

Развој социјалног предузетништва и перспектива његове даље афирмације у свеопштем развоју Србије

The development of social entrepreneurship and the perspective of its further affirmation in the overall development of Serbia

Јован Митровић*

Универзитет у Приштини, Економски факултет са привременим седиштем у Косовској Митровици

Владимир Митровић**

студент докторских студија, Универзитет у Београду, Факултета организационих наука

Сажетак: Модел социјалне економије у Европи се све више шири, добија на значају и може се сматрати једним од темеља европског пројекта интеграције. Носиоци ове економије су различити актери, који појединачно или међусобним удруживањем стварају удружења, организације, задруге или предузећа, који ће задовољити потребе циљних социјалних група или заједница. У раду се објашњава у чему је суштина социјалног предузетништва и прате се његов развој и улога у привредном животу Србије. У том смислу, наводи се неколико примера социјалних предузећа, која на нов начин пружају социјалне услуге, решавају проблеме маргинализованих група и заштите животне средине, као и начин организовања нових пословних модела у оквиру модела интеграције франшизе. У посебном делу идентификовани су подстицајни фактори развоја, као и ограничења која прате развој социјалног предузетништва. На крају, на основу сагледане анализе социјалног предузетништва, а у циљу његове даље афирмације у Србији, предложене су и мере које треба да спроводе доносиоци економских, социјалних и политичких одлука.

Кључне речи: социјална економија, социјално предузетништво, стање, мере, развој

Abstract: The model of social economy in Europe is expanding and gaining momentum, and can thus be considered as one of the pillars of European integration project. The holders of this economy are various actors who, individually or jointly, create associations, organizations, cooperatives or enterprises that will satisfy the needs of target social groups or communities. The paper explains the essence of social entrepreneurship and follows its development and role in the economy life of Serbia. Several examples of social enterprises are given, who provide social services in innovative ways, solve the problems of marginalized groups, environment protection, as well as the ways of organizing new business models within the model of franchise integration. In a separate part, incentive developmental factors as well as limitations following the development of social entrepreneurship are identified. Finally, on the basis of the analysis of social entrepreneurship, with the aim of its further affirmation in Serbia, the measures that economic, social and political decision makers should implement are given.

Keywords: social economy, social entrepreneurship, situation, measures, development

* ✉ jovan.mitrovic@pr.ac.rs

** ✉ vladam338@gmail.com

Увод

Социјална економија подржава квалитет живота у целој заједници, ствара бројне прилике и могућности да се задовоље потребе без угрожавања интереса других. То је она економија која прихвата одговорност, негује солидарност, праведно користи и дели ресурсе и поштује одрживост. Она посредством социјалних предузећа ствара пословни модел који је усмерен на вештине и способност људи уместо на њихове недостатке, како би се унапредиле социјалне вештине и запошљавање људи који би иначе имали тешкоћа да нађу посао. Социјално предузетништво у Србији почело је да привлачи пажњу креатора јавних политика после 2008. године, када се економска ситуација знатно погоршала и када су доносиоци одлука и стручна јавност били приморани да почну активније да траже иновативна решења за економске проблеме, у првом реду како да реше проблем незапослености. Србија је с тим циљем предузела одређене мере како би се подстакло социјално предузетништво, пре свега побољшањем законског оквира и програмских мера, као и умрежавањем социјалних предузетника и организација цивилног сектора, како би се њиховом међусобном сарадњом, разменом знања, искустава и информација, допринело развоју социјалног предузетништва. Циљ овог рада јесте да се сагледа досадашњи развој социјалног предузетништва у Србији, као и могућности његовог даљег развоја. Полазна хипотеза јесте да социјално предузетништво доприноси развоју економије засноване на солидарности. У раду се идентификује и анализира неколико примера социјалног предузетништва, као и неке њихове нове улоге за свеопшти дрштвени развој Србије. Надаље, апострофирани су подстицајни фактори и ограничења развоја социјалног предузетништва, као и кључне мере подршке његовом развоју. Рад се састоји од истраживања теоријског карактера, које је реализовано у складу с техникама научноистраживачког рада. Теоријска анализа предмета истраживања подржана је сазнањима из међународне и домаће научне и стручне литературе, односно сазнањима аутора који су у својим радовима анализирали проблематику која је предмет истраживања у овом раду.

1. Шта је социјална економија?

Концепт одрживог развоја (*sustainable development*) подразумева процес према постизању равнотеже између привредних, социјалних и еколошких захтева, како би се осигурало „задовољење потреба садашње генерације без угрожавања могућности будућих генерација да задовоље своје потребе“ (Federal Office for Spatial Development). Очигледно је да императивни концепт одрживог развоја има веома снажну еколошку димензију, што се везује за чињеницу да је дискусија о одрживом развоју у почетку била заснована на питањима еколошког модерновања и уско повезана с иновацијама у политици заштите животне средине. Ипак, не сме се заборавити да се велика пажња мора поклонити и

