

Prilog — Definicije i objašnjenja

Trag fondacija koristi pojmove solidarna ekonomija i solidarno preduzetništvo (umesto odrednice *socijalno*), ističući uzajamnost i međusobnu podršku kao osnovne vrednosti i principe. U okviru Koalicije za razvoj solidarne ekonomije, Trag fondacija podstiče prilagođenu upotrebu jezika radi približavanja novih koncepata rešavanja društvenih problema građanima.

Šta je solidarna ekonomija?

Solidarna ekonomija je izvorna ekonomija¹, zasnovana na vrednostima, koju su izgradili građani, za građane i za planetu. Vrednosti solidarne ekonomije su: samopomoć, samoodgovornost, demokratija, ravnopravnost i solidarnost. Solidarna ekonomija odgovara na potrebe zajednice, a ostvarivanje društvenih ciljeva oslanja na poslovni model rada. Okosnica je preuzimanje uspešnih postojećih poslovnih praksi, upotreba tehnologije i znanja i prilagođavanje radi blagostanja zajednice, zasnovanog na zajedničkim vrednostima i ciljevima.

Definicija solidarnog preduzetnika

Pet karakteristika idealnog solidarnog preduzetnika:

1. Povod za ekonomsku aktivnost je društvena misija koja doprinosi revitalizaciji, zaštiti ili pravednijem korištenju javnog ili zajedničkog dobra, a koja je često u formi društvene inovacije. To znači da je razlog okupljanja i osnivanja unapređivanje opšteg i ravnomernog korištenja javnog dobra, onog dobra koje nam država stavlja na raspolaganje putem javnog sektora (zdravstvena zaštita, obrazovanje, pravna zaštita, putevi, parkovi, ulice, trgovci, bezbednost i sl.) ili pravednije korištenje i čuvanje zajedničkog dobra (voda, zemlja, vazduh, sunčeva energija, šume, reke, jezera, kulturna baština, internet itd.). Akteri solidarne ekonomije nisu sami sebi svrha, dakle ne mogu biti usmereni samo na promene u životu osnivača, članova, porodica i prijatelja. Društvena misija i ostvarivanje profita ne mogu biti stavljeni u istu ravan, ne smeju biti u međusobnoj protivteži. Svrha postojanja aktera socijalne ekonomije jeste društvena misija, a poslovne tehnike i ostvarivanje profita su sredstvo u postizanju društvene misije. Posvećenost društvenoj misiji mora biti jasno vidljiva, planirana u samom poslovnom modelu (ona predviđa, recimo, kontinuirano angažovanje novih radnika i/ili dobavljača, oslanjajući se na reinvestiranje planirane dobiti; ili sukcesivno otvaranje podružnica u drugim delovima zajednice radi odgovora na tamošnje potrebe; ili kontinuiran plan revitalizacije javnog/društvenog dobra prikazan u planiranim rashodima itd.). Solidarni preduzetnici iskazuju društvenu misiju u formi uvremenjenih očekivanih rezultata (jasno definisan, merljiv kvalitet i/ili kvantitet društvene promene koja se, u kontinuitetu, postiže radom solidarnog preduzetnika).

2. Akteri solidarne ekonomije prihod ostvaruju prodajom roba ili usluga na tržištu. Smatramo da oni moraju da imaju stalnu delatnost proizvodnje i prodaje roba ili usluga. Ostali prihodi mogu biti od: dobrovoljnih priloga, poklona, premija, donacija, subvencija, zaostavština. Moraju biti organizovani tako da zapošljavaju/radno angažuju plaćene radnike. Proizvodnja i prodaja ne mogu se zasnivati na volonterskom radu.

3. Akteri solidarne ekonomije profit reinvestiraju u ostvarivanje društvene misije. Bez obzira na način njihovog registrovanja (udruženje, zadruga, fondacija, zadužbina, o.d., k.d., d.o.o., a.d. itd.) smatramo da je neprofitnost neophodna karakteristika. Naknade za rad treba da budu isplaćene pravedno i u skladu sa dogovorom upravljača, a profit se ulaže u dalji razvoj proizvodnih ili prodajnih kapaciteta i u ostvarivanje društvene misije.

