



D R U Š T V E N O K O R I S N O O D R Ź I V O

KAKO OSNOVATI SOCIJALNO PREDUZEĆE U SRBIJI

D R U Š T V E N O K O R I S N O O D R Ź I V O

KAKO OSNOVATI SOCIJALNO PREDUZEĆE U SRBIJI

IMPRESUM

DRUŠTVENO, KORISNO, ODRŽIVO
- Kako osnovati socijalno preduzeće u Srbiji

Izdavač
Evropski pokret u Srbiji
Kralja Milana 31
Beograd
www.emins.org

Za izdavača
Maja Bobić

Autorke:
Aleksandra Bobić
Dina Rakin

Lektura i korektura
„Zadugarice“
Bojana Paser
Hristina Piskulidis

Dizajn
Polovinas design
www.polovinas.com

ISBN 978-86-80046-16-7

Tiraž
500

Štampa
Caritas Valjevo
2016. godina

Vodič objavljuje Evropski pokret u Srbiji, jedna od prvih organizacija koja je pre bezmalo deset godina prepoznala značaj i potencijal socijalnih preduzeća, i od tada je aktivno uključena u projekte proučavanja, zagovaranja i promocije ovog modela poslovanja u Srbiji. Vodič je nastao u kooperaciji sa fondacijom Hajnrih Bel - predstavništvo Beograd, koja se aktivno bavi, između ostalog, društvenom emancipacijom marginalizovanih, socijalnim inovacijama i održivim razvojem, a uz podršku EURICSE - Instituta za proučavanje zadruga i socijalnih preduzeća.



SADRŽAJ

06	ZAŠTO VODIČ ZA SOCIJALNA PREDUZEĆA U SRBIJI
08	ZAMISLITE JEDNO OBIČNO SOCIJALNO PREDUZEĆE U SRBIJI...
09	ŠTA JE SOCIJALNO PREDUZEĆE?
14	ŠTA JE I KAKO IZGLEDA SOCIJALNO PREDUZEĆE U SRBIJI?
19	KAKO NASTAJU?
20	U KOJIM OBLASTIMA POSLUJU SOCIJALNA PREDUZEĆA I SA KOJIM CILJEM?
23	KAKO SE FINANSIRAJU SOCIJALNA PREDUZEĆA?
26	KOJA SU NEOPHODNA ZNANJA I VEŠTINE ZA POKRETANJE SOCIJALNOG PREDUZEĆA?
32	KOJI ZAKONI REGULIŠU POLJE DELOVANJA SOCIJALNIH PREDUZEĆA?
36	KOJU PRAVNU FORMU IZABRATI?
42	KOJE SU NADLEŽNE INSTITUCIJE I SA KOJIM DRŽAVNIM ORGANIMA SARADUJU SOCIJALNA PREDUZEĆA?

45	PRIMERI SOCIJALNIH PREDUZEĆA U SRBIJI
46	CARITAS ŠABAC
50	CARITAS VALJEVO
53	ŽENSKI CENTAR UŽICE
56	DAMSKO SRCE, PIROT
59	UDRUŽENJE ŽENA SA SELA TEMŠTANKA, PIROT
61	UDRUŽENJE ŽENA UDAHNI ŽIVOT, STANIŠIĆ
64	CATALYST, BEOGRAD
67	EKO HOSTEL REPUBLIK, UŽICE
70	KOBA YAGI, BEOGRAD
73	PIROTSKI POTRČKO
76	CIPZAR, STARA PAZOVA
79	ZADRUGARICE, NIŠ
83	ZIP CENTAR, PIROT
88	GDE DOBITI PODRŠKU I SAZNATI VIŠE O SOCIJALNIM PREDUZEĆIMA?
92	POJMOVNIK
98	RESURS BAZA
100	BIBLIOGRAFIJA

ZAŠTO VODIČ ZA SOCIJALNA PREDUZEĆA U SRBIJI?

Ideja za Vodič „Društveno, održivo i korisno - Kako osnovati socijalno preduzeće u Srbiji“ nastala je neposredno posle konferencije „Biznis za dobrobit zajednice“, koju smo organizovali u decembru 2015. godine. Na osnovu reakcija učesnika, stručnjaka, preduzetnika, aktivista, institucija i javnosti uopšte, bilo nam je jasno da je jedini način da unapredimo priču o socijalnom preduzetništvu i podignemo je na viši nivo tako što ćemo prethodno odgovoriti na osnovna pitanja i nedoumice, navesti glavne karakteristike modela koji nastaje u Srbiji, prikazati mogućnosti,

aktuelne okvire, dinamiku i potencijal. Pažljivo smo osmislile sadržaj i dale sebi zadatak da budemo koncizne, jasne, direktne. U toj ranoj fazi smo više intuitivno naslutile da bi posete i priče sa terena bile dobar način da ubacimo „živu reč“ i na taj način ceo koncept ilustrujemo iskustvima. Nameravale smo da informacije koje sakupimo kroz razgovore obradimo i uopštimo, ali se ispostavilo da su priče bile toliko inspirativne da smo procenile da su dragoceno svedočanstvo, naročito, za potencijalne socijalne preduzetnike kojima je ovaj Vodič prevashodno namenjen.

Verujemo da će ovaj Vodič, upotpunjen kolažom reportaža „sa lica mesta“, tamo gde se socijalno preduzetništvo već dešava - u Beogradu, Šapcu, Staroj Pazovi, Somboru, Užicu, Valjevu, Pirotu i Nišu, ali i u drugim mestima, biti i najbolja priprema i inspiracija za one koji i sami budu želeli da se oprobaju na ovom polju.

Publikacija je, dakle, zamišljena kao kratak uvod u socijalno preduzetništvo kroz praktične informacije o aktuelnom okviru, pravnim formama, glavnim akterima, prednostima, manama, izazovima i iskustvima socijalnih preduzetnika prilikom osnivanja, upravljanja i razvoja aktivnosti. Nadamo se da će Vodič postati vredan izvor znanja za postojeće i buduće socijalne preduzetnike, kao i za one koji žele lično da se angažuju kako bi unapredili kvalitet života u svojim zajednicama. Za sve ostale, Vodič će biti, nadamo se, zanimljivo štivo koje će omogućiti da se bolje upozna svakodnevica socijalnih preduzetnika. Želimo da verujemo da će to upoznavanje doprineti i većem interesovanju za saradnju i većoj podršci i razumevanju za ove inicijative. Vodič sadrži i dileme s kojima su se socijalna preduzeća susretala, savete, ali i izraze zadovoljstva usled uspeha koje su na svom putu ostvarivala.

Zahvaljujemo svim socijalnim preduzećima na vremenu koje su nam posvetili i dragocenim

informacijama koje su nesebično podelili. Posebnu zahvalnost dugujemo Fondaciji Hajnrih Bel na podršci, materijalnoj i moralnoj, u svim fazama izrade Vodiča, kao i recenzentu, profesoru Slobodanu Cvejiću. Svoj doprinos dao je i EURICSE kroz projekat C-Bird, kao i ZIP centar za mlade iz Pirota. Zahvaljujemo se i našim dobavljačima koje smo rigorozno birali iz redova socijalnih preduzeća koja smo intervjuisale: Zadrugarice su radile lekturu, Caritas Valjevo štampu, Ženski centar Užice prigodne torbice od recikliranog tekstila.

Aleksandra Bobić i Dina Rakin

NAPOMENA

Preduzeća i iskustva smo birale po ličnom senzibilitetu, vođene širokom definicijom socijalnog preduzetništva koju smo koristile u Vodiču. Njihov izbor nije odraz stanja u socijalnom preduzetništvu u Srbiji i ni na koji način ne predstavlja reprezentativni primerak ovog sektora. Reč je o zbirci inspirativnih, zanimljivih i poučnih priča u kojima će se, verujemo, svaki aktivista i socijalni preduzetnik prepoznati.

ZAMISLITE JEDNO OBIČNO SOCIJALNO PREDUZEĆE U SRBIJI...

Zamislite da odlučite da svoje strasti, ubeđenja, ideale ili jednostavno rešenja za neke lične probleme ili probleme vama dragih i bliskih ljudi pretvorite u organizaciju ili pak preduzeće. Motiv za vaše lično angažovanje je veliki, toliki da uspevate da svojom strašću „zarazite“ neke manje ili više bliske ljude ili istomišljenike. Vodi vas entuzijazam, on vas održava i kada su prepreke naizgled nepremostive i kada vas okruženje gleda sa

podozrenjem. Znae ono etiketiranje: kada ne ide, a vi se ipak trudite i ne predajete - onda ste „sanjar“; ili kada ide i rezultati se vide, ali ne i ogroman rad, vera i upornost - onda obično sleduje ono „ko zna koliko se lično ovaj dno“... Zamislite sada da treba da motivišete saradnike da se bore sa predrasudama, neizvesnošću, ili pak zamislite da ostanete potpuno sami sa svojim snovima, idejama i namerama.

Zamislite da svakodnevno morate da smišljate nove načine da ljudima, i pre svega institucijama od kojih vam često zavisti opstanak, objasnite svrhu i važnost svoje misije. Zamislite da svakom danu, novom projektu ili izazovu pristupate sa nesmanjenom dozom upornosti, snalažljivosti, kreativnosti, i da vam čak i prepreke često liče na nove mogućnosti iz kojih nastaju nove ideje.

Eto, zamislili ste jedno „obično“ socijalno preduzeće u Srbiji.

Kakva bi mogla da bude adekvatna nadoknada za sav ovaj trud i umeće?

Uspeh ovih preduzeća se ne meri količinom ostvarenog profita, već brojem socijalno isključenih ljudi (žene, manjine, osobe sa invaliditetom, mladi) koji su, zahvaljujući njima, pronašli ili vratili dostojanstvo. Uspeh je i kada pojedincima sa psihičkim problemima, žrtvama nasilja, bivšim zavisnicima vratite veru tako što ih angažujete, na primer, na poljoprivrednim dobrima gde u kontaktu sa prirodom, kroz druženje i rad na gajenju ili obradi hrane imaju priliku da se osećaju „normalno“, korisno i sposobno. Meri se brojem zanemarene dece kojoj ste pomogli da prvi put osećaju škola i detinjstvo mogu da budu i bezbrižni i zabavni. Meri se brojem osmeha starih, zaboravljenih od svih, ljudi u gradovima ili pak starih u udaljenim sredinama

koji vam kažu „hvala“ kada im donesete topli obrok koji mesecima nisu imali, nasećete drva za ogrev, donesete zavešljaj lekova i razmenite po koju reč. Socijalno preduzeće je i ono koje od zaborava otrgne stari zanat koji je u osnovi našeg nacionalnog identiteta.

To je i napor male, ali kompaktne zajednice da stari zanatski dom pretvori u muzej, vrati svom gradu slavu i pomogne da ponovo oživi nadaleko poznatu tradiciju zanatskih radionica. A šta reći o ideji da se kroz originalan i zanimljiv koncept eko-hostela dovedu turisti u grad koji već decenijama nije ništa više od usputne stanice do nekih lepših turističkih destinacija? Tu su i pametne igračke za mališane, i obnova proizvodnje u jednoj napuštenoj fabrici tekstila sa potpuno novim asortimanom sačinjenim od recikliranog materijala.

Pored svega navedenog, nadamo se da će vam Vodič pomoći da otkrijete jedan novi svet ili da će vam barem odškrinuti njegova vrata. Zamišljamo kako i sami počinjete da se pitate kako možete da se aktivirate, udružite, pomognete jedni drugima, rešite neke probleme ili osnujete jedno novo socijalno, korisno i održivo preduzeće.

ŠTA JE SOCIJALNO PREDUZEĆE?

Definicija Evropske komisije u dokumentu *Social Business Initiative* je najšire priznata definicija socijalnog preduzetništva i zasnovana je na tri osnovna postulata:

- **preduzetnička dimenzija:** to su privatna preduzeća koja se u kontinuitetu bave nekom **ekonomskom delatnošću** i po kojoj se razlikuju od tradicionalnih neprofitnih organizacija, koje

imaju socijalni cilj i donekle se samofinansiraju, ali nisu nužno privredni subjekt;

- **socijalna dimenzija:** ta preduzeća imaju primaran i eksplicitan **društveni cilj** po kojem se razlikuju od korporacija i profitnih preduzeća;
- **upravljačka dimenzija:** u njima postoji **demokratski upravljački mehanizam** čijom se pri-

menom štiti neprikosnovenost društvenog cilja socijalnog preduzeća.

Svaka od navedenih dimenzija je dodatno definisana kroz niz uslova i karakteristika koje bi organizacija trebalo da usvoji kako bi se mogla smatrati socijalnim preduzećem. Organizacija:

- mora obavljati neku **ekonomsku aktivnost**, odnosno mora u kontinuitetu proizvoditi ili/i razmenjivati dobra ili/i usluge na tržištu;
- mora imati eksplicitan i primarni **društveni cilj**, odnosno cilj koji doprinosi opštem dobru u društvu;
- mora postaviti **ograničenja na raspodelu dobiti ili/i imovine**; cilj ovog ograničenja je stavljanje akcenta na društveni cilj, a ne na dobit;
- mora biti **nezavisna**, odnosno mora biti organizaciono autonomna, kako u odnosu na državne organe tako i u odnosu na tradicionalne privredne subjekte;
- mora imati **inkluzivno upravljanje** koje se odlikuje demokratskim učešćem zaposlenih u odlučivanju.

Socijalna preduzeća nastaju poslednjih decenija u okviru i na temeljima socijalne ekonomije (zadruge, društva za samopomoć,

udruženja i fondacije) koja ima dugu tradiciju u evropskoj socijalnoj, privrednoj i političkoj istoriji. Koncept socijalnog preduzeća se donekle preklapa sa organizacijama socijalne ekonomije, jer **može da se javi u različitim pravnim formama**, tako da socijalnih preduzeća ima među zadrugama, udruženjima, dobrotvornim organizacijama, fondacijama, klasičnim profitnim preduzećima. U pojedinim zemljama socijalna preduzeća se registruju u posebnom pravnom statusu.

SOCIJALNA EKONOMIJA je polje ekonomije u kome posluju sve one organizacije kojima je cilj ostvarenje socijalne (društvene) misije, i koje deluju na principima uzajamne pomoći i demokratije. Socijalna preduzeća, zadruge, neprofitne organizacije, preduzeća zajednice i dr. pripadaju sektoru socijalne ekonomije.

MODEL ZA PREVAZILAŽENJE KRIZE

Poslednjih godina u Evropi se beleži sve veći interes za socijalna preduzeća kojima se priznaje veoma važna uloga u rešavanju društvenih i ekoloških izazova, kao i u podsticanju inkluzivnog rasta. Tome su doprineli, pre svega, ekonomska kriza i nepopularne mere štednje koje su zemlje bile prinuđene da uvedu kako bi izbegle krah, a čije su posledice bile gašenje radnih mesta i urušavanje sistema socijalne zaštite.

Kako popularnost ovih preduzeća raste i menja se mentalitet potrošača i korisnika, sve češće čak i korporacije uvode neke elemente ovog „drugacijeg načina poslovanja“ u čijem je centru čovek, a ne profit.

Evropska unija prepoznaje socijalno preduzetništvo u nekim od svojih ključnih dokumenata, kao što su: Strategija Evropa 2020, Akt o socijalnom preduzetništvu i Akt o jedinstvenom tržištu; a koji podvlače da „socijalna ekonomija ima veliki potencijal koji može da doprinese procesu evropskih integracija i postane model za prevazilaženje krize“. Ovome u prilog ide i činjenica da su preduzeća socijalne ekonomije „otpornija“ na udare

krize, što je potvrdila i jedna evropska studija¹, i to posebno u zemljama u kojim zadrugarstvo ima dugu i u lokalnim zajednicama dobro ukorenjenu tradiciju.

Po dostupnim podacima procenjuje se da socijalna ekonomija u Evropi (zadruge, društva za samopomoć, udruženja i fondacije) upošljava 14,5 miliona plaćenih radnika, što čini 6,5% radne populacije u 27 zemalja Evropske unije. Ova brojka uključuje i socijalna preduzeća koja koriste pravne forme kao što su zadruge i udruženja. Precizne podatke o učinku socijalnih preduzeća je teško pribaviti, između ostalog, i zbog nepostojće standardizacije organizacionih modela u zemljama EU, kao i zbog nedostatka statističkih podataka. Doprinos socijalne ekonomije u ukupnom BDP-u EU je oko 11%.

U Finskoj je 7,5% aktivnog stanovništva uključeno u socijalno preduzetništvo, u Ujedinjenom Kraljevstvu taj broj je 5,7%, u Sloveniji 5,4%, u Belgiji 4,1%, u Italiji 3,3%, u Francuskoj 3,1% itd. Svako četvrto novoosnovano preduzeće je socijalno preduzeće. U Finskoj, Francuskoj i Belgiji to je čak svako treće.

1 Bruno Roelants, Diana Dovgan, Hyungsik Eum and Elisa Terrasi, The Resilience of the Cooperative Model: How worker cooperatives, social cooperatives and other worker-owned enterprises respond to the crisis and its consequences (CECOP Europe, June 2012); Dostupno na: http://www.cecop.coop/IMG/pdf/report_cecop_2012_en_web.pdf

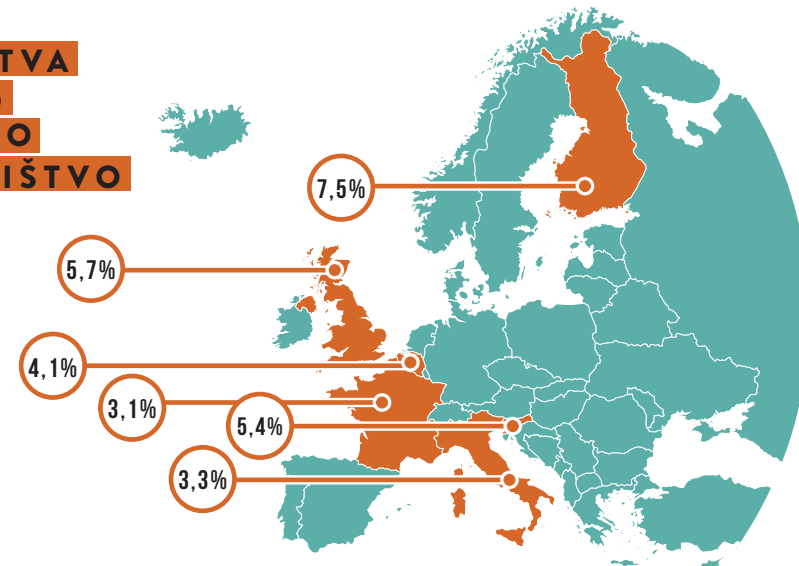


DOPRINOS SOCIJALNE EKONOMIJE U UKUPNOM BDP-U EU JE OKO 11%

 14 500 000 = 6,5%
PLAĆENIH RADNIKA
RADNE POPULACIJE
U 27 ZEMALJA
EVROPSKE UNIJE

AKTIVNO STANOVNIŠTVA UKLJUČENO U SOCIJALNO PREDUZETNIŠTVO

1. FINSKA
2. UJEDINJENO KRALJEVSTVO
3. SLOVENIJA
4. BELGIJA
5. ITALIJA
6. FRANCUSKA



ŠTA JE I KAKO IZGLEDA SOCIJALNO PREDUZEĆE U SRBIJI?

Socijalna preduzeća nastaju kako bi zadovoljila potrebe na koje ni država ni tržište nisu u stanju ili nisu zainteresovani da odgovore. Zadrugarstvo u Srbiji ima dugu tradiciju i počinje da se razvija krajem 19. veka,

ali su ovi zameci socijalne ekonomije prekinuti posle Drugog svetskog rata uvođenjem komunističkog viđenja zadrugarstva koje je zauvek kompromitovalo ugled ovih organizacija na našim prostorima.

Socijalno preduzetništvo, koje predstavlja evoluciju u okviru koncepta socijalne ekonomije, u našoj zemlji počinje da se razvija od 2000. godine. Posledice preduge tranzicije, loših i zastarelih socijalnih usluga, kao i veliki broj društveno isključenih građana učinili su da se pojedinci i grupe sve češće odlučuju da sami traže rešenja za nagomilane socioekonomske probleme. Integracija izbeglih i interno raseljenih, zatim potrebe osoba sa različitim tipovima invaliditeta, nezaposlenost, samo su neki od izazova na koje reaguju organizacije civilnog društva, pre svega, udruženja građana.

TIP SOCIJALNOG PREDUZEĆA	2013
UDRUŽENJA GRAĐANA I FONDACIJE	306
PREDUZEĆA ZA PROFESIONALNU REHABILITACIJU I ZAPOSŁJAVANJE OSOBA SA INVALIDITETOM	45
PRIVREDNA DRUŠTVA	60
UKUPNO	411

Izvor: Slobodan Cvejić, Socijalna ekonomija - pojam i praksa u Srbiji (Čigoja štampa, 2016).

Prema poslednjim istraživanjima, danas u Srbiji postoji oko 1.200 socijalnih preduzeća. Ako se izuzmu poljoprivredne zadruge, koje tek treba transformisati u moderne zadruge, procenjuje se da u našoj zemlji posluje više od 400 zdravih i održivih socijalnih preduzeća. Od tog broja oko 3/4 su udruženja građana i fondacije, dok ostale pravne forme obuhvataju preduzeća za profesionalnu rehabilitaciju i radnu integraciju osoba sa invaliditetom, privredna društva (društva sa ograničenom odgovornošću i preduzetnici), zadruge i zadužbine.

TIP ZADRUGE	2015	AKTIVNE
ZEMLJORADNIČKE	2691	1466
OMLADINSKE	686	418
STAMBENE	312	113
ZANATSKJE	164	78
POTROŠAČKE	25	8
UKUPNO	3878	2083

Izvor: Ministarstvo privrede, Agencija za privredne registre, 2016.

