

PREKO GRANICA



Društvena ekonomija
u Europi

ELABORATI

E



INSTITUT DRUŠTVENIH ZNANOSTI
IVO **PILAR**

PREKO GRANICA



Društvena ekonomija u Europi



Zagreb, 2015.

PROJEKT 5332

iPRESENT

Installation Project for REsearch about Social ENTrepreneurship

Izveštaj 02

PREKO GRANICA

Društvena ekonomija u Europi

Voditelj projekta

Dr. sc. Dražen Šimleša

Suradnici na projektu

Dr. sc. Anka Mišetić

Dr. sc. Jelena Puđak

Dr. sc. Filip Majetić

Dr. sc. Anita Bušljeta Tonković

Autori izvještaja

Dr. sc. Dražen Šimleša

Dr. sc. Jelena Puđak

Dr. sc. Filip Majetić

Dr. sc. Anita Bušljeta Tonković

Lektura

Mirjana Paić-Jurinić

Dizajn i priprema za tisak

Tibor i partner d.o.o.

Tisak

ITG, Zagreb



Ovo djelo je dano na korištenje pod licencom Creative Commons
Imenovanje – Nekomercijalno – Bez prerada 4.0 međunarodna.

Ovaj rad financirala je Hrvatska zaklada za znanost projektom 5332



ISBN 978-953-7964-33-7

CIP zapis je dostupan u računalnome katalogu Nacionalne i sveučilišne knjižnice
u Zagrebu pod brojem 000925191.

SADRŽAJ

O projektu iPRESENT	5
Uvodne napomene.	7
Osnovne definicije i koncepti	9
Komparativna analiza stanja društvene ekonomije u Hrvatskoj i pojedinim zemljama EU-a	31
Zaključak.	37
Literatura.	43

O PROJEKTU iPRESENT

Installation Project for REsearch about Social ENTrepreneurship

iPRESENT uspostavni je istraživački projekt kojem je **glavni cilj istražiti kapacitete i potencijale društvenog poduzetništva kao socijalno osjetljivog i ekološki odgovornog poslovnog modela u Hrvatskoj.**

Društveno je poduzetništvo jedan od najpotentnijih i najizazovnijih fenomena današnjeg svijeta i stoga iznimno pogodno za znanstveno istraživanje i proučavanje. To vrijedi osobito za Hrvatsku, gdje se taj napredan i progresivan društveno-ekonomski model ne suočava samo s vlastitim unutarnjim izazovima, nego i s utjecajima dugotrajne ekonomske krize, rastuće nezaposlenosti, neravnomjernog razvoja regija i županija, vrlo niske razine povjerenja u društvu te nezainteresiranosti i osjećaja bespomoćnosti sve većeg broja građana i građanki Hrvatske.

Specifični su ciljevi projekta iPRESENT:

- osigurati dugoročnu znanstvenu bazu podataka i radova otvorenu za korištenje svim zainteresiranim dionicima i javnosti
- periodično publiciranje znanstvenih radova, zbornika i knjiga o društvenom poduzetništvu
- testirati razinu 3BL (*triple bottom line*) društvenih poduzeća u Hrvatskoj, odnosno testirati razinu društvenog utjecaja i ispunjavanja kriterija za društveno poduzetništvo
- producirati „Savjetnicu“ – knjigu s preporukama i najvažnijim koracima kako za same društvene poduzetnike, tako i za najvažnije dionike/institucije važne za razvoj društvenog poduzetništva.

Konkretna aktivnosti koje se očekuju dobiti kroz rad na projektu su:

- provedba 17 fokus grupa među inicijatorima i zaposlenicima društvenih poduzeća
- provedba 21 polustrukturiranog intervjua s najvažnijim dionicima

- provedba ankete među mladima o važnosti društvenog poduzetništva za čitavu zajednicu i mogućnosti budućeg zaposlenja (uzorak od 400 ispitanika i ispitanica)
- pisanje i produkcija 9 izvještaja/publikacija koje tematski prate projekt i/ili bilježe napredovanje u projektu
- testiranje do 10 društvenih poduzeća iz Hrvatske jednim od znanstveno relevantnih i primjenjivih modela izračuna društvenog utjecaja
- kontinuirano konzultiranje s timom SEPAG-a (Social Economy Policy Advisory Group) – savjetodavnom radnom grupom znanstvenika i znanstvenica koja se kreira u svrhu osiguranja kvalitete provedbe projekta
- organiziranje finalne konferencije na kraju projekta.

Voditelj projekta je dr. sc. Dražen Šimleša, znanstveni suradnik u Institutu društvenih znanosti Ivo Pilar iz Zagreba sa suradnicima: dr. sc. Ankom Mišetić, dr. sc. Jelenom Puđak, dr. sc. Filipom Majetićem i dr. sc. Anitom Bušljeta Tonković.

Projekt *i*PRESENT financira Hrvatska zaklada za znanost u trogodišnjem trajanju s datumom početka 15. rujna 2014. godine.

Očitovanjem s datumom 14. studenog 2013. godine (KLASA: 910-08/14-01/04, URBROJ: 524-06-01-01-02/1-14-2) projekt *i*PRESENT ima načelnu podršku Ministarstva rada i mirovinskog sustava kao nositelja izrade Nacionalne strategije razvoja društvenog poduzetništva 2015.–2020.

UVODNE NAPOMENE

Drugi Izvještaj projekta *iPRESENT* nosi naslov *Preko granica – društvena ekonomija u Europi*. Glavni cilj mu je prezentirati značenje i utjecaj društvene ekonomije u Europi, posebno različit odnos i usvajanje takvog modela ekonomskog i društvenog razvoja u pojedinim europskim zemljama. Odnos prema društvenoj ekonomiji i svim njenim oblicima ovisi o tradiciji, vrijednostima u pojedinom društvu, utjecaju i naslijeđu države blagostanja te o čitavom nizu drugih faktora koji se na različite načine pojavljuju i realiziraju u europskom kontekstu. U tom je smislu zanimljiv i današnji odnos „središnjice“ u Bruxellesu i način na koji prema čitavom sektoru pristupaju iz centra.

Kako bi se ispunio prvi cilj Izvještaja valja konceptualno posložiti osnovne pojmove iz sektora jer se oni koji se s njim prvi put susreću, često nađu zapetljani u čvoru istih ili bliskih, odnosno različitih i drukčijih osnovnih pojmova i definicija. Društvena ekonomija i/ili treći sektor, društveno poduzetništvo i/ili društvena poduzeća, društveni poduzetnici i/ili socijalne zadruge, društveno solidarna ekonomija i/ili samo solidarna ekonomija. Premda vjerojatno jasni akterima na terenu, znanstvenicima ili drugim dionicima, ti pojmovi mnogima predstavljaju komplicirane zagonetke i lako se nađu „izgubljeni u prijevodu“.

Odraž tih pokušaja da se raspetlja čvor različitih pristupa i stajališta prema društvenoj ekonomiji i svim gore navedenim izvedenicama ili novim konceptima i pojmovima osjetio se i u našoj *Strategiji razvoja društvenog poduzetništva u Republici Hrvatskoj za razdoblje od 2015. do 2020. godine* o čemu smo pisali u prvom izvještaju, *Mapiranje novih obzora – izvještaj o stanju društvenog poduzetništva u Hrvatskoj 2015.*

Nerijetko o istom pojmu ili temi odnosno obliku društvene ekonomije čitamo čak posve različita pojašnjenja ili definicije, stoga oni koji u ovo golemo područje tek ulaze ostaju zbunjeni i imaju osjećaj da u njemu vlada kaos. No kao što u svemiru kaos nije daleko od reda i obrazaca, tako i ovdje treba prihvatiti da je riječ o iznimno kompleksnoj i zahtjevnoj temi, o kolažu raznih oblika i boja koji

predstavljaju ukupno bogatstvo i raznolikost društveno odgovornijih i ekološki održivijih ekonomskih modela. Nadalje, premda se društvena ekonomija sastoji od poznatih i dugo prisutnih modela poput zadruga, udruga, društava za uzajamnu pomoć i drugih, koncepti kao što su društveno poduzeće ili društveno poduzetništvo novijeg su datuma i kao takvi još uvijek podložni raznim tumačenjima i određenjima. Procjenjuje se da su tri četvrtine akademskih radova i tekstova o društvenim poduzećima ili društvenom poduzetništvu objavljene prvih godina novog tisućljeća (Hulgård, 2013).

Drugi je cilj Izvještaja komparativna analiza stanja društvene ekonomije u Hrvatskoj i nekoliko drugih zemalja EU-a kako bismo dodatno učvrstili temelje analize o položaju Hrvatske u odnosu na njenu najbližu društveno-ekonomsku okolinu. Prvi izvještaj, *Mapiranje novih obzora*, zajedno s ovim izvještajem, naslovljenim *Preko granica*, čine temelj prve godine projekta iPRESENT, te ih treba čitati i shvaćati kao komplementarne analitičko-istraživačke alate od kojih svaki pokriva svoje glavno područje djelovanja. U prvom izvještaju više smo se bavili stanjem u Hrvatskoj, a u drugom bavimo se stanjem u EU-u, premda u oba zalazimo u ista područja jer je riječ o neodvojivim i zajedničkim prostorima. Niti je moguće razumjeti utjecaj i značaj društvene ekonomije i poduzetništva u Hrvatskoj ako se ne razumiju utjecaj i značenje koji su dolazili i dolaze iz smjera EU-a, a nije moguće ni razumjeti sve teme iz ovog izvještaja bez refleksije o stanju u Hrvatskoj.

Glavni su ciljevi izvještaja *Preko granica – društvena ekonomija u Europi*:

1. Pregled osnovnih definicija i koncepata.

Ovdje je potrebno napomenuti kako ćemo najviše pažnje posvetiti društvenoj ekonomiji kao konceptu proizašlom iz europske tradicije i pogleda.

2. Komparativna analiza stanja društvene ekonomije u Hrvatskoj i pojedinim članicama EU-a.

Komparativnu analizu provodimo kako bismo jasnije odredili mjesto društvene ekonomije u Hrvatskoj u odnosu na europske okvire i pozicije.

Ispunjavanje tih ciljeva vodi nas do jasnijeg pogleda na sektor ne umanjujući njegovu inherentnu hibridnost i preklapajuća načela djelovanja. Možda je potreba jasnog određivanja prema definicijama i stajalištima prevladana u čitavom nizu europskih zemalja u kojima je sektor iznimno snažan i vidljiv te s dalekim pogledom unatrag na bogatu tradiciju. No, smatramo iznimno važnim za novog igrača na terenu poput Hrvatske s desetak godina razvoja sektora društvene ekonomije da bude koliko je moguće jasnije o čemu se tu radi, kada je sve počelo i kako se razvijalo do danas te kakav je položaj Hrvatske u odnosu na neke iskusnije ili manje iskusne igrače na terenu. U prvom izvještaju priznali smo te istaknuli kako su društveno poduzetništvo pa i društvena ekonomija koncepti uvezeni u Hrvatsku. Zato je jasno da, želimo li ih zaista shvatiti, moramo poći na putovanje preko granica.

OSNOVNE DEFINICIJE I KONCEPTI

Možemo reći kako je u temi našeg Izvještaja vrlo lako naći različita tumačenja i korištenja osnovnih definicija i koncepata odnosno nema jednog jedinog, neupitnog dirigenta ni gotovo do savršenstva uigranog orkestra u kojem svatko zna svoju dionicu i svoje mjesto. Premda u pogledu kvalitete i stručnosti izvedbe nema spora, tema je našeg Izvještaja više otvoreno korištenje instrumenata i skladbi u kojem se mnoge note isprepleću i preklapaju ili zasebno i samostalno pretvaraju u ton. Tema Izvještaja je totalni jam-session.

Bridge, Murtagh i O'Neill (2014) nabrajaju čak 16 sinonima koji se koriste za opis teme našeg sektora – od neprofitnih organizacija preko zajednica i volontiranja do društvenog sektora.

Promotrimo primjerice sljedeću rečenicu: „Koncept **društvenog poduzeća** koji danas uključuje **socijalne zadruge** kao jedan od svojih mnogih modela, nije nikako u suprotnosti s konceptom **društvene ekonomije**. Dapače, pomaže da uvidimo poduzetničke dinamike koje djeluju u samom srcu **trećeg sektora** u raznim europskim društveno-ekonomskim kontekstima“ (Defourny i Nyssens, 2014: 42). Premda je ovo smisljena rečenica ili, da se ponovno poslužimo glazbenim rječnikom, dobro posložena i odsvirana skladba, netko tko nije upućen u koncepte društvenih poduzeća, socijalnih zadruga, društvene ekonomije i trećeg sektora može se u tom labirintu izgubiti.

Društvena je ekonomija koliko potrebna i cijenjena, toliko ponekad i ne posve jasna rijeka sa svim svojim strujama, slivovima, zaljevima i ušćima. Vrlo često imamo osjećaj da će, nakon što se ponudi neka definicija ili odgovori na temeljne konceptualne postavke, odmah slijediti ono *da, ali...* Nerijetko se u prijevodima pojam pogrešno prenese ili se u različitim kulturama pojam različito razumije. U našem slučaju čak tri pojma teže postati kišobran-konceptom: društvena ekonomija, društveno poduzetništvo i treći sektor pretendiraju zauzeti najviše mjesto ostavljajući akterima na terenu, znanstvenicima i autorima knjiga te drugim dionicima da ističu privrženost jednom od njih ili nekoj od

kombinacija koje uključuju prihvaćanje dviju ili čak svih mogućnosti. Zato smatramo iznimno važnim pojasniti koja je njihova zajednička ishodišna točka. To je naime želja da se posluje na principima drukčijim od isključivo profitnih, bez svijesti o utjecaju na svijet oko sebe. No, isto je tako važno pojasniti i u čemu se ti koncepti razlikuju, što su u nas već vrlo dobro učinili Davorka Vidović (2012) u jedinstvenom doktorskom radu *Socijalno poduzetništvo u Hrvatskoj* i Teodor Petričević (2012) u izvještaju *Zakonodavni i institucionalni okvir za razvoj društvenog poduzetništva u jugoistočnoj Europi*. Te radove preporučujemo zbog kvalitete, ali i zbog toga što se temom bave iscrpnije nego što to možemo učiniti u ovom Izvještaju.

Valja istaknuti da, koji koncept ili model odaberemo, moramo naglasiti kako ovdje ne govorimo o milosrđu ili humanitarnom radu, filantropiji ili društveno odgovornom poslovanju. Premda se i ti koncepti u nekim opcijama ili pristupima dotiču društvene ekonomije ili poduzetništva, njihovo utemeljenje i načela djelovanja znatno su drukčiji. Humanitarni rad ili filantropija usmjereni su na pomaganje onima koji su u teškoj situaciji, ali korisnici su pritom u pasivnoj poziciji čekanja pomoći. Društveno poduzetništvo počiva na aktiviranju i pokretanju u nalaženju rješenja za socijalne ili ekološke probleme. Možda je to najbolje opisao jedan od pionira društvenog poduzetništva Bill Drayton istaknuvši kako njih kao „društvene poduzetnike ne zanima nekome pokloniti ribu, ne zanima ih čak ni naučiti ih da sami ulove, nego ih zanima revolucionirati čitavu ribarsku industriju“ (Ridley-Duff & Bull, 2013:194).

Nadalje, premda društveno odgovorno poslovanje današnjih korporacija donosi korist u određenim socijalnim ili okolišnim područjima, ta je korist tek kap u moru ukupnog poslovanja koje je uglavnom neosjetljivo na socijalnu pravdu i neodgovorno spram okoliša i iscrpljivanja resursa. Možemo reći da je odgovorno poslovanje prema zajednici i okolišu, zaposlenicima i korisnicima u društvenim poduzećima cilj odnosno sama svrha postojanja, a u korporacijama tek sredstvo da se u konačnici poveća profit (Petričević, 2012).

Koncepti koje je potrebno objasniti jesu društveno poduzetništvo, društveni poduzetnik, društveno poduzeće, društvena ekonomija, društveno solidarna ili solidarna ekonomija te treći sektor. Bitno je prije nizanja definicija i pojašnjenja istaknuti kako su neodvojivi pojmovi društvenog poduzetnika i društvenog poduzetništva odnosno društvenog poduzeća od društvene ekonomije. Solidarna ekonomija smatra se uglavnom dijelom društvene ekonomije, pa se nekada spominju zajedno, no posrijedi je specifičan koncept i u drugim zemljama svijeta od Latinske Amerike do Kanade, kojem ćemo stoga dati zaseban prostor. Treći sektor je posljednji pokušaj sinteze svih različitih modela i oblika odgovornijeg poslovanja pod jedan kišobran, pa je također zasebna cjelina.