социјалној компоненти, јер се благостање народа не базира само на похлепној трци за сопственом коришћу. Без обзира на то што се систем слободног тржишта сматра најделотворнијим начином стварања богатства, користи се морају равномерније расподелити. И бројне анализе неокласичара привредне равнотеже указивале су на то да је стање савршене конкуренције могуће једино уз оптималне економске резултате и максимално благостање потрошача (Бецић и Крстић, 2013, стр. 203). Последњих деценија, у Европи се пажња све више посвећује социјалној економији, као начину да се ублаже последице глобализације, технолошког напретка и економских криза. У социјалној економији као делу економске стварности се „узајамно преплићу питања социјалног укључивања, благостања, социјалног старања и социјалног капитала са акцентом на одрживи развој“ (CDOP, 2019, стр. 1). Понекад се о социјалној економији говори и као о спектру алтернативних модела окупљених око вредности хуманизма, демократије, солидарности, инклузије, супсидијарности, диверзитета, креативности, одрживог развоја, једнакости, правде, поштовања и плурализма (Јаковљевић, 2018). Европска комисија је 2007. године Повељом принципа социјалне економије дефинисала њена основна начела: а) предност појединца и друштвених циљева у односу на капитал и добит; б) добровољно и отворено чланство; в) демократско управљање; г) усклађеност општег интереса и интереса чланова; д) поштовање начела солидарности и одговорности, њ) аутономија у организовању и управљању, е) усмеравање већинског дела добити на остварење друштвених циљева (European Economic and Social Comite, 2017, стр. 2).

Важно је разумети да у савременом свету, а нарочито у Средњој и Источној Европи, „просто је опасно“ тржишну привреду изједначавати са благостањем које је тржишни поредак створио у Западној и Јужној Европи. Сходно томе, рад, екологија и социјално обезбеђивање садашњости и будућности, морају постати згуснути, испреплетани и реинтегрисани у легитимном, вредносно оријентисаном и социјално уравнотеженом друштву, које развија усмерену тржишну привреду. Јер, нема економске будућности ако се земља организује „као колективни парк за слободно време“. Чињеница је да се модел социјалне економије у Европи све више шири, добија на значају и може се сматрати једним од темеља европског пројекта интеграције. Доприносећи развоју економије засноване на солидарности, социјална економија помаже државама чланицама Европске уније да постигну низ кључних циљева, као што су стварање и очување радних места, друштвена инклузија, социјалне иновације, рурални развој, заштита животне средине и др. У већем делу Европе је прихваћена потреба за постојањем другачијих, неокласичних видова пословања, који се не заснивају искључиво на стварању профита (који доминира тржиштем). Принципи либералне економије нису универзално применљиви свуда и на сваком месту, постоје значајни делови заједнице који су особени и неретко на

маргини, али ипак имају потребу да се на одговарајући начин укључе у нормалне токове живота и пословања. Управо у случају оваквог проблема на сцену треба да ступи социјална економија, која подразумева примат социјалних циљева у односу на економске, при чему се социјални циљеви остварују економским начином деловања. Охрабрујуће је видети да све више актера посматра социјалну економију и социјална предузећа као начин за борбу против социјалне и економске искључености.

Социјалну економију чини широка лепеза економских активности које се одвијају у простору између тржишта, државе и нетржишног сектора (традиционалне активности породичног и комшијског удруживања) с циљем остварења одређених социјалних и економских погодности за грађане. Носиоци ове економије су различити актери који појединачно или међусобним удруживањем стварају удружења, организације, задруге или предузећа који ће задовољити потребе циљаних социјалних група или заједница. Иако уопште није једноставно обрадити и класификовати ову врсту пословања, пре свега због различитог схватања и статуса социјалног предузетништва у различитим државама, сматра се да у Европској унији око два милиона правних субјеката, са око 14,5 милиона запослених (6,5% радног становништва) послује по принципима социјалне економије (О социјалном предузетништву – Социјално предузетништво). При томе, социјална економија обухвата читав низ институција подршке које су усмерене ка развоју локалне економије, човека и очувања екосистема, па тако настају универзитети, финансијске институције, медији, центри подршке, институти који настоје створити оквир за развој праведнијег и човеку примеренијег друштва.

Циљ благостања мора бити контролисан, а социјални инжењеринг продуктивно постављен од стране макроекономских управљача. Егзистенција не може бити жртва структурних реформи, нити баласт послодавцима (Ристић, 2014, стр. 90). Сходно томе, европски развојни модел карактерише балансирање економских и социјалних перформанси, те квалитет живота, као врхунски европски приоритет. У дистрибуцији профита и дивиденди Европа по правилу бира стратегију социјалне стабилности, настојећи да избегне непотребне трошкове социјалне кохезије. Са те стране Европа не пати од релативно високог учешћа државе у друштвеном производу. Фискална редистрибуција националног дохотка у распону 45–55% не сматра се штетном, пошто је директна улога државе у привреди Европе „здравија“ него у САД и Јапану, чије владе прерасподељују друштвени производ с упола мањим коефицијентом (Henzler, 1992).

2. Појам и карактеристике социјалног предузетништва

Социјално предузетништво је посебно по томе што се бави применом практичних, иновативних и одрживих приступа остваривању користи друштва

генерално, с нагласком на маргинализоване и сиромашне друштвене групе. При томе, социјално предузетништво треба разликовати од других приватних иницијатива са социјалном мисијом, фокусираних ка општем добру, као што су добротворство или филантропија. Социјално предузетништво свој производ или услугу пласира на тржиште и остварује профит, али оно по чему се разликује јесте начин на који тај профит користи. Наиме, остварени профит не служи за увећање имовине власника, већ се реинвестира у развој капацитета самог предузећа или јавни интерес. На тај начин, цео процес постаје користан за социјално предузеће и за заједницу (Драшковић и Лојпур, 2014, стр. 20).