SOCIJALNA PREDUZEĆA U SRBIJI 2012.

BRUTO
DOMAĆI
PROIZVOD
(BDP) KOJI SU
OSTVARILA OVA
PREDUZEĆA

6 819,2

MILIONA DINARA

0,2%

BDP-A

BROJ
ZAPOSLENIH
U SOCIJALNIM
PREDUZEĆIMA

10 362

OSOBA

0,6%

OD UKUPNOG
BROJA ZAPOSLENIH
U SRBIJI



UDEO
RANJIVOG
STANOVNIŠTVA
MEĐU
ZAPOSLENIMA
U SOCIJALNIM
PREDUZEĆIMA

16,8 %

SOCIJALNA PREDUZEĆA

75%

PREDUZEĆA ZA PROFESIONALNU
REHABILITACIJU I ZAPOSŁJAVANJE
OSOBA SA INVALIDITETOM



Bruto domaći proizvod (BDP) koji su ostvarila ova preduzeća 2012. godine je bio **6.819,2 miliona dinara**, što je činilo **0,2% BDP-a** Republike Srbije u toj godini. Njihov ekonomski uticaj je slab, ne samo u poređenju sa doprinosom koji ova preduzeća imaju u evropskim državama, već i odnosu na druge sektore u Srbiji.

U 2012. socijalna preduzeća su upošljavala **10.326 osoba**, što je činilo **0,6%** od ukupnog broja zaposlenih u Srbiji. To znači da ovaj sektor mobilise mali broj radno sposobnog stanovništva.

Prema izveštaju RZS (Republički zavod za statistiku, Ekonomski uticaj socijalnih preduzeća u Srbiji (Beograd: SeConS grupa za razvojnu inicijativu, Grupa 484, 2014). Dostupno na http://webzrs.stat.gov.rs/WebSite/repository/documents/00/01/40/87/Socijalna_preduzeca_srpski.pdf) **udeo ranjivog stanovništva među zaposlenima u socijalnim preduzećima čini 16,8%**. Iako veći od nacionalnog proseka, ovaj procenat je niži od očekivanog. Samo preduzeća za profesionalnu rehabilitaciju i zapošljavanje osoba sa invaliditetom imaju veći procenat ranjivog stanovništva među zaposlenima (oko 75%), što je uslov da bi mogli da steknu status socijalnog preduzeća za profesionalnu rehabilitaciju i zapošljavanje osoba sa invaliditetom. Po-

„Ovi ljudi (zaposleni iz marginalizovanih kategorija društva, u ovom slučaju žene koje su ostale bez posla u srednjim godinama, prim. aut.), kada im se pruži šansa - to su vojnici. To je ono što socijalna ekonomija može da donese društvu: motivaciju, vrednovanje svačijeg rada i svačijih sposobnosti.“ (Mirosljub Nikolić, direktor Caritasa iz Šapca)

slednji podatak je u skladu sa stanjem u ovom tipu preduzeća u EU.

Mali broj socijalnih preduzeća u Srbiji (20,7%) izdvaja više od 50% svojih prihoda u socijalne svrhe. S druge strane, u Velikoj Britaniji između 70% i 82% socijalnih preduzeća reinvestira većinu ostvarene dobiti, dok za socijalne zadruge u Italiji postoje jasna zakonom propisana pravila o korišćenju dobiti.

Uprkos skromnim brojkama, primeri socijalnih preduzeća koje ćemo predstaviti na narednim stranama **svedoče o inovativnosti i kreativnosti**, pre svega, u pristupu rešavanju problema ili potreba u zajednici. Ova preduzeća se mobilise kako bi na originalan način očuvala tradiciju drevnog zanata, proizvode pametne igračke za decu,

recikliraju odeću sa namerom da potpuno eliminišu tekstilni otpad sa deponija, upošljavaju žene koje su u najboljim godinama ostale bez posla, smišljaju sadržaje i delatnosti koji, ne samo, da zbrinjavaju osobe sa intelektualnim i psihičkim poteškoćama, već ih osnažuju kroz rad.

Inicijative mahom nastaju **spontano, u okviru neformalnih grupa**, razvijaju se i rastu poprimajući nove oblike i forme u zavisnosti od ekonomskih aktivnosti i sadržaja koje osmišljavaju. Visok stepen prilagodljivosti okolnostima je odlika koja krase skoro sva uspešna socijalna preduzeća, a ni preuzimanje rizika im nije strano, što su uostalom i suštinske karakteristike svakog preduzetničkog ponašanja.

Kod većine socijalnih preduzeća razvijen je **osećaj vlasništva** nad idejom i praksom, baš kao i **osećaj pripadnosti** zaposlenih, korisnika, njihovih porodica, spremnih da učestvuju u kreiranju programa, ulože vreme u njegovu implementaciju, postanu sastavni deo strukture donošenja odluka.

Vrlo značajna karakteristika socijalnih preduzeća i u Srbiji je liderstvo, koje je prepoznatljivo u **ulozi harizmatičnih pojedinaca**. To su osobe koje ulažu ogromnu energiju u stvaranje mreže, u balansiranje socijalnih i ekonomskih ciljeva, održanje socijalno-

-preduzetničke vizije, kao i u reputaciju organizacije u lokalnoj zajednici.

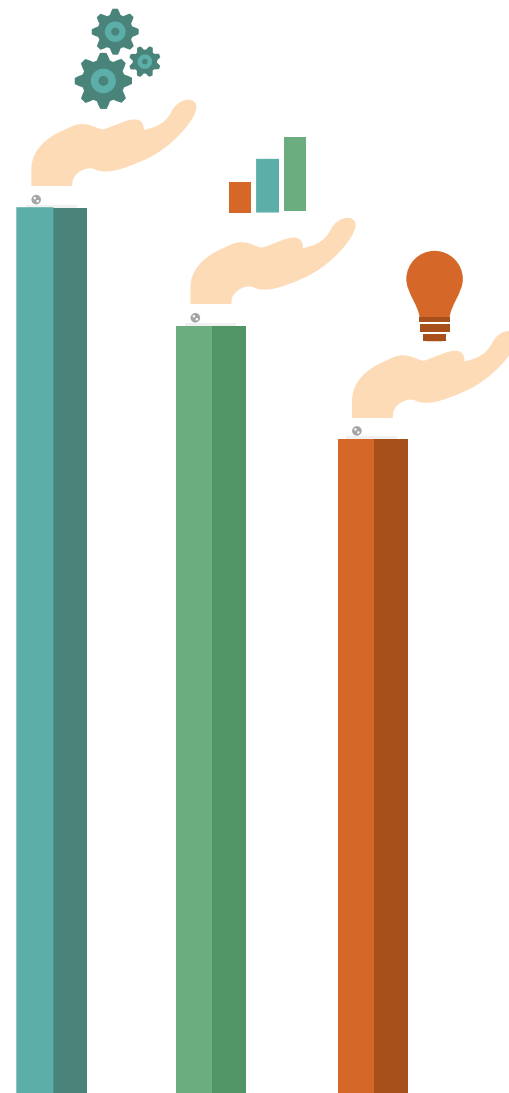
Želja da njihovi **proizvodi i usluge budu prepoznatljivi i traženi zbog kvaliteta**, pouzdanosti, inovativnosti, a manje zbog socijalnog karaktera izrade ili podrške koju obezbeđuje nekoj od ranjivih grupa, je još jedna karakteristika koja je sve prisutnija kod socijalnih preduzeća.

Slaba umreženost socijalnih preduzeća, koja često ne poznaju aktivnosti drugih sličnih organizacija, a još ređe uspostavljaju bilo kakav vid saradnje, karakteristika je sektora, a i bitna prepreka u njegovom razvoju. Zanimljivo je i da sami preduzetnici često **nedovoljno poznaju koncept i način rada** socijalnih preduzeća, pa mahom stihijski i intuitivno usvajaju i uvode ponašanja i način upravljanja svojstven ovim preduzećima.

KAKO NASTAJU?

Socijalna preduzeća nastaju kao bottom-up inicijative onda kada socijalni preduzetnik ili grupa osnivača koji dele konkretan i dobro definisan cilj uspeju da ideju pretoče u novu organizaciju koja na efikasan način kombinuje ekonomsku i socijalnu dimenziju.

Nastanak socijalnih preduzeća zavisi umnogome od konteksta, nacionalnog okvira i postojećeg ekosistema za socijalna preduzeća. Pod ekosistemom se podrazumeva niz razvojnih faktora (javne politike, sposobnost samoorganizovanja, istraživanje i obuka, menadžerske sposobnost, finansije) i njihova međusobna povezanost, koja čini klimu u kojoj socijalna preduzeća nastaju i razvijaju se. Iz tog razloga, svaki nacionalni ekosistem kreira poseban tip socijalnih preduzeća, te je gotovo nemoguće replicirati pravne i institucionalne modele iz jedne države u drugu, a sve sa namerom da se podstakne razvoj sektora. Ipak, postoje i neka pravila koja univerzalno važe. Dostupna saznanja ukazuju na to da transparentan proces javnih nabavki usluga i proizvoda od strane javnih institucija i aktivne politike tržišta rada igraju važnu ulogu u podsticanju razvoja socijalnih preduzeća.



U KOJIM OBLASTIMA POSLUJU SOCIJALNA PREDUZEĆA I SA KOJIM CILJEM?

U Srbiji se socijalna preduzeća bave sledećim delatnostima:

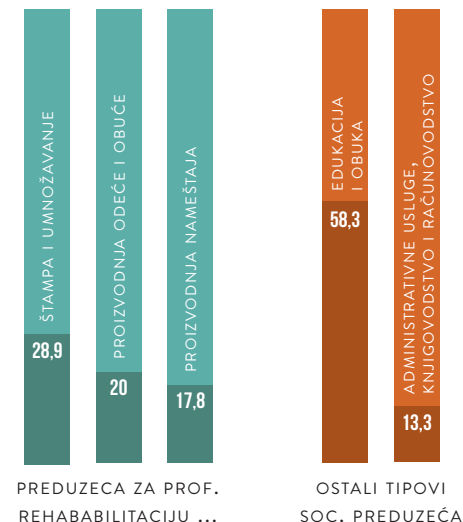
- **Udruženja i fondacije** se bave edukacijom i obukom (31%), turizmom i ugostiteljstvom (18%) i kulturom i umetnošću (11,8%).
- **Zadruge** prihoduju od otkupa i prodaje poljoprivrednih proizvoda (61,9%), proizvodnje poljoprivrednih proizvoda (36,8%) i trgovine na veliko i malo (23,8%).
- **Preduzeća za profesionalnu rehabilitaciju i zapošljavanje osoba sa invaliditetom** posluju u oblastima štampanja i umnožavanja



(28,9%), proizvodnje odeće i obuće (20%) i proizvodnje nameštaja (17,8%).

- **Ostali tipovi socijalnih preduzeća** (agencije, inkubatori, spin-off preduzeća) prihode ostvaruju najčešće od edukacija i obuka (58,3%) i administrativnih usluga, knjigovodstva i računovodstva (13,3%).

Fondacijama i udruženjima građana u socijalnom preduzetništvu je primaran socijalno-humanitarni cilj (44,1%), zadrugama - ekonomsko osnaživanje i zapošljavanje (88,7%), isto kao i preduzećima za profesionalnu rehabilitaciju i zapošljavanje osoba sa

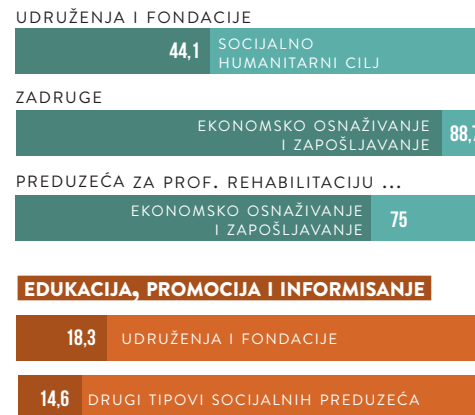


invaliditetom (75%), dok ostali tipovi socijalnih preduzeća jednako ističu da su im ciljevi ekonomsko osnaživanje i lokalni i održiv razvoj. Edukacija, promocija i informisanje su podjednako zastupljeni kod fondacija, udruženja i drugih tipova socijalnih preduzeća (18,3% i 14,6%)².

Nevladine organizacije, pre svega udruženja građana, bave se i **pružanjem soci-**

2 Republički zavod za statistiku, Ekonomski uticaj socijalnih preduzeća u Srbiji (Beograd: SeCoNS grupa za razvojnu inicijativu, Grupa 484, 2014). Dostupno na: http://webzrzs.stat.gov.rs/WebSite/repository/documents/00/01/40/87/Socijalna_preduzeća_srpski.pdf

PRIMARNI CILJ U SOCIJALNOM PREDUZETNIŠTVU



EDUKACIJA, PROMOCIJA I INFORMISANJE



jalnih usluga (ukupno 126 usluga) mahom osobama sa invaliditetom, deci i mladima sa smetnjama u razvoju, starijim osobama, deci u sukobu sa zakonom i slično. Ovo je ujedno i najčešći vid aktivnosti i u Evropi i **delatnost iz koje su u mnogim zemljama ponikla socijalna preduzeća** krajem sedamdesetih i početkom osamdesetih godina. Prema aktuelnom Zakonu o socijalnoj zaštiti i Pravilniku o licenciranju organizacija socijalne zaštite, do sada je izdato **130 licenci**. Licenca je javna isprava kojom se potvrđuje da organizacija ispunjava utvrđene uslove za pružanje konkretnih usluga u oblasti socijalne zaštite.

Zanimljivo je da je udeo koji finansira država za usluge socijalne zaštite kod javnih ustanova 77%, dok nevladine organizacije mogu da računaju na samo 41% državnog novca za pružanje istih usluga. Razliku od čak 59% nadoknađuju same organizacije mahom kroz donacije.³

3 Slobodan Cvejić, Socijalna ekonomija - pojam i praksa u Srbiji (Čigoja štampa, 2016).

U Evropi pak socijalna preduzeća mahom posluju u sledećim oblastima:

- **socijalna i ekonomska integracija ranjivih kategorija** u društvo (radna integracija i zaštićeno zapošljavanje);
- **pružanje socijalnih usluga** od opšteg/javnog interesa: briga o starijim osobama, ob-razovanje i briga o deci, zapošljavanje i obu-ka, socijalno stanovanje, zdravstvena briga i medicinske usluge;
- druge **javne usluge**, kao što su javni prevoz, održavanje javnih prostora itd.;
- **jačanje demokratije, ljudskih prava i parti-cipacije**;

- **zaštita životne sredine**, smanjene zagađe-nja vazduha, upravljanje otpadom, izgradnja i upravljanje obnovljivim izvorima energije;

- **poljoprivreda** (uključujući i hortikulturu, obradu hrane, usluge zaštite životne sredine);

- **kultura, sport i slobodno vreme i rekreacija** (umetnost, zanati, turizam).

U nekoliko zemalja EU socijalna preduzeća nemaju gotovo nikakvih ograničenja, tako da je njihov upliv moguć u gotovo sve sfere privrede. Uz veliki uticaj socijalnih inovacija, socijalna preduzeća se bave i pružanjem **poslovnih usluga, kreativnim i ICT/IKT uslugama** (računarske usluge i usluge komunikaci-one tehnologije), **obezbeđivanjem održivih i etičkih proizvoda i usluga**.

KAKO SE FINANSIRAJU SOCIJALNA PREDUZEĆA?

Socijalna preduzeća spadaju u „hibridne” biznis modele, odnosno **njihovi prihodi su kombinacija**:

- **poslovanja i prihoda sa tržišta** od prodaje robe i usluga privatnom ili javnom sektoru;
- **netržišnih prihoda** koji dolaze od državnih **subvencija, donacija, privatnih donacija, do-prinosa u naturi**, kao što je, na primer, volon-terski rad, itd.

Socijalna preduzeća u našoj zemlji, baš kao i u Evropi, mahom računaju na **miks prihoda** među kojima su:

DONACIJE I SPONZORSTVA

Dolaze od **stranih razvojnih organizacija i am-basada** (Američka agencija za međunarodni razvoj - USAID, Austrijska razvojna agencija, Ambasada Kraljevine Norveške, Holandska

ambasada, Švajcarska agencija za razvoj i saradnju - SDC, EU fondovi itd.), **različitih** fondacija sa predstavništvom u Srbiji (Hajn-rih Bel fondacija) ili domaćih fondacija (Trag fondacija, Delta holding fondacija). Vrlo zna-čajan deo sredstava dolazi i od **korporacija** (Telenor, Japan Tobacco, Coca Cola Hellenic, NIS itd.). Ovde nije reč samo o finansijskim sredstvima, već i o podršci u vidu obuka, mentorstva, studijskih poseta i tome slično. Kod pojedinih donatora (poput Evropske unije) konkursi se objavljuju nekoliko puta godišnje za specifične prioritete definisane u strateškim dokumentima vezanim za odre-đenu oblast. Kod drugih donatora (poput Trag fondacije) podnošenje projekata je moguće tokom cele godine, dok se o tome koji projekti će biti podržani odlučuje neko-liko puta godišnje, kada zasedaju odbori za dodelu sredstava.

MERE AKTIVNE POLITIKE ZAPOSŁJAVANJA

Raspisuje ih institucija nadležna za poslove zapošljavanja, odnosno Nacionalna služba za zapošljavanje. One podrazumevaju **posre-dovanje u pronalaženju zaposlenja, usluge savetovanja, obuke i subvencije za zapošlja-vanje**. Za socijalna preduzeća posebno su in-teressantne subvencije za samozapošljavanje, kao i subvencije za zapošljavanje novih radni-ka ili javne radove.

Subvencija za samozapošljavanje dodeljuje se nezaposlenom u jednokratnom iznosu od 180.000 dinara, odnosno 200.000 dinara za nezaposlene osobe sa invaliditetom, radi započinjanja sopstvenog posla, a na osnovu javnog poziva.

Subvencija za otvaranje novih radnih mesta na osnovu Javnog poziva odobrava se poslodavcima koji odluče da angažuju osobe prijavljene na evidenciju Nacionalne službe za zapošljavanje na novim radnim mestima, dakle, onim koja ranije nisu postojala. Za svako novozaposleno lice odobrava se jednokratni iznos od 150.000 do 250.000 dinara (u zavisnosti od razvijenosti opštine). Za osobe sa invaliditetom ova cifra je viša i kreće se od 180.000 do 300.000 dinara.

JAVNI RADOVI

Ovo je mera aktivne politike zapošljavanja koja predviđa **finansijske podsticaje za zapošljavanje nezaposlenih osoba** sa evidencije Nacionalne službe za zapošljavanje **u okviru aktivnosti koje imaju za cilj ostvarenje određenog društvenog interesa** (npr. prevencija i pomoć starima, sanacija divljih deponija, uređenje i izgradnja puteva i dr.). Realizaciju ovih aktivnosti garantuje poslodavac koji je izvođač javnih radova po osnovu javnog konkursa Nacionalne službe. Mera je korisna

socijalnim preduzećima koja imaju potrebu za povremenim angažmanom radnika.

Detaljne uslove o učešću u okviru mera aktivne politike zapošljavanja moguće je naći na sajtu Nacionalne službe za zapošljavanje www.nsz.gov.rs

JAVNE NABAVKE

Socijalna preduzeća učestvuju u javnim nabavkama koje **raspisuju lokalne samouprave za pružanje usluga socijalne zaštite** (neophodna licenca) ili drugih usluga, za koje je dovoljno imati registrovanu privrednu delatnost. Javne nabavke se sprovode u skladu sa Zakonom o javnim nabavkama i najčešće su **otvorene za sve privredne subjekte**, naravno, u zavisnosti od tipa proizvoda ili usluge koji se potražuju kroz javnu nabavku. I **privatne, profitne ili neprofitne organizacije, mogu da raspisuju javne nabavke**, najčešće za korporativne poklone ili uslugu kateringa; mahom je reč o organizacijama koje imaju razvijen koncept društveno odgovornog poslovanja. U ovom slučaju kriterijumi za prijavu određeni su internim pravilima firme. Za kompletan uvid u mogućnosti i pravila učešća preporučujemo da konsultujete Zakon o javnim nabavkama koji smo delimično predstavili i u poglavlju „Koji zakoni regulišu polje delovanja socijalnih preduzeća“ (na strani → 34).

PRODAJA USLUGA I DOBARA NA TRŽIŠTU

Mnoga socijalna preduzeća obezbeđuju prihode aktivnim učešćem na tržištu. Za plasiranje proizvoda, na primer, pojedina prodajna mesta (prodavnice, samoposluge i slično), u okviru programa društveno odgovornog poslovanja, ustupaju prostor za štandove socijalnih preduzeća. S druge strane, pojedina socijalna preduzeća su se, zahvaljujući specifičnosti svojih proizvoda, našla na rafovima drogerija, radnji za decu i tome slično. Sve češće je **kvalitet preporuka kupcima** i klijentima koji i otkupljuju proizvode direktno od proizvođača. Postoje i primeri da preduzeća imaju svoje prostore gde pružaju usluge i prodaju proizvode. Društvene mreže, onlajn prodaja i slične platforme svakako imaju veliki potencijal za promociju, povećanje vidljivosti socijalnih preduzeća i plasman njihovih proizvoda i usluga. Utisak je da ovaj potencijal za sada nije dovoljno iskorišćen.

ČLANARINE

Ovo je izvor prihoda kod članskih tipova socijalnih preduzeća (udruženja građana, zadruge) i spada u izuzetno **skroman izvor finansiranja**.



KOJA SU NEOPHODNA ZNANJA I VEŠTINE ZAPOKRETANJE SOCIJALNOG PREDUZEĆA?