Društveno poduzetništvo (*social entrepreneurship*)

Javlja se u SAD-u 1980. godine kada Bill Drayton osniva zakladu Ashoka sa svrhom podupiranja društvenih poduzetnika. Za Draytona je društveno poduzetništvo – poduzetništvo s etičkim integritetom kojemu nije cilj osobna korist ili maksimiranje profita, nego usmjerenost na društvene vrijednosti (Vidović, 2012: 22). Od početka je isticao važnost inovativnosti kao načina razmišljanja i djelovanja, odnosno rješavanja nagomilanih problema u društvu. I od početka je zamislio globalni pokret predanih osoba – društvenih poduzetnika, koji će svojim djelovanjem uspjeti preokrenuti globalni smjer razvoja nabolje. Na internetskoj stranici zaklade stoji njezin sažeti opis: *Inovatori za javnost*. Zaklada Ashoka trebala je pomoći pronaći te ljude i pomoći im pri rješavanju problema u njihovim lokalnim zajednicama i društvima odnosno stvaranju vrijednosti kao što su: poticanje socijalnih inovacija, doprinos konkurentnosti na tržištu, poticanje društveno odgovornog poslovanja, generiranje zapošljavanja, povećavanje sudjelovanje građana (posebno u lokalnim zajednicama), povećavanje solidarnosti i socijalne kohezije te doprinos socijalnoj uključenosti marginaliziranih skupina (Vidović, 2012: 49-50). Do danas je kao *Ashoka Fellows* potporu dobilo 3000 pojedinaca i pojedinki iz 70 zemalja svijeta. Nakon Ashoke, vrlo brzo su se počele osnivati i druge zaklade s istim ciljem, ali i načinom djelovanja; možemo izdvojiti primjerice Zakladu Skoll i Zakladu za društveno poduzetništvo Schwab. Prve edukativne korake nalazimo na Harvardu gdje je 1993. godine pokrenuta *Social Enterprise Initiative* u kojoj su sjedinjeni istraživački rad i poučavanje o društvenom poduzetništvu. Dvije godine poslije J. Gregory Dees drži prva predavanja o društvenom poduzetništvu na Harvardu koja se danas smatraju kulturnima. Dees ističe kako „društveno poduzetništvo nije priča o pokretanju biznisa ili o tome kako postati komercijalno uspješan. To je priča o tome kako pronaći nove i bolje načine stvaranja društvene vrijednosti“ (Hulgård, 2013: 297) jer prema njemu tržište ne uspijeva dobro vrednovati poboljšanja u stvarima koje su bitne za socijalna pitanja i društvo, za javna dobra i za koristi koje imaju ljudi od usluga koje nisu u stanju platiti, a to je sve bit društvenog poduzetništva (Levenson Keohane, 2013).

Premda je danas u ovom sektoru mnogo toga ispremiješano i postoji čitav niz definicija (Cukier et al., 2011), načelno se društveno poduzetništvo smatra američkim pristupom temi jer je ondje najrazvijenije. U skladu s tim je cijeli koncept dizajniran, a prožet je vrijednostima, obrascima ponašanja i načinima organiziranja kakvi prevladavaju u SAD-u.

Pri tome se razlikuju dva pristupa temi. Pristup koji naglašava ulazak neprofitnih organizacija na tržište naziva se školom zarade („earned-income“ school of thought). U nekim slučajevima blažih okvira tu se nalaze i profitno orijentirane aktivnosti i projekti ili korporacije koje imaju cilj ublažiti ili riješiti neki socijalni

ili društveni problem. Drugi pristup naglašava važnost društvenih inovacija i u literaturi ga nalazimo pod imenom škola društvene inovacije („social innovation“ school of thought) te je bliži počecima društvenog poduzetništva u SAD-u i isticanju inovativnog društvenog poduzetnika (Defourny i Nyssens, 2014). Jasnno, kao gotovo uvijek u temi koju pokriva ovaj Izvještaj, te su podjele vrlo često u stvarnosti nevidljive, granice su pomične, a ponekad se pri provedbi neke ideje miješaju oba pristupa.

Društveno poduzetništvo danas funkcionira kao opći trend, duh vremena, čak donekle društveni pokret, koji je u stanju primiti u sebe različite pravne modele i tipove organizacija, odnosno u skladu sa svim do sada rečenim i istaknute pojedince.

Praszkier i Novak identificirali su pet temeljnih stupova društvenog poduzetništva: društvena misija, inovacija, društvena promjena, poduzetnički duh i osobnost (Bridge, Murtagh i O'Neill, 2014). Slično, OECD definira društveno poduzetništvo kao poduzetništvo koje teži pružanju inovativnih rješenja za postojeće društvene probleme (MRMS, 2015: 7). To je i najbolja definicija jer nije ništa dodala, ali ni oduzela društvenom poduzetništvu. Ono se fokusira na tri temeljne odrednice: da je poduzetništvo, da rješava društvene probleme i da pri tome koristi inovativnost. Sve iznad toga ili preko toga društvenom je poduzetništvu manje u fokusu. Ili kako je to opisao već spominjani Gregory Dees, društveno poduzetništvo „proširuje prostor za igru“ (Vidović, 2012: 38). Zato tu mogu svoje mjesto naći i pojedinci i korporacije, i nevladine udruge i javne institucije. Ono što je ključno u cijeloj priči jest on ili ona.

Društveni poduzetnik ili poduzetnica (*social entrepreneur*)

Društveno poduzetništvo neodvojivo je od osobe poduzetnika ili poduzetnice. Osoba i njene kvalitete nositelji su promjene, ali i jamac cijelog koncepta. Za Deesa „društveni poduzetnik centar je društvenopoduzetničkog procesa“ (Vidović, 2012: 40). Schuyler ističe kako društveni poduzetnici „pokazuju sve osobine uspješnih poslovnih ljudi kao i snažnu želju za društvenom promjenom“ (Petričević, 2012: 34).

To su iznadprosječni pojedinci odnosno heroji modernih vremena i zapravo „ljudi koji nikad ne miruju“ (Bornstein, 2007). Drayton je kroz Ashoku tragao za „strastvenim i snalažljivim društvenim poduzetnicima, inovatorima stvaranja povijesti, onima koji su orijentirani na promjenu sustava“ (Levenson Keohane, 2013: 10). U prilog tome govori podatak kako je od osoba koje su dobile potporu Zaklade Ashoka njih preko polovice iniciralo promjene javnih politika u svojim zemljama unutar prvih pet godina ostvarivanja društvenopoduzetničke ideje (Drayton, 2006). Društveni poduzetnik je „predvodnik s moćnom novom idejom“, odnosno „potpuno opsjednut vlastitom vizijom promjene“ (Mair

i Marti, 2006; Petričević, 2012: 34). Sally Osberg, predsjednica uprave Zaklade Skoll, ističe kako bismo umjesto „social capitalists“ trebali koristiti opisni pojam „social CAT-apultists“ s obzirom na to da društveni poduzetnici bez prevelikog odugovlačenja i filozofiranja ulaze u prostor i rješavaju društvene probleme energično i usmjereno poput katapulta (Skoll Foundation, 2007: 2). Društveni poduzetnici su istraživači koji imaju volju iskušavati ideje koje pomažu drugima. Jedna od stvari koja se najčešće naglašava jest njihova usmjerenost na akciju pri čemu „uče uglavnom kroz eksperimente, a ne samo oslanjajući se na teoriju“ (Bornstein i Davis, 2010: 82).

Kako kaže Spreckley, društveni su poduzetnici sposobni organizirati i motivirati druge, odnosno sposobni su „prepoznati prilike za nove poduzetničke pothvate“ (Petričević, 2012: 33).

Neki opisi poput ovog koji dolazi iz Zaklade Skoll ostavljaju dojam da je riječ o superjunacima iz popularnih filmova: „pioniri inovacija koji oblikuju društvo na nov način i čine dobro cijelom čovječanstvu... to su pragmatičari okrenuti prema rješenjima i odvažni u hvatanju u koštac s nekim od najvećih svjetskih problema“ (Vidović, 2012: 41-42). Pioniri i pragmatičari kakve nalazimo u literaturi sežu od na prvi pogled jasnih, poput Victorije Hale koja vodi prvu neprofitnu biofarmaceutsku kompaniju OneWorld Health kako bi lijekovi protiv zaraznih bolesti došli do oboljelih u siromašnim zemljama neovisno o tome imaju li za njih novca, do uobičajeno sveprisutnoga Muhammada Yunusa i njegove „banke za siromašne“, banke Grameen koja je mikrokreditima podržavala razvoj lokalnih ekonomija i (samo)zapošljavanje uglavnom žena u Bangladešu. Ima tu i simpatičnih priča poput slučaja Roberta Redforda i njegovog (također kao neprofitna kompanija registriranog) Instituta Sundance i pripadajućeg filmskog festivala kojima je cilj poduprijeti i otvoriti prostor za predstavljanje nezavisnih filmaša i kreativaca (Martin i Osberg, 2007). No, u klubu „inovativnih lidera odvažnih u hvatanju u koštac s nekim od najvećih svjetskih problema“ ima mjesta i za svjetski poznate filantrope, one iz kluba najbogatijih osoba na svijetu, bez obzira na to što njihove matične korporacije i poslovanje počivaju na ograničavanju širenja informacija i monopolizaciji tržišta ili iskorištavanju radne snage u siromašnim zemljama i zagađenju okoliša. Razlog su manje precizni kriteriji nego za društveno poduzeće što će biti jasnije dalje u Izvještaju.

Društveni poduzetnik je sveprisutan, „slobodan“ i tematski i organizacijski, odnosno sam bira na kojem će području/problemu raditi i kroz koji pravno-organizacijski oblik. Bitno je istaknuti da djeluje na tri načina:

1. Mijenjanjem situacije na „neželjenim tržištima“ – misli se na populaciju koja živi s manje od 4 dolara na dan i čini dvije trećine svjetske populacije, ali je vrlo često izvan uobičajenih shema tržišta roba i usluga
2. Inteligentnim posredovanjem – povezuje do tada nepovezane procese, institucije ili ljude kako bi proizveo situaciju pozitivne društvene promjene

3. Popravljanjem nefunkcionalnih sustava – vrlo često inovativnim intervencijama u primjerice javnoj usluzi zdravstva ili drugog bitnog područja koje je često dehumanizirano kao na pokretnoj traci ili je nedostatnih kapaciteta i kvalitete (Frankel i Bromberger, 2013: 24-25).

Društvena ekonomija (*social economy*)

Za razliku od SAD-a gdje se razvoj „nove ekonomije“ temeljio na promoviranju iznimnih i karizmatičnih poslovnih revolucionara ili neprofitnih organizacija s poduzetničkim idejama i projektima za dolazak na tržište, u Europi je, pored udruga kao neprofitnih organizacija, baza bilo stoljetno iskustvo zadrugarstva, zaklada te društava za uzajamnu pomoć i sličnih organizacija s jakom sinergijom solidarnosti, društvene pravde i ekonomije.

Ovdje se dakle naglašava kolektivna dimenzija društvenopoduzetničke ideje ili projekta, a još je veća razlika u odnosu na SAD to što je princip upravljanja i komuniciranja s okolinom stavljen u isti rang važnosti s društvenom i poduzetničkom dimenzijom.

Sama ideja ili provedba društvenopoduzetničkog projekta u europskom se pristupu ne odvaja od lokalne zajednice i njene opće dobrobiti. Prve zadruge i društva za uzajamnu pomoć osnivaju se početkom 19. stoljeća kao reakcija na rani, divlji kapitalizam odnosno kao način praktične primjene solidarnosti i brige za drugoga. Za sam pojam *économie sociale* zaslužan je francuski ekonomist Charles Dunoyer 1830. godine, a novi uzlet počeo je krajem 80-ih i početkom 90-ih prošlog stoljeća. Možemo reći kako je na sektor utjecao opći duh vremena i prevladavajući odnos elita prema razvojnim društvenim politikama. Razdoblje poslije Drugog svjetskog rata uz punu i široku primjenu države blagostanja utjecalo je na to da uđe u „tihi fazu“. No od 70-ih godina prošlog stoljeća i početka rastakanja države blagostanja te pojave neoliberalnog kapitalizma kao novog prevladavajućeg odnosa elita, potaknuta je opća mobilizacija aktera društvene ekonomije na putu ispunjavanja praznog prostora. A prazni prostor je značio čitav niz socijalnih prava i prava iz područja kvalitete življenja koja je do prije nekoliko godina država blagostanja na univerzalan i neupitan način osiguravala svojim građanima i građankama. Tada se na sceni pojavljuje „new public governance“ kao nov model javne uprave u kojem više nema odnosa prema zajedničkim građanskim pravima ili kolektivnom poimanju tih prava, već se od građana očekuje individualna potraga za ostvarenjem njihovih prava odnosno pristanak na komodifikaciju socijalnih usluga pri čemu građani samostalno biraju usluge slijedeći konzumeristički način razmišljanja (Ridley-Duff & Bull, 2013). A posljedica je toga da građani nestaju, da se pretvaraju u klijente, konzumente, korisnike socijalnih usluga ili otprije stečenih građanskih prava, primjerice na obrazovanje ili zdravstvene usluge (Vidović, 2012).

Taylor (2013) smatra kako jačanje građanske participacije i inovativnih ideja odozdo možemo pratiti kao reakciju na sljedećih pet velikih promjena na razini javnih politika prema kraju 20. stoljeća u Europi:

1. Kriza politike razvoja – diljem svijeta zaustavljen je poslijeratni razvoj zbog naftnih šokova 70-ih godina i financijsko-ekonomskih šokova koji su uslijedili te krize dugova.
2. Ukidanje države blagostanja – neoliberalna ideologija vodila je prema ukidanju općih usluga kao neupitnih prava svakog građanina i građanke.
3. Demokratski deficit – posljedica je razočaranje politikom i onima koji je predstavljaju.
4. Moralna agenda – krize su uvijek bile pogodno tlo za gubljenje moralnog kompasa, fragmentiranje prava i tenzije između različitih društvenih skupina, vjera i rasa.
5. Proces globalizacije – završni čin u kojem politika sve više nestaje iz vidokruga i kontrole građana i građanki te prelazi u često nevidljive i neuhvatljive sfere globalnih institucija kao što su Svjetska banka, MMF, Svjetska trgovinska organizacija (WTO), bankarski konglomerati i poslovno interesne grupacije.

Na sve su te promjene civilno društvo i aktivisti reagirali prvo pojačanim radom na lokalnim razinama i većom participacijom u lokalnim zajednicama, a potom su krenuli u ostvarivanje ideje „globalizacije odozdo“.

Mnogi upozoravaju da se ne može govoriti o kauzalnoj vezi između krize države blagostanja, neoliberalnog kapitalizma – revivala društvene ekonomije. Naime, premda je u razdoblju poslije Drugog svjetskog rata rad aktera društvene ekonomije bio u tihoj fazi, bio je prisutan i razvijan, jedino ne toliko vidljiv kao dio nacionalnih i europskih javnih politika i dokumenata.

Europska komisija 1989. godine donosi *Priopćenje o poslovanju u sektoru društvene ekonomije* (Communication on „Business in Social Economy Sector“), što je bio temelj za financijsku potporu društvenim poduzećima i projektima (Vidović, 2012), a u Europskom parlamentu 1990. godine prvi se put osniva međugrupa za društvenu ekonomiju.

Dapače, mnogi ističu kako je u pojedinim zemljama EU-a ponovni razvoj sektora počeo prije očite promjene kursa jer je kvaliteta usluge koju je nudila država slabjela odnosno nije bila dovoljno brza i efikasna u zadovoljavanju novih potreba (Borzaga i Galera, 2012). U tom kontekstu poentira se kako nije slučajno što se „ponovno rođenje“ pokreta dogodilo u Italiji gdje su se ljudi samostalno i odozdo, prije službenog odlaska sa scene države blagostanja, organizirali i čak počeli nuditi i osiguravati usluge koje im prije nisu bile u opisu posla. Tako su nastajale netipične zadrugarske inicijative u Italiji ili primjerice s druge strane Atlantika, u kanadskoj pokrajini Quebecu koje su i prije javnog osvješćivanja o

toj temi ispunjavale svoju društvenu ulogu te primjenjivale kreativna i inovativna rješenja za poboljšanje društvenog položaja marginaliziranih skupina (Neamtan, 2002; ILO 2011). Njihov pritisak i zagovaranje odnosno rad na terenu doveli su u Italiji 1991. godine do izglasavanja Zakona o socijalnim zadrugama kao zasebnom pravnom subjektu što se smatra prvom takvom državnim intervencijom u smislu priznavanja sektora i osiguranja institucionalno-zakonodavne potpore. Vrlo brzo su se diljem Europe počele širiti različite inačice prihvatanja novog sektora na području socijalnih prava i područjima koja određuju razinu kvalitete života u nekoj zajednici i društvu.