Актери социјалног предузетништва последњих година постају препознатљиви као социјални предузетници који на одрживи начин воде своја предузећа у корист радника и локалне заједнице. Социјални предузетници препознају друштвене проблеме и проналазе иновативне начине за остваривање позитивних промена, као што су: отварање нових радних места, запошљавање људи који теже долазе до посла, образовање, задовољавање здравствених и културних потреба, јавних услуга, очувања животне средине. Социјално предузетништво има важну улогу у реализацији одрживог развоја и примат у свету добијају социјалне иновације (Дракулић и Будимчевић, 2016, стр. 4). У многим земљама социјално предузетништво је доказало своју одрживост и исплативост. Да је оно прави приступ, потврђује чињеница да се у развијеним земљама и до 10% БДП-а остварује од овог облика пословања. Такође, на нивоу ЕУ ове организације чине близу 10 процената свих малих и средњих предузећа (Стаменовић, 2019). Вероватно је зато Европска комисија овај модел пословања препознала као бизнис модел 21. века (Социјално предузетништво. ПроизводиСе).

Социјално предузетништво се широко користи и може се доста широко применити на читав спектар институција и организација. У литератури постоји веома разнолико дефинисање социјалног предузетништва. Једна група аутора гледа на социјално предузетништво као непрофитну иницијативу у потрази за алтернативним стратегијама финансирања или системима управљања за стварање друштвене вредности (Austin, Stevenson, & Wei-Skillern, 2006). Друга група аутора посматра социјално предузетништво као друштвено одговорне праксе комерцијалних предузећа ангажованих у међусекторском партнерству (Sagawa & Seagal, 2000, стр. 105–122). Трећа пак група гледа на социјално предузетништво као на средство за ублажавање социјалних проблема и катализатор друштвених трансформација (Alvord, David Brown, & Letts, 2004, стр. 260–282).

На основу више разматрања социјалног предузетништва може се издвојити неколико његових кључних обележја по којима се препознаје његов феномен и разумеју његове специфичности.

- Мотив бављења социјалним предузетништвом јесте решавање друштвених проблема или повећање друштвене користи и доприноса заједници, а не решавање искључиво индивидуалног или групног проблема или увећање имовине (профита).
- Ради се о предузетничкој активности која је самоодржива и која ствара нову вредност на тржишту робе и услуга.
- Остварени профит из пословања користи се првенствено за остваривање друштвених/социјалних циљева и реинвестира се у пословање или директно распоређује за друштвену корист.
- Управљање послом спроводи се у складу с најбољим пословним праксама, док је одлучивање о битним питањима пословања засновано на принципу један човек – један глас, партиципацији запослених и других заинтересованих, или на капиталу, односно улозима власника.
- Постоји одређени систем напора којим се контролише испуњавање друштвене мисије (Стање и перспективе развоја социјалног предузетништва у Републици Српској, 2016, стр. 6).

Социјално предузетништво односи се на све правне форме пословних субјеката – задруге, удружења грађана, фондације, предузећа за професионалну рехабилитацију и запошљавање особа са инвалидитетом, пословни инкубатори и зависна *spin off* предузећа, развојне агенције, друштва са ограниченом одговорношћу (ДОО) и др. Ово зависи од специфичности у различитим земљама, од тога да ли постоји посебан закон или национална стратегија која регулише њихово оснивање и пословање, каква је традиција солидаристичког организовања у економским активностима, какве мере финансијске подршке постоје и тако даље.

Социјално предузеће је ужи појам од социјалног предузетништва (Социјално/друштвено предузетништво). Европска комисија користи појам социјалног предузећа за следеће врсте послова: а) оне код којих је друштвени или социјални циљ основни разлог за комерцијалне активности и који често имају облик друштвене иновације; б) оне код којих се профит углавном реинвестира како би се остварили постављени друштвени циљеви; в) оне код којих начин организовања и управљања, те права власника, одсликавају мисије предузећа, користе демократске и партиципативне принципе или принципе социјалне правде (European Comision, 2011).

Грегори Диз (J. Gregory Dees) категорички дефиниција социјалних предузећа у две основне групе: а) социјална предузећа, и б) социјалне иновације (Dees & Anderson, 2006). Он је свој закључак засновао на уверењима Жан-Батиста Сеја и Шумпетера, који су тврдили да предузетници побољшавају производне капацитете друштва и доводе до креативне деструкције која покреће

економске промене. Диз је држао до мишљења да исто вреди и за социјалне предузетнике, који раде то исто с друштвеним променама, стварајући нове комбинације људи и ресурса које значајно побољшавају друштвене капацитете за решавање проблема (Bornstein & Davis, 2010, стр. 1).

Социјално предузетништво као пословни модел може бити добар начин за остваривање стабилног извора финансирања невладиних организација које желе мању зависност од донатора и дугорочну одрживост својих програма. Подстицање социјалног предузетништва одвија се различитим субвенцијама и посредством помоћи у администрацији и менаџменту. Социјално предузеће половину средстава од остварене добити након опорезивања може да реинвестира у даље пословање, а другу половину упућује у буџетски фонд за подстицај даљег развоја социјалног предузетништва. Даље, веома је значајна припрема за социјално запошљавање, које подразумева подизање нивоа образовања, стицање потребних знања и вештина, подизање свести о друштвено одговорним активностима, ресоцијализацији и др. За таква предузећа, као подстицај, значајно је омогућити и одређене фискалне олакшице, управо због користи за друштво које овакве организације имају (кроз процес реинвестирања). Коначно, значај се огледа у броју новозапослених који су постали корисни за заједницу.

