolara dnevno.

Siromaštvo nije ravnomjerno raspoređeno po svijetu: određene regije trpe najgore posljedice. U subsaharskom području, južnoj Aziji i Južnoj Americi, stotine milijuna siromaha jedva preživljava. Povremene prirodne katastrofe, kao što je bio tsunami 2004. godine, haraju obalnim područjima Indijskog oceana i oduzimaju živote stotinama tisuća siromašnih i ranjivih ljudi. Jaz između sjevera i juga zemlje – između najbogatijih i najsiromašnijih na svijetu – se produbio.

Međutim, neke su zemlje, koje su u prošla tri desetljeća uspjele postići ekonomski uspjeh, platile visoku cijenu tog uspjeha. Nakon razdoblja kad je, potkraj 70-ih godina 20. stoljeća, provela ekonomske reforme, Kina je doživjela brzi ekonomski rast pa se, po mišljenju Svjetske banke, više od 400 milijuna Kineza uspjelo izvući iz siromaštva. (Zbog toga je

Indija danas postala nacija s najvećim brojem siromaha, iako je ukupni broj stanovnika Kine mnogo veći.)

No, cijeli je ovaj napredak sa sobom donio dodatno pogoršanje društvenih problema. U svojoj ogromnoj želji za napretkom, kineski dužnosnici su okrenuli glavu dok su njihove kompanije zagađivale vodu i zrak. Unatoč tome što se položaj mnogih siromaha u Kini značajno poboljšao, podjela između onih koji imaju i onih koji nemaju postala je još veća. Mjerena tehničkim pokazateljima kao što je koeficijent Gini, nejednakost prihoda gora je u Kini nego u Indiji.

Društveni napredak prilično je spor, čak i u Sjedinjenim Američkim Državama, zemlji koja uživa ugled najbogatije države na svijetu. Nakon dva desetljeća usporenoga ekonomskog napretka, broj siromašnih ljudi u posljednje je vrijeme sve veći.³ Otprilike 47 milijuna (što čini gotovo šestinu svjetskog stanovništva) nema zdravstveno osiguranje i nailazi na mnogo poteškoća pri ostvarivanju prava na elementarnu zdravstvenu skrb. Po završetku hladnog rata mnogi su se nadali »dividendi mira« – vjerovali su da će se troškovi za obranu smanjiti, a izdavanja za socijalne programe obrazovanja i zdravstvene skrbi povećati. No, osobito nakon 11. rujna 2001. godine, Vlada Sjedinjenih Država usredotočila se na vojne akcije i sigurnosne mjere, zanemarujući siromašne.

Ti globalni problemi nisu prošli nezapaženo. Na samom početku novog milenija cijeli se svijet pokrenuo u želji da ih riješi. Godine 2000. svjetske su se vođe okupile u Ujedinjenim narodima zahtijevajući da se, između ostalog, siromaštvo reducira do 2015. godine. Nakon toga je prošlo više od pola razdoblja predviđenog za rješavanje tog problema, a rezultati nisu ohrabrujući. Mnogi promatrači su mislili da se milenijski ciljevi neće moći postići. (Sretan sam što mogu reći da je moja zemlja, Bangladeš, u tome iznimka. Bangladeš se kreće u smjeru ostvarenja ciljeva i na pravom je putu da do polovice 2015. godine reducira siromaštvo.)

Što nije dobro? Zbog čega je, u svijetu u kojem ideologija slobodnog poduzetništva nema stvarne alternative, slobodno tržište iznerviralo toliko ljudi? Dok neki narodi sigurno kroče prema još većem blagostanju, zbog čega tako velik dio svijeta zaostaje?

Razlog je jednostavan. Neobuzdana tržišta u svom trenutačnom obliku nisu osmišljena da rješavaju društvene probleme i, eventualno,

3

Definicija siromaštva ima koliko i skupina i pojedinaca koji proučavaju taj problem. Nedavno provedena studija Svjetske banke spominje 33 različite definicije siromaštva, koje su pojedine zemlje razvile kako bi opisale potrebe svojega vlastitog naroda. Na početku ovoga poglavlja spomenuo sam granicu siromaštva koja se spušta na prihod od jednoga američkog dolara dnevno i manje. Kad, u nastavku ove knjige, budem govorio o »siromaštvu«, a da uz to ne dodam detaljnije objašnjenje, pri tome mislim upravo na to.