Već 1996. godine nastaje znanstvenoistraživačka mreža EMES (Emergence des Entreprises Sociales en Europe) kako bi se pratio razvoj i pristup sektoru u različitim europskim zemljama. Ono što je danas poznato pod imenom Social Economy Europe kao najjača predstavnička i zagovaračka mreža sektora na razini EU-a, osnovano je 2000. godine kao *European Standing Conference of Co-operatives, Mutual Societies, Associations and Foundations* – CEP-CMAF (Stalna europska konferencija zadruga, društava uzajamne pomoći, udruga i zaklada).

Bez obzira na to smatramo li kako je pad države blagostanja jedini ili glavni uzrok jačanju društvene ekonomije, trebamo se zapitati nije li, ako je taj slom bio neminovan jer je takva bila političko-ekonomska odluka i prevladavajući duh vremena, korisnije i kvalitetnije imati snažan i konkretan sektor, da ne kažemo pokret društvene ekonomije, nego da prazan prostor zauzme tržište sa svojim pravilima i zakonitostima. Proteklih nekoliko desetljeća mogli smo vidjeti da su diljem svijeta zemlje u kojima je tržište potpuno preuzelo primat u brizi za najsiromašnije, školstvo, zdravstvo, sigurnost i druga bitna područja, ujedno i zemlje velikih ekonomskih razlika i čitavog niza devijacija i problema, odnosno da su bliske definiciji „disfunkcionalnih društava“ (Wilkinson i Pickett, 2009).

Evers i Laville smatraju kako su upravo status i razina uloge te preuzimanje odgovornosti od strane države presudni za način na koji će se društvena ekonomija razvijati (Laville, Lévesque i Mendell, 2007; Alexander, 2013).

Na tom je tragu i Defourny (2014) kada ističe da, bez obzira na naš stav prema bijegu države iz koncepta opće odgovornosti i pristupa socijalnim pravima i uslugama, moramo znati kako je na djelu prelazak iz stanja „welfare state“ u stanje „welfare mix“ gdje je bavljenje socijalnim pravima i uslugama raspodijeljeno između javne uprave, privatnih profitno orijentiranih poslovnih subjekata i aktera društvene ekonomije odnosno trećeg sektora. Laville također naglašava kako možemo vidjeti da je na djelu istodobno marketizacija socijalne sfere i proces razvijanja jednog novog oblika ekonomije, socijalne ili solidarne ekonomije (Vidović, 2013).

I ne može se reći da sektor društvene ekonomije nije ozbiljno shvatio priliku i postavio se kao nezaobilazan akter u *welfare mixu*. U svijetu je oko 40 mili-

juna ljudi zaposleno u sektoru društvenih poduzeća, s potporom 200 milijuna volontera (Frankel i Bromberger, 2013), a u europskom sektoru društvene ekonomije zaposleno je više od 14,5 milijuna ljudi, ili gotovo 6,5% ukupno zaposlenih (Social Economy Europe, 2015). Sektor se pokazao osobito otpornim za vrijeme najnovije ekonomske krize – u Francuskoj je od 2006. do 2008. društvena ekonomija generirala 18% novih poslova; u Italiji je zaposlenost u zadrugama u razdoblju 2007.–2011. porasla 8%, u ostatku gospodarstva pala je 1,2%, a u privatnom sektoru 2,3%; u Španjolskoj se 2011. nakon utjecaja krize sektor društvene ekonomije počeo oporavljati i zabilježio je rast zaposlenosti od 4,7%, dok je u ostatku gospodarstva zaposlenost i dalje padala (EC, 2013). Prema istraživanju OECD-a o utjecaju krize na stvaranje i/ili zadržavanje posla u europskom sektoru društvene ekonomije između 2010. i 2011. godine, pokazalo se kako je svega 11,3% poduzeća zabilježilo smanjenje broja zaposlenih, a u čak 42,3% pravnih subjekata društvene ekonomije broj zaposlenih je porastao (Noya, 2014).

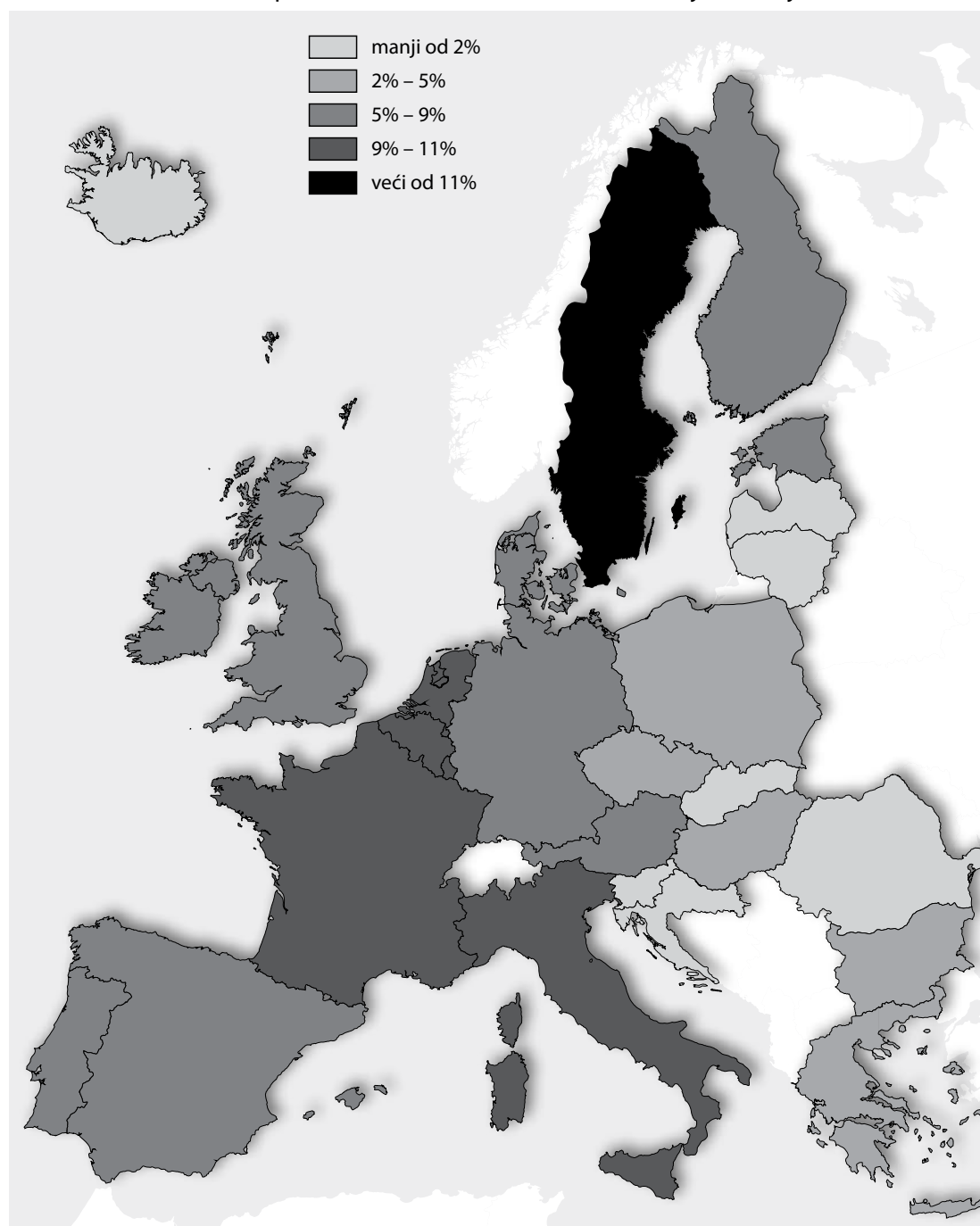
Na slici 1. (str. 18) prikazan je udio zaposlenih u sektoru društvene ekonomije u zemljama EU-a (EC, 2013: 46).

Osim kvantitativnih pokazatelja rasta zaposlenosti važno je istaknuti i izraženo zadovoljstvo korisnika i zaposlenika u organizacijama društvene ekonomije (EC, 2013; Bell i Haugh, 2014) odnosno visok stupanj njihove intrinzične motivacije za konkretan rad u društvenim poduzećima (Borzaga i Depedri, 2009).

Novi su modeli društvene ekonomije važni jer: smanjuju marginaliziranost najranjivijih osiguravanjem usluga ili zapošljavanjem, koriste inovativne modele i pristupe u osiguranju socijalnih usluga čime su se pozicionirali u društvu s kapacitetom da kvalitetno odgovore na potrebe raznih skupina, stvaraju način razmišljanja i djelovanja koji je poduzetnički i aktivan, ne samo za sebe i svoje najbliže, već i za čitavu zajednicu i društvo (Hulgård, 2014). Borzaga i Tortia (2014) ističu kako je vidljivo nekoliko principa na kojima se temelje organizacije aktera društvene ekonomije:

1. Svrha osnivanja uvijek je odgovor na neki od društvenih potreba i problema.
2. Princip temeljem kojeg se organizira raspodjela i distribucija temelji se na solidarnosti i uzajamnosti.
3. Otvorenost za participativnost i uključivanje u demokratske procese odlučivanja.
4. Pluralnost izvora financiranja (natječaji, tržište, usluge...) kao dio financijske održivosti te razlog da se ne ovisi previše o samo jednom obliku ostvarivanja prihoda.

Slika 1. – Udio zaposlenih u sektoru društvene ekonomije u zemljama EU-a



Pokazalo se da u Europi prevladavaju dva glavna tipa djelatnosti. Prvi tip je integracija u tržište rada uglavnom marginaliziranih i isključenih osoba, najpoznatija pod imenom Work Integration Social Enterprise – WISE (Socijalno poduzeće za radnu integraciju). Neke zemlje gdje je uređen zakonodavni sustav i sustav potpora imaju ovdje velike uspjehe. Primjerice, u Italiji je preko polovice radnika zaposlenih unutar WISE modela kategorizirano prije zaposlenja kao osobe u marginaliziranom položaju (Galera, 2010). Drugi najčešći tip djelatnosti u Europi jest raznolika lepeza usluga i socijalne skrbi u zajednici, gdje se unutar

društvene ekonomije posljednjih nekoliko desetljeća razvio čitav niz inovativnih i praktičnih modela (Defourny i Nyssens, 2010).

Unatoč tradiciji koja potječe uglavnom iz zadrugarstva i civilnog društva, današnji modeli društvene ekonomije u EU-u donose i novine koje su posljedica trenutačne situacije na političko-ekonomskoj osi pojedinih europskih država i čitave Unije. Zato Defourny (2014) ističe da osim o kontinuitetu, možemo govoriti i o novim inovativnim proizvodima (raznovrsne edukacije i treninzi, briga za djecu i starije, marginalizirane skupine, ekološki proizvodi...); novim modelima organiziranja/rada (plaćeni rad, povremeni rad ili rad na pola radnog vremena/smanjenog obujma, volonteri, korisnici, partneri, javna uprava...); novim tržišnim odnosima (projekti i natječaji, direktno ugovaranje, javna nabava, novi oblici zadruga poput energetske ili potrošačke, lokalne valute...) kakvih u povijesti nije bilo u tolikoj mjeri ili ih uopće nije bilo. Zato je bitno i današnje modele društvene ekonomije staviti u opći kontekst i šire rasprave oko decentralizacije moći, lokalnih oblika demokracije s većom razinom reprezentiranja i participacije građana, osiguranja prava i vidljivosti marginaliziranih i manjinskih skupina, primjerenih platformi za pitanja rodne i rasne ravnopravnosti, novih pogleda na značenja kvalitete života i ekološke teme (Lloyd, 2007).

Sve to vodi do novih oblika poduzeća, a u zemljama EU-a to se rješava na različite načine što na najbolji način dočarava svu kompleksnost teme: društveno-solidarne zadruge (Portugal), zadruge društvene inicijative (Španjolska), socijalne zadruge s ograničenom odgovornošću (Grčka), zadrugarska društva zajedničkih interesa (Francuska), socijalne zadruge (Italija), kompanije s društvenim ciljem (Belgija) ili kompanije od interesa zajednice (Velika Britanija).

Društveno poduzeće (*social enterprise*)

Društveno poduzeće u Europi je specifičan pravni subjekt koji u svojoj jedinstvenosti reprezentira svu raznolikost društvene ekonomije s obzirom na to da europske zemlje na različite načine uređuju prostor i način djelovanja društvenih poduzeća. Gordon (2013) analizira društveno poduzeće kreirajući tipologiju s obzirom na tradiciju u nekoj zemlji i glavnu svrhu osnivanja društvenog poduzeća pri čemu nabraja: svrhu zajedničkog cilja, svrhu razvoja zajednice, altruističku, etičnu, privatno-tržišnu, i javno-državnu svrhu. Ono što je zanimljivo u njegovom radu jest rezultat kako su čak tri četvrtine istraživanih društvenih poduzeća hibridnog karaktera, odnosno kao razlog svog osnivanja ima najmanje dvije ili više gore pobrojanih svrha, što samo predstavlja još kompleksniji i veći izazov u analizi i definiranju društvenih poduzeća u Europi.

Upravo zbog bogate tradicije zadruga, civilnog društva i organizacija za uzajamnu pomoć mnogi smatraju kako je društveno poduzeće novi evolucijski smjer društvene ekonomije. Drugačiji nastavak istoga. Nova grana već dobro utemeljenog

stabla. Zato se smatra europskim konceptom drugačijeg poslovanja i šire gledano uređenja društvenih odnosa koji su obzirniji, solidarniji i pravedniji.

Kada je talijanski Parlament 1991. godine donio Zakon o socijalnim zadrugama kao zasebnom pravnom subjektu, bilo je jasno da su izdignute iznad „obične“ zadrugarske razine i stavljen je naglasak na njihovu širu, socijalnu i društvenu misiju. Kako je slikovito rekao jedan od voditelja društvenog poduzeća: „Vrijednost je našeg biznisa u poboljšanju vrijednosti samog društva“ (Denny i Seddon, 2014: XV) – nema dioničara koji kupe višak profita, nego postoje dionici koji kupe višak društvene vrijednosti odnosno rezultate ostvarivanja društvene misije poduzeća (Bridge, Murtagh i O'Neill, 2014).

EMES-ov pristup fokusira se na proučavanje društvene ekonomije putem pozicioniranja društvenog poduzeća kao novog aktera. Možemo reći kako je takav pristup prihvatila i Europska unija na najvišoj razini s obzirom na to da od 2011. godine putem Incijative za društveno poslovanje (Social Business Initiative) namjerava stvoriti povoljne uvjete za društvena poduzeća, „ključne dionike u društvenoj ekonomiji i inovaciji“ (EC, COM(2011)682: 5).

Na samom početku dokumenta kojim se Inicijativa predstavlja kaže se: „Društveno poduzeće je subjekt u društvenoj ekonomiji pri čemu je važniji cilj imati društveni utjecaj nego ostvarivati profit za vlasnike ili dioničare. Ono djeluje tako što nudi dobra i usluge na tržištu u poduzetničkom i inovativnom duhu i taj profit uglavnom koristi za postizanje društvenih ciljeva. Društvenim poduzećem se upravlja na otvoren i dogovoran način što uključuje zaposlenike, potrošače i druge dionike kojih se tiču njihove aktivnosti“ (isto: 2).

