Društvene inovacije i poduzetništvo u svijetu

Cukerić, Edi

Master's thesis / Diplomski rad

2020

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Pula / Sveučilište Jurja Dobrile u Puli**

Permanent link / Trajna poveznica: https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:137:075951

Rights / Prava: In copyright / Zaštićeno autorskim pravom.

Download date / Datum preuzimanja: **2024-03-29**

Image not found or type unknown

Repository / Repozitorij:

Digital Repository Juraj Dobrila University of Pula

zir.nsk.hr

Image not found or type unknown

Sveučilište Jurja Dobrile u Puli
Fakultet ekonomije i turizma
„Dr. Mijo Mirković“

EDI CUKERIĆ

DRUŠTVENE INOVACIJE I PODUZETNIŠTVO U SVIJETU

Diplomski rad

Pula, 2019.

Sveučilište Jurja Dobrile u Puli
Fakultet ekonomije i turizma
„Dr. Mijo Mirković“

EDI CUKERIĆ

DRUŠTVENE INOVACIJE I PODUZETNIŠTVO U SVIJETU

Diplomski rad

JMBAG: 0303056302, izvanredni student
Studijski smjer: Management i poduzetništvo
Predmet: Društvene inovacije i poduzetništvo
Znanstveno područje: Društvene znanosti
Znanstveno polje: Ekonomija
Znanstvena grana: Ekonomika poduzetništva
Mentor: izv. prof. dr. sc. Violeta Šugar

Pula, kolovoz 2019.

IZJAVA O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI

Ja, dolje potpisani Edi Cukerić, kandidat za magistra ekonomije/poslovne ekonomije, ovime izjavljujem da je ovaj Diplomski rad rezultat isključivo mojega vlastitog rada, da se temelji na mojim istraživanjima te da se oslanja na objavljenu literaturu kao što to pokazuju korištene bilješke i bibliografija. Izjavljujem da niti jedan dio Diplomskog rada nije napisan na nedozvoljen način, odnosno da je prepisan iz kojega necitiranog rada, te da ikoji dio rada krši bilo čija autorska prava. Izjavljujem, također, da nijedan dio rada nije iskorišten za koji drugi rad pri bilo kojoj drugoj visokoškolskoj, znanstvenoj ili radnoj ustanovi.

Student
Edi Cukerić

U Puli, _____, _____ godine

IZJAVA

o korištenju autorskog djela

Ja, Edi Cukerić dajem odobrenje Sveučilištu Jurja Dobrileu Puli, kao nositelju prava iskorištavanja, da moj diplomski rad pod nazivom „Društvene inovacije i poduzetništvo u svijetu“ koristi na način da gore navedeno autorsko djelo, kao cjeloviti tekst trajno objavi u javnoj internetskoj bazi Sveučilišne knjižnice Sveučilišta Jurja Dobrile u Puli te kopira u javnu internetsku bazu završnih radova Nacionalne i sveučilišne knjižnice (stavljanje na raspolaganje javnosti), sve u skladu s Zakonom o autorskom pravu i drugim srodnim pravima i dobrom akademskom praksom, a radi promicanja otvorenoga, slobodnoga pristupa znanstvenim informacijama.
Za korištenje autorskog djela na gore navedeni način ne potražujem naknadu.

U Puli, _____ (datum)