3. Развој социјалног предузетништва у Републици Србији

Зачеци социјалног предузетништва у Републици Србији датирају још од средине 19. века, када су основане прве пољопривредне и кредитне задруге. Пољопривредне задруге у Краљевини Југославији су у првим деценијама 20. века чиниле највећи део свих задруга. У периоду после Другог светског рата задруге су постале интегрисане део економског система, а значајна имовина у пољопривреди потпала је под контролу државе (European Movement in Serbia, 2010, стр. 20). Тада је посебан значај придаван и оснивању предузећа за запошљавање особа с инвалидитетом, што је био начин да се и они укључе на тржиште рада и у друштво у целини. У ствари, то су била предузећа која су имала најсличнији концепт данашњим социјалним предузећима (Borzaga, Galera, & Nogales, 2008, стр. 104–138). Током деведесетих година, цивилни сектор почео је да расте, и у том периоду се углавном бавио заштитом људских права. Незнатан број невладиних организација се у том периоду бавио особама из социјално угрожених и рањивих група. После политичких и друштвених промена 2000. године, у Србији су се многе невладине организације (НВО) преоријентисале на решавање нових друштвених проблема, као што је ублажавање негативних последица транзиције и помоћ рањивим и slabим групама. Тада су НВО изашле незнатно на тржишта, настојећи да остварују један део прихода на њима. У 2003. години Министарство за социјална питања основало је Фонд за социјалне иновације (ФСИ), који је дао важну подршку за

стварање локалних социјалних предузећа (Golicin & Ognjanov, 2010, стр. 8–9). С обзиром на то да пре 2000. године социјалне услуге на локалном нивоу нису биле развијене, то је главни циљ ФСИ био да пружи финансијску подршку и подржи изградњу капацитета нових социјалних услуга на локалном нивоу. Треба рећи да је ФСИ радио неколико година и да је у том периоду апсорбовао више милиона евра међународне помоћи у виду донација (ЕУ, UNDP, норвешког Министарства спољних послова и британског Министарства за међународни развој) (Golicin & Ognjanov, 2010, стр. 10–11). Од тих средстава ФСИ је финасирао више стотина пројеката и подржао оснивање нових пружаоца социјалних услуга у 100 општина у Србији. Пројекти су укључивали дневне центре, кућну негу за старе, пензионерске клубове, програме за инвалиде итд. Осим ФСИ, основан је и Фонд за финасирање инвалидских удружења, тако да су оба фонда помогла да се покрену невладине организације које пружају услуге социјалне заштите. Неке од тих невладиних организација постале су самоодрживе и наставиле су да се финасирају од стране локалне самоуправе.

У последњој деценији развоју социјалног предузетништва допринео је невладин сектор. Пре свега, то су следеће најактивније невладине организације: Група 484, Европски покрет у Србији, TRAG фондација, IDC Serbia, SeCons, SMART Колектив. Поред тога, развој социјалног предузетништва потпомогнут је и успостављањем неколико мрежа невладиних организација и социјалних предузетника, као што су: Коалиција за развој социјалног предузетништва (KorSP), Мрежа социјалне економије Србије (SENS), Форум социјалних предузетника, Мрежна организација за децу Србије (MODS). Задатак који су ове мреже себи поставиле био је да окупљају локалне НВО и социјалне предузетнике и да нуде платформу за заједничко решавање проблема, да сарађују, лобирају и популаришу концепт социјалног предузетништва.

Социјално предузетништво је 2008. године, због глобалне економске кризе, када је почела да се погоршава економска ситуација и у Србији, да расту незапосленост и стопа сиромаштва, препознато као алтернативан начин пословања који би омогућио стварање радних места за рањиве групе. Тако су ресорна министарства ангажована на побољшању законског оквира који би подстакао социјално предузетништво. У новим законским решењима подржан је концепт социјалног предузетништва и отворене су нове могућности за оснивање и пословање социјалних предузећа. Сада се појам социјално предузеће помиње у Закону о социјалној заштити и обезбеђивању социјалне сигурности грађана и Закону о професионалној рехабилитацији и запошљавању особа са инвалидитетом. Осим тога, нови Закон о задругама предвиђа оснивање и пословање посебног облика социјалне задруге. Такође, нови Закон о удружењима даје могућност овим правним субјектима да остварују приходе од обављања делатности, што им фактички омогућује да послују као социјална предузећа. Значај промоције социјалног предузетништва препознат је и у Стратегији за

подршку развоју малих и средњих предузећа и конкурентности за период 2015–2020. године. Коначно, закон о социјалном предузетништву, који би регулисао овај сектор, требало је да уђе у скупштинску процедуру крајем 2018. године, али још увек није усвојен.

Осим напора да се успостави и унапреди законодавни и институционални оквир за развој социјалног предузетништва, спроводе се и друге мере и активности чији је циљ да значајно допринесу његовом настанку, расту и развоју: 1) Акциони план за спровођење Националне стратегије за младе за период 2018–2020. године; 2) Програм подстицања предузетништва кроз развојне пројекте у 2019. години – до 20% субвенционисани кредити код Фонда за развој Србије; 3) Програм обуке националне агенције за регионални развој; 4) COSME – Програм ЕУ за предузећа и мала и средња предузећа за период 2014–2020. године, за који је задужено Министарство привреде; 5) Пројекат подстицања запошљавања младих, који се реализује уз помоћ организације за међународну сарадњу (GIZ), у сарадњи с Министарством омладине и спорта Републике Србије, уз подршку Министарства за рад, запошљавање, борачка и социјална питања, Министарства просвете, науке и технолошког развоја, Министарства привреде и националне службе за запошљавање и друго.