Pri tome se ističe privrženost društvenog poduzeća:

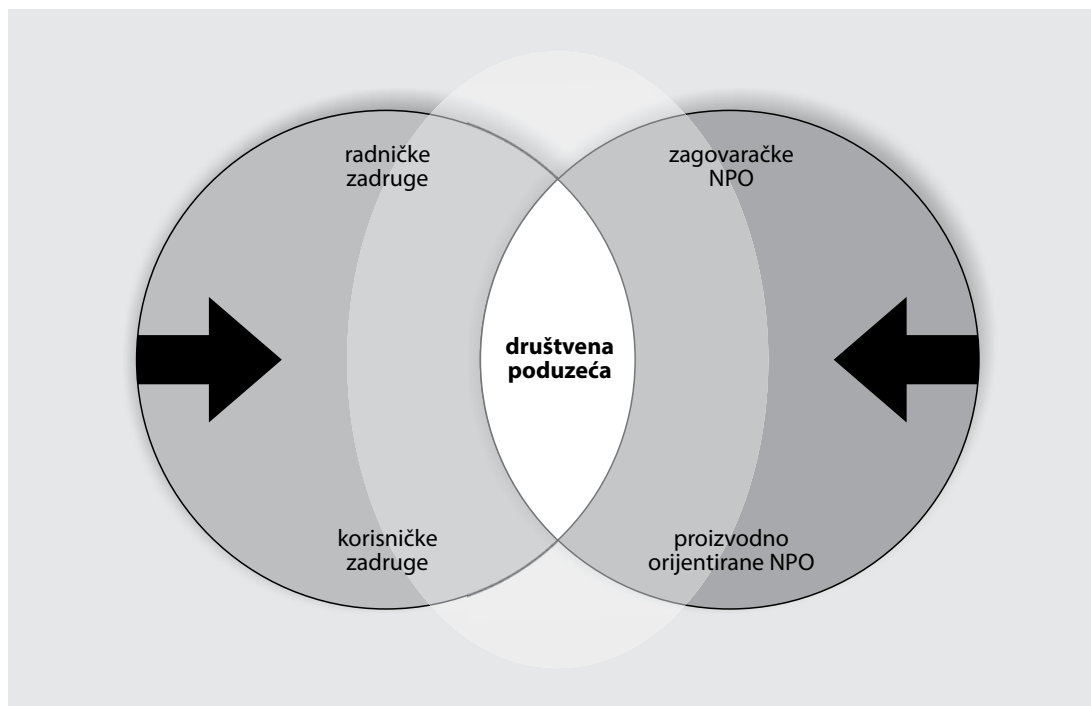
- ostvarivanju društvenog utjecaja, a ne profita za vlasnike ili dioničare
- reinvestiranju dobiti koja se ostvaruje poduzetničkim djelovanjem i inovacijama
- načinu upravljanja koji je otvoren te uključuje sve na koje utječe poduzetničko djelovanje (isto).

Zato neki tvrde i kako je „društveno poduzeće više proces nego proizvod; kako se tu ne radi samo o dobrima i uslugama, već o političkoj i društvenoj koordinaciji“ (Bridge, Murtagh i O'Neill, 2014: 129).

Definiciju društvenog poduzeća među prvima je davne 1978. ponudio Freer Spreckley: „Društveno poduzeće je ono koje je u vlasništvu svojih zaposlenika i/ili članova lokalne zajednice, vođeno podjednako društvenim kao i ekonomskim ciljevima, a upravljano zajednički na demokratskim načelima“ (Petričević, 2012: 24).

Defourny (2014) prikazuje društveno poduzeće na mjestu susretanja između klasičnih zadruga i udruga odnosno neprofitnih organizacija (NPO) kako je prikazano na slici:

Slika 2. – Društveno poduzeće na mjestu susretanja klasičnih zadruga i udruga



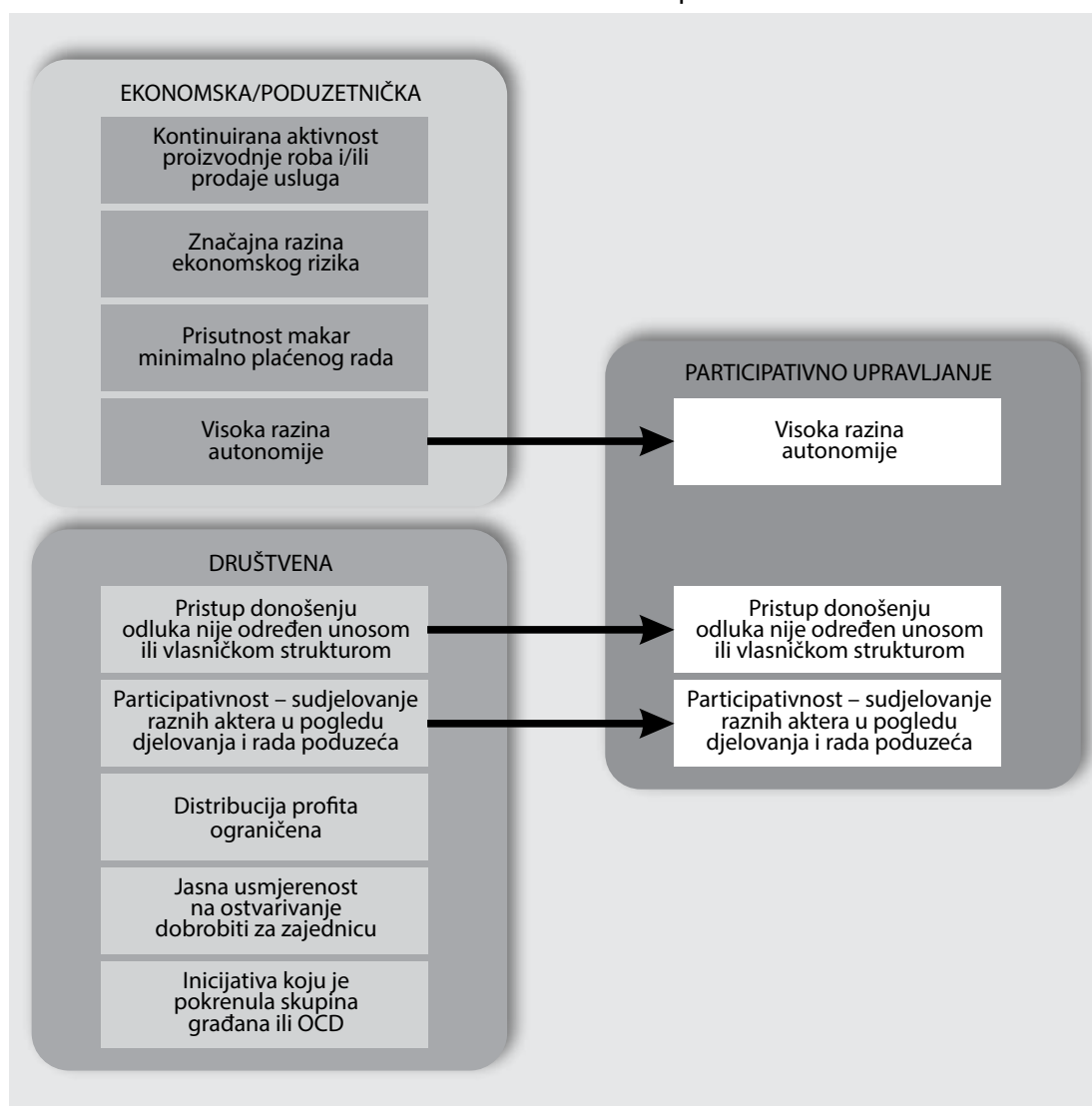
S obzirom na raznolikost neformalnih inicijativa ili pravnih subjekata koji se pojavljuju u lepezi društvene ekonomije, izdvajamo dva mjesta iznimne raznolikosti, da ne kažemo razilaženja između zadruga i udruga. Prvo mjesto tiče se odnosa prema tržištu odnosno sposobnosti, ali i želji da se akter nametne na tržištu kao relevantan faktor. Primjerice, većina zadruga pozicionira se u odnosu na tržište, a većina udruga ili neformalnih inicijativa tržište ne vidi kao iznimno važan dio svog karaktera, djelovanja te identiteta. Drugo mjesto tiče se odnosa prema participativnosti ili uključenosti u rad i modele upravljanja određenim procesom ili pravnim subjektom. Pritom zadruge ili razna udruženja za uzajamnu pomoć servisiraju uglavnom svoje članstvo i tu granicu rijetko prelaze, a s druge strane udruge ili neprofitne organizacije i druge organizacije od općeg interesa određuju svoj rad i djelovanje u odnosu na očekivanja i potrebe, utjecaj i posljedice na lokalnu zajednicu ili cijelo društvo (Defourny, 2014).

Dakle, društvena poduzeća u sebi sjedinjuju i prisutnost na tržištu i snažan društveni osjećaj i prisutnost. Zato ih se, kako smo rekli, smatra novom etapom u evoluciji društvene ekonomije, etapom u kojoj je preuzeto najbolje od zadruga (tržište) i najbolje od udruga (društvenost) kao neprofitnih organizacija. Bez obzira na to naglašava li se društvena misija ili neminovnost ostvarivanja profita u smislu ekonomske održivosti, glavni motiv nije maksimizacija profita, već odluka da se profit reinvestira kao ulaganje u ostvarivanje društvenih ciljeva ili u zajednicu (Petričević, 2012).

EMES je godinama pristupao proučavanju i analizi društvenih poduzeća preko devet indikatora raspoređenih u dvije dimenzije (ekonomska/poduzetnička

i društvena). Danas je ostalo devet indikatora, a podijeljeni su na tri dimenzije, pri čemu je dodana dimenzija participativnog upravljanja. Indikatori i njihova pripadnost određenoj dimenziji vide se u na sljedećem prikazu:

Slika 3. – Indikatori društvenih poduzeća



Razlozi za ovu promjenu odnosno dopunu leže u težnji da se dodatno naglasi kolektivnost cijelog procesa unutar društvene ekonomije te da se EMES-ova pozicija dodatno odredi u odnosu na druge pristupe i poglede. EMES indikatore „vidi kao alate, odnosno kompase koji pomažu analitičarima locirati pozicije promatranih aktera u odnosu na druge i eventualno identificiraju podskupove društvenih poduzeća koje žele dublje istraživati (Defourny i Nyssens, 2014: 48).

Neki autori kao Ellerman naglašavaju indikatore koji su sada u dimenziji participativnog upravljanja: „Poduzeće je društveno kada odbije privatna vlasnička prava kao glavni uvjet za participativna prava u području upravljanja i koordiniranja“ (Ridley-Duff & Bull, 2013: 51).

Jasno, kada se sve ono naglašeno u definicijama stavi sa strane, ostane potreba puke svakodnevice, a to je i u slučaju društvene ekonomije zapošljavanje kao glavni cilj, osobito teže zapošljivih skupina. To je i istaknuto u dokumentu *Integrirane lisabonske smjernice za rast i zapošljavanje 2005.–2008.* (Integrated Lisbon Guidelines for Growth and Jobs 2005–2008), a za taj cilj bila su osigurana sredstva iz programa EQUAL, koji je završio 2008. godine te danas aktualnih Europskog socijalnog fonda (European Social Fund) i Europskog fonda za regionalni razvoj (European Regional Development Fund) (Vidović, 2012).

Pri tome društveno poduzeće pokriva sljedeće poslove:

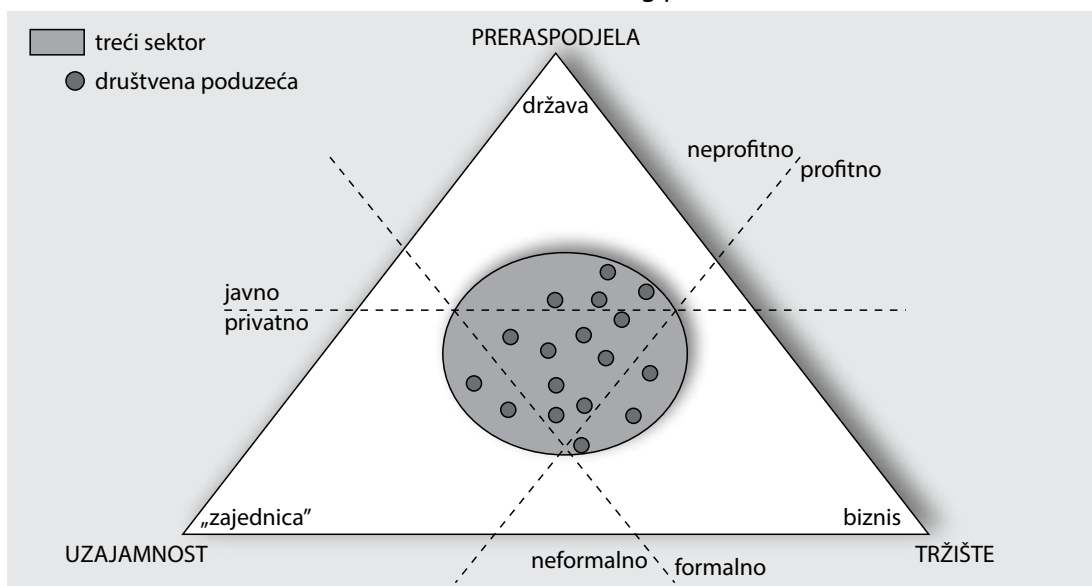
- „one kojima je razlog za tržišno djelovanje ostvarivanje društvenih ciljeva za opće dobro uz često korištenje inovacija
- one u kojima se dobit reinvestira radi postizanja društvenih ciljeva i
- one u kojima se misija poduzeća vidi u radu i načinu organiziranosti te upravljačkim pravima koristeći se demokratskim i participativnim načelima ili fokusiranjem na društvenu pravdu.“ (EC, COM(2011)682: 2)

U skladu s tim možemo se složiti s Perrinijem da „društveno poduzeće uključuje inovacije osmišljene tako da neposredno unapređuju dobrobit društva, smještene unutar poduzetničke organizacije koje iniciraju, vode ili objedinjuju promjene u društvu (Ridley-Duff & Bull, 2013: 65).

Još detaljniji i dublji pogled na mjesto koje zauzima društveno poduzeće unutar trećeg sektora pa i šire daje Victor Pestoff preko trokuta kojem na unutarnjim stranicama stoje država, profitni sektor (biznis) i „zajednica“ kao tri glavna aktera u svakom društvu. Na vanjskim stranama trokuta nalaze se *polanyjevska* načela djelovanja koja troje glavnih aktera primjenjuju unutar pluralne ekonomije (Laville, 2013). *Tržište* se temelji na potrebi ostvarivanja profita prodajom dobara i usluga, *Država* se temelji na potrebi redistribuiranja nakupljenog krajnjim korisnicima, građanima neke zemlje, a *Zajednica* na ravnopravnim odnosima i međupovezanosti odnosno uzajamnosti. Bitno je osvijestiti da ondje gdje nema međusobnog poštovanja odnosno društvene pravde, nema ni načela uzajamnosti. Stefano Zamagni ističe da reciprocitet odnosno uzajamnost treba shvatiti kao „autentični ekonomski princip koji utjelovljuje društveno s potpuno drugačijim karakteristikama od pukog komercijalnog obilježja“ (Restakis, 2006: 10). U tom je kontekstu krug uzajamnosti drugačiji od tržišta jer naglašava integralan dio ljudskih odnosa, a to je da pripadamo i da smo dio neke cjeline, a drugačiji je od države jer je slobodan i ne može ga zastupati ili proglasiti nijedan središnji autoritet (Laville, 2013; Defourny i Nyssens, 2014).

Trokut društvenog poduzeća prikazuje sljedeća slika (Defourny and Nyssens, 2014: 50):

Slika 4. – Trokut društvenog poduzeća



S obzirom na to da se radi o jednom od najzornijih prikaza ukupne kompleksnosti i rastegnutosti trećeg sektora, zadržat ćemo se još malo na pojašnjenju. Valja naglasiti da linije ucrtane unutar trokuta između načina djelovanja nisu slučajne i označavaju svu složenost koncepta i njegovu neuhvatljivost jer se u prazan prostor između crtica često u svakodnevnom životu i stvarnosti provlače društvena poduzeća, negdje na granicama, prijelazima, križanjima. Akteri se nalaze na klackalici između profitne ili neprofitne orijentacije, između javnog i privatnog karaktera te između formalnog i neformalnog oblika organiziranja. Profitne su zadruge, a neprofitnoj orijentaciji pripadaju mnoge udruge ili volonterske aktivnosti; javnog su karaktera socijalne zadruge koje su dio izravnog ugovaranja s jedinicama lokalne i regionalne vlasti, a privatnog karaktera su proizvodna poduzeća; formalno organiziranje možemo vidjeti kod niza aktera od etičnih banaka pa do društveno-kulturnih centara, a neformalne oblike organiziranja u *ad hoc* inicijativama ili u direktnom organiziranju samopomoći samih građana.

U središtu trokuta Pestoff nalazi društveno poduzeće unutar trećeg sektora u tim osjenčenim dijelovima, na prijelazima i križanjima ili, kako kaže Emerson, „rasplinutim granicama“ panorame društvenih poduzeća (Defourny i Nyssens, 2014). Zato ističemo da je treći sektor središnji sektor, da nije odvojen od države i profitnog sektora, ali da djeluje na drugačijim načelima od njih. Petričević (2012: 23) citira Salomona i Anheiera koji ističu kako društvena ekonomija „predstavlja ravnotežu između tržišnih pravila koja preferiraju ekonomsku efikasnost i intervencije države koja promovira socijalnu pravednost“.