Socijalni preduzetnici, pojedinci i grupe, menjaju zajednicu vođeni prevashodno **entuzijazmom**. Oni su ponekad **samouki** i reaguju instinktivno u želji ili iz potrebe da reše neki društveni problem. Preduzeće je veoma često evolucija građanskog aktivizma koji se u jednom trenutku „sudari” sa problemom u određenoj oblasti. Ekonomska aktivnost je ponekad samo prinudno rešenje, odnosno jedini preostali način da se problem reši ili da se obezbede neophodna sredstva za njegovo rešavanje. Ovo neplanirano prerastanje često ne ide u korak sa sticanjem specifičnih znanja i veština koje podrazumeva bilo kakva preduzetnička delatnost, a posebno socijalna.

Upornost je, uverili smo se, osobina koja često krasi socijalne preduzetnike. Oni, uprkos preprekama, žele **ponekad na inovativan, a uvek na proaktivan način** da promene sredinu i ustaljenu praksu. Neretko prkose i sukobljavaju se sa onima koji uporno govore da nije moguće da pojedinac sam nešto promeni, već da su za napredak i boljitak potrebna sistemska rešenja. Ipak, ima načina da se ovaj teži proces sticanja znanja „u vatri” delimično prenebregne ili da bar potencijalne socijalne preduzetnike pripremi za ono što mogu da očekuju na uvek neizvesnom preduzetničkom putu. Preduslov je da su sa sobom raščistili da **lični interes i cilj podrede „opštem dobru”**.

Pregovaranje, dobre organizacione sposobnosti, osnove zakonskih okvira koji regulišu oblast u kojoj preduzeće posluje, kreiranje budžeta, osnove poreske politike, osnove marketinga, odnosi sa javnošću - neka su od znanja i sposobnosti kojima bi i socijalno, kao i svako drugo, preduzeće trebalo da raspolaze. Programe obuke, seminare, radionice gde je moguće razviti ove sposobnosti nije teško naći i korisni su čak i kada nisu prilagođeni socijalnim preduzećima. Ipak, ono što će vam omogućiti da stečena znanja na pravi način primenite i stavite u kontekst je dobro poznavanje koncepta socijalnog preduzeća i njegovih specifičnosti od kojih je najvažnije postizanje društvenih, a ne ličnih ciljeva.

Evo **još nekih oblasti i znanja** kojima se budući preduzetnici mogu unapred „naoružati” i koja im mogu uštedeti vreme, a često i novac: koncept socijalnog preduzeća, iskustva onih koji već posluju u ovom sektoru, izrada biznis plana, upoznavanje sa glavnim akterima na lokalnom i nacionalnom nivou, pisanje projekata, a poželjno je i znanje engleskog jezika.

SOCIJALNA EKONOMIJA I SOCIJALNO PREDUZEĆE

Ukoliko verujete da je ovo vaš biznis model, bilo bi dobro da još nešto o njemu saznate. Ovaj vodič je dobra polazna tačka da otkrijete

osnovne odlike ovog drugačijeg biznisa. Dragocene informacije nalaze se i na veb-sajtu → SENS mreže (www.sens.rs), kao i na mnogim evropskim i svetskim sajtovima koje je sa porastom popularnosti socijalnog preduzetništva sve lakše naći.

ISKUSTVA I PRIMERI POSTOJEĆIH SOCIJALNIH PREDUZEĆA

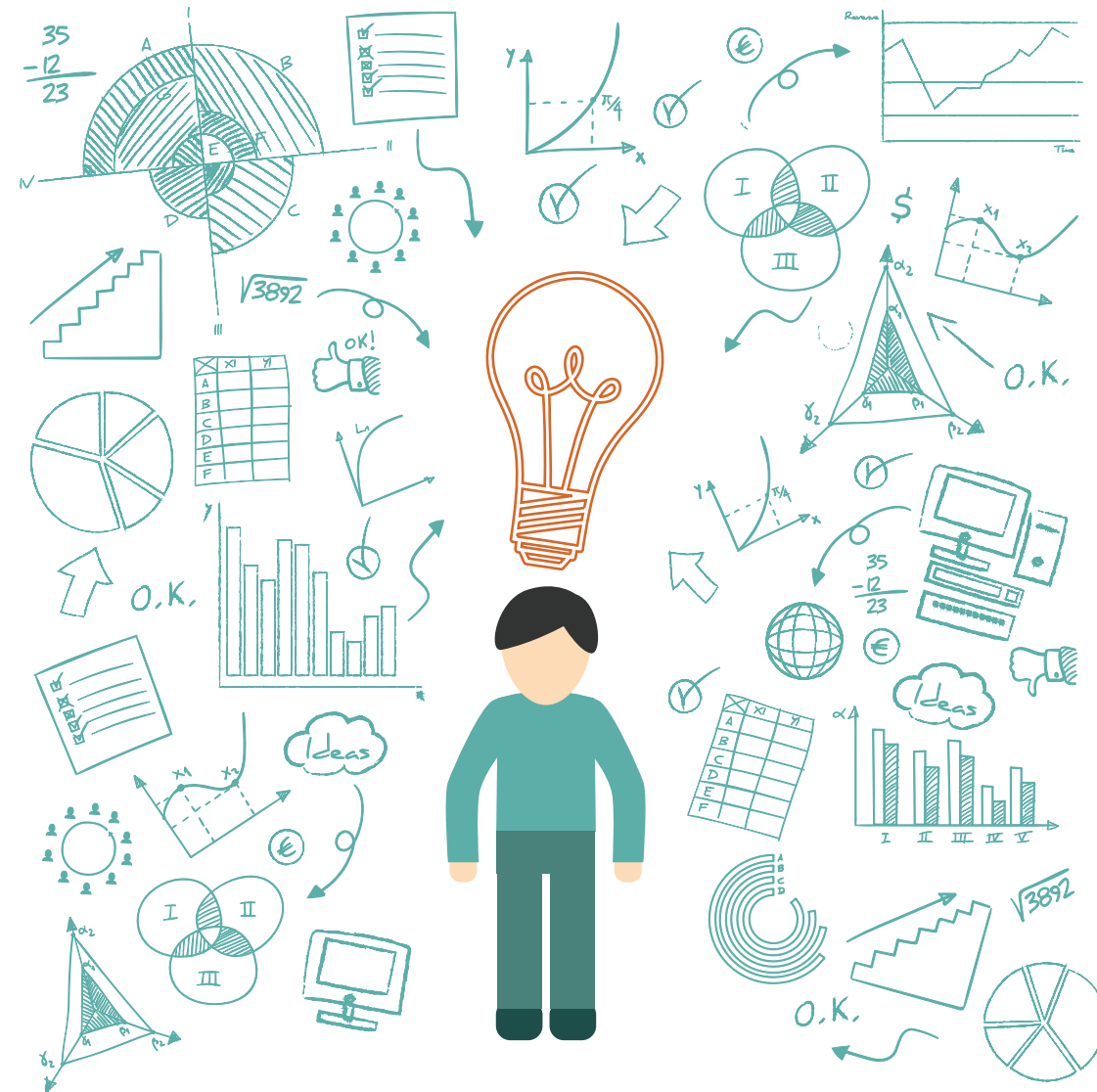
Ne zanemarite iskustva i primere postojećih domaćih, ali i inostranih preduzeća. Ona mogu biti i dragocen **izvor inspiracije** i nekih **gotovih rešenja koja uz manja ili veća prilagođavanja mogu da budu prenesena i funkcionalna** i u vašem slučaju. Ne ustručavajte se da kontaktirate sa ljudima koji se ovim poslom bave i koji su uglavnom raspoloženi da podele svoja iskustva i znanja. Ipak, znajte da gotovih rešenja nema, da su nametnuta, nesvojstvena ili neprilagodjena iskustva osuđena na propast. Ovakvih primera ima nebrojeno i iz njih se štošta može naučiti. Pre svega da su kontekst, okolnosti, sredina i ljudi sa kojima uspostavljate kontakt važniji i imaju veći uticaj nego u bilo kom drugom biznisu.

PLAN POSLOVANJA ILI BIZNIS PLAN

Bez obzira na to da li već imate ideju za preduzeće ili tek nameravate da se ovoj ideji

ozbiljnije posvetite, od velike je važnosti da razradite biznis plan. Ovaj proces će vam pomoći da utvrdite ili potvrdite misiju, viziju, opišete potrebu/problem na koji reagujete, definišete proizvod ili uslugu, prepoznate konkurenciju. Socijalna preduzeća nastaju mahom iz organizacija civilnog društva koje neplanirano i spontano uvode preduzetnička ponašanja i prerastaju u socijalna preduzeća. Tržišna, odnosno privredna aktivnost koju uvode je u službi višeg, društvenog cilja pa je lako zanemariti stroga pravila konkurencije, opstanka na tržištu i poslovanja uopšte. **Biznis plan je nezaobilazan**, ali pre svega veoma **koristan instrument za poslovnu orijentaciju, strategiju i planiranje**. Dragocene informacije možete pronaći u vodiču za pokretanje socijalnog preduzeća „Biznis po meri čoveka“, koji možete preuzeti, takođe, na sajtu → SENS mreže, u segmentu koji se odnosi na publikacije.

„Promene u lokalnoj zajednici ne smeju biti nametnute. To je opasno i osuđeno na propast, a nametnuta rešenja su često neprimenjiva. Ukoliko svako od nas radi da promeni okruženja koliko je u njegovoj moći, stvari počinju da se menjaju. Ide teže, jer je veća masa ispred nas, ali su promene moguće i dugotrajne.“ (Snježana Badrić, Caritas Valjevo).



LOKALNI KONTEKST I GLAVNI AKTERI

Već smo napomenuli da je dobro poznavanje sredine, glavnih aktera, potencijalnih korisnika ili kupaca presudno za uspeh, naročito socijalnih preduzeća, koja bi po definiciji trebalo da u svoj rad, pa čak i procese upravljanja i donošenja odluka, aktivno uključe sve zainteresovane grupe. Polazeći, dakle, od činjenice da je **dobro poznavanje lokalne zajednice**, njenih karakteristika, problema i izazova preduslov za pokretanje socijalnog preduzeća, savet je da ne štedite na vremenu koje vam je potrebno da uspostavite dobru saradnju sa lokalnom samoupravom i nadležnim službama, udruženjima, pojedincima, privrednicima. **Harmonični i dobri odnosi, poverenje, transparentnost, razumevanje i saradnja** mogu biti faktori koji su često presudni za uspeh socijalnog preduzeća. Napominjemo i da je za realizaciju projekata, koji mogu da budu odličan izvor finansiranja socijalnih preduzeća, često veoma bitno dobro **partnerstvo različitih subjekata**.

NACIONALNI KONTEKST I GLAVNI AKTERI

Danas u Srbiji postoji više adresa na kojima je moguće dobiti **podršku za razvoj socijalnog preduzeća** u vidu saveta, start-up finansiranja

ili obuke za neophodne veštine od kojih smo neke i ovde naveli. Poslednjih godina mnoge organizacije su razvile **programe biznis podrške socijalnim preduzećima** kroz treninge i mentorstvo. Više informacija o ovim mogućnostima i glavnim akterima možete naći u odeljku „Gde dobiti podršku i saznati više o socijalnim preduzećima?“ na strani → 30.

PISANJE PROJEKATA

Deo finansiranja socijalnih preduzeća dolazi od donatora, sponzorstava, iz evropskih fondova i slično. Da biste se prijavili, neophodno je da znate da napišete dobar projekat. I mada svaki poziv uglavnom sadrži detaljne smernice za pisanje i razradu projektne ideje, postoje neka opšta pravila koja je moguće savladati samo na kursovima i, naravno, kroz rad i praksu. Obuke za pisanje i upravljanje projektima organizuju različite organizacije civilnog društva od kojih smo neke naveli i u Vodiču (vidi: „Gde dobiti podršku i saznati više o socijalnim preduzećima?“ na strani → 30).

ENGLESKI JEZIK

Poznavanje ovog stranog jezika je preka potreba, i to ne samo za socijalne preduzetnike. U suprotnom, svakako rizikujete izopštenje iz

većeg dela digitalne komunikacije, a da ne govorimo o izgubljenim prilikama za učešće u interesantnim projektima Evropske unije ili drugih donatora. Socijalno preduzetništvo i socijalna ekonomija su poslednjih godina postali veoma aktuelni i odavno nisu niša koja zanima samo mali broj istraživača i praktičara. Sve je više zanimljivih analiza, studija, novinskih članaka o ovom fenomenu, čak i u mejnstrim medijima, koje je šteta propustiti zbog jezičke barijere.

PROJEKTNJA VS. BIZNIS LOGIKA

„Verujem da upravljanje po projektnoj logici često šteti civilnom sektoru. Ta logika ne pomaže da se dobro promisli poslovna održivost. Nedavno sam sa saradnicima razgovarao o našoj selidbi. Našli smo kancelariju koja nam se dopada, ali čiji je zakup 200 evra viši od cifre koju smo predvideli budžetom.

Saradnici koji su zaduženi za budžet su mi rekli da ne brinem, jer bi uz neka pomeranja, ipak uspeli da platimo tu veću cifru. Ali stvar nije u tome da li možemo to sebi da priuštimo ili ne, već u procesu donošenja odluka koji bi trebalo

da se svede na to da li ja zapravo želim i mislim da je neophodno da potrošim tih 200 evra više, bez obzira na to odakle novac dolazi, da li mislim da je to prava vrednost i da li mi je to ulaganje neophodno.

Ova pogrešna logika često ne dozvoljava nevladinim organizacijama i civilnom sektoru da rastu.”

Nejtan Koešal,
direktor i osnivač Catalyst fondacije



KOJI ZAKONI REGULIŠU POLJE DELOVANJA SOCIJALNIH PREDUZEĆA?

Uprkos stavu mnogih socijalnih preduzeća, sličnih socio-ekonomskih inicijativa u Srbiji, kao i stručnjaka koji se bave ovom oblašću, da celovit zakon o socijalnim preduzećima u ovom trenutku nije nužno potreban, već tri godine unazad Vlada nastoji da donese zakon kojim se reguliše ova oblast. Dugoročno, krovni zakon bi svakako bio potreban sektoru, ali tek pošto konsoliduje prakse i iskustva koja su za sada više izuzetak nego pravilo. Sveobuhvatne konsultacije kojima bi pretходила detaljna analiza stanja i potreba postojećih preduzeća, i u kojima bi učestvovali, pre svih, akteri u sektoru socijalnog preduzetništva kao primarno zainteresovana javnost, doprinele bi strateškom razvoju sektora.

U nastavku ukratko navodimo neke od postojećih zakona i strategija koji uređuju polje delovanja socijalnih preduzeća, način njihovog osnivanja i način oporezivanja.

Zakon o zadrugama, usvojen krajem 2015. godine, prepoznaje socijalne zadruge kao formu socijalnih preduzeća. Prema ovom zakonu, socijalne zadruge obavljaju različite delatnosti radi ostvarenja socijalne, ekonomske i radne uključenosti, kao i zadovoljenja drugih srodnih potreba pripadnika ugroženih društvenih grupa ili radi zadovoljenja opštih interesa unutar lokalne zajednice. Socijalni ciljevi se bliže određuju zajedničkim pravilima (vidi stranu → 37), a socijalne zadruge

su dužne da najmanje polovinu ostvarene dobiti ulažu u unapređenje i ostvarivanje postavljenih društvenih ciljeva. Ipak, još nijedna socijalna zadruga nije osnovana po ovom zakonu. Razvoj socijalnog zadrugarstva jedan je od načina da tradicionalni sektor socijalne ekonomije usvoji moderne načine rešavanja društvenih problema kroz tržišno orijentisan pristup.

Zakon o profesionalnoj rehabilitaciji i zapošljavanju osoba sa invaliditetom Republike Srbije pominje naziv socijalno preduzeće. Iako ne daje definiciju, on određuje uslove za osnivanje i sugeriše pravnu formu socijalnog preduzeća za osobe sa invaliditetom. Zakon predviđa i uslove, opisane u merama aktivne politike zapošljavanja, zahvaljujući kojima ova preduzeća dobijaju podršku države.

Zakon o privrednim društvima je važan za ona socijalna preduzeća koja odluče da svoju aktivnost ostvare kroz pravnu formu društva sa ograničenom odgovornošću (d.o.o.). Uprkos tome što je i d.o.o., kao i svaka druga statulska forma koja je regulisana ovim zakonom, usmereno na maksimiranje profita, osnivački akt može odrediti ovo preduzeće ka socijalnom cilju, što mnoga socijalna preduzeća i rade. Čest je slučaj i da udruženja građana osnivaju socijalna preduzeća u formi d.o.o. videći u tome mogućnost za obezbede dodatne izvore finansiranja za svoje aktivnosti.

Na ovaj način rad preduzeća kontroliše udruženja građana koje ga je osnovalo.

Zakon o udruženjima građana dozvoljava obavljanje privredne delatnosti, što je odličan poligon za testiranje inovativnih preduzetničkih pristupa rešavanju društvenih problema. Udruženja ovu mogućnost koriste kao jedan od načina da, između ostalog, i kroz privrednu delatnost reše određeni društveni problem. Ovo im daje i dodatnu fleksibilnost i mogućnost da na različite načine obezbeđuju neophodne finansijske resurse.

Zakon o zadužbinama i fondacijama omogućava organizacijama osnovanim u ovoj formi da, kao i udruženja građana, mogu da obavljaju privrednu delatnost. S druge strane, kao i privredna društva, fondacije i zadužbine ne moraju da ispunjavaju participativni aspekt socijalnog preduzeća. Ipak, statutima je moguće zagarantovati i ovaj demokratski element.

Zakoni koji se posredno odnose na socijalna preduzeća jesu: Zakon o socijalnoj zaštiti, Zakon o javnim nabavkama, Zakon o volontiranju, Zakon o radu i poreski zakoni.

Socijalna preduzeća se često bave pružanjem usluga socijalne zaštite zbog čega je za njih **Zakon o socijalnoj zaštiti** veoma značajan. Usluge socijalne zaštite mogu obav-

ljati, osim javnih ustanova i udruženja, preduzetnici, privredna društva i drugi privatni pružaoci usluga, ukoliko su dobili licencu za obavljanje određenih usluga od Ministarstva za rad, zapošljavanje, boračka i socijalna pitanja.

Za rad socijalnih preduzeća veoma je bitan i **Zakon o javnim nabavkama**, koji uređuje načine i kriterijume za raspisivanje konkursa za pružanje određene socijalne ili neke druge usluge. Ovo je ujedno i način na koji lokalne samouprave dodeljuju mogućnost pružanja određenih usluga socijalnim preduzećima. Javna nabavka je, dakle, nabavka dobara, usluga ili radova od strane naručilaca, državnih, pokrajinskih organa lokalne samouprave ili drugih pravnih lica osnovanih u cilju zadovoljavanja potreba u opštem interesu. Ponuđač može biti bilo koje pravno lice, dakle i neprofitna organizacija poput socijalnog preduzeća. Zakon ne propisuje poseban tretman za pravna lica neprofitnog karaktera, što socijalnim preduzećima dodatno otežava pristup ovom važnom izvoru finansiranja. U mnogim evropskim državama postoje takozvane socijalne klauzule, koje socijalnim preduzećima garantuju privilegovan položaj u okviru javne nabavke.

Zakon o volontiranju, kao i **Zakon o radu**, od izuzetnog je značaja za bilo koje pravno lice. Oba zakona utvrđuju uslove rada i angažmana

zaposlenih. Sam koncept i uključivanje volontera ima posebnu ulogu u radu socijalnih preduzeća. Nažalost, način na koji je ova dobrovoljna i neprofitna aktivnost, koja se ne plaća, uređena zakonom je takav da u velikoj meri šteti samoj ideji volontiranja, jer ga smešta u ekonomsku kategoriju, zanemarujući njegov etički element: doprinos zajednici.

Značaj promocije socijalnog preduzetništva prepoznat je u **Strategiji za podršku razvoja malih i srednjih preduzeća i konkurentnosti za period od 2015. do 2020. godine**. Nacionalna strategija za podsticajno okruženje za razvoj civilnog društva u Republici Srbiji za period 2015-2019. godine, koja je u procesu izrade, takođe prepoznaje koncept socijalnog preduzetništva.



KOJU PRAVNU FORMU IZABRATI?

Tri ključne karakteristike socijalnog preduzeća su:

- društveni cilj;
- ekonomska delatnost;
- demokratski princip upravljanja.

Bez obzira na formu, svako preduzeće treba da bude registrovano u Agenciji za privredne registre:

- podnošenjem prijave za registraciju;
- izdavanjem rešenja kojim se dobijaju Poreski identifikacioni broj - PIB i matični broj;
- izradom pečata;
- otvaranjem računa u banci.

Međunarodni savez zadruga (ICA) je uspostavio principe poslovanja koji se odnose pre svega na zadruge. Ipak, oni mogu biti koristan okvir za sva preduzeća, nezavisno od pravne forme, koja žele da svoje poslovanje prilagode odgovornom i održivom načinu poslovanja. Principi su sledeći:

1. dobrovoljno i otvoreno članstvo: zadruge su otvorene za sve osobe koje koriste njene usluge i spremne su da prihvate odgovornost članstva bez obzira na polne, socijalne, rasne, političke i verske razlike;

2. demokratska kontrola od strane zadrugara: zadruge su demokratske organizacije koje kontrolišu članovi. Oni aktivno učestvuju u donošenju odluka i formulisanju poslovne i razvojne politike. Prilikom donošenja odluka važi pravilo: jedan član – jedan glas;

3. ekonomsko učešće zadrugara: članovi ravnopravno doprinose kapitalu svojih zadruga i demokratski ga kontrolišu;

4. autonomija i nezavisnost zadruga: zadruge su nezavisne organizacije

samopomoći kojima upravljaju i koje kontrolišu zadrugari; zadruge čuvaju svoju samostalnost, nezavisnost i demokratsko upravljanje i kada zaključuju ugovore sa drugim subjektima, uključujući i državne organe, i kada prikupljaju kapital od trećih lica;

5. obrazovanje, obuka i informisanje: zadruge su obavezne da obezbeđuju obrazovanje i obuku za članove, predstavnike, menadžere i zaposlene;

6. međuzadružna saradnja: zadruge su najefikasnije i najbolje služe svojim članovima i jačaju zadrugu pokret, ako međusobno sarađuju na lokalnom, regionalnom, nacionalnom i međunarodnom nivou;

7. briga za zajednicu: zadruge aktivno doprinose razvoju svojih zajednica kroz politiku koju utvrđuju i odobrava članstvo.