Potpis

SADRŽAJ

1. UVOD 1
1.1. HIPOTEZE RADA 1
1.2. CILJ I SVRHA ISTRAŽIVANJA 1
1.3. STRUKTURA RADA 2
1.4. METODOLOGIJA ISTRAŽIVANJA 2
2. POJMOVNO ODREĐENJE PODUZETNIŠTVA I INOVACIJA 4
2.1. PODUZETNIŠTVO 4
2.1.1. DEFINICIJA I POVIJESNI RAZVOJ PODUZETNIŠTVA 4
2.1.2. OBILJEŽJA I FUNKCIJE PODUZETNIŠTVA 7
2.1.3. VRSTE PODUZETNIŠTVA 8
2.2. INOVACIJE 11
2.2.1. DEFINICIJA I OBILJEŽJA INOVACIJA 11
2.2.2. KORISTI I VRSTE INOVACIJA 12
2.3. PODUZETNICI I INOVATORI 15
3. DRUŠTVENE INOVACIJE 18
3.1. POJMOVNO ODREĐENJE DRUŠTVENIH INOVACIJA 18
3.2. OBILJEŽJA I VRSTE DRUŠTVENIH INOVACIJA 21
3.3. POZITIVNI UČINCI DRUŠTVENIH INOVACIJA 23
4. DRUŠTVENO INOVIRANJE 24
4.1. PROCES DRUŠTVENOG INOVIRANJA 24
4.2. PRODUKT DRUŠTVENOG INOVIRANJA 29
4.3. IZVORI DRUŠTVENIH INOVACIJA 29
5. RAZVOJ DRUŠTVENOG PODUZETNIŠTVA NA RAZINI EUROPSKE UNIJE 34
5.1. INOVATIVNOST I DRUŠTVENO INOVIRANJE U EUROPSKOJ UNIJI 34
5.2. SUSTAV PODRŠKE DRUŠTVENOM PODUZETNIŠTVU EUROPSKE UNIJE 37
5.3. PROGRAMI I INICIJATIVE DRUŠTVENOG INOVIRANJA I PODUZETNIŠTVA EUROPSKE UNIJE 39
5.3.1. PROJEKT DRUŠTVENO INOVATIVNE ZAJEDNICE 39
5.3.2. PROGRAM EUROPSKE UNIJE ZA ZAPOŠLJAVANJE I DRUŠTVENE INOVACIJE 39

5.3.3. OBZOR 2020 42
5.3.4. INICIJATIVA DRUŠTVENOG PODUZETNIŠTVA 43
6. DRUŠTVENO PODUZETNIŠTVO I INOVACIJE – RJEŠENJA GLOBALNIH PROBLEMA 47
6.1. HITACHI – MEĐUNARODNA ORGANIZACIJA ZA ISTRAŽIVANJE I DRUŠTVENE INOVACIJE 47
6.2. MEĐUNARODNE DRUŠTVENE INOVACIJE 52
6.2.1. TRETMAN I RECIKLIRANJE VODE NA MALDIVIMA 52
6.2.2. PAMETNI GRADOVI 54
7. ZAKLJUČAK 60
LITERATURA 62
POPIS SLIKA 65
POPIS TABLICA 66
SAŽETAK 67
SUMMARY 68

1. UVOD

Ovaj rad istražuje društvene inovacije i poduzetništvo u svijetu. Inovacije u suvremeno doba predstavljaju jedan od osnovnih pokretača ili generatora ekonomskog razvoja i blagostanja društva. Smatraju se bitnim činiteljem dugoročno profitabilnog i održivog razvoja pa danas plijene interes sve većeg broja dionika na međunarodnoj razini.

Zasebna vrsta unutar ovog širokog područja su društvene inovacije, čija se uloga prepoznaje i intenzivira tijekom proteklih nekoliko dekada. Poduzeća koja se orijentiraju prema poticanju društvenih inovacija, odnosno društvenom inoviranju i učincima koje ono donosi sve više predstavljaju zaseban neprofitni sektor, koji se često naziva i društvenim.

1.1. HIPOTEZE RADA

H0: Društveno inoviranje izravna je podrška i jedan od preduvjeta održivog razvoja.

H1: Inicijatori društvenih inovacija nisu nužno poduzeća, no kako bi inovacije bile adekvatno komercijalizirane i provedene u praksi važno je da se taj proces odvija od strane društvenih poduzeća.

H2: Prioritet društvenog poduzetništva su društvene inovacije koje generiraju društvene, ekonomske i ostale učinke.