Društvena i solidarna ekonomija (*social and solidarity economy – SSE*)

Društvena i solidarna ekonomija naslanja se u europskom kontekstu na društvenu ekonomiju kao njen najudaljeniji pravac koji ističe važnost opće pluralnosti

ekonomije i mogućnost postojanja ekonomskih modela drugačijih od kapitalizma (Gonin et al., 2013) odnosno modela koji otvara „postkapitalističku mogućnost“ (Amin, 2009). Najviše se promovira u mediteranskim zemljama, posebno u Francuskoj te je povijesnim vezama prisutna i na sjeveru Afrike u Maroku, Maliju i drugdje. Drugdje u svijetu, napose u zemljama Latinske Amerike, koristi se pojam solidarna ekonomija koji se ondje smatra jedinstvenim alternativnim konceptom. Može se reći, priznatim jedinstvenim alternativnim konceptom.

Nacionalni sekretarijat za solidarnu ekonomiju (SENAES) osnovan je 2003. godine u Brazilu, a u Ekvadoru 2011. godine donesen Zakon o solidarnoj ekonomiji. Nacionalni plan za dobar život (koncept „buen vivir“) u Boliviji sadrži solidarnu ekonomiju kao prioritet razvojnog modela (Morais, L.P., 2014). U Argentini je danas legalno moguće kao dio poslovnog razvoja ili izlaska iz financijske krize izabrati model koji je nastao iz zauzimanja „propalih“ tvornica od strane radnika i radnica. Upravo su često ta područja danas područja namijenjena općem razvoju i potrebama zajednice te su mjesta na kojima postoje i laboratoriji za radionice i umjetnost, male zdravstvene klinike, kazališta i kina te drugi programi opće namjene (Vieta, 2014).

U većini latinskoameričkih zemalja solidarna je ekonomija u smislu participativnosti i suodlučivanja, povezanosti s lokalnim zajednicama i reinvestiranja profita preuzela ulogu kakvu u Europi imaju socijalne zadruge ili drugi oblici društvenih poduzeća.

Brojni autori i poznavatelji stanja na terenu ističu kako solidarna ekonomija u primjerice Brazilu nadilazi status koncepta usmjerenog na smanjenje nezaposlenosti ili pomaganja marginaliziranim skupinama i da je to više „nova filozofija života, nova ekonomija pa čak i nov model proizvodnje“ (Lechat, 2009: 162) ili možemo reći „alat za organiziranje nade“ (Dinerstein, 2014: 8).

Negdje na tragu rasprava o tome je li društvena ekonomija premda inovativan, ali ipak integralan dio *mainstream* ekonomije ili dio kontradiktornog participativne, nekapitalističke ekonomije koja nastaje u području socijalnih usluga i inovacija (Hulgård, 2014; Marques, 2014), SSE je uvijek bliži drugoj opciji. Možemo reći da gotovo uvijek ide korak dalje ili zaron dublje od same društvene ekonomije, premda neki ističu da razlika između društvene i solidarne ekonomije nije jasna. Kao i kod drugih koncepata koje smo obrađivali u radu, ni ovdje nema zajedničkog okvira ili konsenzusa oko određenja konkretnog koncepta. Primjerice, Međunarodna organizacija rada (ILO) vrlo blago definira SSE kao „organizacije koje proizvode dobra, usluge i znanja ispunjavajući ekonomske i društvene ciljeve i šireći solidarnost“ (ILO, 2014: 192). Da nema te solidarnosti na kraju, rekli bismo da je posrijedi definicija običnog poduzeća. Paul Singer, kojeg se smatra tvorcem pojma, prebacuje naglasak na tržište rada i smatra kako „SSE predstavlja model uključivanja u tržište rada ljudi s društveno-ekonomskim preprekama, pomičući se od *welfarističke* logike države blagostanja prema društvenoj, ekonomskoj i kulturalnoj integraciji“ (Lopes, 2014: 36).

S druge strane, svjetska mreža za društvenu i solidarnu ekonomiju RIPESS (2015) ističe kako SSE ne okuplja samo organizacije i poduzeća, nego i društvene pokrete koji teže demokratizaciji i transformiranju ekonomije (Hillenkamp, Lapeyre i Lemaître, 2013; Laville, 2013). Na društvenu ekonomiju se ovdje gleda kao na dio liberalno-kapitalističkog sustava koja traži za sebe samo dio kolača, udio u poretku, prostor gdje društvena poduzeća i drugi modeli mogu funkcionirati, pa čak i „trojanskog konja“ koji je pripremio teren za prevladavanje tržišnog principa u svim društvenim porama i izbacivanje odgovornosti države za opću primjenu, širenje i korištenje određenih prava (Lloyd, 2007). Približimo li društvenu ekonomiju solidarnoj ekonomiji, definiramo je kao „ekonomsku aktivnosti koja nije kontrolirana ni direktno od države niti tržišnom logikom profita, aktivnost koja daje prednost ostvarenju dobrobiti zajednica i marginaliziranih osoba u odnosu na pristrane političke direktive ili individualne koristi“ pri čemu se društveno razumijeva kao „prostor zajednice gdje se individualizam tržišta i otuđenje državne birokracije mijenjaju glasom zajednice i ekonomskom aktivnošću koja odgovara na potrebe zajednice“ (McMurtry, 2013: 12). Solidarna ekonomija ide korak dalje i traga kroz ekonomske modele za društvenom i sistemskom transformacijom te se često izražava protivljenje kapitalizmu kao takvom (RIPESS, 2015). Bruni i Zamagni (2007) ističu kako društvena poduzeća samo „humaniziraju“ proizvodnju, ali nemaju potencijala za nešto više, odnosno za ono što nazivaju konceptom građanskog poduzeća koji u potpunosti utjelovljuje princip uzajamnosti kao neodvojiv dio društvene ekonomije. Pritom se koriste pojmovi redistributivne pravde, duboke održivosti, alternative kapitalizmu i ekonomiji na dug te zahtjevi za participativnom demokracijom i politikama emancipacije u što su osim aktivnih građana uključeni i društveni pokreti. Zato se ističe kako je „solidarna ekonomija inherentno politička“ (Dinerstein, 2014: 8).

Obično se ističe kako SSE ne uključuje samo uobičajene aktere društvene ekonomije ili one koje okuplja treći sektor kao što su zadruge, poduzeća, udruge koje nude usluge i proizvode, već i neformalne grupe ili inicijative za međusobno pomaganje, mreže zajedničke proizvodnje i kupnje s poveznicom solidarnosti, mreže pravedne trgovine, asocijacije neformalne ekonomije, lokalne sustave trgovinske razmjene, lokalne valute i korištenje alternativnog novca, ekonomiju dijeljenja i davanja, upravljanje zajedničkim dobrima te druge (UN Inter Agency TFSSE, 2014). Od ovih područja i modela vrlo brzo možemo doći do stava kako inicijative koje se temelje na solidarnosti teže dekomodificirati tri područja koja ne bi smjela biti izvorom osobnog bogaćenja i stvaranja moći: zemlju, rad i novac (Gardin, 2014).

SSE želi preispitati odnose moći preko ekonomije tako da daje prvenstvo društvenim i ekološkim potrebama u odnosu na profitne, inzistirajući na etici u ekonomiji i demokratskom upravljanju poslovnim subjektima i pothvatima, participativnom donošenju odluka i aktivnom građanstvu, te etici i u odnosu prema budućim generacijama (Utting, van Dijk i Matheï, 2014: 9).

Treći sektor (*third sector*)

Posljednji u nizu velikih općih koncepata, treći sektor, na valu „nabacivanja“ društvenim poduzetništvom i društvenom ekonomijom između SAD-a i EU-a treba odigrati sinergijsku ulogu i biti mjesto susreta, prostor u koji svi mogu ući i lako se naći, najšira agenda za sve pristupe i modele u sektoru. U EMES-u treći sektor vide kao „neutralan pojam, oslobođen apriorne povezanosti s bilo kojom teoretskom ili ideološkom tradicijom. Jasno, to onda znači kako se sam pojam treći sektor može na različite načine doživljavati i poimati“ (Bridge, Murtagh i O'Neill, 2014: 45). Unutar jednog od najvećih FP7 EU projekata na ovu temu, Third Sector Impact, ističe se kako među mnogim i vidljivim različitim pogledima na treći sektor u europskom kontekstu, značajna razina postignutog konsenzusa postoji oko ove tri karakteristike neodvojive od trećeg sektora:

- a) Oblici individualne ili kolektivne akcije izvan profitno orijentiranog biznisa, vladinih agencija i institucija ili kućanstava
- b) Stvara vrijednost uglavnom za širu zajednicu ili za osobe koji nisu dio obiteljskog kruga
- c) Provode aktivnosti svojevolumno i bez prisile (Salamon i Sokolowski, 2014:16).

U Velikoj Britaniji, gdje se nakon SAD-a koncept trećeg sektora u velikoj mjeri prihvatio i proširio na svim razinama, koriste definiciju: „Treći sektor se odnosi na nevladine organizacije koju su vođene vrijednostima i načelno reinvestiraju svoju dobit u daljnje socijalne, ekološke i kulturne ciljeve. Uključuje volonterske organizacije i one aktivne u lokalnoj zajednici, dobrotvorne organizacije, društvena poduzeća, zadruge i organizacije za uzajamnu pomoć“ (Borzaga, Galera i Nogales, 2008: 16). Znači, obuhvaća sve kao i društvena ekonomija uz opasku da se ne koristi termin organizacije civilnog društva, jer pod tim pojmom svoje mjesto nalaze i sindikati, organizacije za prava manjinskih skupina u društvu, duhovne i religijske organizacije i slično, što je dakle koncept širi od trećeg sektora.

Koncept trećeg sektora bitan je i zbog pokušaja da prevlada sve razlike u shvaćanju sektora u SAD-u i EU-u od kojih smo mnoge već naveli. To su prije svega:

1. *glavni akter*: u SAD-u pojedinac – društveni poduzetnik, u Europi kolektiv u ime zajednice
2. *upravljanje* – u SAD-u manje važno, u EU-u presudno u smislu demokratskog oblika vođenja, participativnog odlučivanja kako bi se ispunila društvena misija
3. *potpora* – u SAD-u bogati filantropi i korporativne fondacije, u Europi nacionalne vlade i institucije EU.

Čak se isti koncepti drugačije vide. U Europi je društveno poduzeće jedinstven pravni subjekt s jasnim pravilima i ulogama, od kojih smo kao najvažnije naveli da ima društvenu misiju, da je prisutno poduzetničko djelovanje te posebno

važno, da su modeli upravljanja demokratski i participativni. To je znatno drugačije od definicije društvenog poduzeća koju koristi Social Enterprise Alliance (Alijansa za društveno poduzeće), vodeća mreža sektora u SAD-u: „Društveno poduzeće je organizacija ili *inicijativa* koja spaja društvenu misiju *neprofitnih ili vladinih programa* s tržišno orijentiranim pristupom biznisa“ (SEA, 2015: 1). Posljedica različitog pogleda na sektor ogleda se i u pozicioniranju društvenog poduzeća. Tako se ono u europskom poimanju stavlja u središte trećeg sektora, kao njegova jezgra, što smo imali prilike vidjeti i u shematskim prikazima radova Defournyja ili Pestoffa (Defourny, 2014; Defourny i Nyssens, 2014), a u američkoj se perspektivi društveno poduzeće smješta na rubove trećeg sektora (Ridley-Duff & Bull, 2013).

Koncept trećeg sektora izravno upućuje na prostor između države i poslovnog sektora, a ide iznad postojećih koncepata u smislu obuhvaćanja modela poslovanja i djelovanja u društvu. Primjerice, dio trećeg sektora čine zadruge koje su prisutne na tržištu, ali i organizacije koje se bave zagovaranjem i funkcioniraju gotovo isključivo preko projektnih natječaja i donacija.

Redistributivna uloga države jedina je koja se može temeljiti na općenitosti i jednakim pravima za sve, ali zna biti obilježena klijentelizmom i sporošću. Tržište je efikasno, ali neodgovorno i orijentirano uglavnom na kratkoročno zgrtanje profita bez obzira na posljedice. Treći sektor skuplja u sebi najbolje od dva svijeta, a njihove mane anulira. Djeluje efikasno, a ima opću perspektivu i teži uključivanju u proces svih zainteresiranih (Alexander, 2013).

Neki su ovaj pokušaj spajanja upravo tako i dočekali, pa se u Europi govori o „ponovnom otkrivanju trećeg sektora“ (Defourny, 2014). Dok neki smatraju kako su razlike između društvene ekonomije i trećeg sektora iznimno porozne i vrlo tanke, pa ih koriste gotovo kao sinonime (Noya i Clarence, 2007), drugi autori ističu kako se Europa treba držati svog originalnog i integralnog koncepta društvene ekonomije, a treći sektor vide kao uži koncept, samim time manje primjeren za europsku tradiciju i društva (Hulgård, 2014).

Neće biti iznenađenja ni ako se na izlasku iz poglavlja *Osnovne definicije i koncepti* osjećamo donekle ošamućeni nakon svih opcija i mogućnosti pristupa temi, onih koje idu paralelno i nadopunjuju se te onih koje jedne drugima kontriraju, osobito dugoročno gledano. A osjećaj ošamućenosti jača kada se suočimo s činjenicom da se čak isti pojmovi i koncepti različito doživljavaju i definiraju, a to znači i da su im različite javne politike namijenjene i da njima akteri različito upravljaju. Dovoljno je podsjetiti se kako društveno poduzeće u Europi uglavnom posluje u skladu s pojmovima jednakosti društvenih i ekonomskih ciljeva, upravljanja na demokratskim načelima, a u vlasništvu je svojih zaposlenika ili lokalne zajednice. U SAD-u se između ostalih kao društveno poduzeće pojavljuju opcije neformalnih inicijativa, neprofitnih organizacija i vladinih tijela koja koriste tržišne principe za svoje ideje. Tema našeg Izvje-

štaja seže od onih koji podržavaju filantropiju kao oblik ublažavanja socijalnih tegoba današnjih društava preko društveno odgovornog poslovanja korporacija kao oblika ublažavanja PR tegoba poslovnog svijeta do onih koji teže koristiti društvenu i solidarnu ekonomiju za transformaciju moći u društvu ili pak u svrhu zaštite potreba te ispunjenja ciljeva sektora zagovaraju i osnivanje političke stranke za društvenu ekonomiju (Pierce, 2009; Ridley-Duff i Bull, 2013). Moramo jednostavno prihvatiti kako je za društvene znanosti tema našeg Izvještaja ono što je kvantna fizika za prirodne znanosti. Čini se da u sustavu nema uređenosti i pravila, a opet sve funkcionira po nekim obrascima i načelima, samo što oni nisu „zacementirani“, već se ostvaruju u konkretnom kontekstu i društvenom trenutku. Manjem razumijevanju sličnosti i razlika tih dvaju pristupa svakako je pridonijelo i to što su se razvijali zasebno, izolirano, kao u dva paralelna svemira do unatrag deset godina i prvih znanstvenih pokušaja komparativne analize i istraživanja (Defourny i Nyssens, 2012). Uz poziv na oprez zbog generaliziranja i „predrasuda“, Ridley-Duff i Bull (2013: 60) daju tablicu u kojoj sažimaju razlike između pristupa u SAD-u i EU-u:

Tablica 1. – Razlike između pristupa u SAD-u i EU-u

Pristup društvenom poduzeću u EU-u	Pristup društvenom poduzetništvu u SAD-u
Kolektivna akcija	Individualna akcija
Radnički pokret ili vlada odgovara na socijalne teme	Poduzetnički (tržišni) odgovor na socijalne teme
Izgrađivanje društvenog kapitala i imovine	Brzo i efikasno postignuće ishoda u području socijalnih tema
Solidarnost i uzajamnost	Prvaci i agenti promjene
Komunikacija s dionicima	Privrženost „viziji“
Demokracija (upravljanje odozdo)	Filantropija (upravljanje odozgo)
Društvena ekonomija	Bilo koji sektor

Premda se ova podjela može argumentirati, u određenom je smislu valja uzeti uvjetno i tek kao okvir jer su se stajališta prilično izmiješala, pa se tako u Europi i dalje razvija i daje podrška društvenom poduzetništvu, a u SAD-u imamo razne modele društvenih poduzeća i demokratskog upravljanja pa čak i solidarne ekonomije i dubljih transformacijskih politika putem ekonomskih inicijativa i djelatnosti (Abrams, 2008).