4. Кратка оцена стања социјалног предузетништва у Србији

С обзиром на то да после 2014. године није рађено ново истраживање социјалних предузећа, то се у 2019. години још увек ослањамо на закључке из поређења налаза истраживања из 2014. године (РЗС, 2014, стр. 3–65). Наиме, РЗС је у сарадњи са Групом за развојну иницијативу SeConS и невладином организацијом Група 484 урадио студију о економском утицају социјалних предузећа у Србији. Студија на прегледан начин даје стање сектора социјалне економије у Србији. Према истраживању, у укупном броју социјалних предузећа (1.196 – Табела 1), највеће учешће имале су задруге (65,6%) и удружења грађана (23,7%), док су сви остали типови социјалних предузећа чинили 10,8% од укупног броја социјалних предузећа. Од укупног броја запослених у сектору социјалних предузећа више од половине (58,6%) било је запослено у задругама, док су сви остали типови социјалних предузећа запошљавали 41,2% од укупног броја запослених у сектору социјалних предузећа. Важан налаз из наведеног истраживања говори нам да је у социјалним предузећима, поред запослених, ангажовано и 23.836 волонтера. Волонтери су пре свега ангажовани у удружењима грађана (19,1%) и фондацијама (7,4%). Када је реч о угроженим групама, њих 1.736 ради у социјалним предузећима, што чини 16,8% запослених у сектору социјалних предузећа. При томе, највећи број припадника угрожених група своје запослење нашао је у предузећима за запошљавање особа са инвалидитетом. Социјална предузећа у Републици Србији остварила су бруто додату вредност у 2012. години у износу од 6.819,2 милиона динара, што чини 0,2% БДВ Републике

Србије у тој години. У сектору социјалних предузећа највећу продуктивност имале су агенције за развој, пословни инкубатори и фондациије, а најнижу зависна предузећа и предузећа за запошљавање особа с инвалидитетом. Бруто инвестиције у основне фондове у сектору социјалних предузећа у 2012. износиле су 1.555,9 милиона динара, односно 0,2% од укупних бруто инвестиција у основне фондове у Републици Србији. Социјална предузећа осим предузетничке улоге испољавају и јаку социјалну функцију. Најчешће наведени циљеви социјалних предузећа јесу економско оснаживање и запошљавање (61,5%) и социјално-хуманитарни циљеви (15,4%). При томе, удружења грађана и фондациије првенствено су усмерени на социјално-хуманитарне циљеве и едукације, као и на информисање о кључним вредностима за које се залажу. Задруге су доминантно усмерене на економско оснаживање задругара и генерисање новог запослења. Предузећа за запошљавање особа с инвалидитетом усмерена су на запошљавање и економско оснаживање, као и на социјално-хуманитарну помоћ овим особама. Када је реч о развојним агенцијама, пословним инкубаторима и *spin off* предузећима, њихови циљеви су углавном усмерени на економско оснаживање, одрживи развој, као и едукацију и информисање (РЗС, 2014).

Табела 1. Индикатори стања сектора социјалних предузећа у Републици Србији у 2012. години

Типови социјалних предузећа	Број социјалних предузећа	%	Број запосл. у соц. пред.	%	Бруто дод. вред.	%
Задруге	785	65,6 %	6.048	58,6%	5.132,7	75,3%
Удружења грађана	283	23,7%	1.450	14,0%	717,1	10,5%
Предуз. за запош. особа са ивалитетом	45	3,8%	2.081	20,2%	377,1	5,5%
Агенције за развој	32	2,7%	335	3,2%	347,3	5,1%
Фондациије	23	1,9%	288	2,8%	182,4	3,5%
Посл. инкубатори	18	1,5%	57	0,5%	54,3	2,7%
Зависна предузећа	8	0,7%	62	0,6%	6,7	0,8%
Остало	2	0,2%	5	0,0%	1,7	0,0%
	1.196	100,00	10.326	100,0	6.819,2	100,0

Извор: РЗС, 2014, обрада аутора

Још једна студија (Цвејић, Бабовић и Вуковић, 2008) говори нам о стању социјалне економије у Србији. Налази из тог истраживања показују да је готово половина социјалних предузећа у Србији основана после 2000. године. Овоме можемо додати да најновији квалитативан увид у развој друштвених предузећа у Србији углавном потврђује налазе из квантитативних истраживања – уочава се значајан помак у структури социјалних предузећа и појављују се нова (Цвејић,