1.2. CILJ I SVRHA ISTRAŽIVANJA

Cilj istraživanje je pojmovno odrediti i detaljizirati ključne pojmove u okviru ove problematike. Misli se pri tome na društvene inovacije i učinke koje one generiraju, društvena poduzeća kao nositelje društvenih inovacija, odnosno društveno poduzetništvo kao podsustav inovativnih ekonomskih i društvenih sustava u suvremeno doba.

Svrha rada je potvrditi navedene hioteze. Pored toga, svrha je obraditi konkretne primjere društvenih inovacija i ukazati na čitav niz pozitivnih učinaka koje iste generiraju u današnjici, a koji se očituju u ekonomskom, društvenom i ekološkom kontekstu. Točnije, svrha je potvrditi podršku društvenih inovacija i poduzetništva održivom razvoju.

1.3. STRUKTURA RADA

Sadržajno se rad sastoji od sedam poglavlja. Nakon uvodnog dijela slijedi poglavlje koje daje nešto širi uvod u samu problematiku rada. Ono obrađuje temelje pojmove kao što su poduzetništvo i inovacije. Osim osnovnih definicija, u okviru ovoga poglavlja konkretiziraju se i temeljna obilježja, funkcije te specifičnosti poduzetništva i inovacije, te se ukazuje na međusobnu povezanost predmentih pojmova.

U narednom poglavlju rada pristupa se središnjoj problematici. Ono obrađuje značenje i sve relevantne značajke u svezi društvenih inovacija. Sukladno uvjetovanosti inovacija i poduzetništva, u ovome se poglavlju dotiče i pitanje društvenog poduzetništva kao njihovih nositelja i generatora.

Poglavlje što slijedi obrađuje društveno poduzetništvo i inovacije na razini Europske unije. Točnije, pristupa se istraživanju poduzetničkog sustava te podrške koja se usmjerava u ovome smjeru na primjeru spomenute nadnacionalne tvorevine, koja je ujedno i vodeći dionik na međunarodnoj razini, u kontekstu poticanja i jačanja društvenih inovacija.

Predzaključno poglavlje predstavlja svojevrsnu studiju slučaja. U okviru njega analiziraju se konkretni primjeri inovacija na području regija diljem svijeta. Ujedno se ukazuje i na njihove pozitivne učinke, u kontekstu međunarodne ekonomije, globalnog društva i okoliša.

1.4. METODOLOGIJA ISTRAŽIVANJA

Za potrebe istraživanja predmetne problematike rada korištene metoda analize i sinteze, induktivna i deduktivna metoda, metoda komparacije i metoda apstrakcije, te

metoda dokazivanja. Osim ovih metoda treba istaknuti i metodu studije slučaja, kojom se obrađuju konkretni primjeri društvenih inovacija na međunarodnoj razini. Predočeni rad oblikovan je i uređen metodom deskripcije.

2. POJMOVNO ODREĐENJE PODUZETNIŠTVA I INOVACIJA

Poduzetništvo i inovacije usko su povezani pojmovi. Uvjetovanost istih osobito je izražena te se intenzivira u suvremeno doba, što rezultira sasvim novim pristupom njihova poimanja, ali i poticanja u praksi. Smatra se da poduzetništvo izravno ovisi o inovacijama, a s druge strane inovacije bez adekvatne poduzetničke podrške nemaju mogućnost tržišne komercijalizacije. U tom slučaju one ostaju nedorečene i neproduktivne.

2.1. PODUZETNIŠTVO

Osnovni pristup poimanja poduzetništva očituje se u njegovu predstavljanju kao generatora ekonomskog sustava i pokretačke sile blagostanja nekog društva. Međutim, s napretkom ekonomske misli i prakse, te s razvojem poduzetničkog sustava mijenjaju se i pristupi njegova shvaćanja te razvoja.