¹ Ekonomija je složenica koja povezuje grčke reči „nomos“ (νόμος) – običaj, zakon i „oikos“ (οίκος) – kuća, i izvorno znači: zakoni upravljanja domaćinstvom.

4. Način organizovanja i struktura vlasništva odražavaju društvenu misiju, a zasnivaju se na principima demokratskog upravljanja i/ili principima participativnosti i/ili su usmereni na ostvarivanje socijalne pravde. To znači da pod akterima solidarne ekonomije smatramo:

- a) formalno organizovane grupe građana/ki u privatnom i civilnom sektoru;
- b) one koji obezbeđuju da radnici i saradnici informisano učestvuju u procesu upravljanja ili su u potpunosti organizovani na principima radničkog samoupravljanja (što uključuje i zajedničku imovinu);
- c) one koji zainteresovane grupe u zajednici, a posebno kupce/korisnike usluga, uključuju u upravljanje;
- d) one koji su nezavisni u upravljanju (ne mogu biti samo prihodovna delatnost drugog aktera; u odnosu na izvore prihoda pored poslovnih aktivnosti).

5. Akteri solidarne ekonomije posluju u skladu sa deset univerzalnih principa Globalnog dogovora u Srbiji² i promovišu ih. Globalni dogovor je okvir na osnovu koga se kompanije obavezuju da svoje delatnosti usaglase sa deset univerzalnih principa iz oblasti ljudskih prava, rada, zaštite okoline i antikorupcije. Kao najveća svetska građanska inicijativa, Globalni dogovor je pre svega zainteresovan za izgradnju društveno odgovornog poslovanja i tržišta.

Naša definicija solidarne ekonomije i solidarnog preduzetništva predstavlja idealno stanje kome stremimo i koristimo je kao viziju za sprovođenje naših programa podrške solidarnom preduzetništvu. Odlučili smo se za ovaj vid motivišuće definicije radi podsećanja da za društvene promene nije dovoljan nužni minimum i da bismo pred sobom i našim korisnicima imali stalni podsticaj.

Solidarno preduzetništvo je način rada, ne vrsta pravnog subjekta. To znači da i udruženje i fondacija i zadužbina i zadruga i privredno društvo mogu da budu osnovani ili da se tokom rada transformišu u solidarnog preduzetnika ili da osnuju solidarno preduzeće. Nužno je da organizovano, planirano krenu ka postizanju prethodno navedenih karakteristika aktera solidarne ekonomije.

Solidarno preduzetništvo nije društveno odgovorno poslovanje. DOP je *koncept po kome kompanije integrišu društvena i ekološka pitanja u svoje poslovne operacije i u odnose sa zainteresovanim stranama, na dobrovoljnoj osnovi*. Ili jednostavnije — *odgovornost kompanija za njihov uticaj na okruženje*. Suštinska razlika je u svrsi, jer solidarno preduzeće postoji radi društvene misije i funkcioniše u civilnom sektoru koristeći poslovne tehnike, a preduzeće koje je društveno odgovorno posluje postoji radi ostvarivanja profita, u biznis sektoru, pri čemu posluje na transparentan i održiv način.

Solidarno preduzetništvo nije korporativna filantropija. Korporativna filantropija je deo koncepta društveno odgovornog poslovanja. Podrazumeva davanje u novcu, proizvodima ili uslugama. Za razliku od dobročinstva, humanitarne pomoći, korporativna filantropija podrazumeva davanje za šire i razvojne potrebe, kao što je podrška kulturi, nauci, zaštiti životne sredine i razvoju demokratije.

Solidarno preduzetništvo se razvija po principima održivog razvoja — zadovoljava sadašnje potrebe, ne ugrožavajući mogućnosti budućih generacija da zadovolje svoje potrebe³. Ovi principi proističu iz tri aspekta održivog razvoja: ekonomske održivosti, ekološke održivosti i socijalne održivosti. Prvi aspekt podrazumeva ekonomski rast i razvoj, drugi obuhvata integritet ekosistema i brigu o njihovom kapacitetu i bioraznolikosti, dok poslednji obuhvata vrednosti kao što su: jednakost, osposobljenost, dostupnost i učešće pojedinaca u društvenom životu.

² <http://www.ungc.rs/srb>

³ Definicija Brundtlandove komisije (1987).