2018). Типични примери социјалних предузећа у Србији јесу: занатска задруга за израду ћилима и сувенира „Дамско срце“ из Пирота, социјална кооператива „Vivere“ из Крагујевца, удружење „Caritas“ Шабац, „Elio“ – сервис за хемијско чишћење и прање веша, удружење за подршку особама ометеним у развоју „Наша кућа“ из Београда, предузеће за професионалну рехабилитацију и запошљавање особа са инвалидитетом „Силаин“ из Ковина, „Добра торба“, „Catalyst“ из Београда и друга. Поред ових типичних социјалних предузећа у Србији, навешћемо и неке примере који представљају нову генерацију социјалних предузећа из домена пружања социјалних услуга, решавања проблема маргинализованих група, еколошких питања, као и развоја нових пословних модела. Тако је социјално предузеће „Talk&Talk“, са седиштем у Београду, организовало савремено опремљен центар за одржавање различитих врста конференција и догађаја, као и рад у заједничком простору (*coworking*). Поред пружања квалитетних услуга, циљ овог социјалног предузећа јесте побољшање социјалног статуса угрожених популација могућношћу запошљавања и издвајањем од добити предузећа (Talk&Talk, 2018). Један добар пример социјалног предузетништва јесте радња „Bagel Bejgl“, коју је основала невладина организација „ATINA“, која се годинама бави програмом заштите и укључивања жртава трговине људима и осталих облика експлоатације. Производи у овој радњи су сендвичи и колачи, а профит који се оствари њиховом продајом усмерава се у програм подршке (ATINA, 2018). Мада социјална предузећа у области екологије нису још довољно развијена, ова област ипак представља простор у којем ова предузећа могу да пронађу платформу за развој. Пример за то јесте удружење грађана „EkoBeg“, које се бави производњом разноврсних врста торби и свакодневних производа од искоришћених ПВИЦ банера из рекламних кампања, које им уступају еколошке компаније и чије производе шију жене које тешко налазе запослење (STATT WERK Beograd, 2017). Компанија „Strawberry Energy“ оријентисана је ка људима и има у себи одређену племениту компоненту унапређења локалне средине. Она нуди корисне сервисе – пуњење телефона, бежични интернет, као и мерење квалитета ваздуха и нивоа буке на одређеном месту, тако да грађани у сваком тренутку могу да виде какав ваздух удишу, која је улица најбучнија, који је парк најбољи за трчање (Милосављевић, 2018). Социјално предузеће „BIO IDEA“ пример је новог пословног модела, чија је социјална мисија производња еколошких сапуна традиционалним техникама ручне израде, с циљем очувања традиције занатске производње у Србији. При томе, људима који припадају теже упошљивим категоријама становништва нуде се бесплатне радионичке обуке за производњу сапуна и подстиче њихово samozapošljavanje и умрежавање. Посредством социјалне франшизе модел социјалне економије у Европи све више се шири, добија на значају и може се сматрати једним од темеља европског пројекта интеграције франшизе (Форум за одговорно пословање).

5. Подстицајни фактори и ограничења развоја социјалног предузетништва

Социјална предузећа у Србији поседују значајан потенцијал за развој. Међутим, како ће се и у ком правцу даље развијати умногоме зависи од успостављања динамичке равнотеже између подстицајних фактора и мера за њихов настанак, раст и развој, те промена и изазова с којима ће се у наредном периоду сусрети. Међу најважнијим подстицајним факторима развоја социјалног предузетништва у Србији посебно се издвајају: 1) позитивна искуства социјалних видова предузетништва (задруге, фондације и др.), која се могу применити у садашњој пракси; 2) могућност решавања социјалних проблема, односно пружања социјалних услуга без значајнијег ослањања на државно финансијско учешће; 3) интересовање и фондови међународних организација и институција из којих су финансијски подржана социјална предузећа, што представља додатни мотивациони потенцијал за социјално предузетништво; 4) партнерство социјалних предузећа с локалним институцијама, које се могу идентификовати не само у области пружања услуга него и другим областима; 5) партнерство социјалних предузећа с пословним сектором; 6) све веће јачање свести грађана о потреби за активнијим укључивањем у социјалну област; 7) све значајнија улога коју имају мреже као платформе за подршку социјалним предузећима, што се огледа у долажењу до квалитетних информација и нових знања (Алексић-Мирић и Лебедински, 2015, стр. 225; Цејић, 2018, стр. 8; Панић, 2014, стр. 220). Истраживање (РЗС, 2014) које смо навели показало је да социјална предузећа у Србији у просеку наилазе на мали број олакшица, односно погодности у свом пословању. Посматрајући све врсте олакшица у пословању, од свих типова социјалних предузећа, задруге их имају најмање. Главни проблем јесте свакако недостатак извора финансирања, поготову недостатак микрофинансијских елемената и погодности у процесу јавних набавки, као и неразвијеност кредитних заједница, па је приступ финансијским ресурсима код великог броја социјалних предузећа везан за пројектно финансирање, а за то је потребна подршка током читавог циклуса њиховог развоја. Посебно важан проблем јесте неадекватна правна регулатива, јер је недовољно јасан статус социјалних предузећа – шта јесте, а шта није социјално предузеће. Социјална предузећа имају проблем и са ниским ценама својих производа и услуга, као и што њихово пословање често прате и ненаплаћена потраживања. Такође, социјална предузећа имају проблем и с нелојалном конкуренцијом. Међу факторима који спутавају и отежавају њихово функционисање јесу и ниска предузетничка култура (показују изразито ниску склоност ка ризику), недовољно развијени организациони и управљачки капацитети, способност управљања финансијама, као и вештине социјалног умрежавања и интерорганизационог повезивања. Коначно, отежавајући фактор за развој социјалног предузетништва јесте и то што је предузетнички дух у Србији још увек слаб, а ни тржишна економија још увек није довољно развијена да би

успешно смањивала незапосленост, и у таквом оквиру треба реалистично планирати обим и досег социјалног предузетништва.