2.1.1. DEFINICIJA I POVIJESNI RAZVOJ PODUZETNIŠTVA

Od najranijih začetaka istraživanja poduzetništva prepoznaje se njegov ekonomski značaj. Sukladno brojnim pozitivnim učincima ove prirode, kao i istoznačnim funkcijama, u ekonomskoj misli i praksi ono je predstavljeno kao vodeći generator ekonomskog razvoja. S nastupom suvremenoga doba, uslijed razvoja specijaliziranih znanja, uočavaju se društveni učinci poduzetništva, čime ono poprima jedno sasvim novo značenje, koje nadilazi nekadašnje granice.

Ovisno o vrsti istraživanja, poduzetništvo se definira kao poslovna filozofija, zasebni podsustav gospodarstva, generator ekonomskog napretka i društvenog blagostanja te slično. U literaturi još uvijek ne postoji jedinstvena i opće prihvaćena definicija poduzetništva pa se u istraživačkim pothvatima često koriste neke od onih.

Jedna od učestalijih definicija poduzetništva glasi: „Poduzetništvo je sposobnost pokretanja, vođenja i razvijanja poslovnog pothvata s dostatnim kapitalom, što je povezano s većom ili manjom neizvjesnošću i rizikom. Ono predstavlja splet

poslovnih aktivnosti u sklopu kojih poduzetnik ima ideju koju drži dobrom poslovnom prilikom, ulaže vlastiti ili tuđi kapital, nabavlja sredstva, zapošljava ljude, s ciljem ostvarenja profita (Tkalec, 2001: 6).“

Predočena definicija u središte interesa postavlja poduzetnika, kao nositelja ovoga procesa ili vodećeg dionika predmetnog sustava, kao i poduzetničku ideju, te podržavajuće resurse. S evolucijom ekonomske misli i prakse mijenjali su se i pristupi poimanja poduzetništva.

U užem smislu ono je određeno kao proces stvaranja vrijednosti kombinacijom resursa, a s ciljem iskorištavanja prilika uz razumno preuzimanje rizika. S duge strane širi smisao ovoga pojma ističe kako je riječ o svakoj aktivnosti koja uključuje kreativnost, inovativnost, upornost, dosljednost, razumno preuzimanje rizika, odgovornost, samostalnost te slično (Cingula, 2001).

S pojavom suvremenoga doba i poslovanja poduzetništvo se najčešće razmatra u kontekstu njegova šireg značaja, pri čemu se posebna pažnja posvećuje njegovim ekonomskim, društveni i ostalim učincima, odnosno svojevrsnim funkcijama. Nastavno navedenome, poduzetništvo ne predstavlja nužno gospodarsku aktivnosti i sustav koji generira samo ekonomske učinke, već je riječ o znatno kompleksnijem pojmu koji se snažno oslanja na poticanje inovacija i inovativnosti.

Europski referentni okvir ključnih kompetencija za cjeloživotno učenje ističe kako je poduzetništvo sklonost unošenja promjena i sposobnost prihvaćanja, podržavanja i prilagođavanja inovacija vanjskim čimbenicima (Europska komisija, Uprava za obrazovanje i kulturu, 2004: 8). Daje se zaključiti kako je riječ o prihvaćanju odgovornosti za vlastite odluke i postupke, razvoju strateške vizije, definiranju ciljeva i realizaciji istih, kao i promicanju te jačanju inovativnosti.

Prema autoru Kuvačiću (2005) poduzetništvo je „kreativna aktivnosti usmjerana na optimalno komuniciranje proizvodnih činitelja kojim se, primjerenim ulaganjem i motiviranim ponašanjem, uz razumno preuzimanje rizika, ostvaruju određeni ciljevi i odgovarajući ekonomski efekti (Kuvačić, 2005: 20).“ Suvremeni pristupi njegova poimanja integriraju sve one osnovne činitelje i elemente ovog sustava, te mu

pridodaju suvremene činitelje kao što su cjeloživotno obrazovanje i usavršavanje, integracija i umrežavanje, participacija dionika te inovacije i inovativnost.