Možda upravo iz tih razloga treći pristup ističe kako bi društveno poduzeće trebalo manje pojmiti kao organizacijski oblik, a više kao tip aktivnosti koja se može manifestirati i u javnom, poslovnom i civilnom sektoru (Ridley-Duff &

Bull, 2013). Ono što mora biti zajednička crta svih tih opcija jest „rad za opće dobro“ koji mora biti vidljiv u samoj lokalnoj zajednici ili društvu i to na način povoljan i za ljude i za ekonomiju, ali i za okoliš što je prije bilo slabije vidljivo u radu društvenih poduzeća (Pierce, 2009). Neki od novih modela društvene ekonomije koji su se proteklih godina pozicionirali u „zelenim ekonomijama“ kao što su energetske zadruge za korištenje obnovljivih izvora energije, energetska efikasnost u graditeljstvu i proizvodnja ekološke hrane daje dobre naznake kvalitetnog rada, usluge i razvojnih potencijala (Millstone, 2013).

Razlike između svih modela koje smo spominjali odlično su nam prezentirane za vrijeme edukativnog treninga u Trentu koji su za članove projektnog tima iPRESENT-a održali djelatnici i djelatnice istraživačkog instituta EURICSE (European Research Institute on Cooperative and Social Enterprises). Kako pokazuje tablica u nastavku, modeli se dijele prema razini institucionaliziranosti društvenog cilja unutar organizacije ili prema razini poduzetničke inicijative:

Tablica 2. – Podjela modela prema razini institucionaliziranosti

		Prisutan društveni cilj	
		DA	NE
Prisutna poduzetnička inicijativa	DA	1. Udruge koje pružaju usluge	2. Profitne organizacije, korporacije
	NE	3. Neprofitne organizacije Zagovaračke udruge	4. Spontane i neformalne inicijative za trenutačnu socijalnu potrebu ili društveni problem

Ako se sektor analizira na takav način, onda društveno poduzetništvo može biti i 1, i 2 i 4. Društvena ekonomija kako se shvaća u Europi jest pod 1 i 3, jer je neodvojiva od društvene misije.

Korporativna društvena odgovornost je samo pod 2.

Tradicionalne zadruge su pod 2 jer su se također uglavnom bavile potrebama svojih članova. Novi oblici zadrugarstva, od socijalnih do energetske i drugih zadruga, spadaju pod 1 jer pored zadovoljavanja potreba svojeg članstva imaju i širi društveni cilj. Tradicionalne udruge su pod 3, a udruge koje su u svoj rad uključile neku poduzetničku aktivnosti također mogu ići pod 1.

U tom smislu društveno poduzeće može biti samo pod 1.

Ključno je shvatiti da je društveno poduzeće poseban pravni model koji ispunjava indikatore iz triju dimenzija: društvene, poduzetnike i upravljačke, a društveno poduzetništvo, bez obzira na to što je fokusirano na društveni cilj, ne mora voditi do stvaranja društvenog poduzeća kao nositelja neke ideje ili projekta (Borzaga i Galera, 2014).

KOMPARATIVNA ANALIZA STANJA DRUŠTVENE EKONOMIJE U HRVATSKOJ I POJEDINIM ZEMLJAMA EU-a

U *Izvješću o društvenoj ekonomiji* Europskog parlamenta 2009. godine istaknuto je kako „društvena ekonomija ima ključnu ulogu u europskoj ekonomiji (European Parliament, 2009: 6). Izneseni su razlozi za važnost društvene ekonomije u Europi, kao i preporuke pa čak i u diplomatski rječnik upakirani zahtjevi prema Europskoj komisiji u svrhu unapređenja sustava potpore i financiranja, zakonodavnog i institucionalnog okvira te vidljivosti i prepoznavanja posebnosti aktera društvene ekonomije u Europi. Međunarodni centar za istraživanje i informacije o javnoj, socijalnoj i zadružnoj ekonomiji (CIRIEC) objavio je 2006. godine na zahtjev Europskoga gospodarskog i socijalnog odbora (EESC) rezultate svog istraživanja prepoznatljivosti i prihvaćenosti koncepta društvene ekonomije među različitim dionicima u zemljama EU-a (Chaves i Campos, 2010).

Na sveobuhvatno mapiranje stanja u zemljama EU-a čekali smo do 2014. godine kada su objavljeni opći izvještaj o stanju u EU-u i nacionalni izvještaji *Mapiranje društvenih poduzeća i njihovih ekosustava u Europi* (ICF, 2014). Za potrebe ovog Izvještaja, s obzirom na kvalitetu te sveobuhvatnost analize i recentnost podataka, korišteni su rezultati predstavljeni u tim izvještajima čija je izrada pokrenuta kao dio Inicijative za društveno poslovanje Europske komisije. Prvi put su na tako dalekosežan i dubinski način prikupljeni podaci za 29 europskih država (28 članica EU-a i Švicarska).

S obzirom na stanje društvene ekonomije i poduzetništva u Hrvatskoj, o čemu smo detaljno pisali u izvještaju *Mapiranje novih obzora* (Šimleša i dr., 2015), nema previše smisla uspoređivati stanje u Hrvatskoj s onim u zemljama najrazvijenije uređenih sustava i sektora, primjerice s Italijom ili Velikom Britanijom. Oba sustava plod su duge tradicije razvojnih politika te inicijative odozdo u sektoru, a svaki je poseban na svoj način.

Italija se smatra predvodnicom novog vala društvene ekonomije i posebno jasnih smjernica za društvena poduzeća sa svojim konceptom socijalnih zadruga i pripadajućim zakonom donesenim 1991. godine. Socijalne zadruge odigrale su

pritom ulogu premostnice između starih aktera društvene ekonomije i onih koji su očuvane „ideale i vrijednosti“ uspjeli integrirati u nove opće društvene okolnosti i potrebe na terenu. Najviše u tom smislu da društveno poduzeće (čiji su socijalne zadruge jedan oblik), uz to što je na tržištu i ostvaruje svoju društvenu misiju, nije tu samo radi sebe i svojih članova, nego i lokalne zajednice, zainteresiranih korisnika i partnera te, možemo reći, cijeloga društva. U Italiji postoje tri tipa socijalnih zadruga:

- a) TIP A – osigurava opće usluge (edukacija, zdravstvo, socijalne usluge...)
- b) TIP B – WISE model (integracija dugo nezaposlenih i društveno isključenih skupina na tržište rada)
- c) TIP C – konzorcij organizacija sastavljen od prethodnih dvaju modela.

Jasna određenja i definicije, uređen zakonodavni te institucionalni okvir, poticajne mjere i financijski alati, razvijen sustav politike radnih prava, osluškivanja tržišta i društvenih potreba, doveli su do jednog od najrazvijenijih primjera društvene ekonomije u Europi. Prema podacima iz 2013. godine u Italiji imamo više od 40.000 aktera, od toga 11.264 socijalne zadruge i 773 društvena poduzeća (ICF, 2014).

Mnogi smatraju da se, kada je riječ o društvenoj ekonomiji odnosno trećem sektoru, najsustavniji zakonski okvir na svijetu razvija u Velikoj Britaniji (Vidović, 2012).

I dok je Italija poznata po razvoju zadrugarstva i jačanju kolektiva u upravljanju društvenopoduzetničkim procesom, Velika Britanija je poznata po jačanju poduzeća i isticanju važnosti tržišta. Iako je vrlo često kolokvijalno svrstavaju u anglosaksonski pristup temi Izvještaja, treba priznati kako je Velika Britanija stvorila zaseban pristup koji tržišnu orijentaciju spaja s raznolikim modelima provedbe društvenopoduzetničkih ideja, uređenim regulatornim sustavom i modelima mjerenja društvenog utjecaja te financijskom potporom od koje je u posljednje vrijeme najzvučnije bilo stvaranje banke Big Society Capital sa 600 milijuna funti namijenjenih za aktere koji su na tržištu s naprednim idejama (Levenson Keohane, 2013). Poduzeće usmjereno na interes zajednice (Community Interest Company – CIC) originalan je proizvod odnosno pristup kakav se razvija u Velikoj Britaniji; danas takvih poduzeća ima 9500, a ukupno aktera trećeg sektora 284.000 pravnih subjekata čime su bez premca u Europi (ICF, 2014). Koliko je sustav razgranat i razvijen dovoljno govori podatak kako je pored CIC-a moguće provoditi društvenopoduzetničku ideju i u više od deset različitih pravnih oblika i modela poslovanja (Bridge, Murtagh i O'Neill, 2014).

Dakle, bilo bi potpuno neprimjereno i nekonstruktivno uspoređivati stanje u Hrvatskoj s ovim dvjema navedenim europskim državama koje se (uz još nekoliko njih, npr. Francusku, Belgiju i Španjolsku) smatraju najboljim primjerima prakse odnosno zemljama u kojima je razina razvijenosti sektora dosegla punu institucionalizaciju (Salvatori, 2013; Galera, 2015). Odabrali smo stoga pet

država EU-a koje mnogo više odgovaraju situaciji u Hrvatskoj, a to je osim aktualnog mapiranja na svih 28 članica EU-a, sukladno i sa zaključcima istraživanja CIRIEC-a spomenutog na početku poglavlja. Zemlje s kojima kompariramo stanje društvene ekonomije po znatnom su broju parametara bliže Hrvatskoj i primjerenije za usporedbu, a to su: Češka, Poljska, Grčka, Slovenija i Rumunjska, s napomenom da se Poljska donekle izdvaja kao zemlja s naprednijim i uređenijim sustavom. Razloge za ovakvu usporedbu vidimo u „zajedničkoj“ povijesti Hrvatske i nabrojanih država u iskustvu življenja u istočnom bloku socijalističkih zemalja do 90-ih godina prošlog stoljeća kada je bilo važnije imati „know whom“ nego „know how“ (Leś, 2004). Premda danas svaka od tih zemalja nalazi svoj put do razvoja društvene ekonomije, dio naslijeđa im je zajednički, a s obzirom na društvenu ekonomiju možemo ga sažeti u sljedeće karakteristike:

- dominacija „tranzicijskog mita“ neupitnog slavljenja tržišta i njegovih mehanizama, a to je vrlo često blisko prevlasti neoliberalne paradigme
- negativna percepcija zadruga kao ostataka bivših komunističkih režima
- velika ovisnost o donatorima i priljevu sredstava iz tog izvora
- nedovoljno povjerenje u solidarnost, posebno na društvenoj razini
- nedovoljna razina umrežavanja i suradnje među akterima na terenu
- poteškoće u osiguranju neophodnih resursa (Borzaga i Spear, 2004; Borzaga, Galera i Nogales, 2008).

Grčka ne pripada u tu skupinu, ali s obzirom na to da danas s Hrvatskom dijeli čitav niz makroekonomskih problema i rizika, smatrali smo uputnim uključiti je u ovu komparativnu analizu. Uz tekstove o pojedinim zemljama koji su nam bili dostupni, za komparativnu analizu konzultirali smo nacionalne izvještaje proizašle iz općeg mapiranja na razini EU-a (ICF, 2014a, 2014b, 2014c, 2014d, 2014e, 2014f).

Kategorije s pomoću kojih smo odlučili provesti komparaciju sukladne su s najčešće spominjanim kategorijama, dimenzijama, indikatorima ili općim podacima potrebnim za analizu stanja društvene ekonomije, a najvažnije smo koristili i pri analizi stanja u Hrvatskoj u prvom izvještaju projekta *i*PRESENT. To su:

- postojanje definicije, odnosno pitanje koja je razina određenja društvenog poduzeća
- zakonodavni okvir i unutar njega status društvenog poduzeća
- porezna politika prema akterima društvene ekonomije
- razina financijske podrške
- prisutnost mjerenja društvenog utjecaja
- postojanje markica ili etikete označivanja o posebnom proizvodu ili usluzi te
- ukupan broj aktera u pojedinoj državi.

Prema komparativnoj analizi sumiranoj u tablici vidljivo je da Poljska odskoče od ostalih zemalja. Na drugim mjestima iznosi se pak drugačiji pogled i ističe prevelika „etatiziranost“ poljskih društvenih poduzeća koja se ne ogleda samo u znatnoj ovisnosti o priljevu sredstava iz državne blagajne, nego i u preuzimanju obrasca djelovanja sličnog onom u javnoj upravi (Hausner, 2009). Nedostatak financijskih sredstava i nedovoljno poticajan razvojni okvir karakteriziraju sve države, osobito kada su posrijedi sredstva iz nacionalnih izvora. Zato su države iz komparativne analize u velikoj mjeri ovisne o novcu iz EU izvora te tako postaju ovisne o jednom resursu. Iznimna je snaga EU fondova, stoga nas ovisnost o njima ne treba previše čuditi. Samo u godinu dana (od 2011. do 2012. godine) u Rumunjskoj su zahvaljujući EU projektima stvorena 262 nova društvena poduzeća, a osobito je važno to što je pritom stvoreno čak 4648 radnih mjesta (Etchart et al., 2014, SEFORIS, 2014). Iskustvo europskih država i brojna istraživanja pokazuju da ako nema uređenog institucionalno-zakonodavnog sustava i stabilne te adekvatne financijske pa rekli bismo i političke podrške, društvena poduzeća ne mogu ispuniti svoju društvenu misiju i incijalnu motivaciju za start (Tortia, 2010).

Posljednjih nekoliko godina učinjeni su u Grčkoj znatni pomaci s čitavim nizom modela zadružnopoluzetničkih pravnih subjekata, ali je u pogledu financijske potpore i samog registra društvenog poduzetništva došlo do zastoja i slabog ostvarenja ciljeva. Slovenija je otišla dalje od Hrvatske sa svojim Zakonom o društvenom poduzetništvu, pa i s drugim odlukama: osnovano je Vijeće za društveno poduzetništvo, objavljene su aktivnosti društvenog poduzetništva i način na koji će se regulirati njihovo značenje te pravila za praćenje standarda za mjerenje društvenih poduzeća. No, spominje se kako je Zakon previše restriktivan, a manje poticajan i razvojan. Moramo primijetiti kako smo na nekoliko mjesta i u analizi naše Strategije uočili određenja i zahtjeve prema akterima u sektoru koji u ovom trenutku i s obzirom na sadašnje stanje društvene ekonomije u Hrvatskoj mogu biti prepreka i kočnica razvoja bude li se napisano u Strategiji na taj način provodilo i ostvarivalo. Iskustva Grčke i Slovenije mogu u tom smislu biti pouke i korisni znakovi za bolji, efikasniji i korisniji put razvoja sektora.

ZAKLJUČAK

Izvještaj *Preko granica – društvena ekonomija u Europi* trebao nam je pružiti analizu stanja i europske perspektive društvene ekonomije. S obzirom na povijest i tradiciju, današnju situaciju na terenu i smjerove razvoja, možemo reći kako je Europa dom društvene ekonomije.

I zaista, Europska unija je jedno od najbolje uređenih područja za društvenu ekonomiju u svijetu s dobrim perspektivama za daljnji razvoj, posebno u članicama u kojima se tom području pristupa ozbiljno i strateški. To dakako ne znači da nema prostora za daljnje iskorake kako bi podrška sektoru bila još konkretnija i snažnija. Odluka Europske komisije da se kroz Europski program za zapošljavanje i društvene inovacije (European Programme for Employment and Social Innovation – EaSI) investira u sektor 500 milijuna eura značajan je iskorak u tom smjeru.

Potrebno je odlučnim koracima nastaviti predviđene aktivnosti iz Inicijative za društveno poslovanje kako bi se ublažile sljedeće prepreke detektirane u brojnim izvještajima (KME & TSE, 2007; OECD, 2013; ICF, 2014):

- slaba vidljivost i prepoznatljivost sektora
- ograničenja trenutačnih zakonskih i regulatornih okvira
- ograničeni financijski resursi
- težak pristup tržištu i
- slaba podrška poslovnih i razvojnih struktura, treninga i ulaganja u radnu snagu.

Prema Izvještaju *A Map of Social Enterprises and Their Eco-systems in Europe* (ICF, 2014) samo su tri države na vrhu s iznimno uređenim sustavom i jasnom podrškom (Italija, Velika Britanija i Francuska), a malo više od pola članica EU-a u donijelo je poticajan institucionalni i razvojni okvir za društvena poduzeća ili su u fazi njegova razvoja.

Dodatno zabrinjavaju različiti pristupi dimenziji upravljanja i u samom EU-u, pa gotovo deset država nema u svojem definiranju i pristupu društvenim poduzećima očekivanje o demokratskom upravljanju niti to vide kao bitnu karakteristiku društvenog poduzeća. Strasburška deklaracija donesena početkom prošle godine nakon velebnog skupa s više od 2000 „socijalnih poduzetnika i pristaša socijalnog poduzetništva“ neće biti dostatna (EC, 2014), a na to je upozoreno i u „bijelom papiru“ organizacije Social Economy Europe (2015) znakovitog naziva *Social Economy... Taking back the initiative*. Jasno je da se očekuje još mnogo ulaganja u sektor kako bi došao do faze povrata i u društvenom i u ekonomskom i u okolišnom smislu.