6. Мере подршке развоју социјалног предузетништва

Ради подстицања развоја социјалног предузетништва у Србији потребно је да држава развије свеобухватну стратегију о томе како приступити овом моделу и радити на њему. Уз то, кључне мере које би могле унапредити амбијент у овој области су следеће:

- потребно је успостављање и унапређење правног и институционалног оквира за развој социјалног предузетништва;
- потребно је успоставити јединствену евиденцију социјалних предузећа, као и разраду критеријума и правила за препознавање социјалних предузећа;
- потребно је развити систем подстицаја и олакшица за социјална предузећа, у складу са условима у Србији и потребама корисника, уз поштовање принципа здраве конкуренције;
- потребна је системска финансијска подршка развоју сектора социјалног предузетништва кроз европске фондове и програме, уз буџетско суфинансирање;
- потребна је промоција фондова који нуде бесповратна средства социјалним предузећима за запошљавање теже запошљивих група, развој и унапређење социјалних услуга и улагања у друштвене иновације;
- потребно је промовисати важност и улогу социјалног предузетништва кроз све облике образовања и едукативних програма, као и подршку образовним установама и пројектима у области социјалног предузетништва;
- потребно је направити преглед примера добрих пракси из региона, из земаља које су прошле кроз сличан процес, и искористити та знања и искуства за развој најбољег модела социјалног предузетништва код нас;
- потребна је подршка заједничком наступу социјалних предузећа на тржишту и у изградњи заједничких производа и услуга;
- потребна је подршка иницијативама и пројектима који промовишу социјално предузетништво;
- потребно је секторско умрежавање социјалних предузећа у Србији.

Ово су само неке од мера значајних за афирмацију и развој социјалног предузетништва. Специфичност сегмента социјалног предузетништва, као и бројни чиниоци интерне и екстерне природе, указују на то да врло важна мера подршке треба да буде усмерена ка информисању јавног и цивилног сектора о могућностима и моделима развоја и подршке социјалног предузетништва на националном и локалном нивоу.

Закључак

Из свега наведеног може се закључити да принципи либералне економије нису универзално применљиви свуда и на сваком месту, те да постоје значајни делови заједнице који су особени и неретко на маргини, али ипак имају потребу да се на одговарајући начин укључе у нормалне токове живота и пословања. Социјално предузетништво доприноси развоју економије засноване на солидарности и на тај начин помаже државама да постигну низ кључних циљева, као што су стварање и очување радних места, друштвена укљученост и иновативност, рурални и регионални развој и заштита животне средине. У том смислу, државе данас треба да одреде оквире којима би се постигла потпуна афирмација социјалног предузетништва. Наравно, најважније у основи свих интервенција државе треба да буде стварање атрактивног окружења (климе) подршке социјалном предузетништву. То подразумева да социјално предузетништво треба да буде на адекватан начин препознато и подржано мерама које ће му обезбедити самосталан несметан развој. У том контексту посебно су важни програми подршке развоју вештина које су значајне за социјално предузетништво (савремених менаџерских, маркетиншких, финансијско-рачуноводствених, информатичких и других вештина), као и шира јавна подршка. Такође је важно подржати и развијати опције за финансијску подршку развојем финансијских институција и инструмената којима се подржава рад социјалних предузећа у свим њиховим развојним фазама, узимајући у обзир специфичност сваке од њих. Важно је успоставити и праксу сарадње с другим земљама у којима је социјално предузетништво развијеније, како би се изградили капацитети и пренели примери добре праксе. Не мање важна јесте и подршка мрежама социјалних предузетника, односно социјалним предузећима. Наравно, потребно је да се оствари синхронизовани напор у важним деловима привреде и друштва да би се ти циљеви ефектуирали. Круцијална ствар у томе јесте да се остваре координисани напор и рад ресорних министарстава у области образовања, привреде и социјалне политике. Нема сумње, ако будемо имали све више заједница које су праведне и одрживе, одговорне, солидарне и међусобно се умрежавају, онда ћемо врло лако доћи до одрживог развоја, не само у локалним заједницама него и шире.

Литература

- Алексић, М. А. и Лебедински, Ј. (2015). Социјално предузетништво у Србији: преглед и перспективе. У Б. Живковић и Б. Церовић (ур.), *Економска политика Србије у 2015* (стр. 219–228). Београд: Економски факултет.
- Alvord, S. H., Brown, L. D., & Letts, C. W. (2004). Social entrepreneurship and societal transformation: An exploratory study. *The Journal of Applied Behavioral Science*, 40(3), 260–282.

ATINA – Удружење грађана за борбу против трговине људима и свих облика родно заснованог насиља (7. 8. 2018). Свет без сиромаштва: Социјалним предузетништвом против немаштине (преузето 23. 3. 2019. са сајта: www.atina.org.rs/socijalnim-preduzetnistvom-protiv-nemastine).

Austin, J., Stevenson, H., & Wei-Skillern, J. (2006). Social and commercial entrepreneurship: same, different, or both?. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 30(1), 1–22.

Бецић, С., Крстић, И. (2013). Општа привредна равнотежа. *Економика*, 59(2), 198–204.

Borzaga, C., Galera, G., & Nogales, R. (2008). Social Enterprise in CEE and CIS Countries. У С. Borzaga, Galera, G. and Nogales, R. (eds). *Social Enterprise: A New Model for Poverty Reduction and Employment Generation* (стр. 104–136). EMS, UNDP.

Bornstein, D., & Devis, S. (2010). *Social Entrepreneurship, What Every one Needs To Know*. Oxford: University Press.

CDOP. (1. март 2019). Социјална економија (преузето 23. 3. 2019. са сајта www.cdop.rs/socijalna-ekonomija/)

Цвеић, С., Бабовић, М., Вуковић, О. (2008). *Мапирање социјалних предузећа у Србији*, UNDP.

Цвеић, С. (2018). Социјална предузећа. У А. Костић (ур.), *Економија, запосленост и рад у Србији у XXI веку*. Београд: Економски факултет и САНУ.

Dees, G., & Anderson, B. (2006). Enterprising social Innovation: The Intersection of Two Schools of Practice and Thought (преузето 10. 3. 2019. са сајта <http://www.caseatduke.org/articles/0806knowledge/index.html>).