Kao i za svako drugo preduzeće, pri izboru pravne forme socijalna preduzeća bi trebalo da uzmu u obzir uslove za osnivanje i vođenje preduzeća, broj osnivača, minimalni ulog, raspolaganje imovinom, poreski tretman budućeg pravnog lica, a iznad svega formu koja

im omogućava da na **najefikasniji, najfleksibilniji i održiv način ostvaruju svoj društveni cilj**. U velikoj meri i izbor same delatnosti dikтира pravnu formu.

UDRUŽENJE GRAĐANA

Zakoni o udruženju građana i o zadrugama u potpunosti omogućavaju da se ispoštuju tri osnovna kriterijuma koja određuju socijalno preduzeće. Udruženja građana su, kako sam naziv kaže, **udruženja pojedinaca okupljenih oko konkretnog društvenog cilja**. Privredna delatnost im omogućava da uz pomoć tržišta stvore još bolje, pre svega, finansijske uslove za društveni uticaj. Odluke o pravcu razvoja i delovanja jednog udruženja se donose demokratski, putem različitih organa koji garantuju učešće članova, kontrolu i transparentnost rada. Sa druge strane, prevashodna usmerenost na projektno finansiranje udruženjima građana omogućava da sredstva za ostvarenje društvenog cilja obezbeđuju nezavisno od tržišta robe i dobara. Ovo im je dobar prostor za testiranje proizvoda i usluga socijalnih preduzeća pre nego što ih eventualno plasiraju na tržište. Ne treba zaboraviti da je projektno finansiranje izloženo specifičnom tipu konkurencije u odnosu na druga udruženja građana prilikom apliciranja za projektna sredstva. Udruženja građana, takođe, vrlo teško mogu obezbediti dodatna

sredstva za svoje aktivnosti preko povoljnijih bankarskih kredita. Da bi se osnovalo udruženje građana, potrebno je imati minimum tri osnivača, a dodatnu privrednu delatnost potrebno je registrovati u Agenciji za privredne registre.

„Okupljanjem osoba koje imaju zajedničke ili slične ciljeve i energiju, osoba koje žele promenu u društvu i ličnom životu, nastaje udruženje. Održivost donosi timski rad i udruživanje resursa, upornost i domaćinsko upravljanje. Motiv za umrežavanje je potreba za više informacija i više resursa, kao i povećanjem ličnih kapaciteta, lične vidljivosti i mogućnosti.“ (Ljiljana Gusić, Udruženje Udahni život)

ZADRUGA

Zadruga je **dobrovoljno, otvoreno, samostalno i nezavisno društvo kojim upravljaju njeni članovi po principima zajedništva i uzajamne pomoći**. Oni svojim radom, aktivnostima ili korišćenjem usluga ostvaruju, unapređuju i štite pojedinačne i zajedničke građanske, ekonomske, socijalne, obrazovne, kulturne i druge potrebe i interese i ostvaruju ciljeve zbog kojih je zadruga osnovana. Zadruga se mogu osnovati kao zemljoradničke,

odnosno poljoprivredne, stambene, potrošačke, zanatske, socijalne, studentske i omladinske, učeničke, zdravstvene, ekološke, kao i druge vrste zadruga za obavljanje proizvodnje, prometa robe, pružanja usluga i drugih delatnosti. Da bi se osnovala zadruga, potrebno je da ima minimum pet osnivača, koji mogu biti isključivo fizička lica. Minimalni osnovni kapital zadruga je 100 RSD. Raspodela dobiti je uslovljena/podređena prvenstvom isplate eventualnih gubitaka iz ranijih godina i uplatom u fondove za obrazovne namene. Tek naknadno se isplaćuje neto dobit zadrugarima ili se ona pak dodaje na već uneti ulog zadrugara, sa izuzetkom zadruga koje posluju sa članarinom. Iznos neraspoređene dobiti prenosi se u narednu poslovnu godinu ili se koristi za unapređenje zadruga.

Zadruga podleže zadružnoj reviziji, odnosno kontroli usklađenosti poslovanja, upravljanja i organizovanja zadruga sa odredbama ovog zakona, zadružnim principima i zadružnim vrednostima.

ZADUŽBINE I FONDACIJE

Zadužbine i fondacije su takođe pravne forme koje ponekad biraju i socijalna preduzeća. Obe su **nečlanskog tipa**, s tom razlikom što je **zadužbina** organizacija gde osnivač namenuje određenu imovinu za dobročinstva

i ostvarivanje opštekorisnih ciljeve ili privatnog interesa, odnosno lične etičke norme. Minimalna vrednost imovine koju osnivač ulaže u zadužbinu je 30.000 evra. **Fondacija** je pravno lice bez članova i imovine osnovano radi ostvarivanja opštekorisnog cilja koji nije zabranjen Ustavom. Ove pravne forme su posebno pogodne kao finansijska podrška socijalnim preduzećima.

PRIVREDNA DRUŠTVA

Socijalna preduzeća mogu i kroz formu privrednog društva da ostvaruju svoju delatnost i društveni cilj. Ipak, nepodsticajne fiskalne i poreske politike doprinose da socijalna preduzeća retko posežu za ovom formom. Država ni na koji način ne stimulise i ne nagrađuje ona preduzeća koja posluju po principu neprofitnih organizacija i u centar svog poslovanja stavljaju čoveka, a ne profit. Nisu uvedene ni klauzule koje bi prilikom javnih nabavki prepoznale preduzeća koja imaju „dodatnu vrednost“. **Privredna društva** su u srpskom zakonodavstvu prepoznata kao privredni subjekti čiji je osnovni cilj sticanje profita. Ali dobro definisanim unutrašnjim aktom - Aktom o osnivanju, preduzetnici ili društva sa ograničenom odgovornošću (d.o.o.) mogu da preinače svoju svrhu tako da faktički postanu **socijalna preduzeća**. Ukoliko Aktom o osnivanju privredno društvo definiše način

rada, društveni cilj, način upotrebe profita, čiji će značajan deo reinvestirati u svoj društveni cilj ili u zajednicu, i ukoliko definiše da je interni princip rada participativan (gde zaposleni zaista učestvuju u donošenju odluka u preduzeću), onda se ono može smatrati socijalnim preduzećem.

PREDUZEĆA ZA PROFESIONALNU REHABILITACIJU I ZAPOSŁJAVANJE OSOBA SA INVALIDITETOM

Prema zakonu o profesionalnoj rehabilitaciji i zapošljavanju osoba sa invaliditetom, radna integracija i zapošljavanje osoba sa invaliditetom može da se obavlja u socijalnom preduzeću. Prema ovom zakonu, socijalno preduzeće je privredno društvo koje se osniva sa ciljem obavljanja delatnosti koja je usmerena na zadovoljenje potreba osoba sa invaliditetom, i koje, nezavisno od ukupnog broja zaposlenih, zapošljava najmanje jednu osobu sa invaliditetom. Socijalno preduzeće dužno je da deo prihoda koji ostvaruje obavljanjem delatnosti ulaže u unapređenje uslova rada, radnih veština, socijalne integracije, životnog standarda i zadovoljenja potreba osoba sa invaliditetom. Ovo preduzeće na tržištu posluje u skladu sa propisima o privrednim društvima.



OPOREZIVANJE

Većina poreskih zakona u Srbiji, od onih koji se odnose na oporezivanje pravnih lica do oprezivanja fizičkih lica, nepovoljna je, a visoke poreske stope u velikoj meri obeshrabruju pojedince da se uopšte upuste u preduzetništvo. Firmama uglavnom neprimerene dažbine otežavaju zaposlenja novih radnika. U ovom vodiču nećemo davati detaljan pregled poreskih zakona, ali savetujemo da uvek konsultujete poreske savetnike i računovođe kako bi svoje poslovanje prilagodili ovim okvirima.

Udruženja građana:

Ukoliko višak prihoda nad rashodima na godišnjem nivou manji od 400.000,00 RSD, udruženje je oslobođeno plaćanja poreza na dobit pravnih lica. Isto važi i ukoliko neprofitna organizacija ne raspodeljuje dobit među svojim zaposlenima, članovima ili sa njima povezanim osobama; lična primanja zaposlenih nisu veća od dvostrukog proseka za delatnost u kojoj je neprofitna organizacija; ne raspodeljuje imovinu svojim zaposlenima, članovima ili sa njima povezanim

osobama. U slučaju da organizacija ostvari višak prihoda nad rashodima veći od 400.000,00 RSD, onda se prihod oporezuje po regularnoj stopi od 15%.

Zadruga:

Ukoliko zadruga prodaje svoje usluge i proizvode na tržištu, podleže porezu na dobit pravnih lica čija je stopa 15%.

Zadužbine i fondacije:

Kao i udruženja građana, podležu porezu na dobit pravnih lica ukoliko ostvare višak prihoda nad rashodima veći od 400.000,00 RSD.

Privredna društva:

Stopa od 15% se odnosi na d.o.o., dok je za preduzetnike 10%.

Preduzeća za profesionalnu rehabilitaciju i zapošljavanje osoba sa invaliditetom:

Primenjuje se regularna stopa od 15%.

KOJE SU NADLEŽNE INSTITUCIJE I SA KOJIM DRŽAVNIM ORGANIMA SARAĐUJU SOCIJALNA PREDUZEĆA?

U Srbiji ne postoji nijedna institucija koja je nadležna za poslove socijalnih preduzeća. Nedavno su pojedine institucije sistematizacijom radnih mesta nominalno uvele odseke i kancelarije za socijalna preduzeća. Primeri takvih institucija su Ministarstvo nadležno za socijalnu politiku sa **Odsekom za podsticanje razvoja socijalnog preduzetništva, profesionalnu rehabilitaciju i zapošljavanje osoba sa invaliditetom**, kao i Privredna komora Srbije sa Biroom za socijalno preduzetništvo (koji je posle manje od godinu dana postojanja ukinut).

Socijalna preduzeća su mahom lokalne inicijative tako da je često za njih značajnija saradnja sa **lokalnim samoupravama**. Zajedničko im je i to što su usmereni na razvoj i podršku lokalnoj zajednici u kojoj identifikuju potrebe

i razvijaju ideje, aktivnosti, inicijative za pružanje adekvatnih odgovora. Dobra saradnja između socijalnih preduzeća i lokalnih samouprava je tako presudna prilikom osmišljavanja i pružanja socijalnih usluga. Javne institucije na lokalnom nivou se bave identifikacijom potreba na lokalnu i raspisuju tendere kako bi odgovorile na te potrebe. Socijalna preduzeća su jedni od pružalaca socijalnih usluga, te je jedan od uslova za dobru i kvalitetnu saradnju upravo međusobno uvažavanje. Za sada je ta saradnja površna i sporadična i često zavisi od senzibiliteta zaposlenih u javnom sektoru ili pak njihove dobre volje. Upoznavanje sa konceptom socijalnih preduzeća, njihovo prepoznavanje kao značajnih strateških partnera i uvođenje prakse povoljnijeg tretmana socijalnih preduzeća su neki od načina da se ta saradnja unapredi.

PRIMERI

SOCIJALNIH

PREDUZEĆA

U SRBIJI

CARITAS ŠABAC



MOJA PRIČA:
MIROLJUB NIKOLIĆ,
direktor

„Krajem devedesetih imao sam 25 godina, bavio se boksom, živio u Pančevu i radio u obezbeđenju u nekim lokalima. Deda mi je bio katolik i jednom prilikom, usred bombardovanja, zamolio me je da ga odvezem do crkve. Tom prilikom upoznao sam katoličkog sveštenika, Italijana, koji je uspeo da sruši predrasude koje sam imao o crkvi.

Odlučio sam da promenim način života i da se bavim drugim stvarima. Posle par dana sam dobio poziv od Nacionalne službe za zapošljavanje da radim u hotelu, koji sam prihvatio. Odmah potom taj isti sveštenik mi je ponudio da se angažujem u Caritasu na jednom projektu koji je imao za cilj razvoj lokalnih organizacija Caritasa u Srbiji. Dugo sam u ovoj organizaciji i svestan sam da su harizma i kreativnost veoma važni u životu i u poslu. Nema ih svako, a uspeh se često zasniva na njima. One sa sobom nose i veliku dozu odgovornosti, pored prilike za sticanje novih znanja, iskustava, kontakata i sl. Pre nekoliko meseci dobio sam ponudu da promenim posao, što bi za mene predstavljalo napredak u karijeri. Ipak, svestan sam da ova organizacija u ovom trenutku ne bi mogla da nastavi sama. Ponudu sam, naravno, odbio.“

Godina osnivanja: 2000.
Broj zaposlenih: 35.
Broj korisnika: više od 500.
Društveni ciljevi: pomoć starima, bolesnima i osobama sa fizičkim i mentalnim poteškoćama, deci i mladima, siromašnim i socijalno ugroženim osobama, mentalno obolelima i zavisnicima, zatvorenici, Romima i drugim manjinama, marginalizovanim, nezaposlenima, razvoj volonterizma, podsticaj obrazovanja i edukacija i zaštita životne sredine.
Pravna forma: udruženje građana.

Jedno od najstarijih socijalnih preduzeća u Srbiji nastalo je pod okriljem Caritasa, međunarodne dobrotvorne organizacije Katoličke crkve - reč je o Udruženju građana Caritas Šabac, koje postoji od 2000. godine, ali se tek od 2010. godine bavi aktivnostima koje spadaju u domen socijalnog preduzetništva.

Udruženje trenutno ima tri vešernice u Šapcu, jedan dnevni boravak „Sveta Sofija“ za osobe sa mentalnim smetnjama i intelektualnim poteškoćama, tri poljoprivredna dobra, a u planu je i otvaranje pogona za obradu voća i povrća. Osim toga, udruženje pruža uslugu „pomoć u kući“ na području tri lokalne samouprave (Šabac, Bogatić, Koceljeva), i ima dve nacionalne licence za pružanje usluga

socijalne zaštite: za pomoć u kući i dnevni boravak. Pored toga što Caritas Šabac uvek može da se osloni na veoma motivisane radnike, on može da računa i na pomoć i podršku oko 50 volontera. Iza sebe ima stotinak odobrenih i uspešno realizovanih projekata, dobre kontakte sa lokalnom zajednicom na svim nivoima i solidne međunarodne veze.

BITI DEO CARITASA NIJE KLJUČ ZA USPEH

„I ne, sve ovo im nije obezbedila samo međunarodna organizacija Caritas. Sve ovo stvorili su članovi i zaposleni u udruženju.

Caritas Šabac je nezavisno udruženje građana i deo je međunarodne mreže koja je organizovana kao konfederacija. Biti deo ovako poznate međunarodne mreže pomaže u vanrednim situacijama, u sticanju iskustva i znanja, u stvaranju bliskih odnosa sa nekim međunarodnim partnerima. Članice mreže nemaju nikakve obaveze jedna prema drugoj i samo od posvećenosti i rada zavisi da li će se lokalne članice razviti ili tavoriti. Za uspešno funkcionisanje organizacija Caritasa neophodna je saradnja sa lokalnim parohom i zajedništvo sa biskupom. Udruženje je slobodno da predlaže inicijative i programe. Saradnja na međunarodnom nivou postoji i zavisi od reputacije koju lokalna članica ima, kvaliteta ideja i projekata i ozbiljnosti sa kojom pristupa njihovoj realizaciji.“



DNEVNI BORAVAK: KADA KORISNICI POSTANU POTENCIJAL, A NE PROBLEM

„Usluga je osmišljena i razvijena u okviru jednog evropskog projekta koji smo radili sa partnerima iz Italije. Dnevni boravak postoji od 2015. godine na placu koji smo dobili od grada. Imamo licencu za jedini dnevni boravak za odrasle osobe sa mentalnim smetnjama i intelektualnim poteškoćama, iako nas zakon o socijalnoj zaštiti prepoznaje samo kao grupu kojoj je potrebna pomoć.

Naši korisnici se trenutno nalaze na tri lokacije: u dnevnom boravku „Sveta Sofija“ u Šapcu, dok se radno-okupaciona terapija sprovodi i na poljoprivrednim imanjima

u Bogatiću i Vukošiću. Ideja nam je da njihovo angažovanje bude korisno i da proizvodi koji nastanu imaju upotrebnu vrednost, a da se ne svede sve samo na puku animaciju. Za sada proizvodimo osveživače od lavande u kesicama, pravimo džem i slatko, suve šljive sa čokoladom i orasima i pečemo domaću rakiju od šljive. U planu je otvaranje novog pogona za proizvodnju hrane i pečenje rakije.“

VEŠERNICE: SLUČAJNOSTI NE POSTOJE, A PRILIKE SU SVUDA

„Prvu vešernicu smo otvorili 2012. godine zahvaljujući projektu Grupe 484 i Unicredit fondacije. Prijavili smo se na tender sa na-

merom da otvorimo dnevni boravak i projekat nam je bio odobren. Ispostavilo se da kuća koju smo hteli da kupimo nije imala sve papire, a nismo imali dovoljno novca da kupimo drugu. U to vreme sam bio privatno u kontaktu sa jednim preduzetnikom iz Italije koji je ovde otvarao fabriku. On je o našem udruženju ispričao svojim prijateljima koji su zatvarali hemijsko čišćenje u Torinu i odlučili su da nam poklone opremu i profesionalnu mašinu za hemijsko čišćenje koju nismo znali gde stavimo. Negde u to vreme sam prolazio pored lokala u centru Šapca koji je bio na prodaju. Cena lokala je bila ista kao i novac koji smo dobili kroz projekat Grupe 484. Sada imamo tri vešernice koje rade odlično i održive su. U njima rade žene iz teško zapošljivih kategorija. One su neverovatne, vredne i poštovane. I rezultati se vide.“

KVALITET JE JEDINO VAŽAN

„Kvalitet je primarni i jedini imperativ u našem poslovanju, a ne samo naša socijalna dimenzija. Mi samo kvalitetom i konkurentnošću možemo da garantujemo održivost. Danas je i sa kvalitetnom uslugom teško opstati na tržištu, a bez kvaliteta - to je nemoguća misija. Želimo da i usluge koje pružamo u vešernici i naše poljoprivredne proizvode ljudi biraju, pre svega, zbog visokog kvaliteta.“



CARITAS VALJEVO



MOJA PRIČA:
SNJEŽANA BADRIĆ,
koordinatorka za usluge pomoći u kući

„Živela sam i radila u Hrvatskoj do početka devedesetih. U Zagrebu sam diplomirala ekonomiju i bavila sam se uštedom energije u tehnološkoj industriji. Stalno sam se doškolovala, pa sam tako između ostalog svoja znanja proširivala kroz IBM-ovu školu u Sloveniji.

Početkom devedesetih sam došla u Srbiju i ponudila svoje znanje pančevačkoj rafineriji, u kojoj nisu bili zainteresovani ni za moja znanja, ni za njihovu primenu. Potom sam otišla u RS Krajinu, jer sam pripadala tom miljeu i tim ljudima, i ponosna sam što sam neposredno doživela „Oluju“. Sećam se da kao izbeglice nismo imali državljanstvo, niti bilo kakva prava, a doživela sam i brojna poniženja i uvrede. Došla sam u Caritas sa željom da pomognem ljudima sa margina, da učinim, koliko je u mojoj moći, da ljudi više ne budu identifikovani kao broj.“

Godina osnivanja: 2001.
Broj zaposlenih: 17.
Broj korisnika: 100.
Društveni ciljevi: pomoć ugroženim grupama: odraslima, starima i Romima, usluge socijalne zaštite, razvoj socijalnog preduzetništva, promocija zaštite mentalnog zdravlja u zajednici.
Pravna forma: udruženje građana.

„Kada slušate ljude, njihove potrebe i probleme, oni su vama inspiracija. Kada bi imali više sluha za potrebe čoveka, puno bi jednostavnije rešavali probleme i manje bi bilo nervoze u čitavom sistemu socijalne zaštite“, reči su Snježane Badrić iz Udruženja Caritas Valjevo, koji je svoje aktivnosti, izvan isključivo humanitarnog segmenta, počeo upravo programom „Centar za slušanje“, 2001. godine, a kroz koji i danas prođe mesečno osamdeset ljudi. U međuvremenu aktivnosti i usluge su se proširile, a među najznačajnije spada svakako „Pomoć u kući“, jedina usluga te vrste sa državnom licencom u Kolubarskom kraju. „Pomoć u kući“ ima 100 korisnika/ca, o kojima brine 9 negovateljica. Tu su i dva vešeraja: jedan za osobe sa invaliditetom i jedan gradski vešeraj - „Lindo“, kao i štamparija. Caritas Valjevo zapošljava 17 ljudi od kojih je troje - prodornih, sposobnih

i složnih - u menadžmentu. Osim Snježane, tu su i Radoslav Ljubičić i Dušan Perić.