Jedna od većih poteškoća s kojima se suočavaju društvena poduzeća jest iznimno zahtjevno balansiranje između ispunjavanja društvene misije i pritiska tržišta s njegovim zakonitostima. U tom se kontekstu društvena poduzeća nalaze pred stalnim izazovima i mogućim rizicima: s jedne strane stalno imaju fokus na svoj prioritet, rješavanje određenog društvenog problema, a s druge strane moraju taj prioritet određivati u odnosu na tržište i uspjeh na njemu. Zbog straha od tog neuspjeha i posljedičnog „ključa u bravu“, neki stave naglasak na poslovnu orijentiranost i vrijednosti odnosno efikasnost i standardizaciju te zaborave ne društvenu pravdu i inovativnost.

Mnogi u tom slučaju ističu „mission drift“, preusmjeravanje osnovne misije organizacije zbog prevelikog pritiska za tržišnom utakmicom, efikasnošću i menadžerizmom (Millstone, 2013). Deforuny je to nazvao „ko-opitalizmom“ u što se pretvaraju neke velike kooperative (Utting, 2015: 28). Drugi spominju kako se može uočiti prelazak s ekonomije za boljitak čitave zajednice na samo društveno poduzeće odnosno kako je duh poslovnih škola uzurpirao duh aktivizma i političkog djelovanja (Pierce, 2009).

Potencijal društvenih poduzeća ostvarit će se samo ako ih se „integrira u sustavan pristup za rad na društvenom isključivanju, transformaciji tržišta rada i razvoju društveno-ekonomskih strategija koje zahtijevaju podršku javnih politika“ (Noya, 2009: 19). Možemo biti sigurni da naša društva neće biti više demokratska ako prvo ne demokratiziramo ekonomiju (Hart, Laville i Cattani, 2013). Za to nam neće biti dovoljno samo zamisliti ili „isteoretizirati“ takvu ekonomiju ili društvo – potrebni su nam praktični modeli i istraživanja u realnosti brojnih nositelja društvene ekonomije.

Zato smo se upustili u komparativnu analizu stanja društvene ekonomije u Hrvatskoj sa stanjem u još pet zemalja EU-a, a još jednom naglašavamo kako ovaj Izvještaj treba promatrati povezano s prvim izvještajem, *Mapiranje novih odnosa*. Postoje četiri stadija razvoja društvenog poduzeća u nekom društvu: rani razvoj, stadij napredovanja, postupna konsolidacija te institucionalizacija (Salvatori, 2013; Galera, 2015). Jasno je da se zemlje za koje smo rekli da im je sustav podrške te zakonodavno-institucionalni okvir kao i sam sektor najrazvijeniji

nalaze u stadiju institucionalizacije. Zaključak naše komparativne analize može biti kako su sve zemlje uključene u analizu izašle iz stadija ranog razvoja i da se većina nalazi u stadiju napredovanja koji karakteriziraju: promjena stajališta o mogućim nositeljima u području socijalnih usluga i otvaranje prema onima koji su dio društvene ekonomije, oslanjanje samih aktera na sve više zaposlenih osoba koje dobivaju plaću i stabilnost poduzetničkih aktivnosti te spominjanje društvenih poduzeća u najvažnijim javnim dokumentima i strategijama. S druge strane taj stadij karakteriziraju i nedostaci – još uvijek nedovoljno razvijeni odnosi aktera s javnim agencijama bez sustavne i systemske podrške te općenito niska razina podrške i priznavanja od strane javnih politika i onih koji ih provode. Može se reći kako su Poljska i Grčka učinile značajne iskorake, pa ih se po mnogo osnova može prebaciti u viši stadij postupne konsolidacije uz napomenu da se tek ušle u taj stadij i da će se u nekoliko sljedećih godina moći vidjeti pravi razmjeri i kvaliteta konsolidiranosti sektora. Naša analiza stanja u Hrvatskoj u prvom izvještaju projekta potvrđuje ove teze o poziciji Hrvatske gdje su vidljivi pomaci i napredovanje, osobito posljednjih nekoliko godina, ali je otvoren velik prostor na gotovo svim područjima bitnima za razvoj sektora da se konsolidiraju. Taj bi prostor u znatnoj mjeri trebala ispuniti *Strategija razvoja društvenog poduzetništva u Republici Hrvatskoj za razdoblje 2015.-2020.* Nešto drugačiji pogled iznesen je u istraživanju CIRIEC-a *The Social Economy in Europe*, gdje se kao zemlje u kojima se malo ili nikako prepoznaje koncept društvene ekonomije nabrojene između ostalih: Češka, Rumunjska, Hrvatska i Slovenija (2012: 41). Nadalje, izvještaj *Preko granica* trebao nam je olakšati razumijevanje najčešćih pojmova i koncepata koji se koriste u temi projekta *iPRESENT*. Premda se nadamo da je Izvještaj olakšao snalaženje u prostoru „dobre ekonomije“ te da su jasniji okviri i oblici koji određuju brojne modele djelovanja, zastanemo li na tren u ovom području i dalje je prisutan osjećaj fluidnosti i fleksibilnosti. Možda to tako i treba biti za područje koje je toliko obilježeno općim vrijednostima i političko-ekonomskim tradicijama, područje koje se uguralo između države i tržišta. Jer taman kada se stekne dojam da se makar u jednom dijelu sektora kreće prema sintezi i konsenzusu o tome „kako stvari nazvati“, vrlo brzo pojavi se dojam da to imenovanje zapravo nije važno, važno je da se kreće i postoji. I zaista, Europska unija, koja je koncept društvene ekonomije i društvenih poduzeća prihvatila kao „svoj“, iste godine kada je pokrenula Inicijativu za društveno poslovanje kojom je opisano značenje i važnost društvenih poduzeća unutar društvene ekonomije, pokreće i Prijedlog za reguliranje europskog fonda društvenog poduzetništva (Proposal for a Regulation on European Social Entrepreneurship Funds) kako bi se samim investitorima olakšao pristup i pregled projekata i poduzetničkih ideja ili inicijativa te načina na koje ih mogu podržati, a dvije godine poslije Europski parlament i Vijeće donose Uredbu (346/2013) koja uređuje ovo područje. S druge strane, u *Službenom listu Europske unije* (2012/C 229/55) Europski gospodarski i socijalni odbor (EGSO), kao važno savjetodavno

tijelo EU-a, u svom mišljenju o *Prijedlogu* Komisije „poziva Komisiju da nastavi koristiti definiciju društvenog poduzeća navedenu u Inicijativi za društveno poslovanje, radije nego da stvara nove definicije“ (isto: 1), a i na drugim se mjestima upozorava na ublažavanje važnosti onoga što su danas u EMES-ovom pogledu na sektor indikatori društvene dimenzije i dimenzije participativnog upravljanja.

Nadalje kao odgovor na upit tadašnjeg potpredsjednika Europske komisije o davanju mišljenja o uputnosti korištenja koncepta društvenog poduzeća ili društvenog poduzetništva, EGSO (EESC, 2012/C 24/01) jasno ističe svoje opredjeljenje za društveno poduzeće kao „ključni element europske društvene politike“ (isto: 1), no poentira i stavom kako je društveno poduzeće širi pojam koji obuhvaća društveno poduzetništvo?! (isto: 2).

Lars Hulgård, jedan od najvećih autoriteta u području i predsjednik EMES-a, svoje TEDx talk predavanje vodi pod naslovom „The Emergence of Social Entrepreneurship“ (2015) gdje kroz taj koncept opisuje sve „emesovske“ dimenzije društvenog poduzeća.

Donekle možemo shvatiti zašto je ovakvo ili onakvo određivanje manje važno i veću pažnju treba posvetiti samom društvenopoduzetničkom procesu ili aktivnosti. Ipak stojimo na poziciji s kojom smo i započeli Izvještaj. Smatramo kako je bitno usvojiti razlike između društvenog poduzetnika i društvenog poduzeća odnosno između društvenog poduzetništva i društvene ekonomije o čemu smo pisali i u prvom izvještaju projekta *iPRESENT, Mapiranje novih obzora* u kontekstu Hrvatske i naše *Strategije razvoja društvenog poduzetništva u Republici Hrvatskoj za razdoblje 2015.–2020.*

Unatoč tome, možemo pratiti smjer značenja trenutačne popularnosti teme Izveštaja i svjesni smo općih trendova koji idu prema sinergiji i „smanjenju tenzija“ između različitih pogleda i škola. Prije nabrojeni primjeri daju nam dobar putokaz za daljnje spajanje kroz treći sektor ili pregrupiranje koncepata pri čemu zapravo više nije bitno govori li se o društvenom poduzeću ili društvenom poduzetniku, društvenoj ekonomiji ili društvenom poduzetništvu, solidarnoj ekonomiji ili korporativnom društvenom odgovornom poslovanju. Možemo reći kako je to hvatanje vlaka koji je krenuo ranije iz SAD-a, kada je iz Nacionalnih susreta društvenih poduzetnika nastala opća mreža Alijansa za društveno poduzeće. Ili slično, Zaklada Ashoka koja je nekad isticala da tragaju za rijetkim i iznimnim pojedincima ili pojedinkama, agentima društvene promjene i strastvenim vizionarima (Petričević, 2012), krenula je u kampanju *Everyone is a Changemaker* za što je sam Drayton govorio kako se radi o „praktičnoj nužnosti, ali i glavnom evolucijskom skoku naprijed“ (Bornstein, 2007: 304). Premda i dalje tragaju za „herojima koji nikad ne miruju“, time se Ashoka za razliku od prvih godina svoje misije pomaknula prema potrazi za „kolektivnim poduzetništvom“ (Levenson Keohane, 2013: 192). Razloge za taj skok Drayton je vidio

u vremenu koje je sve zgusnutije i u kojem se vrlo brzo javlja potreba za novim ili drugačijim pristupom, potreba za rješenjima koja su otvorena non-stop i gdje je svačiji doprinos bitan. Zanimljivo je da su taj kolektivistički pristup slijedile i druge poznate filantropske organizacije, pa je tako Zaklada Skoll sada usmjerena na „investicije u širi ekosustav unutar kojeg djeluje društveni poduzetnik“ (*isto*). Taj novi strateški smjer objašnjen je kao naprednija faza evolucije društvenog poduzetništva.

Društveno poduzetništvo 1.0 bilo je usmjereno na: pronalazak ljudi s inovativnim idejama te modele koji donose najveći učinak za društvene promjene; pozicioniranje tih ljudi u društvu i promociju njihovog rada te razvoj sustava podrške za njihov rad.

Društveno poduzetništvo 2.0 fokusiralo se na razvoj poslovnih i menadžerskih vještina kako bi se organizacijama stvaranim da budu nositelji društvenopoduzetničkih ideja osigurala financijska i druga održivost.

Društveno poduzetništvo 3.0. trenutačna je faza i nju obilježava pogled preko prvotnih osnivača i iznimnih pojedinaca i pojedinki kao nositelja promjena. Ova faza usmjerena je na „potencijal za stvaranje promjene kod svih ljudi i na njihove međusobne utjecaje jer se prepoznaje zarazna privlačnost društvenog poduzetništva“ (Bornstein i Davis, 2010: XX).

Bez obzira na raznorazne drugačije etikete i različite nazive za isto i iste nazive za različito, gotovo svi se mogu složiti s konstatacijom da nam treba ekonomija koja je humanija, ekonomija s jedinstvenom vizijom artikuliranom kroz mnoge *društvene recepte* (Hart, Laville i Cattani, 2013: 9).

LITERATURA

- Abrams, J. (2008) *Companies We Keep – Employee Ownership and the Business of Community and Place*, White River Junction: Chelsea Green Publishing Company.
- Alexander, C. (2013) *The Third Sector*, u Kevin Hart, Jean-Louis Laville i Antonio David Cattani, *The Human Economy*, Cambridge: Polity Press: 213-224.
- Amin, A. (2009) *The Social Economy – International Perspectives on Economic Solidarity*, London: Zed Books.
- Bell, B. i Haugh, H. (2014) *Working for Social Enterprise*, u Simon Denny i Fred Seddon, *Social Enterprise – Accountability and Evaluation around the World*, London: Routledge: 67-84.
- Bornstein, D. (2007) *How to Change the World – Social Entrepreneurs and the Power of the New Ideas*, New York: Oxford University Press.
- Bornstein, D. i Davis, S. (2010) *Social Entrepreneurship – What Everyone Needs to Know*, New York: Oxford University Press.
- Borzaga C. i Spear, R. (ur.) (2004) *Trends and Challenges for Co-operatives and Social enterprises in Developed and Transition Countries*, Trento: Edizioni31.
- Borzaga, C., Galera, G., Nogales, R. (2008) *Social Enterprise: A New Model for Poverty Reduction and Employment Generation. An Examination of the Concept and Practice in Europe and the Commonwealth of Independent States*, UNDP, dostupno na <http://www.undp.ro/download/UNDP%20RBEC%20Report%20on%20Social%20Enterprises.pdf>.
- Borzaga, C. i Depedri, S. (2009) *Working for Social Enterprises: Does it Make A Difference?*, u Ash Amin, *The Social Economy – International Perspectives on Economic Solidarity*, London: Zed Books: 66-91.
- Borzaga, C. i Tortia, E. (2007) *Social Economy Organisations in the Theory of the Firm*, u Antonella Noya i Emma Clarence (ur.), *The Social Economy – Building Inclusive Economies*, 23-51, dostupno na www.oecd.org/publishing/corrigenda.
- Borzaga, C. i Galera, G. (2012) *New Opportunities for Cooperatives in the Changing Landscape of the Welfare Systems*, u Heiskanen et al. (ur.) *New Opportunities for Co-operatives: New Opportunities for People*, dostupno na www.helsinki.fi/ruralia
- Borzaga, C. i Galera, G. (2014) *New Trends in the Nonprofit Sector in Europe: The Emergence of Social Enterprises*, u Ericka Costa, Lee D. Parker, Michele Andreaus (ur.), *Accountability and Social Accounting for Social and Non-Profit Organizations* (Advances in Public Interest Accounting, Volume 17), Emerald Group Publishing Limited, 89-110.
- Bridge, S., Murtagh, B. i O'Neill, K. (2014) *Understanding Social Economy and The Third Sector*, Hampshire: Palgrave Macmillan.