Poduzetništvo ima dugu povijest razvoja, a često se ističe kako je ono staro koliko i preteče organiziranog poslovanja. Njegov povijesni razvoj bio je vrlo dinamičan, a pratio je opći napredak društva, znanosti, industrije i ostalih elementa. S obzirom na obilježja suvremenoga doba, u kontekstu navedenih promjena, daje se istaknuti kako je riječ o njegovu najdinamičnijem razdoblju razvoja, koje pomiče nekadašnje granice tradicionalnog poduzetništva, te ga sve intenzivnije razmatra kao suvremeni socio-ekonomski sustav.

Tijekom ranijih razdoblja razvoja klasična i neoklasična ekonomska škola postavile su temelje razvoja i uopće poimanja poduzetništva. Američka klasična škola u središte interesa postavila je poduzetnika kao kreatora gospodarstva, te profit kao rezultat njegovih uloženih vještina, sposobnosti i talenta. Njemačka klasična škola poduzetnika je predstavila kao subjekta koji spremno i odgovorno preuzima i snosi rizik. Ono što je osobito značajno jest da ona prepoznaje ulogu poduzetnika u kontekstu inovacija, te ga kao takvog i predstavlja, a nagrada za njegov rad je profit (Tkalac, 2011).

Nadalje, neoklasična škola istražuje i objašnjava pristup vođenja poduzeća, koje prema njezinu stavu predstavlja svojevrsno umijeće integriranja više elemenata, kao što su organiziranje i primjena novih metoda te preuzimanje rizika. Samozapošljavanje je proces, u okviru navedenoga, kojim poduzetnik rješava osobno pitanje radnog statusa kao i egzistenciju. Na osnovu njega on stvara i stječe profit, koji predstavlja cijenu i plaću za pružene usluge poduzetnika, a ne nagradu za preuzimanje rizika (Tkalec, 2011).

Vodeći ekonomisti i teoretičari koji su se bavili pitanjima poduzetništva i time dali zamah njegovu razvoju su (Tkalec, 2011: 37):

- Richard Cantillon (1680.-1734.), prvi moderni teoretičar poduzetništva koji opisuje poduzetničke aktivnosti i navodi osnovna obilježja profita;

- Adam Smith (1713.-1790.) definira poduzetničku aktivnost kao proces koji se ostvaruje marljivošću i štedljivošću, poslovnim špekulacijama te poslovnim inovacijama;
- Joseph Schumpeter (1883.-1950.) naziva se „ocem poduzetništva“. On definira poduzetništvo kao stvaranje inovacija, što je preduvijet ekonomskog rasta i razvoja;
- Peter Drucker (1909.-2005), suvremeni američki teoretičar koji tvrdi kako se ekonomija temelji na sustavnoj inovaciji, poduzetničkom upravljanju i poduzetničkim strategijama.

Evidentno je kako su gotovo svi teoretičari izravno povezali poduzetništvo i inovacije, odnosno inovativnost. Vidljivo je pri tome da oni pripadaju različitim razvojnim razdobljima poduzetništva što implicira uvjerenje kako je značaj inovacija i inovativnosti, u kontekstu poduzetništva, prepoznat i specificiran od najranijih razdoblja njegova sustavnog istraživanja i razvoja.

2.1.2. OBILJEŽJA I FUNKCIJE PODUZETNIŠTVA

U skladu s istaknutim pojmovnim određenjima poduzetništva može se istaknuti kako je riječ o složenom sustavu koji generira ekonomske, društvene i ostale učinke. Osim navedenih generalnih obilježja istoga važno je razlučiti i ona specifična.

Osnovne funkcionalne karakteristike poduzetništva su sljedeće (Horvat, Tintor, 2006):

- altruizam ili spremnost na razumijevanje interesa dionika;
- hrabrost i razumno preuzimanje rizika;
- kreativnost i inovativnost;
- mudrost kao rezultanta razumnog ponašanja i iskustva;
- samostalnost u uočavajanju i kreirajanju poslovnih prilika, kao i njihovoj realizaciji;
- odgovornost i želja za uspjehom;
- poštenje;
- samouvjerenost poduzetnika;

- strpljenje kao preduvijet realizacije ambicioznih ciljeva;
- stvaralaštvo i kreativnost;
- usmjerenost ciljevima;
- dosljednost ciljevima i svrsi;
- vizionarstvo;
- uočavanje dobrih poslovnih prilika.