PROMENE KREĆU ODOZDO

„Usluga ‘Pomoć u kući’ za stare, bolesne i osobe sa fizičkim invaliditetom postoji od 2001. godine i pokrenuli smo je zahvaljujući partnerima iz Caritasove mreže u Italiji. Grad Valjevo od 2013. godine sufinansira ovu uslugu kroz javne nabavke, a od 2015. godine njome su obuhvaćene i osobe sa mentalnim i intelektualnim poteškoćama. Na to smo naročito ponosni, jer je njihovo uključivanje rezultat našeg dugogodišnjeg zalaganja. Naš stav je da radimo, ulažemo se i uporno tražimo ono što je ispravno, iako nema jasnog okvira ili je pak nepovoljan. Mi smo se zalagali i polako menjali okruženje kada je reč o mentalnom zdravlju još od 2007. godine. Bilo je puno prepreka, ali uspeali smo. Danas imamo odluku o socijalnoj zaštiti za uslugu ‘Pomoć u kući’ i za osobe sa mentalnim smetnjama.“

DOSTOJANSTVO ZA SAMOHRANE MAJKE

„Prvi vešeraj otvorili smo 2006. godine, kada su nam, opet, partneri iz Italije obezbedili profesionalne mašine i sušilice. Hteli smo da



omogućimo dostojanstven život samohranim majkama (udovicama, razvedenim majkama i ženama koje imaju vanbračno dete) koje su, da bi opstale na tržištu rada, bile primorane da rade nenormalno radno vreme i usled toga zapuste decu. U tom prvom vešeraju smo za tri žene obezbedili sigurne i primerene uslove rada, a uslugu su pružale onima koji nemaju ni fizičke, ni zdravstvene uslove da bi radili, tj. mahom korisnicima naše usluge 'Pomoć u kući'. Prvi vešeraj nije radio komercijalno, već smo ga finansirali iz projekata. Drugi, koji smo otvorili nedavno u centru Valjeva je komercijalna aktivnost koja pre svega treba biti održiva sama za sebe, a eventualni prihod bi usmeravali na dofinansiranje drugih aktivnosti i usluga socijalnog karaktera."

ŠTAMPARIJA

„Potrebu za komercijalnom aktivnošću osetili smo kada su nam neke usluge bile ugrožene, jer nismo mogli da pokrijemo sve troškove, a na participaciju korisnika nismo mogli, niti smo hteli da računamo. Grad preko javnih nabavki pokriva troškove osoblja i operative troškove, dok sve drugo (vozila, na primer) nije uračunato. Zahvaljujući Caritasovoj mreži dobili smo mašine i trenutno zapošljavamo dve osobe, ofset majstora i jednu samohranu majku koja radi na doradi. Posla nema uvek, tako da ove dve osobe rade po potrebi. Radimo mahom štampu za Caritasovu mrežu, pa čak i za članice iz Poljske, Italije, Austrije. Cene su nam konkurentne, a sav profit ulažemo u usluge i aktivnosti socijalnog karaktera.“

ŽENSKI CENTAR UŽICE



Razgovor je vođen sa Radom Gujaničić, predsednicom Ženskog centra Užice, i Marinom Tucović, koordinatorkom Reciklažnog centra.

ŽENSKI CENTAR UŽICE

Ženski centar Užice postoji od 1998. godine. Osnovala ga je grupa žena sa ciljem da u lokalnoj sredini progovori o realnom položaju žena, njihovim ženskim ljudskim pravima



i sposobnostima, te da se ojača žensko samopouzdanje i žene se aktiviraju u ostvarivanju sopstvenih prava i ekonomski osnaže.

Ove ciljeve udruženje ostvaruje kroz tri programa: zdravstveni, ekonomski i obrazovni.

Svi programi su dali izuzetne rezultate, ali nas je ovom prilikom najviše zanimao ekonomski, kroz koji je, zahvaljujući brojnim inovativnim aktivnostima i inicijativama, umnogome poboljšao socio-ekonomski status žena, i pri čemu su one često osnaživane i kroz rad i angažovanje u zadrugama.

Godina osnivanja: 1998.
Godina osnivanja Reciklažnog centra: 2013.
Društveni ciljevi (Reciklažnog centra): ekonomsko osnaživanje žena, promocija ženskog stvaralaštva i kreativnosti, potpuno zbrinjavanje otpadnog tekstila na ekološki i inovativan način.
Pravna forma: udruženje građana.

MODEL ŽENSKOG CENTRA UŽICE

„Ideja za reciklažni centar postoji od 2009. godine i u toj ranoj fazi bila je usmerena na sakupljanje viška odeće od stanovništva i deljenje onima kojima je potrebna. Već 2010. smo se javile na konkurs Grada Užice za socijalnu reformu, dobile 500.000 dinara, zaposlile četiri žene na pet meseci i angažovale Marinu Tucović. Marina je tekstilna inženjerka i njeno angažovanje u udruženju je savršen primer našeg modela koji se toliko puta pokazao uspešnim. Marina je ostala bez posla u najboljim godinama, baš kada je dosegla ličnu i profesionalnu zrelost. Takve osobe su nama uvek bile ključne i dosta aktivnosti i projekata smo zahvaljujući njima ostvarile. Kada ove žene stave svoje iskustvo, znanje i entuzijazam koji dolazi iz činjenice da je neko u njih poverovao i dao im šansu u službi neke ideje, rezu-



ltati nikada ne izostanu”, priča Rada Gujaničić, predsednica Ženskog centra Užice.

TRI FAZE RECIKLAŽE

„Te 2010. Užice dobija regionalnu deponiju i otpad postaje problem. Naš projekat ima za cilj da dugoročno i efikasno reši problem celokupnog tekstilnog otpada. Njegova prednost je inovativnost, a s obzirom na to da je reč o zatvorenom, ekonomski održivom sistemu, primenljiv je i u drugim mestima, ne samo u Srbiji već i u svetu. Sistem se sastoji iz tri dela i koncipiran je u skladu sa

karakteristikama otpadnog tekstila koji nastaje u domaćinstvu (odeća, kućni tekstil) i industriji tekstila, a čiji problem nigde nije sistemski rešen, i kojim se i mi u ovoj fazi nismo bavile, ali ćemo mu se vratiti ukoliko sve zaživi kako smo zamislile. Dakle, mi prikupljamo od građana kompetan tekstil i njegovu obradu delimo u tri faze. U prvoj fazi se vrši sortiranje: upotrebljiv tekstil se donira građanima; a u drugoj fazi se vrši odvajanje tekstila koji ne može da bude odevni predmet, ali može da postane novi proizvod. U okviru evro-pskog projekta prekogranične saradnje Srbije i Crne Gore ‘Reciklažom tekstila do održivih rešenja’ dobile smo sredstva za opremanje radionice za redizajn i proizvodnju novih proizvoda. U radionici zapošljavamo od 5 do 15 žena, među kojima su osobe sa invaliditetom, žene starije dobi, žene žrtve nasilja u porodici, samohrane majke. Izrađujemo proizvode tekstilne galanterije, korporativne poklone i propagandni materijal za institucije”, priča Marina Tucović, koordinatorka ovog projekta.

„Treća faza, koja bi trebalo da preusmeri projekat na jedan viši ekonomski nivo, jeste proizvodnja recikliranog vlakna koje se koristi kod toplotne i zvučne izolacije u građevinarstvu, automobilske industriji i slično. Taj materijal se uvozi, a potreba za njim je ogromna. Ovaj segment bi nam omogućio da recikliramo i industrijski otpad.

To je ozbiljna investicija i upravo smo konkurisale za jedan evropski projekat sa ovom idejom. Njena realizacija bi nam omogućila da zaposlimo više žena iz naše ciljane grupe i pružimo više celoj zajednici. Želja nam je da finansiramo i aktivnosti udruženja, jer smo svesne da je donatora sve manje i da smo u sve većem problemu da prikupimo sredstva za naše aktivnosti: kao što su programi obuke, zaštite i prevencije zdravlja žena, finansiranje SOS telefona za žene žrtve nasilja itd.”

PRIMER JAVNO - PRIVATNOG PARTNERSTVA

„Koncept socijalnog preduzeća je jedan lep primer javno-privatno-privatnog partnerstva. Nama su pružili podršku Regionalna razvojna agencija koja je bila partner na prvom evropskom projektu i ponovo će biti u ovom novom. Grad Užice nam je takođe partner na ovom novom projektu. Posebno ističemo podršku privatne kompanije MPP Jedinstvo, koja nam je ustupila preko sedamsto kvadrata poslovnog prostora bez nadokande”, saznajemo od žena iz Ženskog centra Užice.

DAMSKO SRCE, PIROT



MOJA PRIČA:
SLAVICA ČIRIĆ,
osnivačica zadruge

„Zanatsku zadrugu Damsko srce osnivamo 2009. godine na temeljima Udruženja za negovanje i očuvanje starih i umetničkih zanata Grlica iz 2005. godine. Udruženje smo osmislili kako bismo pomogli ženama koje su ostale bez posla da pretvore hobi u privremeni

posao i obezbede sebi dodatnu zaradu dok se ne snađu. Već posle godinu dana mi je postalo jasno da udruženje nije odgovarajuća forma i da nije dovoljno. Žene koje smo obučavali sa idejom da same pokrenu svoje radionice nisu bile vične preduzetništvu. Bile su dobre tkalje, vešte, ali bojažljive i bez inicijative. Na meni je bilo da odlučim da li da se zaustavim na udruženju, steknem staž i provučem se do penzije ili da, ako već radim za sebe i stvaram neki dohodak, stvorim nešto gde još bar deset ljudi može da zaradi. Naravno da mi se druga ideja mnogo više svidela iako je bila neizvesnija i zahtevnija.“

Godina osnivanja: 2009.

Broj zaposlenih: 1-10 u zavisnosti od obima posla.

Društveni ciljevi: Očuvanje vekovne tradicije tkanja i očuvanje standarda kvaliteta u izradi pirotskog ćilima kroz angažovanje žena koje su pre svega usled tranzicije, a potom i krize, ostale bez posla, a zbog godina spadaju u teško zapošljive kategorije.

Pravna forma: zanatska zadruga.

Simbol „damsko srce“ na pirotskim ćilimima ima posebno značenje: njime se obeležava početak novog života. Uz Zanatsku zadrugu Damsko srce oživela je tradicija pirotskog ćilimarstva, koja je u periodu između 2007. do 2009. godine bila potpuno zamrla. Naime, tih godina za samo šest meseci zatvorene su sve radionice koje su proizvodile pirotске ćilime, mahom zbog ukidanja dotacija za plaćanje poreza, a koje su ćilimarkama garantovale opstanak.

OSNIVANJE

„Godine 2009. Ministarstvo ekonomije i regionalnog razvoja Republike Srbije raspisalo je konkurs za dodelu bespovratnih sredstava u

okviru programa raspodele i korišćenja subvencija namenjenih za razvoj turizma i ruralne delatnosti. Opština Pirot je aplicirala projektom koji smo napisali kao Udruženje Grlica. Osim Ministarstva projekat su podržali i USAID i Opština Pirot. Zahvaljujući ovim sredstvima rekonstruisali smo, renovirali i sanirali zgradu u kojoj se nalazimo i čije su prostorije opremljene za edukaciju i radionicu za tkanje pirotskog ćilima.“

TKALJE, MAJSTORICE I UMETNICE

„Danas je pirotsko ćilimarstvo na rubu opstanka i isključivo iz ljubavi prema zanatu i pirotskom ćilimu tkalje ga čuvaju. Žene zaposlene u zadrugi su vrhunske majstorice i umetnice. Pirotski ćilim je za sada jedini narodni proizvod iz Srbije sa geografskom zaštitom, a od 2012. godine ovaj zanat je stavljen na nacionalnu listu nematerijalnog kulturnog nasleđa Republike Srbije i pod zaštitom je Uneska. Samo i jedino zahvaljujući ljubavi tkalja prema ćilimu ovaj zanat je preživeo i živi u izvornom obliku. U celom Pirotu možda ima petnaestak žena ispod 60 godina koje se bave izradom pirotskog ćilima. Poslednji je čas da se sistematski pristupi rešenju problema odumiranja ovog zanata. Da li je državi tako veliki teret da izdvoji sredstva kojima će stimulirati i dotirati rad tih petnaestak žena da očuvaju znanje i da ga prenesu mlađim ženama?“



ČILIM JE KNJIGA JEDNA!

„Čilim nije samo dekoracija, on je slikovno pi-smo i amajlija za kuću. O njegovoj snazi, ener-giji, mistici simbola se gotovo ništa ne zna. Besplatno pomažem svima da protumače sim-bole i procene čilime. Želim da što više čilima prođe kroz moje ruke, jer tako stičem znanje koje ne želim da zadržim, već da ga, uz stručnu pomoć kustosa pirotskog Etnografskog muze-ja, sistematizujem i prenesem, jer ga, verovali ili ne, u knjigama nema ili je veoma skromno.“

OVCA PRAMENKA U LANCU PROIZVODNJE PIROTSKOG ČILIMA

„I u odabiru materijala sledimo stroga pravila tradicije. Sirovina od koje se radi originalni pi-

rotski čilim ne postoji na tržištu. Pravi pirotski čilim se pravi samo od vune koju daje lokalna ovca pramenka. Sarađujemo sa ovo malo pre-ostalih domaćina koji čuvaju ovcu pramenku i koji za dve godine sakupe oko 300 kg vune koju mi otkupimo, a potom dajemo u predi-onicu da nam se isprede po sandardu koji je dat u Elaboratu. Tako od 300 kg sirove vune dobijemo 100 kg potrebnog prediva.“

ODRŽIVOST: BEZ PROJEKATA NE BISMO OPSTALI

„Prodamo sve što uradimo, a kupci su nam prvenstveno uspešni privrednici koji svojim važnim poslovnim prijateljima poklanjaju pi-rotski čilim kao nešto najvrednije i nešto po čemu je Srbija prepoznatljiva u svetu. Sarađu-jemo i sa protokolarnim službama, a imamo i podugačku listu čekanja. Sve to nam ipak ne garantuje održivost jer tržišna vrednost ni blizu ne pokriva troškove. Za jedan kvadratni metar originalnog i sertifikovanog pirotskog čilima iskusnoj tkalji, koja zna šare napamet, treba mesec i po dana ukoliko radi osam sati dnevno. Cena jednog metra kvadratnog je 400 evra, što jedva pokriva troškove plate i do-nekle materijala. Ostaju nepokriveni troškovi nadoknade za ženu koja radi doradu, onu koja radi dizajn i kreaciju, administrativni i troškovi održavanja, troškovi promocije, izrade katalo-ga, prezentacije i mnogo toga još. Projekti su za sada jedini način da opstanemo.“

UDRUŽENJE ŽENA SA SELA TEMŠTANKA, PIROT



Razgovor je vođen sa Blagojkom Lilić, pred-sednicom Udruženja

Biba, Dušica, Vesna, Dragica, Tanja, Snežana, Ljubinka, Ivana i Nataša osnovala su Udruže-nje žena sa sela 2011. godine na Svetu Petku

(27. oktobra). Temštanke su žene iz sela Tem-ska, nadomak Pirota, koje su se vratile u selo pošto su ostale bez posla u industriji, mahom u Fabrici tekstila „Prvi maj“. Imaju između 30 i 60 godina i želja im je bila da zarade nešto ra-deći ono sto najbolje znaju i najviše vole: spre-majući preukusna jela iz bogate i raznovrsne staroplaninske tradicije, koja polako padaju u zaborav. U kuhinji ove uigrane i složne žene, koje uživaju u druženju, koriste samo namirni-ce koje su same proizvele, a na njihovom me-niju se nalazi čak 150 recepata bez mesa, kao i devet vrsta sarmi.

Posle samo pet godina postale su poznate i priznate i van granica pirotskog okruga. Rado i često učestvuju na gastro festivalima širom Srbije gde njihove kulinarske kreacije nagra-đuju i hvala stručnjaci, isto koliko i posetio-ci. Osnovale su Festival staroplaninskih jela u Temskoj, koji iz godine u godinu beleži sve više gostiju i poseta doprinoseći raznovrsnosti turističke ponude pirotskog kraja.

Godina osnivanja: 2011.

Broj članica: 9.

Društveni ciljevi: promocija održivog socijalnog i ekonomskog razvoja u ruralnim oblastima; negovanje tradicionalne kuhinje pirotskog kraja, promocija aktivnog uključivanja žena, edukacija i osnaživanje žena.

Pravna forma: udruženje građana.

U razgovoru nam je rekla da su prezadovolje saradnjom i podrškom koju su dobile od Turističke organizacije i Opštine Pirot, Fabrike „Tigar“ i mnogih lokalnih organizacija i pojedinaca. Kuhinja im je u prostorijama Mesne zajednice Temska. Opremile su je zahvaljujući nacionalnom tenderu „Pokreni se za posao“, a u saradnji sa lokalnom samoupravom.

Ipak, sve nagrade, pohvale, uspjesi ne vrede, kaže, koliko jedan osmeh i jedno „hvala“ starih i od svih zaboravljenih ljudi. U okviru projekta „Naša deca su daleko, a vi ste tako blizu“, zahvaljujući skromnoj, ali ipak značajnoj podršci Opštine Pirot od 90.000 dinara, čak tri meseca (od marta do juna 2016. godine) kuvala su i odnosile tople obroke starijim i zapostavljenim meštanima. Nemaju svoje vozilo, pa su često do udaljenih i zabačenih kuća išle peške. Nikakve poteškoće, međutim, nisu umanjile njihovo zadovoljstvo pro-

uzrokovano pozitivnim reakcijama meštana, kao ni rešenost da sa projektom čim pre nastave, naravno, ukoliko Opština Pirot odluči da obnovi ovu uslugu. Zauzvrat će ove otre-site žene zakucati na vrata potencijalnih donatora ne bi li od nekoga dobile vozilo koje bi im omogućilo da ovom uslugom obuhvate još šire područje.



UDRUŽENJE ŽENA UDAHNI ŽIVOT, STANIŠIĆ



UDRUŽENJE ŽENA UDAHNI ŽIVOT

Razgovor je vođen sa
Ljiljanom Gusić, predsednicom,
i Dalidom Macurom, članicom

Deset izdanja manifestacije „Dani hleba, vina i ljubavi“, usluge gerontodomaćica

dnevni boravak za decu iz socijalno ugroženih porodica, turistička ponuda za goste iz Nemačke, potomke bivših žitelja sela Stanišić, socijalno preduzeće „Dobra bašta“ samo su neke od aktivnosti koje sprovodi Udruženje žena Udahni život iz Stanišića kod Sombora. Sa Ljiljanom Gusić, predsednicom ovog udruženja, i Dalidom Macurom, članicom, razgovarali smo o prednostima i izazovima jednog ovakvog aktivizma, koji se zasniva na osnaživanju žena, uključivanju u društvo i zajednicu, aktivnoj integraciji koja doprinosi da steknu ili vrate veru u sebe i svoje sposobnosti.

Broj članica udruženja: 8.

Broj zaposlenih: 12.

Godina osnivanja: 2008.

Društveni cilj: ekonomsko osnaživanje i poboljšanje položaja žena, afirmacija ženskog stvaralaštva, integracija, briga o deci, starima, promocija turizma, briga za zajednicu, organska i održiva proizvodnja povrća.

Pravna forma: udruženje građana.

Ljiljana Gusić je liderka koja ume i zna kako da motiviše i ohrabri članice kada posumnjaju ili posustanu i, što je još važnije, njen entuzijazam je zarazan, pa ovim ženama nika da ne nedostaje ideja, ni posla. Javljaju se na konkurse, osmišljavaju ih, idu na obuke i edukacije na kojima razvijaju sposobnosti i rastu pojedinačno i kao grupa. Udruženje je bilo inspiracija i drugim ženama u okolnim selima da se udruže i osmisle i razviju drugačije aktivnosti koje su često komplementarne, pa sarađuju i razmenjuju iskustva.

„Od 2010. godine, kada smo zvanično registrovale udruženje, brzo smo napredovale. Prvo smo konkurisale samo kod lokalne samouprave, ali smo brzo stigle do pokrajinskog i republičkog nivoa. Iz godine u godinu imamo sve više znanja i lista partnera

na koje možemo da računamo je sve duža“, priča Ljilja Gusić.

„Naše socijalno preduzeće, koje se bavi organskom poljoprivredom, nastalo je tako što smo se 2015. godine prijavile na konkurs Delta fondacije ‘Zasad za budućnost’, namenjen udruženjima za pokretanje socijalnog preduzeća i započinjanje poljoprivredne proizvodnje. Projekat traje godinu dana i za pokretanje proizvodnje dobile smo 1.250.000 dinara“.

BITNA JE VERA U USPEH

Za plastenike je zadužena Dalida Macura, koja nam sa nevericom priča kako je umesto Ljilje izašla pred komisiju da svojim rečima objasni projekat i zatraži da baš njima ukažu poverenje. „Nisam verovala da ću uspeti“, kaže sa osmehom i ponosom. „Mislila sam da nisam dorasla izazovu, ali Ljilja i članice su verovala u mene i evo plastenici su tu i zasadi napreduju. Meni to gajenje povrća ide, volim zemlju, a mislila sam da to što ja znam i nema neku vrednost i da je normalno, ali ispostavilo se da nije tako, da je to moj talenat i moj uspeh.“

„Inače, plastenik je u okućnici stare zgrade koju smo dobili na korišćenje. Naime, gospođa u čijem je vlasništvu zgrada živi u inostranstvu



i prati naše aktivnosti na Fejsbuku. S obzirom na to da je tržišna vrednost ove prelepe zgrade mala, odlučila je da nam je ustupi. Mi smo počele da je sređujemo, popravljamo i opremamo, jer je bila zapuštena. Planiramo da otvorimo i agroturizam, a u međuvremenu smo dobile i ovaj projekat sa plastenicima, tako da je naš plan o održivom socijalnom preduzeću koje će proizvoditi zdravu hranu i zapošljivati žene iz sela sve bliži realizaciji. Staru kuću želimo da uredimo i prikažemo nekadašnji način života u Vojvodini, sa nameštajem, predmetima i motivima, a zajedno sa proizvodnjom hrane, to će umnogome doprineti turističkoj ponudi sela“, kaže Gusić.