- Bruni, L. i Zamagni, S. (2007) *Civil Economy – Efficiency, Equity, Public Happiness*, Bern: Peter Lang AG.
- Chaves, R., Monzón Campos, J. L. (2010) Socijalna ekonomija u Europskoj uniji, *Revija za socijalnu politiku*, 17(1): 113-138.
- CIRIEC (2012) *The Social Economy in European Union*, dostupno na <http://www.eesc.europa.eu/resources/docs/qe-30-12-790-en-c.pdf>.
- Cukier, W. et al. (2011) *Social Entrepreneurship: A Content Analysis*, dostupno na <http://www.na-businesspress.com/JSIS/CukierWeb.pdf>.
- Defourny, J. (2014) *From Third Sector to Social Enterprise*, u J. Defourney, L. Hulgård i Pestoff, V. (ur.) *Social Enterprise and the Third Sector – Changing European Landscapes in a Comparative Perspectives*, Abingdon: Routledge, 17-42.
- Defourny, J. i Nyssens, M. (2010) *Social enterprise in Europe: At the crossroads of market, public policies and third sector*, dostupno na www.sciencedirect.com.
- Defourny, J. i Nyssens, M. (2012) *The EMES approach of social enterprise in a comparative perspective* WP No. 12/03, dostupno na www.emes.net.
- Defourny, J. i Nyssens, M. (2013) *Social Enterprise*, u Kevin Hart, Jean-Louis Laville i Antonio David Cattani, *The Human Economy*, Cambridge: Polity Press: 284-292.
- Defourny, J. i Nyssens, M. (2014) *The EMES Approach of Social Enterprise in a Comparative Perspective*, u J. Defourney, L. Hulgård i Pestoff, V. (ur.) *Social Enterprise and the Third Sector – Changing European Landscapes in a Comparative Perspectives*, Abingdon: Routledge, 42-66.
- Denny, S. i Seddon, F. (2014) *Social Enterprise – Accountability and Evaluation around the World*, London: Routledge.
- Dinerstein, A.C. (2014) *The Hidden Side of Social and Solidarity Economy Social Movements and the „Translation“ of SSE into Policy (Latin America)*, dostupno na <http://www.unrisd.org/80256B3C005BCCF9/search/B399D2E1D5EC83DFC1257D3A004512A4?OpenDocument>.
- Drayton, B. (2006) *Everyone a Changemaker – Social Entrepreneurship's Ultimate Goal*, dostupno na www.ashoka.org.
- Etchart et al. (2014) *The State of Social Entrepreneurship in Romania – SEFORIS Country Report*, dostupno na http://www.seforis.eu/upload/reports/Country_Report_Romania.pdf.
- European Economic and Social Committee (2012) *Opinion on the „Proposal for a Regulation of the European Parliament and of the Council on European Social Entrepreneurship Funds“ COM(2011) 862 final — 2011/0418 (COD)*, Official Journal of the European Union 2012/C 229/55, dostupno na <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=celex:52012AE1294>.
- European Economic and Social Committee (2012) *Opinion on „Social entrepreneurship and social enterprise“ (exploratory opinion)*, Official Journal of the European Union 2012/C 24/01, dostupno na http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=uriserv:OJ.C_.2012.024.01.0001.01.ENG.
- European Commission (2013) *Social Economy and Social Entrepreneurship*, Social Europe Guide Vol. 4, dostupno na <http://ec.europa.eu/social/main.jsp?catId=738&langId=en&pubId=7523>
- European Commission (2011) *Social Business Initiative – Creating a favourable climate for social enterprises, key stakeholders in the social economy and innovation*, EC, COM(2011)682, dostupno na <http://eurlex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2011:0682:-FIN:EN:PDF>

- European Commision (2014) *Strasburška deklaracija*, dostupno na http://ec.europa.eu/internal_market/conferences/2014/0116-social-entrepreneurs/docs/strasbourg-declaration_hr.pdf.
- European Parliament (2009) *Report on Social Economy*, 2008/2250(INI), dostupno na URL: http://www.socialeconomy.eu.org/IMG/pdf/http___www-euoparl-europaeu_sides_get-Doc.pdf.
- European Parliament and Council (2013) *REGULATION (EU) No 346/2013 of 17 April 2013 on European social entrepreneurship funds*, dostupno na <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2013:115:0018:0038:EN:PDF>.
- Frankel, C. i Bromberger, A. (2013) *The Art of Social Entrerprise – business as if People Matte-red*, Gabriola Island: New Society Publishers.
- Galera, G. (2010) *Social enterprises and the integration of disandvantaged workers*, u Leonardo Becchetti i Carlo Borzaga (ur.), *The Economics of Social Responsibility – The World of Social Enterprises*, Oxon: Routledge: 105-123.
- Galera, G. (2015) *Analyzing Social Enterprise Research from a European Perspective*, dostupno na http://www.negociossociais.ufpr.br/wordpress/wp-content/uploads/2015/05/CURITI-BA_MAY42015_giuliagalera-ULTIMISSIONO.pdf.
- Gardin, L. (2014) *Solidarity-based initiatives: Field realities and analysis*, u J. Defourney, L. Hulgård i Pestoff, V. (ur.) *Social Enterprise and the Third Sector – Changing European Landscapes in a Comparative Perspectives*, Abingdon: Routledge: 114-131.
- Gonin et al. (2013) *Toward a Statistically Robust Assessment of Social and Solidarity Economy Actors. Conceptual Development and Empirical Validation*, dostupno na www.emes.net.
- Gordon, M. (2013) *The Development and Application of a Typology of Social Enterprise ‘Traditions’*, dostupno na www.emes.net.
- Hausner, J. (2009) *Social Economy and Development in Poland*, u Ash Amin, *The Social Economy – International Perspectives on Economic Solidarity*, London: Zed Books: 208-231.
- Hart, K., Laville, J-L., i Cattani, A.D. (2013) *The Human Economy*, Cambridge: Polity Press.
- Hillenkamp, I., Lapeyre, F. i Lemaître, A. (2013) *Solidarity Economy as Part of Popular Security Enhancing Practices*, dostupno na [http://www.unrisd.org/80256B42004CCC77/%28httpInfoFiles%29/1C0DAE8AADFDA570C1257B72003433BC/\\$file/Hillenkamp%20Lapeyre%20Lemaitre%20draft%20paper.pdf](http://www.unrisd.org/80256B42004CCC77/%28httpInfoFiles%29/1C0DAE8AADFDA570C1257B72003433BC/$file/Hillenkamp%20Lapeyre%20Lemaitre%20draft%20paper.pdf).
- Hulgård, L. (2013) *Social Entrepreneurship*, u Kevin Hart, Jean-Louis Laville i Antonio David Cattani, *The Human Economy*, Cambridge: Polity Press: 293-300.
- Hulgård, L. (2014) *Social Enterprise and the Third Sector: – innovative service delivery or a non-capitalist economy?*, u J. Defourney, L. Hulgård i Pestoff, V. (ur.), *Social Enterprise and the Third Sector – Changing European Landscapes in a Comparative Perspectives*, Abingdon: Routledge: 66-85.
- Hulgård, L. (2015) *The Emergence of Social Entrepreneurship – TEDx Talks*, dostupno na <https://www.youtube.com/watch?v=dHdvFAs3BrQ>.
- ICF (2014) *A map of social enterprises and their eco-systems in Europe*, London: ICF Consulting Services Limited.
- ICF (2014a) *A map of social enterprises and their eco-systems in Europe – Country Report: Poland*, London: ICF Consulting Services Limited.
- ICF (2014b) *A map of social enterprises and their eco-systems in Europe – Country Report: Romania*, London: ICF Consulting Services Limited.
- ICF (2014c) *A map of social enterprises and their eco-systems in Europe – Country Report: Slovenia*, London: ICF Consulting Services Limited.

- ICF (2014d) *A map of social enterprises and their eco-systems in Europe – Country Report: Greece*, London: ICF Consulting Services Limited.
- ICF (2014e) *A map of social enterprises and their eco-systems in Europe – Country Report: Czech Republic*, London: ICF Consulting Services Limited.
- ICF (2014f) *A map of social enterprises and their eco-systems in Europe – Country Report: Croatia*, London: ICF Consulting Services Limited.
- ILO (2011) *Social and Solidarity Economy: Our common road towards Decent Work*, dostupno na http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_emp/---emp_ent/---coop/documents/instructionalmaterial/wcms_166301.pdf.
- ILO (2014) *Social and Solidarity Economy: Towards Inclusive and Sustainable Development*, dostupno na http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_emp/---emp_ent/---coop/documents/publication/wcms_329359.pdf.
- KMU & TSE (2007) *Study on Practices and Policies in the Social Enterprise Sector in Europe*, dostupno na <http://www.ess-europe.eu/sites/default/files/publications/files/getdocument.pdf>
- Levenson Keohane, G. (2013) *Social Entrepreneurship for the 21st Century – Innovation Across the Nonprofit, Private, and Public Sectors*, New York: McGraw-Hill.
- Laville, J-L., Lévesque, B. i Mendell, M. (2007) *The Social Economy. Diverse Approaches and Practices in Europe and Canada*, dostupno na http://www.oecd-ilibrary.org/diverse-approaches-and-practices-in-europe-and-canada_5kzr60pz23hf.pdf;jsessionid=ahp4b7s0ubk6k.x-oecd-live-03?contentType=%2fns%2fChapter&itemId=%2fcontent%2fchapter%2f9789264039889-7-en&mimeType=application%2fpdf&containerItemId=%2fcontent%2fserial%2f19901097&accessItemIds=.
- Laville, J-L. (2013) *Solidarity Economy*, u Kevin Hart, Jean-Louis Laville i Antonio David Cattani, *The Human Economy*, Cambridge: Polity Press: 225-235.
- Laville, J-L. (2013) *The Social and Solidarity Economy – A Theoretical and Plural Framework*, dostupno na <http://www.unrisd.org/80256B3C005BCCF9/search/228DBE3C0DE3D2D-3C1257B5F00699C58?OpenDocument>.
- Laville, J-L. (2014) *The Social and Solidarity Economy: A theoretical and Plural Framework*, u J. Defournay, L. Hulgård i Pestoff, V. (ur.) *Social Enterprise and the Third Sector – Changing European Landscapes in a Comparative Perspectives*, Abingdon: Routledge: 102-114.
- Lechat, N. (2009) *Organizing for the Solidarity Economy in South Brazil*, u Ash Amin, *The Social Economy – International Perspectives on Economic Solidarity*, London: Zed Books: 159-175.
- Leś, E. (2004) *Co-operatives in Poland: from state-controlled institutions to new trends in co-operative development*, u Carlo Borzaga i Roger Sprear (ur.), *Trends and Challenges for Co-operatives and Social enterprises in Developed and Transition Countries*, Trento: Edizioni31: 185-197.
- Lloyd, P. (2007) *The Social Economy in the New Political Economic Context*, u Antonneta Noya and Emma Clarence (ur.), *The Social Economy – Building Inclusive Economies*, 61-90, dostupno na www.oecd.org/publishing/corrigenda.
- Lopes, A. M. (2014) *Solidarity-Based Economy and Social Inclusion: Unisol Brazil, a New Kind of Brazilian Cooperatives*, u ILO *Social and Solidarity Economy: Towards Inclusive and Sustainable Development*, dostupno na http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_emp/---emp_ent/---coop/documents/publication/wcms_329359.pdf: 35-52.
- Mair, J. i Marti, I. (2006) *Social entrepreneurship research: A source of explanation, prediction, and delight*, dostupno na <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1090951605000544>.

- Marques, J.S. (2014) *Social and Solidarity Economy – Between Emancipation and Reproduction*, dostupno na <http://www.unrisd.org/80256B3C005BCCF9/search/5A8827ACCEA7CF-51C1257CA2005BD240?OpenDocument>.
- Martin, R. L. i Osberg, S. (2007) *Social Entrepreneurship: The Case for Definition*, dostupno na http://ssir.org/articles/entry/social_entrepreneurship_the_case_for_definition.
- McMurtry, J.-J. (2013) *Prometheus, Trojan Horse or Frankenstein? The Social and Solidarity Economy as Community Creation, Market Wedge, or State Monster*, dostupno na <http://www.unrisd.org/80256B3C005BCCF9/search/B80A7B90B7188A45C1257B5F0048A-EB6?OpenDocument>.
- Millstone, C. (2013) *The Potential of Social and Solidarity Economy (SSE) Organizations to Complement or Replace Publicly Traded Companies in the Provision of Goods and Services*, dostupno na [http://www.unrisd.org/80256B42004CCC77/%28httpInfoFiles%29/8EDE-666368A12E10C1257B720035E9D0/\\$file/Millstone%20draft%20paper.pdf](http://www.unrisd.org/80256B42004CCC77/%28httpInfoFiles%29/8EDE-666368A12E10C1257B720035E9D0/$file/Millstone%20draft%20paper.pdf).
- Morais, L. P. (2014) *Social and Solidarity Economy and South–South and Triangular Cooperation in Latin America and the Caribbean: Contributions to Inclusive and Sustainable Development*, u: *ILO Social and Solidarity Economy: Towards Inclusive and Sustainable Development*, dostupno na http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_emp/---emp_ent/---coop/documents/publication/wcms_329359.pdf: 67-95.
- MRMS (2015) *Strategija razvoja društvenog poduzetništva u Republici Hrvatskoj za razdoblje od 2015. do 2020. godine*, dostupno na <http://www.mrms.hr>.
- Neamtan, N. (2002) *The Social and Solidarity Economy: Towards an 'Alternative' Globalisation*, dostupno na http://unesco.ca/~media/pdf/unesco/social_and_solidarity_economy.pdf?mw=1382.
- Noya, A. i Clarence, E. (ur.) (2007) *The Social Economy – Building Inclusive Economies*, dostupno na www.oecd.org/publishing/corrigenda.
- Noya, A. (ur.) (2009) *The Changing Boundaries of Social Enterprises*, Paris: OECD.
- Noya, A. (2014) *Social Economy and Social Entrepreneurship*, u *ILO Social and Solidarity Economy: Towards Inclusive and Sustainable Development*, dostupno na http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_emp/---emp_ent/---coop/documents/publication/wcms_329359.pdf: 165-183.
- OECD (2013) *Policy Brief on Social Entrepreneurship – Entrepreneurial Activities in Europe*, dostupno na http://www.oecd.org/cfe/leed/Social%20entrepreneurship%20policy%20brief%20EN_FINAL.pdf.
- Petričević, T. (2012) *Zakonodavni i institucionalni okvir za razvoj društvenog poduzetništva u Jugoistočnoj Europi*, Čakovec: CEDRA.
- Pierce, J. (2009) *Social Economy: Engaging as a Third System?*, u Ash Amin, *The Social Economy – International Perspectives on Economic Solidarity*, London: Zed Books: 22-33.
- Restakis, J. (2006) *Defining the Social Economy – The BC Context*, dostupno na www.msvu.ca.
- Ridley-Duff, R. & Bull, M. (2013) *Understanding Social Enterprise – Theory & Practice*, London: SAGE Publications.
- RIPESS (2015) *Global Vision for a Social Solidarity Economy: Convergences and Differences in Concepts, Definitions and Frameworks*, dostupno na <http://www.ripest.org/ripest-releases-its-global-vision-of-sse/?lang=en>.
- Salamon, L. M. i Sokolowski, S. W. (2014) *The third sector in Europe: Towards a consensus conceptualization*, Working Paper NO. 02/2014, dostupno na <http://thirdsectorimpact.eu/>.
- Salvatori, G. (2013) *Policy and legal framework: The case of the Social Cooperative in Italy*, dostupno na [https://sseacb.wikispaces.com/file/view/The+Case+of+the+Social+Cooperative+in+Italy+-+English+\(SSEA2013\).ppt](https://sseacb.wikispaces.com/file/view/The+Case+of+the+Social+Cooperative+in+Italy+-+English+(SSEA2013).ppt).

- SEA (2015) *What is Social Enterprise?*, dostupno na <https://socialenterprise.us/about/social-enterprise/>.
- SEFORIS (2014) *The State of Social Entrepreneurship – The Financing of Social Enterprises*, dostupno na www.seforis.eu.
- Skoll Foundation (2007) *Jeff Skoll Opening Remarks to the 2007 Skoll World Forum: „From the Margins of Society to the Mainstream of Our Larger World“*, dostupno na <http://www.skollfoundation.org/jeff-skoll-opening-remarks-to-the-2007-skoll-world-forum-from-the-margins-of-society-to-the-mainstream-of-our-larger-world/>
- Social Economy Europe (2015) *Social Economy... Taking back the initiative*, dostupno na http://ec.europa.eu/internal_market/social_business/docs/expert-group/geces/livre-blanc_en.pdf.
- Šimleša i dr. (2015) *Mapiranje novih obzora – stanje društvenog poduzetništva u Hrvatskoj 2015*, Zagreb: Institut društvenih znanosti Ivo Pilar.
- Taylor, M. (2013) *Community Participation*, u Kevin Hart, Jean-Louis Laville i Antonio David Cattani, *The Human Economy*, Cambridge: Polity Press: 236-247.
- Tortia, E. (2010) *The impact of social enterprises on output, employment and welfare*, u Leonardo Becchetti i Carlo Borzaga (ur.), *The Economics of Social Responsibility – The World of Social Enterprises*, Oxon: Routledge: 55-72.
- UN Inter-Agency TFSSE (2014) *Social and Solidarity Economy and the Challenge of Sustainable Development*, dostupno na <http://www.unrisd.org/80256B3C005BCCF9/search/4FB6A60F1DBA5995C1257D1C003DAA2A?OpenDocument>.
- Utting, P., van Dijk, N. i Matheï, M-A. (2014) *Social and Solidarity Economy – Is There a New Economy in the Making?*, dostupno na <http://www.unrisd.org/80256B3C005BCCF9/search/AD29696D41CE69C3C1257D460033C267?OpenDocument>.
- Utting, P. (2015) *Social and Solidarity Economy – Beyond the Fringe*, London: Zed Books.
- Vidović, D. (2012). *Socijalno poduzetništvo u Hrvatskoj*. Doktorska disertacija. Zagreb: Filozofski fakultet, Sveučilište u Zagrebu.
- Vieta, M. (2014) *Saving More than Jobs: Transforming Workers, Businesses and Communities through Argentina's Worker-Recuperated Enterprises*, u ILO *Social and Solidarity Economy: Towards Inclusive and Sustainable Development*, dostupno na http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_emp/---emp_ent/---coop/documents/publication/wcms_329359.pdf: 5-34.
- Wilkinson and Pickett (2010) *The Spirit Level – Why Equality is Better for Everyone*, London: Penguin Books.