Дракулић, Д. и Будимчевић, К. (2016). Стање и значај даљег развоја женског предузетништва. *Анали Економског факултета у Суботици*, 52(35), 3–12.

Драшковић, В. и Лојпур, А. (2014). Corporate Social Responsibility: Illusion vs. Real Possibility, Voluntarism Vs. Compilace. *Strategic management*, 19(1), 16–21.

European Comision. (2011). Business Initiative (see IP/11/ 1238) (преузето 10. 3. 2019. са сајта www.europa.eu-rapid-press-release_MEMO-11-735_en.htm?locale=en)

European Movement in Serbia. (2010). Innovative Social Enterprise Development Network in Serbia (преузето 23. 3. 2019. са сајта www.arhiva.emins.org/english/network-of-the-euopen-movement-in-serbia).

European Economic and Social Committee (EESC). (2012). Recent evolutions of the Social Economy in the European Union, (Summary) (преузето 10. 3. 2019. са сајта <https://www.eesc.europa.eu/sites/default/files/files/qe-04-17-875-en-n.pdf>).

Federal office for Spatial Development. (1987). Brundtland Report (преузето 12. 3. 2019. са сајта https://www.are.admin.ch/are/en/home/sustainable-development/international-cooperation/2030agenda/un_-_milestones-in-sustainable-development/1987--brundtland-report.html).

Форум за одговорно пословање, BIO IDEA сапуни (преузето 20. 3. 2019. са сајта www.odgovornoposlovanje.rs/1857-2).

Golicin, P., & Ognjanov, G. (2010). *Assessment of results of the social innovation fund*. Belgrade: Foundation for the Advancement of Economics.

Henzler, H. A. (1992). The new era of Eurocapitalism. *Harvard Business Review*, 70(4), 57–68.

Јаковљевић, М. (2018). Социјална и солидарна економија (преузето 12. 3. 2019. са сајта <https://zajrdnicka.org/blog/socialna-i-solidarna-ekonomija-marija-jakovljevic>).

Милосављевић Милош, генерални директор компаније Strawberry Energy – након Лондона паметне клупе у још две европске метрополе (22. 8. 2018) (преузето 10. 3. 2019. са сајта <https://www.ekapija.com/people/2231745/milos-milislavljevic-generalni-direktor-kompanije-strawberry-energy-nakon-londona-pametne-klupe-u>).

О социјалном предузетништву – Социјално предузетништво (преузето 11. 3. 2019. са сајта www.socijalnopreduzetnistvo.net-socijalno-preduzetnistvo/).

Панић, Д. (2014). Предузетништво у функцији афирмације малих и средњих предузећа у агробизнису. *Економика*, 60(3), 215–224.

Ристић, Р. (2014). Социјална тржишна привреда. *FBIM Transactions*, 2(1), 82–90.

РЗС (2014). Економски утицај социјалних предузећа у Републици Србији (преузето 23. 3. 2019. са сајта <https://solidarnaekonomija.rs/publikacije/solidarna-ekonomija-u-srbiji/ekonomski-uticaj-socijalnih-preduzeća-u-srbiji-2017>).

Sagawa, S., & Seagal, E. (2000). Common internet, common good: Creating value through business and social sektor partnership. *California management Review*, 42(2), 105–122.

Социјално/друштвено предузетништво (преузето 25. 3. 2019. са сајта <https://dimenzijaopus.wordpress.com/socijalnodrustveno-preduzetnistvo>).

Социјално предузетништво. ПроизводиСЕ (преузето 20. 3. 2019. са сајта https://proizvodise.me.>socialno_preduzetnistvo)

Стаменовић, М. (26. 2. 2019). Социјално предузетништво – и народу и држави (преузето 25. 3. 2019. са сајта <http://www.politika.rs/sr/clanak/423242/Pogledi/Socijalno-preduzetnistvo-i-narodu-i-drzavi>).

Statt Werk, Београд (26. октобар 2017). „Еко Ваг“: Прво еколошко социјално предузеће у Србији (преузето 20. 3. 2019. са сајта <https://stattwerkbeograd.com/ekoblog/2017/10/28/ekobag-prvo-ekolosko-socijalno-preduzece-u-srbiji>).

Стање и перспективе развоја социјалног предузетништва у Републици Српској (2016) (преузето 25. 3. 2019. са сајта www.icvbihorg/dokumenti/doc_studija_2016.pdf).

Talk&Talk (2018). Прича о Talk/Talk (преузето 29. 3. 2019. са сајта <http://talkandtalk.rs/prica-o-talk-talk/>).

Summary

The model of social economy in Europe is expanding and gaining momentum, and can thus be considered as one of the pillars of European integration project. The holders of this economy are various actors who, individually or jointly, create associations, organizations, cooperatives or enterprises that will satisfy the needs of target social groups or communities. The paper explains the essence of social entrepreneurship and follows its development and role in the economy life of Serbia. Several examples of social enterprises are given, who provide social services in innovative ways, solve the problems of marginalized groups, environment protection, as well as the ways of organizing new business models within the model of franchise integration. In a separate part, incentive developmental factors as well as limitations following the development of social entrepreneurship are identified. In that context, the paper points to the need to comprehensively examine the condition of social entrepreneurship at the central and local level and to find the appropriate institutional solution that would support, coordinate, keep track of, and manage social entrepreneurship. The crucial thing is to accomplish a coordinated effort and work of responsible ministries in the areas of education, economy and social policy. No doubt, if we have more communities that are just and sustainable, responsible, solidary, and are mutually networked, we shall easily obtain sustainable development, not only in local communities, but also in wider ones.