Povrće se gaji po strogim pravilima organske proizvodnje, a za oko godinu dana od nadležnih bi trebalo da dobiju i sertifikat za ovu

vrstu proizvodnje. Koriste samo seme sa deklaracijom i sve se kontroliše. „Dobra bašta“ zapošljava 12 radnica, među kojima su i teže zapošljive grupe, odnosno marginalizovane grupe ljudi.

Ljilja dodaje da je potražnja za ovim zdravim proizvodima prilična, pa ih ne brine plasman i prodaja, a sav prihod od prodaje uložić u novu proizvodnju i novo zapošljavanje. Bio bi ovo i najbolji primer da je život na selu i u Srbiji moguć i da održiva ekonomija ima veliki potencijal.

CATALYST, BEOGRAD



MOJA PRIČA:
NEJTAN KOŠEAL,
direktor i osnivač

Amerikanac sa stalnim boravkom na Balkanu u poslednjih 17 godina. Radio sam na

razvojnim programima vodećih međunarodnih agencija i organizacija usmerenih mahom na angažovanje zajednice i civilnog društva i na jačanje kapaciteta za davanja grantova u Albaniji, Bosni i Hercegovini, Kosovu, Makedoniji, Crnoj Gori i Srbiji. Uvek volim da čujem priče o kreativnim i inovativnim načinima pomoći pojedinaca i kompanija.

Godina osnivanja: 2013.
Broj zaposlenih/saradnika: 14.
Društveni cilj: podrška razvoju i širenju lokalne filantropije; razmena znanja u filantropskoj zajednici u Albaniji, Bosni i Hercegovini, Hrvatskoj, Kosovu, Makedoniji, Crnoj Gori i Srbiji.
Pravna forma: fondacija.

Katalist (Catalyst) je fondacija. Ali nije samo pravna forma ono što je čini drugačijom od ostalih socijalnih preduzeća koja smo predstavili u ovom Vodiču. Osnivač i direktor je Amerikanac Nejtan Košeal, koji pre Katalista ni po obrazovanju, ni po radnom iskustvu nije imao dodira sa preduzetništvom. Ipak, njegov pragmatičan stav, veoma tržišno orijentisan pristup vođenju poslova, način na koji prihvata i suočava se sa izazovima otkrivaju jednu drugačiju kulturu kojoj su preduzetništvo i inicijativa daleko bliskiji.

Katalist se kroz sakupljanje i analizu podataka, promociju, povezivanje, organizovanje dešavanja, razvoj instrumenata, kao i konsultantske usluge trudi da proširi i ojača postojeći filantropski ekosistem u zemljama Zapadnog Balkana. Na osnovu rezultata ovih aktivnosti Fondacija objavljuje, između ostalog, godišnje izveštaje o filantropiji, dnevni

i nedeljni pregled vesti o filantropiji iz regiona, vesti iz sektora, a na blogu angažuje neprofitne i korporativne eksperte iz oblasti filantropije u otvorenom dijalogu o aktuelnim pitanjima od interesa za sektor.

JAČANJE FILANTROPIJE NA BALKANU

„Želimo da postanemo glavni provajder usluga u oblasti filantropije na Balkanu. Za sada još testiramo naš biznis model i dali smo sebi još godinu dana da vidimo da li može da zaživi. Pošli smo od pretpostavke da u zemljama Zapadnog Balkana postoji filantropija, da je ima više nego što se misli i da o njoj ne postoji nikakva evidencija. Počeli smo tako da sakupljamo podatke mahom iz novinskih članaka (press clipping), koji su naš primarni izvor informacija u čak 90% slučajeva, i iz izveštaja firmi (tek 10%). Svesni smo da mnogo toga ostane ispod radara i trudimo se da tu razliku nadomestimo. Razvoj metodologije nas je dosta koštao i ekonomski i vremenski. Za tri godine potrošili smo oko 400.000 dolara, i to pre svega na metodologiju, ljudske resurse i troškove putovanja. Veći deo finansirali smo kroz grantove, ali smo se od samog početka trudili da doprinesemo i integrišemo budžet kroz aktivnosti kao što su pisanje izveštaja, organizacija događaja za partnere i slično.“



NOVI IZVORI PRIHODA

„U našoj bazi podataka sada imamo informacije o 19.000 filantropa, donatora i slično. Planiramo da unapredimo naš softver i da ga uz simboličnu mesečnu ili/i godišnju nadoknadu stavimo na raspolaganje korisnicima, NVO i ostalima. Na osnovu podataka koje sakupljamo biće moguće pristupiti kompletnoj bazi podataka, anagrafskim podacima, njihovim filantropskim profilima, aktivnostima u različitim oblastima i sektorima i slično. Drugi proizvod koji planiramo da predstavimo trebalo bi da reši problem mnogih organizacija koje nemaju običaj da koriste tehnologiju za održavanje kontakata sa donatorima, članovima, volonterima, ljudima koji prisustvuju njihovim dešavanjima. Na tržištu postoje dobri CRM softveri koji su namenjeni neprofitnim organizacijama i besplatni su, ali i prilično zahtevni za korišćenje i održavanje. Osim toga, prilikom njihovog korišćenja često je prisutna i jezička barijera, jer su programi



na engleskom. Planiramo da u skorije vreme plasiramo na tržište jedan sličan softver prilagođen ovdašnjim potrebama, odnosno na različitim balkanskim jezicima.”

ŠTA SMO ZAHVALJUJUĆI KATALISTU?

Tako smo zahvaljujući Katalistu i njihovoj vrednoj analizi saznali da „u Srbiji postoje ljudi koji žele da daju i da pomognu, važno je samo da neko prvi krene”; da „pojedinci često nisu svesni da i malim iznosom mogu mnogo da doprinesu”; da „je lakše dobiti donaciju u robu nego u novcu”; da je opšte uvreženo mišljenje da su osobe sa invaliditetom i inkluzija pitanja koja država treba da rešava, a ne pojedinci. Saznali smo i da nema pravila po kojima se filantropija odvija i da pomoć stiže kada se ne nadaš i od onoga od koga je najmanje očekuješ! Treba samo biti uporan i jasan u svojim potrebama.

EKO HOSTEL REPUBLIK, UŽICE



MOJA PRIČA: MARKO RISTOVSKI, osnivač i menadžer hostela

„Po završetku Više hotelijerske škole prva iskustva sticao sam u nekim od najboljih beogradskih hotela, a potom sam tri godine radio na prekookeanskim kruzima. Kada mi je 2012. godine istekao poslednji ugovor, počeo sam da razmišljam da otvorim hostel. Veliki sam zaljubljenik u sport i prirodu.”

Zgrada u kojoj se nalazi Eko Hostel Republik je na samom obodu užeg centra Užica. Spolja izgleda u najmanju ruku obično, a dobrim delom i unutra. Da nije oznaka na engleskom jeziku koje vas na svakom odmoru obeštavaju koliko vas još stepenika deli od hostela, ne biste ga приметили. Na poslednjem spratu sva „običnost” nestaje: dočekuju vas mali pult na ulazu i velika oznaka „Eko Hostel Republik” sa petokrakom zvezdom u centru. U imenu je i tajna koncepta ovog hostela.

Godina osnivanja: 2013.

Broj zaposlenih: 3.

Društveni ciljevi: promocija turizma u užičkom kraju i gradu Užicu, zaštita životne sredine, ekologija, obnovljive energije i održivost.

Pravna forma: Društvo sa ograničenom odgovornošću (d.o.o.).

Ekologija i zaštita životne sredine su njegov zaštitni znak: od nameštaja od industrijskih paleta i europanela, preko solarnih panela, do minuciozne reciklaže svih obnovljivih materijala i simpatičnih i duhovitih oznaka i upozorenja da treba štedeti vodu, gasiti svetlo i sl. Sećanje na neosvojivu Užičku republiku iz Drugog svetkog rata je pak lajtmotiv hostela: ratni i mirnodopski rekviziti sa petokrakom su svuda, baš kao i natpisi, oglasna tabla, „štab“ i karta gde se organizuju izleti koji podsećaju na planiranje bitke iz ratnih filmova.

Svaki i najmanji detalj je ujedno jednostavan, zanimljiv i originalan. U zajedničkim prostorijama, kao što su kuhinja i terase, možete čuti najrazličitije jezike i upoznati ljude sa svih krajeva zemaljske kugle. Sobe sa krevetima na sprat izgledaju udobno, a na čistoći im mogu pozavideti i mnogo luksurniji hoteli. Ambijent je prijatan, atmosfera opuštena, tako da se odmah osetite dobrodošlo i kao kod kuće.

Marko je jedan od onih preduzetnika koji je svoj „socijalni“ put pronašao spontano, jer su i „ekologija“ i „briga o zajednici“ zapravo ukorenjene u njegovim ubeđenjima. Eko Hostel je jedan od onih primera socijalnih preduzeća koji, čini se, ni sami nisu osvestili svoju socijalnu misiju, niti joj pridaju previše značaja, već je nenamerno sporovode u delo samim načinom poslovanja.

SREĆA PRATI ODVAŽNE

„Ideju o ovom hostelu sam razradio sa jednim drugom koji je u međuvremenu napustio projekat. Nismo imali para, pa smo konkurisali gde god nam se ukazala prilika. Prvi novac smo dobili od Nacionalne službe zapošljavanja, preko konkursa za pokretanje biznisa među mladima. Tih 160.000 dinara smo iskoristili da zakupimo zgradu. Konkurisali smo i za program Trag Fondacije, Rokfeler fondacije i Erste banke 'Zelene ideje', gde smo u konkurenciji od 109 projekata osvojili prvo mesto i dobili 8.000 dolara, koje smo iskoristili za nabavku solarnih ploča i uređenje mokrog čvora po eko standardima. U pravi čas stigla je i donacija od 1.200 dolara od USAID u okviru konkursa Grupe 484 za finansiranje poslovnih ideja mladih, a od koje smo nabavili dušeke. Avgusta 2013. godine smo bili spremni da primimo prve goste, a koji su stigli bukvalno dva minuta pre nego

što će mi isporučiti posteljину. Reč je o Nemcima koji su hteli samo da prespavaju pre nego što sutradan nastave put u Crnu Goru. Ostali su ceo odmor, odnosno 21 dan.”

PROMOVIŠEM UŽICE

„Ono čime sam se vodio kada sam počinjao da razrađujem ideju jeste činjenica da Užice, iako veliki grad, iako na putu i u blizini značajnih turističkih destinacija, nema odgovarajući ni smeštaj, niti turističku ponudu. Užice i danas ima samo jedan hotel koji je definitivno video i bolje dane. Znam i da bih sigurno bolje prošao ekonomski da svoj posao premestim na Zlatibor ili na Taru, ali mene to ne interesuje, želim svoj grad da promovišem. Užice je odlična polazna tačka za sve naše izlete koji su zaista brojni i veoma raznovrsni. Poseta Kadinjači je obavezna i svaki naš gost dobije kartu za ovaj spomenik. Organizujemo ekskurzije na Moku Goru, Mećavnik, Zlatibor, Taru, za Šargan prugu, muzej Terzića Avliju, festivale i kulturna dešavanja u Užicama i okolini. Naši gosti su prezadovoljni i mnogi se rado vraćaju, a ima i onih koji nikako da odu.”

PODOZRENJE

Marko i o problemima priča sa osmehom. Žali se da nema s kim da radi. Mladi se an-

gažuju samo ako su plaćeni i radije ništa ne rade nego da se u neki projekat uključe i ulože svoje vreme iz strasti ili uverenja.

„I u zajednici i među zvaničnicima sam neretko nailazio na podozrenje. Verovatno misle da sam se ko zna koliko obogatio, a u stvari drugi od mog posla i od mojih gostiju često zarade više. Svoje goste ne šaljem u samoposluge, već kod lokalnih piljara; kada organizujem ručkove, vodim ih u seoske porodice gde im seljanke spremaju obroke; vodim ih kod lokalnih grnčara i proizvođača ukoliko hoće da kupe suvenir.”

Ipak, tu su volonteri iz inostranstva, gosti koji su u zamenu za besplatan smeštaj spremni da uskoče i pomognu u svemu. Za sudbinu jednog Amerikanca Marko naročito „strahuje”: „Toliko mu se svidelo Užice da ni posle tri meseca ne mogu da ga oteram kući, a isteći će mu viza.”



KOBA YAGI, BEOGRAD



MOJA PRIČA:

TIJANA JOVANOVIĆ PETROVIĆ,
osnivačica socijalnog preduzeća

„Završila sam master i osnovne studije komunikologije i medija, kao i osnovne studije istorije umetnosti. Bavila sam se novinarstvom

i baš negde u vreme kada je novinska agencija za koju sam radila prestala da isplaćuje plate, ostala sam u drugom stanju. Shvatila sam da ću morati iz korena da promenim svoje planove za budućnost. Moj sin mi je bio inspiracija kada sam počela da razmišljam o igračkama kao mogućoj aktivnosti. I to ne bilo kakvim igračkama već “pametnim”, korisnim, edukativnim koje će deci pomoći da se izraze, ali i steknu neophodne sposobnosti i veštine.”

Godina osnivanja: 2015. u sklopu udruženja “Vega”

Broj zaposlenih: 4

Društveni ciljevi: osmišljavanje i izrada umetničkih, edukativnih, interaktivnih i ekoloških “uradi sam igračaka” u čijoj izradi učestvuju žene koje pripadaju ranjivim grupama i mladi s teškoćama u razvoju.

Pravna forma: “Vega” je udruženje, a “Koba Yagi” planira da se izdvoji kao DOO.

Neke potrebe tradicionalno, profitno preduzeće jednostavno ne prepoznaje. Na primer, potrebe roditelja koji bi da svojoj deci ponude nešto lepo, zabavno, ali ujedno korisno, poučno, što bi celu porodicu okupilo i angažovalo, a u čiju bi cenu bio uračunat i rad ranjivih grupa. A upravo oko ove ideje nastalo je socijalno preduzeće “Koba Yagi” grupe mladih roditelja okupljenih oko omladinskog centra “Vega” koji ima za cilj da izgradi kvalitetno okruženje za rast i razvoj dece i mladih.

“U okviru “Koba Yagi Toys” izrađujemo kvalitetne igračke od prirodnih materijala kojima se promovise ideja da je igračka proces, a ne gotov proizvod. Reč je o “uradi sam” tipu igračka koje su primerene za samostalan rad, kao i za rad u grupi. Osnovni cilj je ra-

zvoj kreativnosti, samostalnosti i empatije. A motiv za pokretanje brenda Koba Yagi potiče od nezadovoljstva postojećim igračkama na našem tržištu i roditeljske potrebe za kreiranjem novih, drugačijih, kvalitetnijih sadržaja za decu”, priča Tijana.

SARADNJA SA DRUGIM SOCIJALNIM PREDUZEĆIMA

“Naše igračke su društveno odgovoran proizvod jer u njihovoj proizvodnji učestvuju žene koje pripadaju ranjivim grupama koje angažuje Reciklažni centar Ženskog centra Užice i mladi s poteškoćama u razvoju iz “Naše kuće” iz Beograda. Žene iz Užica šiju igračke od recikliranog tekstila, a u “Našoj kući” prave ambalažu. Veoma smo zadovoljni ovom saradnjom sa drugim socijalnim preduzećima pre svega, jer je kvalitet u skladu sa našim očekivanjima, a ponosni smo i na to što naše igračke za te ljude nisu ko bajagi, već pružaju podršku, sigurnost i veru da čak i jedna igračka može barem malo da menja svet u kome živimo”, kaže Jovanović Petrović.

Igračke kreiramo Bojana, likovni pedagog i vizuelna umetnica i ja. Maja nam je stručna podrška budući da je pedagog, a Magdalena kao dramaturg bavi se vizuelnim komunikacijama. Po potrebi saradujemo i sa drugim stručnim saradnicima.

Pomno osluškujemo potrebe dece na radio-

nicama, u vrtićima i školama i trudimo se da asortiman obogatimo. Deca na radionicima testiraju naše proizvode, a stručni saradnici su tu da ukažu na adekvatnost tema kojima se bavimo, bezbednost proizvoda, kao i da li su u skladu s razvojnim potrebama dece.

STICANJE PREDUZETNIČKIH VEŠTINA

“Ono što nam u početku jeste predstavljalo problem bio je taj preduzetnički deo, jer niko od nas nije imao naročito smisla za to. Pohađali smo Smart akademiju (jednogodišnji program usavršavanja za organizacije civilnog društva) gde smo imali priliku da steknemo neophodna znanja i veštine iz oblasti menadžmenta, promocije, fandrejzinga u lokalnoj zajednici, socijalnog preduzetništva i razvoja partnerstava sa kompanijama i to je bilo više nego korisno.”

PLASMAN KOBA YAGI IGRAČAKA

“Naš plan je da se mnogo više usmerimo ka onlajn prodaji i da naše proizvode na taj način plasiramo i u inostranstvu. Trenutno se naši proizvodi prodaju u maloprodajama i preko naše onlajn radnje. Puno nam znače preporuke naših kupaca, jer nam na taj način najviše stižu nove narudžbine. Dosta interesovanja ima u regionu, međutim trenutno



pokušavamo da shvatimo kako da najlakše stignemo tamo”.

KAKO DALJE?

“Što se poslovnog modela tiče trenutno smo u fazi akceleracije. Dogovorili smo saradnju sa Impact Hub-om u Beogradu, tako da će se Koba Yagi nadalje razvijati kroz njihov program koji bi trebalo da unapredi, sa jedne strane, poslovni model, sa druge strane kvalitet proizvoda i sa treće, za nas najvažnije, da se otvore nova tržišta.”

PIROTSKI POTRČKO



MOJA PRIČA:

ALEKSA ŽIVKOVIĆ,

osnivač i inicijator udruženja

„Rođen sam u Pirotu 1993. godine. Bio sam odličan đak i još bolji rukometaš. Proglašen sam za igrača utakmice u finalu Superkupa

na Malti sa samo 18 godina. Vratio sam se samo da završim srednju školu i sa namerom da na jesen zauvek napustim Srbiju. Tog leta, nakon mature, odlučio sam da uradim nešto sa svojim vremenom i Pirotu sam predstavio model Potrčka (Potrčko Pirot / The Kind Transporter). Pružam usluge dostave koje sugrađani plaćaju po principu 'ko koliko da' a sve dostave su apsolutno besplatne za starije od 70 godina (projekat 'Mladi za stare'). Na Malti nisam otišao i, iako se to od mene očekivalo, fakultet nisam upisao. Radim ono što me čini srećnim - pomažem ljudima, uprkos svemu.”

Godina osnivanja: 2013.
Broj aktivnih članova: 5.
Društveni ciljevi: uključivanje i angažovanje mladih na poslovima koji starijim sugrađanima olakšavaju svakodnevne aktivnosti (nabavku i dostavu lekova, plaćanje računa itd.); briga o životnoj sredini; razvoj i briga o lokalnoj zajednici.
Pravna forma: udruženje građana.



SVAKI PROBLEM IMA REŠENJE

Za četiri godine, Pirotski potrčko je, osim projekta „Mladi za stare“, realizovao i projekat „Eko-basket“ u okviru kojeg prikuplja plastiku od pojedinaca, zgrada i ustanova, a prihod od prodaje sakupljene plastike ide za nabavku ortopedskih pomagala i invalidskih kolica. Onima koji sakupe najviše plastike, Potrčko obezbeđuje usluge poput krečenja hodnika, farbanja klupica i sl. U toku je prikupljanje sredstava i renoviranje zgrade za The Kind Hostel, novo socijalno preduzeće koje će nuditi smeštaj turistima, ali i mladim volonterima iz Srbije i inostranstva, koji će u udruženju sticati prva radna iskustva. Među brojnim projektima sa društvenim ciljem, koje je inicirao ovaj mladić, jesu i „Solidarna odeća“, odnosno projekat prikupljanja stvari za socijalno ugrožene sugrađane; i projekat „Mali Šangaj“, koji

je imao za cilj da biciklistima ukaže na značaj korišćenja svetala tokom noćne vožnje.

SARADNJE

Opština Pirot kroz konkurse često podržava realizaciju Aleksinih zamisli, a plodne saradnje udruženje ima i sa kompanijom Tigar Tyres, Slobodnom zonom Pirot, Regionalnom privrednom komorom Niš, Saobraćajnom policijom, Crvenim krstom, Centrom za socijalni rad, Sportskim centrom Pirot i brojnim manjim i većim privatnim firmama.

TEŠKO DO SARADNIKA

„Među mladima 40% je nezaposlenih... Za četiri godine samo jedan student (Dejan) je u



pauzama između semestara delio vrele letnje dane sa mnom. Nedavno je na informativni sastanak došlo šestoro mladih od kojih dvoje povremeno volontira. Pomažu mi komšije, klijenti, prijatelji. Više je starih ljudi nego mladih uključeno u rad udruženja.

Možda sam ja prerano osuo paljbu po omladini, ali neki kažu da prvo moraš da budeš mlad i lud da bi bio mudar i star. Renoviranje kuće gde će biti smešten hostel bilo prijatno iznenađenje: radilo nas je čak sedam, od osnovaca do apsolvenata na raspustu.”

NAGRADE I PRIZNANJA

Aleksa je zajedno sa još tri studenta 2015. godine dobio prestižnu Social Impact Award (nagradu koja se dodjeljuje na najznačajnijem



studentskom takmičenju u socijalnom preduzetništvu u Evropi) za svoju ideju o rikšama kojima bi se vozili turisti u obilazak grada, ali i stariji sugrađani na lekarske preglede, naravno, besplatno.

Bio je zaštitno lice popularne Koka-koline kampanje „Širi dobrotu“, a proglašen je i za „heroja mladih“ festivala Exit 2013. i 2015. godine.

CIPZAR, STARA PAZOVA



**CENTAR INOVACIJA, PREDUZETNIŠTVA,
ZANATSTVA I UMETNIČKIH ZANATA
- CIPZAR.**

Razgovor je vođen sa Gordanom Momčilović, predsjednicom Udruženja Korak Stare Pazove, i Rizahom Čauševićem, predsjednikom Opštog udruženja preduzetnika Stare Pazove

Ovo nije priča o socijalnom preduzeću, ovo je priča o ideji koja bi mogla da postane socijalno preduzeće i mnogo više od toga; o entuzijazmu, upornosti, tvrdoglavosti i odlučnosti jedne male, ali vredne grupe ljudi vođene vizijom i željom da u svojoj zajednici ožive instituciju koja je bila garant i zamajac privrednog razvoja: Zanatski dom Stare Pazove.



Članovi Udruženja građana Korak Stare Pazove, u saradnji sa Opštim udruženjem preduzetnika Stare Pazove, žele da odu i korak dalje i da Zanatski dom pretvore u moderni Centar inovacija, preduzetništva, zanatstva i umetničkih zanata - CIPZAR. Njegova okosnica je do skoro zapuštena zgrada Zanatskog doma, na čijoj obnovi rade zahvaljujući pomoći lokalnih privrednika, donacijama u materijalu i novcu koji sami ulažu.

Gordana Momčilović, predsednica Udruženja Korak Stare Pazove, i Rizah Čaušević,

predsednik Opštog Udruženja preduzetnika Stare Pazove, bdiju nad ovim projektom i animiraju lokalnu zajednicu, koja se rado uključuje, iako ima osporavanja, optužbi, pa čak i otvorenih napada.

Želja da se oživi ovo lepo zdanje u samom centru, koje su 1965. godine saizdale upravo zanatlije i lokalno stanovništvo, ipak je jača. A kada ono bude ponovo otvorilo vrata, posetioci će u njemu naći: interaktivni muzej preduzetništva, u kome će se pored starih mašina naći i moderni 3D štampač; savremeni centar

za obuku; inkubator za preduzetničke ideje mladih; restoran; mesto za kulturna dešavanja i umetničke sadržaje.

VIZIJA – CENTAR PREDUZETNIČKIH I KULTURNIH DEŠAVANJA

„Želimo da Znanstveni dom postane epicentar preduzetničkih, ali i kulturnih dešavanja, kao što je bilo šezdesetih i sedamdesetih godina prošlog veka, jer je danas, možda i više nego u onim godinama, potrebno da budemo solidarni, tolerantni i zaista društveno odgovorni. Zato smo smislili način da više aspekata uvezemo u celinu koja će biti samoodrživa“, kaže Momčilović. „Namera nam je i da osnujemo socijalno preduzeće kako bi na konkretnom primeru pokazali važnost rešavanja društvenih problema upotrebom preduzetničkih principa. Imamo već osmišljen dijametar proizvoda koje bismo pravili od reciklirane hartije i plastike; zapošljavali bismo ranjive i teško zapošljive osobe, a osmislili smo i zanimljivu upravljačku strukturu koja predviđa angažovanje mladih i obrazovanih menadžera bez iskustva, čiji bi rad nadgledao odbor sastavljen od iskusnih preduzetnika.“

„Radimo na tome da osnujemo zanatsku zadrugu kako bi se jači i kompaktniji izdigli iznad političkih i sitnosopstveničkih interesa

pojedina. Primer jedne takve zadruge imamo i u našoj ne tako dalekoj prošlosti. Naime, krajem šezdesetih godina prošlog veka Udruženje zanatlija, isto ono koje je sazdalo Znanstveni dom, osnovalo je zadrugu koja je zapošljavala trgovačke putnike“, priča Čaušević. „Oni su nudili robu za sve pazovačke zanatlije širom SFRJ, a zadruga je vodila računa da sve zanatlije imaju posla. Saradnja sa opštinom i njenim tadašnjim predsednikom Sretom Smuđom je bila odlična – zajedno su određivali visinu poreza za narednu godinu. Stopa poreza je bila niža nego u drugim gradovima, te bi zanatlije na osnovu fakture iz zadruge opštini platili porez i dalje raspolagali novcem po svom nahođenju.“

Realizacija ove ideje je još daleko, prepreka je puno, ali dobre volje i upornosti ne nedostaje.

ZADRUGARICE, NIŠ



MOJA PRIČA: HRISTINA PISKULIDIS

„Diplomirana sam filološkinja srpskog jezika i književnosti i trenutno se, osim Zadrugaricama, najviše bavim lekturom i korekturom

zajedno sa kolegicama sa fakulteta. Inače, promenila sam mnogo poslova u životu: radila sam u školi, u novinama, bila sam urednica u jednom časopisu, zatim ušla u preduzetničke vode i otvorila hostel ortački sa jednim prijateljem... Osim toga, životno sam zainteresovana za oblast ljudskih prava, naročito ženskih ljudskih prava, pa sam samim tim dobar deo svog rada i energije usmerila i u tom pravcu. Imam dugogodišnji aktivistički staž iz koga je, dobrom merom, proistekla i priča sa Zadrugaricama.“

Godina osnivanja: 2014.

Društveni cilj: afirmacija ženskog i socijalnog preduzetništva, građanskog aktivizma i alternativne i angažovane kulture u Nišu i regionu jugoistočne Srbije.

Pravna forma: udruženje građana.

Priča o Zadrugaricama, za sada, nema srećan kraj, mada deo njenih osnivačica još uvek ne odustaje, ali mnogo iz nje može da se nauči. Na primer, da pravna forma nije presudna i da joj ne treba sve podređivati, niti njome uslovljavati aktivnosti; da grupa koja želi da osnuje zadrugu treba da bude složna i kompaktna, iskrena i transparentna u namerama i očekivanjima, da deli iste vrednosti i teži ostvarivanju istih ciljeva; da se socijalno preduzeće ne osniva iz želje da se zadovolje lični, već društveni ciljevi; da je bolje učiti na greškama drugih, ali da se sopstvene duže pamte. Ova i druga naravoučenija u priči Hristine Piskulidis.

IDEJA

„Ideja o Zadrugaricama, inicijativi koja okuplja žene sa iskustvom u nevladinom sektoru i preduzetništvu prvi put se javila leta 2012. godine, spontano u jednom razgovoru sa prijateljicama i prijateljima. Želele smo da doprinesemo

sopstvenom i ekonomskom osnaživanju žena i da ujedno osmislimo kulturno-edukativni centar koji promoviše rodnu ravnopravnost, građanski aktivizam, socijalno preduzetništvo i angažovanu kulturu i umetnost.“

INSPIRACIJA I EDUKACIJA

„Baš u to vreme, u okviru jedne studijske posete Fondacije Hajnrih Bel, boravila sam u Berlinu i imala priliku da vidim neka slična ženska udruženja i grupe. Oni (HBS) su neposredno potom pokrenuli program ekonomskog osnaživanja žena kroz razvoj forme zadrugarstva u seoskoj i gradskoj sredini. Za formiranje te gradske u Nišu ja sam bila zadužena. Grupa koju sam okupila se bavila različitim stvarima: lekturom i obradom teksta, dizajnom odeće, nakita, reparacijom starog nameštaja, proizvodnjom sapuna od prirodnih sastojaka itd. Ljudi okupljeni u dizajnersko-kreativnom delu uglavnom su bili deo već postojećeg Udruženja Fashion corner.

Odmah smo krenule u potragu za odgovarajućim prostorom i istraživanje koja bi pravna forma mogla to šarenilo da pokrije. Grad, nažalost, nije imao sluha za našu ideju, a za iznajmljivanje prostora nam je manjkalo sredstava. Novi Zakon o zadrugama, koji bi mogao formom socijalne zadruge da pokrije ono čime smo mi



želele/li da se bavimo, nikako nije stupao na snagu, a grupa je polako počela da se osipa.

Svetla tačka u svemu tome bila je konstantna podrška HBS-a zahvaljujući kojoj je grupa u to vreme prošla kroz neophodne edukacije iz oblasti strateškog i biznis planiranja, offline i online marketinga; i sa kojim smo planirali svaki dalji korak.“

UDRUŽENJE - IZAZOVI I NAUČENE LEKCIJE

„U želji da zaustavimo osipanje, novembra 2014. godine umesto zadruge osnivamo udruženje građanka. Počinjemo odmah da

apliciramo za projekte. Htele smo da kroz društveni angažman povećamo vidljivost i na osnovu te vidljivosti kasnije pokrenemo i neke druge aktivnosti vezane za privredne delatnosti i potencijalnu samoodrživost. Relativno brzo dobijamo podršku od jedne male njujorške ženske fondacije za nabavku opreme. Zahvaljujući Fondaciji Hajnrih Bel iznajmljujemo prostor za rad na period od šest meseci, i vrlo brzo potom dobijamo podršku za projekat „CooperaDiva - podrška malim ženskim poslovnim inicijativama“ od strane Fondacije Katalist (DobroČiniTi) i Australijske ambasade. Imale smo opremu za organizaciju, kiriju za dvanaest meseci i bile na korak da zajedno sa ostatkom grupe, koji se bavio proizvodnim delatnostima,



u sklopu istog prostora pokrenemo i mali prodajno-izložbeni prostor.

Bukvalno dva dana pre kupovine fiskalne kase saznajemo za nesuglasice u ogranku Fashion Cornera, koji je trebalo da povuče preduzetnički deo priče. Dve članice od ukupno četiri odlučuju da izađu iz cele priče, kasnije se ispostavilo iz ličnih razloga i usled neispunjenih očekivanja, a ovi koji su ostali počinju da se premišljaju, govoreći da nisu u stanju da sve sami sprovedu ideju do kraja. Ovaj događaj delovao je demotivišuće na ostatak grupe koji se nije bavio NVO aktivnostima, a čije poslovne zamisli nisu bile razvijene kao kod grupe okupljene oko Fashion Cornera.

Moj lični utisak je da grupa zapravo emotivno i iskustveno bila nespremna za koncept zadrugarstva i podele obaveza i odgovornosti, a da baveći se pravnom formom, prostorom i nedostatkom para nismo stigle da se bavimo same sobom, odnosno ličnim motivima svake/kog od nas za ulazak u priču o Zadrugaricama, koji su se očigledno dosta razlikovali. Zadrugarice su od osnivanja do danas uspešno realizovale nekoliko projekata iz različitih oblasti kojima se bave, ali do funkcionalne, samoodržive, ženske, gradske zadruge, nažalost, nisu stigle. Ipak, smatram da su temelji i iskustvo Zadrugarica dobra osnova za učenje i traženje novog fokusa i početka - ovog puta mnogo bržeg i lakšeg."

ZIP CENTAR, PIROT



NAŠA PRIČA:

MILOŠ COLIĆ, direktor,

I ANA PETROVIĆ, operativna menadžerka

Miloš i Ana su prijatelji od detinjstva, zajedno su se školovali i studirali u Nišu, i oboje su posle studija imali sreće da nađu dobar posao.



Miloš je u Nišu završavao praksu u dobro razrađenoj advokatskoj kancelariji koju je vlasnik pred penzijom planirao da mu ostavi, a Ana je bila stalno zaposlena u dobrim i sigurnim firmama. Ipak, nisu dva puta razmišljali kada je trebalo da odluče da li da sigurnost i izvesnost zamene za teži i neizvesniji put, koji im pak donosi mnogo više zadovoljstva i onaj lepi osećaj kada znaš da radiš nešto što menja nabolje tvoje okruženje i zajednicu kojoj pripadaš.

Godina osnivanja: 2012.

Društveni cilj: smanjenje nezaposlenosti mladih.

Pravna forma: Društvo sa ograničenom odgovornošću (d.o.o.).

Omladinska politika u Pirotu počiva na tri stuba: Kancelariji za mlade, biznis inkubator ZIP centru i Omladinskom kulturnom centru. Sve tri organizacije nastale su uz inicijalnu ili/i minimalnu podršku Opštine Pirot sa idejom i zadatkom da nađu način i model koji bi im omogućio da budu samoodrživi. Sticajem okolnosti, jedna od ključnih figura u ovom univerzumu je mlad, poštovan i veoma angažovan Miloš Colić, profesor prava u Ekonomskoj školi, koordinator Kancelarije za mlade (volonterski) i direktor ZIP centra (uz minimalnu nadoknadu). Desna ruka mu je Ana Petrović, koja učestvuje u odlučivanju, ali i sprovođenju brojnih zamisli, ideja i aktivnosti. U ovoj priči predstavimo samo jedan stub omladinske politike Pirot: ZIP centar za mlade koji ima za cilj da mladim nezaposlenim ljudima obezbedi prostor i usluge za lakši početak samostalnog poslovanja.

Ovaj uslužni inkubator otvoren je 2012. godine i trenutno u njemu boravi 15 preduzeća

koja zapošljavaju 40 osoba (ugovor o stalnom zaposlenju). Period inkubacije za preduzeća je 3 godine i do sada samo dva preduzeća nisu opstala.

„Ukupna vrednost realizacije Centra je 370.000 evra, od kojih je iz evropskih fondova stiglo 330.000, a Opština Pirot učestvovala je sa 39.000 evra. Kada je Opština odlučivala kome da poveri upravljanje inkubatorom, bilo je logično da se tog posla prihvati Kancelarija za mlade, s obzirom na to da su upravo mladi ciljna grupa inkubatora. Pirotski inkubator je specifičan i po tome što nije osnovan ni finansiran iz Nacionalnog investicionog plana kao ostali u Srbiji, već je osmišljen na osnovu specifičnih potreba u lokalnom okruženju. Inkubator je održiv, između ostalog, i zbog toga što ima samo jednog zaposlenog. Opština Pirot subvencira rad inkubatora sa 500.000 dinara godišnje, dok se ostali troškovi pokrivaju od kirija stanara, konsultantskih usluga, projekata i slično“, kaže Colić.

„Stanari ZIP centra prijavili su se na javni konkurs, a pre početka rada pohađali su čak 12 praktičnih radionica koje su bile osmišljene baš po njihovoj meri i u skladu sa njihovim potrebama. Oni u inkubatoru plaćaju kiriju po nižoj, netržišnoj ceni od 50 evra mesečno, imaju besplatan, internet, struju, vodu, besplatno pravno i finansijsko savetovanje,



popust na knjigovodstvene usluge, koje pruža jedno od preduzeća u inkubatoru, besplatan marketing i promociju. Osim toga, druže se, pomažu i sarađuju i jedni drugima su najbolji klijenti“, kaže Ana Petrović.

„Naši rezultati su mnogo bolji u odnosu na druge inkubatore širom Srbije, između ostalog, zbog zaista strogih mera štednje koje sporovodimo i političke stabilnosti na lokalnom nivou koja nam garantuje kontinuitet i nezavisnost. To nam je omogućilo da raz-

mišljamo o proširenju i novim aktivnostima. Od Ministarstva omladine i sporta dobili smo sredstva za otvaranje coworking prostora za IT sektor koji bi uskoro trebalo da počne sa radom. Za sada samo razmišljamo o inkubatoru za proizvodne delatnosti koji zahteva ogromne investicije. U potkrovlju zgrade u kojoj se nalazi ZIP centar planiramo da otvorimo hostel i poboljšamo turističku ponudu Pirot. Naravno, hostel će zaposliti mlade, a trudićemo se da usluge gostima pružaju pre svega naši stanari.“

GDE DOBITI

PODRŠKU

I SAZNATI

VIŠE O

SOCIJALNIM

PREDUZEĆIMA?

KOALICIJA ZA RAZVOJ SOCIJALNOG PREDUZETNIŠTVA - KoRSP

KoRSP se zalaže za razvoj socijalnog preduzetništva, podizanje svesti šire javnosti o socijalnom preduzetništvu, smanjenje siromaštva, povećanje prilika za zapošljavanje marginalizovanih grupa, socijalno uključivanje i rešavanje društvenih problema na alternativne načine. Osim zagovaranja i umrežavanja, Koalicija je usmerena i na promociju ovog koncepta među različitim akterima. Članovi neformalne mreže organizacija koja ima za cilj razvoj ekosistema za socijalna preduzeća su: Balkanski fond za lokalne inicijative - BCIF (sadašnja TRAG fondacija), Evropski pokret u Srbiji (EPuS), Grupa 484, Inicijativa za razvoj i saradnju (IDC), Smart Kolektiv i SeConS - grupa za razvojnu inicijativu.

EVROPSKI POKRET U SRBIJI (EPuS)

Unapređenje institucionalnog i pravnog okvira za socijalno preduzetništvo je jedno od stubova istraživačkog i zagovaračkog rada EPuSa, a podizanje kapaciteta različitih aktera za bavljenje socijalnim preduzetništvom jedna je od aktivnosti. Svoje aktivnosti je proširio i na region i povezivanje aktera u

regionu u ovoj oblasti. Kao domaće udruženje građana, EPuS je usmeren na podizanje znanja i svesti javnosti u Srbiji o značaju angažovanja u stvaranju modernog društva, ostvarivanju jednakosti i solidarnosti među ljudima i u promociji evropskih vrednosti i tekovina. U okviru zalaganja za članstvo Srbije u Evropskoj uniji, EPuS podstiče procese koji vode Usvajanju demokratskih praksi i procese saradnje i unapređenja ljudskog kapitala.

→ www.emins.org

GRUPA 484

Jedna od prvih organizacija u Srbiji koja je pomagala osnivanje socijalnih preduzeća - Grupa 484, nastavlja sa programima podrške socijalnim preduzećima u vidu grantova i obuka. Usmerena je na sistemski pristup problematici prisilnih migracija i migracija uopšte. Direktno pružanje usluga postepeno je proširila na edukativni i istraživački rad i uticanje na donosiocle odluka radi postizanja trajnih rešenja. Takođe, uz osnaživanje prisilnih migranata, paralelno su osnaživali i lokalno stanovništvo, a posebno mlade da budu otvoreni i tolerantni za novo i različito, druge i drugačije.

→ www.grupa484.org.rs

INICIJATIVA ZA RAZVOJ I SARADNJU (IDC)

IDC (Initiative for Development and Cooperation) osnovala je jedno od prvih socijalnih preduzeća u Srbiji - Eko BG. Oni nastavljaju da daju podršku za osnivanje socijalnih preduzeća koja pomažu društvenom uključivanju različitih grupa građana. IDC je neprofitna organizacija posvećena socijalnom i ekonomskom uključivanju manje privilegovanih kategorija stanovništva i zaštiti njihovih ljudskih prava. Reč je o osetljivim društvenim grupama koje uglavnom žive ispod praga siromaštva, i sa kojima IDC zajedno pokušava da se izbori za što veći stepen društvene uključenosti, kroz razvoj programa podrške, inovativna socio-ekonomska rešenja, poštovanje i zaštitu ljudskih prava i građenje pravednog i odgovornog društva.

→ www.idcserbia.org

SMART KOLEKTIV

Različiti programi koje je Smart kolektiv osmislio usmereni su na podizanje kapaciteta socijalnih preduzeća, pre svega za unapređenje poslovanja i saradnje sa drugim biznis akterima. Usmeren je na kreiranje promena kroz povezivanje poslovnog sektora i društva, omogućavajući poslovnim sektorima usvajanje društvenih vrednosti, a društvu usvajanje poslovnih,

preduzetničkih veština. Povezivanjem poslovne zajednice i društva, članovi Smart kolektiva nastoje da primene logiku biznisa u rešavanju društvenih problema. Njihov fokus su društveno odgovorno poslovanje, socijalne inovacije, preduzetništvo mladih i socijalni marketing.

→ www.smartkolektiv.org

SECONS - GRUPA ZA RAZVOJNU INICIJATIVU

SeConS je vredan izvor naučnog i istraživačkog znanja i informacija o socijalnoj ekonomiji i socijalnom preduzetništvu. Ovo je nezavisna organizacija stručnjaka koja sprovodi empirijska istraživanja, analizira politike i procese, izazove i specifične društvene i ekonomske kontekste, obrazuje, obučava i osnažuje različite aktere. Misija im je da doprinesu inkluzivnom i održivom razvoju Srbije i regiona jugoistočne Evrope. Svojim angažovanjem SeConS želi da doprinese da politike i programi socio-ekonomskog razvoja budu adekvatni i delotvorni.

→ www.secons.net

TRAG FONDACIJA

Domaća fondacija koja podstiče aktivno uključivanje građana i građanki u društvene

promene u Srbiji. Trag veruje da su i male promene nabolje važne, i da svako od nas može i treba da doprinese razvoju Srbije kroz aktivno učešće u društvenim procesima u mestu u kom živi. Veruje u ljude, u njihovu želju i sposobnost da urade puno za sebe i druge, i zato ih podstiče da se aktivno uključe u poboljšanje života u svojim zajednicama. Među inicijativama koje je Trag fondacija podržala bila su i mnoga socijalna preduzeća. Osim finansijske podrške, Trag osmišljava i programe obuka i mentorstva, kako bi stvorio uslove za održivost inicijativa koje podržava.

→ www.tragfondacija.org

MREŽA SOCIJALNIH PREDUZEĆA SRBIJE - SENS

Trenutno okuplja 39 socijalnih preduzeća iz različitih sektora, koji proizvode različita dobra i usluge. Cilj mreže je da povezuje socijalna preduzeća u Srbiji i regionu; promovise socijalna preduzeća u široj javnosti i podiže svest o njihovom značaju; pruža svojim članicama najrelevantnije informacije iz polja socijalnog preduzetništva; nudi članicama obrazovne materijale, edukaciju u oblasti poslovanja, kao i studijska putovanja u zemlji i inostranstvu; obezbeđuje socijalnim preduzećima kvalitetnu poslovnu i razvojnu podršku kroz obuku i usluge specijalizovanih

savetnika; lobira za socijalno preduzetništvo kod aktera iz javnog i privatnog sektora; promovise socijalna preduzeća kod potencijalnih kupaca njihovih proizvoda i korisnika njihovih usluga; pruža savet i pomoć pri obezbeđivanju novih izvora finansiranja u Srbiji; organizuje sastanke, konferencije i predavanja.

→ www.sens.rs

TIM ZA SOCIJALNO UKLJUČIVANJE I SMANJENJE SIROMAŠTVA (SIPRU)

Tim je jedina institucija koja na nivou Vlade, iako nezavisno telo, razume neophodnost multisektorskog pristupa razvoju politika socijalnog preduzetništva. Oni podstiču saradnju institucija u ovoj oblasti i svojim programima podižu kapacitete ovih aktera za socijalno preduzetništvo. SIPRU je usmeren na jačanje kapaciteta Vlade da razvija i sprovodi politike socijalnog uključivanja zasnovane na primerima dobre prakse u Evropi, i pruža podršku resornim ministarstvima u razvijanju i sprovođenju politika socijalnog uključivanja, uz redovne konsultacije sa organizacijama civilnog društva. Politike socijalnog uključivanja treba da postanu sastavni deo redovnih aktivnosti relevantnih institucija Vlade Republike Srbije na svim nivoima, čime će se prioriteti u procesu socijalnog uključivanja odraziti

u procesima redovnog planiranja aktivnosti i njihovog budžetiranja. Procesi koje je potrebno razviti zasnivaju se na znanju i primerima dobre prakse evropskih zemalja, kao i na iskustvu koje je Vlada Republike Srbije stekla tokom izrade i sprovođenja nacionalnih politika.

→ www.socijalnoukljucivanje.gov.rs

ERSTE BANKA

Banka koja kontinuirano razvija različite finansijske usluge namenjene, između ostalog, i socijalnim preduzećima. Njen bitan aspekt poslovanja čini društveno odgovorno poslovanje kao sastavni deo korporativne filozofije i dugoročne poslovne strategije. Ovakvim pristupom, delujući u partnerstvu sa drugim sektorima, nastoje da se suoče sa izazovima globalnih integracija. Kroz ovaj koncept podstiču inovativnost, održivi razvoj, odgovorno upravljanje rizikom i smanjuju troškove, postizujući tako bolje poslovne rezultate za klijente i kompaniju, ali i za zajednice u kojima rade.

→ www.erstebank.rs

IMPACT HUB BEOGRAD

Mesto za različite tematske programe posvećene razvoju preduzetništva i poslovanja koji

doprinosu socijalnim, ekonomskim i kulturnim promenama. To je prostor za coworking, programsko povezivanje i individualno osnaživanje. Deo je globalnog Impact Huba, koji pokreće više od 11.000 članova u više od 80 gradova u 49 zemalja sveta.

→ belgrade.impacthub.net

HAJNRICH BEL FONDACIJA

Socijalna ekonomija je jedna od oblasti rada Fondacije Hajnrih Bel - Srbija, Crna Gora, Kosovo. Kroz podršku organizacijama i inicijativama koje se zalažu za razvoj socijalnih preduzeća i unapređenje okruženja u kome ona nastaju, rade i sarađuju, HBS pokušava da skrene pažnju na jednu od mogućnosti za prevazilaženje ovdašnje ekonomske i socijalne nestabilnosti, ali i na održivost ovog sektora u privredama zemalja Evropske unije.

→ rs.boell.org/sr

POJMOVNIK

BIZNIS INKUBATOR (eng. Business Incubator) -

organizacija usmerena na podršku startup preduzećima u započinjanju i razvoju poslovanja, kroz obuke, umrežavanje, prostor i dostupnost drugih resursa potrebnih konkretnim preduzećima.

VOĐENO MISIJOM (eng. Mission Driven) -

je preduzeće u kome je svima jasno šta je misija tog preduzeća - od zaposlenih do direktora. Kod socijalnih preduzeća u fokusu je

društvena misija, te je to preduzeće vođeno društvenom misijom.

DODAT(N)A VREDNOST (eng. Added Value) -

je vrednost ili uticaj koji određena privredna aktivnost ima, pored svoje ekonomske. Kod socijalnih preduzeća proizvodnja i prodaja dobara ili usluga nema samo ekonomsku vrednost, već i socijalnu, u pogledu doprinosa ili određenoj marginalizovanoj grupi ili lokalnoj zajednici kroz usluge koje pružaju ili način na koji sprovode svoje aktivnosti (npr. brinući o zaštiti životne sredine i sl.).

DRUŠTVENI UTICAJ (eng. Social Impact) -

je uticaj koji socijalno preduzeće ostvaruje u odnosu na: misiju i cilj osnivanja (zapošljavanje i obezbeđivanje radne integracije ranjivih grupa stanovništva, pružanje usluga i dobara zajednici i pojedincima koji ne mogu da ih priušte, podsticanje održivog razvoja lokalnih zajednica, uticaj na zaštitu životne sredine); procenat reinvestirane dobiti u ostvarenje misije i cilja; procenat ranjivog stanovništva koje zapošljavaju.

EKONOMSKI UTICAJ (eng. Economic Impact) -

predstavlja uticaj socijalnog preduzeća na različite segmente ekonomije - delatnost, celokupnu ekonomiju ili na ekonomiju određenog lokaliteta - lokalnu privredu, region, celokupnu ekonomiju države. Meri se prihod koje preduzeće ostvaruje, plate zaposlenih i generisanje radnih mesta.

EKOSISTEM SOCIJALNIH PREDUZEĆA (eng. Ecosystem of Social Enterprises) -

je okruženje socijalnih preduzeća, skup raspoloživih resursa koji utiču na uspeh ostvarenja njihovog društvenog cilja -

rešavanje određenih problema u lokalnoj zajednici. Najznačajniji resursi za socijalna preduzeća su ljudi i mreže socijalnih preduzeća. Još jedan značajan resurs je pravno-institucionalni okvir od kog posebno zavisi uspešnost upotrebe prethodno spomenutih resursa, direktno i indirektno vezanih za jedno socijalno preduzeće. Što je okruženje osetljivije, fleksibilnije i otvorenije za rešavanje lokalnih problema, u toj meri je veća šansa da socijalna preduzeća uspešno deluju u zajednici.

ZADRUGA (eng. Cooperative) -

je dobrovoljno, otvoreno, samostalno i nezavisno društvo kojim upravljaju njeni članovi po principima zajedništva i uzajamne pomoći. Oni svojim radom, aktivnostima ili korišćenjem usluga ostvaruju, unapređuju i štite pojedinačne i zajedničke građanske, ekonomske, socijalne, obrazovne, kulturne i druge potrebe i interese i ostvaruju ciljeve zbog kojih je zadruga osnovana. Mogu se osnovati kao zemljoradničke, odnosno poljoprivredne, stambene, potrošačke, zanatske, socijalne, studentske i omladinske, učeničke, zdravstvene i ekološke, kao i druge vrste zadruga za obavljanje proizvodnje, prometa robe, pružanja usluga i obavljanja drugih delatnosti.

ZAJNTERESOVANE STRANE (eng. Stakeholder) -

su osobe ili grupe osoba koje imaju interes u nekoj temi ili preduzeću. Oni mogu da utiču na preduzeće, kao što i preduzeće može na njih da utiče. Primeri zainteresovanih strana su zaposleni u preduzeću, finansijske institucije, državne institucije, pa i cela zajednica u kojoj preduzeće posluje.

INOVACIJA (eng. Innovation) -

predstavlja novi način, metod, ideju u rešavanju izazova i problema. Socijalna inovacija je nov pristup rešavanju društvenih problema ili potreba zajednice i određenih grupa stanovništva. Podrazumeva nove strategije, koncepte, ideje i organizacije koje zadovoljavaju različite socijalne potrebe i osnažuju civilno društvo - od uslova rada i obrazovanja do razvoja lokalne zajednice i zdravlja. Ovaj pojam se odnosi na inovaciju koja ima socijalnu svrhu, kao što su učenje na daljinu i socijalno preduzetništvo (koje nije nužno inovativno, ali može biti sredstvo inovacije). Ona može biti u potpunosti nova, prvi put osmišljena, ali može biti i nova samo za ciljnu grupu. Korišćenjem socijalnih inovacija očekuje se unapređenje kvaliteta života onih kojim je namenjena.

JAVNO-PRIVATNO PARTNERSTVO (eng. Public Private Partnership - 3P) -

je oblik saradnje državnog i privatnog sektora u oblasti proizvodnje javnih dobara ili pružanja javnih usluga. Javni sektor je strana koja nudi takvu saradnju i ugovorom definiše vrstu i obim poslova koji se prenosi na privatni sektor, dok uključivanje privatnog sektora u polje javnih dobara i usluga treba da vodi njihovom unapređenju. Kada su socijalna preduzeća privatna strana u ovom partnerstvu, ono je usmereno na blagostanje zajednice, njen održiv razvoj i društvenu koheziju.

KORPORATIVNA DRUŠTVENA ODGOVORNOST (eng. Corporate Social Responsibility - CSR) -

je doprinos poslovnog sektora postizanju ciljeva održivog razvoja. Ovo je način na koji poslovni sektor uzima u obzir ekonomski, socijalni i ekološki uticaj prilikom svog delovanja, nastojeći da napravi ravnotežu između maksimiranja profita i minimalizovanja loših posledica svog delovanja.

LOKALNI (SOCIO-EKONOMSKI) RAZVOJ (eng. Local (Socio-economic) Development) -

je pristup razvoju lokalne zajednice koji se oslanja na resurse zajednice i umrežava ih,

sa namerom da se podstakne razvoj te zajednice, i podigne društveni i ekonomski kapacitet, što rezultira unapređenjem kvaliteta života građana.

MENTORSTVO (eng. Mentorship) -

je odnos između iskusnijeg pojedinca u kome on vodi manje iskusnog kroz određenu oblast. Kroz ovaj neformalni odnos prenosi se znanje, kontakti, pruža psihološka podrška sa namerom osnaživanja i osamostaljivanja manje iskusnog pojedinca.

NEPROFITNO PREDUZEĆE (eng. Non-profit Enterprise) -

je preduzeće koje svoju dobit reinvestira u unapređenje svojih usluga i proizvoda sa namerom da ostvari svoju socijalnu misiju. Za razliku od profitnih preduzeća, ova preduzeća dobit ne raspodeljuju svojim akcionarima ili investitorima.

ODRŽIV RAZVOJ (eng. Sustainable Development) -

podrazumeva razvoj društva i unapređenje kvaliteta života u zajednici, koji se zasniva na zaštiti životne sredine i prirodnih resursa,

osiguravajući dugoročni opstanak ljudske zajednice i prirodnog okruženja.

ODRŽIVOST (eng. Sustainability) -

je sposobnost neprofitne organizacije da finansira svoj rad kroz kombinaciju ostvarenih prihoda od prodaje roba i usluga na tržištu, dobrotvornih priloga i subvencija iz javnog sektora.

ORGANIZACIONA KULTURA (eng. Organisational Culture) -

podrazumeva određena ponašanja zaposlenih kroz koja oni manifestuju svoj odnos prema preduzeću, a na osnovu razumevanja svrhe postojanja preduzeća, njegovih ciljeva, ciljnih grupa - klijenata, misije.

PREDUZEĆE ZAJEDNICE (eng. Community Enterprise) -

su sva ona (socijalna) preduzeća koja prodaju proizvode u lokalnoj zajednici i/ili obezbeđuju zaposlenje i obuku lokalnom stanovništvu. Pored svih kriterijuma koja socijalna preduzeća treba da ispune, preduzeće zajednice još dodatno treba da je osnovano u lokalnoj zajednici, isključivo ka njoj usmereno, i otvoreno za sve u toj zajednici.

PROFIT (eng. Profit) -

pokazuje šta je preduzeće realno zaradilo. Nakon što naplati sve svoje usluge ili proizvode, ono ima prihod. Kada se od ostvarenog prihoda oduzmu svi pripadajući troškovi (npr. troškovi materijala, plata za radnike, porezi, doprinosi i sl.), ono što ostane je profit. Bitno je praviti razliku između prihoda i profita. Sinonim za profit je dobit.

SOCIJALNA EKONOMIJA (eng. Social Economy) -

je polje ekonomije u kome posluju sve one organizacije kojima je cilj ostvarenje njihove socijalne (društvene) misije, a deluju na principima uzajamne pomoći i demokratije. Socijalna preduzeća, zadruge, neprofitne organizacije, preduzeća zajednice, i dr. pripadaju sektoru socijalne ekonomije.

SOCIJALNA KLAUZULA (eng. Social Clause) -

može se koristiti u procesu javne nabavke u cilju pružanja prednosti socijalnim preduzećima. Uvođenjem socijalne klauzule u okviru javne nabavke institucija ili organizacija

uvažava dodatnu vrednost koju kreira socijalno preduzeće svojom delatnošću. Praksu korišćenja socijalne klauzule imaju, između ostalih, lokalne ili nacionalne institucije u Italiji, Francuskoj, Belgiji.

SOCIJALNA REVIZIJA **SOCIJALNIH PREDUZEĆA** (eng. Social Audit) -

je revizija poslovanja sa aspekta njenog društvenog uticaja i etičnosti poslovanja. Ocenjuje se transparentnost poslovanja, kvalitet radnih uslova, ulaganja u zajednicu, društvena odgovornost i sl. Za zadrugu je oduvek bila karakteristična *zadružna revizija* zbog njihove vezanosti za zajednicu temeljom zadružnih principa.

SOCIJALNE INVESTICIJE (eng. Social Investment) -

investicije u organizaciji čiji cilj nije prevashodno finansijska zarada, nego društveni uticaj. Ovo je relativno novi pojam, ali se sve više vezuje za tip investicije u organizacije koje se postepeno odvajaju od donatorske pomoći i idu ka ekonomskoj samoodrživosti. Pojam se koristi i kao naziv za investicije koje teže unapređenju ljudskog ili društvenog kapitala.

SOCIJALNO PREDUZEĆE (eng. Social Enterprise) -

je preduzeće koje u svom fokusu i misiji ima čoveka, njegov boljitak i boljitak zajednice. Učestvovanjem na tržištu (prodajom roba i usluga) obezbeđuje sredstva na osnovu kojih ostvaruje svoju društvenu misiju.

STARTAP (eng. StartUp) -

je termin za preduzeća koja su nova, tek pokrenuta, uspostavljena. Sve češće se startapovima zovu preduzeća koja nastoje da reše neki problem.

RESURS BAZA

IZ SRBIJE I REGIONA

Evropski pokret u Srbiji
www.emins.org

Grupa 484
www.grupa484.org.rs

Inicijativa za razvoj i saradnju
www.idcserbia.org

SeConS -Grupa za razvojnu inicijativu
www.secons.net

Smart Kolektiv
www.smartkolektiv.org

Trag fondacija
www.tragfondacija.org

SENS
- Mreža socijalnih preduzeća Srbije
www.sens.rs

Impact Hub Beograd
belgrade.impacthub.net

Hajnrh Bel Fondacija
rs.boell.org

Fond B92
www.fondb92.org

Vodič kroz potencijalne domaće
i inostrane izvore finansiranja
www.socijalnoukljucivanje.gov.rs/vodic/vodic2015.html

Tim za socijalno uključivanje
i smanjenje siromaštva
www.socijalnoukljucivanje.gov.rs

Agencija za privredne registre
www.apr.gov.rs

Nacionalna služba za zapošljavanje
www.nsz.gov.rs

Ministarstvo za rad, zapošljavanje,
boračka i socijalna pitanja
www.minrzs.gov.rs

Privredna komora Srbije
www.pks.rs

Razvojna agencija Srbije
www.ras.gov.rs

ACT grupa
www.act-grupa.hr

Fondacija Mozaik
www.mozaik.ba

Pomakonline
- magazin za društveni razvitak
www.pomakonline.com

ERSTE banka
www.erstebank.rs

NA ENGLESKOM

European Research Institute on
Cooperatives and Social Enterprises
www.euricse.eu

EMES Research Network
www.emes.net

Social Enterprise UK - National Membership
Body for Social Enterprises
<http://www.socialenterprise.org.uk>

STORIES.COOP
www.stories.coop

Social Entrepreneurship Funds
http://ec.europa.eu/finance/investment/social_investment_funds/index_en.htm

Social Enterprise Europe
www.socialenterpriseeurope.co.uk

Social Economy Europe
www.socialeconomy.eu.org

Social Economy in the European Union
www.ec.europa.eu/growth/sectors/social-economy_en

BIBLIOGRAFIJA

A map of social enterprises and their eco-systems in Europe (European Commission, 2015). Dostupno na: <http://ec.europa.eu/social/main.jsp?langId=it&catId=89&newsId=2149>

Biznis po meri čoveka - Vodič za pokretanje socijalnog preduzeća (Smart kolektiv, 2013). Dostupno na: http://www.sens.rs/images/pdf/Vodic-za-pokretanje-SP_Biznis-po-meri-coveka.pdf

Borzaga C., Bodini R., Carini C., Depedri S., Galera G. and Salvatori G. (2014), "Europe in Transition: The Role of Social Cooperatives and Social Enterprises", Euricse Working Papers, 69|14.

Bruno Roelants, Diana Dovgan, Hyungsik Eum and Elisa Terrasi, The Resilience of the Cooperative Model: How worker cooperatives, social cooperatives and other workerowned enterprises respond to the crisis

and its consequences (CECOP Europe, June 2012). Dostupno na: http://www.cecop.coop/IMG/pdf/report_cecop_2012_en_web.pdf

Dina Rakin, Socijalna preduzeća u Srbiji i Evropi (Evropski pokret u Srbiji, 2015). Dostupno na: <http://www.emins.org/uploads/useruploads/forum-it/06FS--Socijalna-preduzeca.pdf>

Gordan Velev, ur., Socijalno preduzetništvo: modeli, komparativna praksa i pravni okvir socijalnog preduzetništva u Srbiji (Grupa 484, 2011). Dostupno na: <http://www.sens.rs/images/pdf/SP%20-%20modeli,%20komparativna%20praksa%20i%20pravni%20okvir%20socijalnog%20preduzetnistva%20u%20Srbiji.pdf>

Nacionalna Strategija za podsticajno okruženje za razvoj civilnog društva u Republici Srbiji za period 2015-2019. godine

Dostupno na: <http://civilnodrustvo.gov.rs/podsticajno-okruzenje/pravni-okvir/nacionalna-strategija.371.html?categoryId=7>

Republički zavod za statistiku, „Ekonomske uticaje socijalnih preduzeća u Srbiji” (Beograd: SeConS grupa za razvojnu inicijativu, Grupa 484, 2014).

Dostupno na: <http://webzr.stat.gov.rs/Web-Site/repository/documents/00/01/40/87/Socijalna-preduzeca-srpski.pdf>

Slobodan Cvejić, Socijalna ekonomija - pojam i praksa u Srbiji (Čigoja štampa, 2016)

Strategija za podršku razvoja malih i srednjih preduzeća i konkurentnosti za period od 2015. do 2020. godine (Službeni glasnik Republike Srbije, br. 55/05, 71/05 - ispravka, 101/07, 65/08, 16/11, 68/12 - US, 72/12, 7/14 - US i 44/14). Dostupno na: <http://www.priroda.gov.rs/wp-content/uploads/2015/06/Strategija-mala-i-srednja-preduzeca.pdf>

Zakon o javnim nabavkama (Službeni glasnik Republike Srbije, br. 124/2012, 14/2015 i 68/2015). Dostupno na: http://www.paragraf.rs/propisi/zakon_o-javnim-nabavkama.html

Zakon o porezu na dobit pravnih lica (Službeni glasnik Republike Srbije, br. 25/2001, 80/2002, 80/2002 - dr. zakon, 43/2003, 84/2004, 18/2010, 101/2011, 119/2012, 47/2013, 108/2013, 68/2014 - dr. zakon,

142/2014, 91/2015 - autentično tumačenje i 112/2015). Dostupno na: http://www.paragraf.rs/propisi/zakon_o-porezu-na-dobit-pravnih-lica.html

Zakon o privrednim društvima (Službeni glasnik Republike Srbije, br. 36/2011, 99/2011, 83/2014 - dr. zakon i 5/2015). Dostupno na: http://www.paragraf.rs/propisi/zakon_o-privrednim-drustvima.html

Zakon o profesionalnoj rehabilitaciji i zapošljavanju osoba sa invaliditetom (Službeni glasnik Republike Srbije, br. 36/2009 i 32/2013). Dostupno na: http://www.paragraf.rs/propisi/zakon_o-profesionalnoj-rehabilitaciji-i-zaposljavanju-osoba-sa-invaliditetom.html

Zakon o udruženjima (Službeni glasnik Republike Srbije, 51/2009 i 99/2011 - dr. zakoni). Dostupno na: http://www.paragraf.rs/propisi/zakon_o-udruzenjima.html

Zakon o zadrugama (Službeni glasnik Republike Srbije, br. 112/2015). Dostupno na: http://www.paragraf.rs/propisi/zakon_o-zadrugama.html

Zakon o zadužbinama i fondacijama (Službeni glasnik Republike Srbije, br. 88/2010 i 99/2011 - dr. zakon). Dostupno na: http://www.paragraf.rs/propisi/zakon_o-zaduzbinama-i-fondacijama.html

BELEŠKE

[illegible]

U KOOPERACIJI SA FONDACIJOM HAJNRICH BEL
– PREDSTAVNIŠTVO BEOGRAD.



CIP - Каталогизација у публикацији -
Народна библиотека Србије, Београд

364-3(497.11)

БОБИЋ, Александра, 1974-
Kako osnovati socijalno preduzeće u Srbiji / [Aleksandra Bobić,
Dina Rakin]. - Beograd : Evropski pokret u Srbiji, 2016 (Valjevo
: Caritas Valjevo). - 103 str. : ilustr. ; 17 cm

Tiraž 500. - Pojmovnik: str. 92-97. - Bibliografija: str. 100-101.

ISBN 978-86-80046-16-7

1. Ракин, Дина, 1985- [аутор]
а) Социјална предузећа - Србија

COBISS.SR-ID 226267148