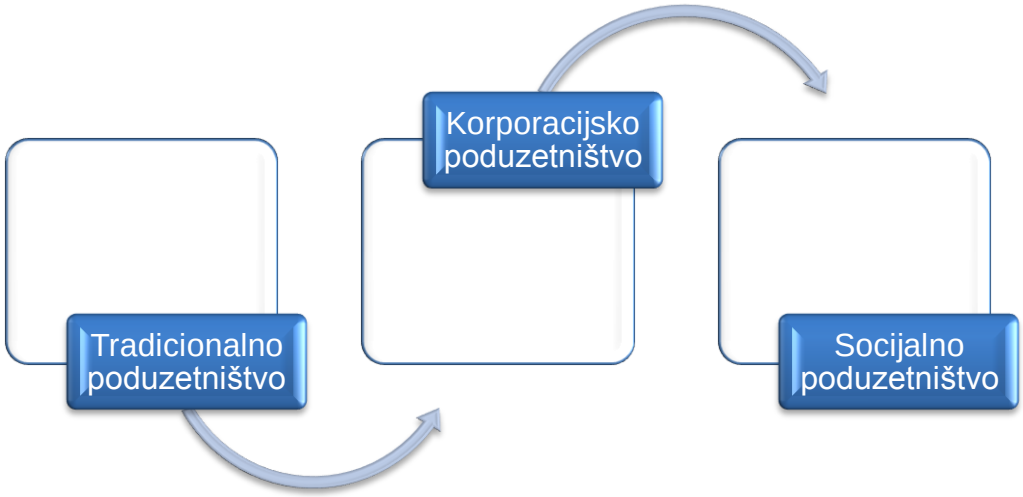
Danim obilježjima ističe se kako je inovativnost, kao jedan od središnjih pojmova problematike, usko povezana s poduzetništvom. Ona se ističe kao jedno od njegovih temeljnih obilježja, no smatra se optimalnim istaknuti kako je to zapravo pokretač poduzetništva u suvremeno doba ili jedan od njegovih temelja.

2.1.3. VRSTE PODUZETNIŠTVA

Evolucija poduzetništva dovela je do pojave nekolicine njegovih oblika ili vrsta. Prilikom rasprave u svezi poduzetništva, u praksi se najčešće govori o tradicionalnom poduzetništvu, no ono u suvremeno doba sve više gubi značaj.

Načelno je poduzetništvo moguće podijeliti ili klasificirati u tri osnovne skupine (Slika 1.).

Slika 1. Klasifikacija poduzetništva



Izvor: Oberman Peterka, S. (2013.) Vrste poduzetništva i poduzetnika. Dostupno na: http://www.efos.unios.hr/poduzetnistvo/wp-content/uploads/sites/206/2013/04/Vrste-poduzetnistva_poduzetnika_2013_14.pdf (22.08.2019.). Str. 3.

Svaki od ovih oblika poduzetništva ističe se konkretnim obilježjima ili specifičnostima, kao i karakteristikama poduzetnika. Tradicionalno poduzetništvo dijeli se na mikro, mala i srednja poduzeća s obzirom na konkretne pokazatelje. U naravi se najčešće raspravlja o malim i srednjim poduzećima, koja su ogledni primjeri onih općih obilježja poduzetništva kao socio-ekonomskog sustava. Korporacijsko (unutarnje) poduzetništvo veže se uz veća poduzeća ili korporacije, dok ono socijalno (društveno) najbolje odgovara suvremenim uvjetima poslovanja.

Koncept tradicionalnog poduzetništva zasniva se na sljedećim elementima (Oberman Peterka, 2013):

- generiranje ideja;
- identificiranje ideje i vizije;
- identificiranje tržišta i ključnih dionika;

- pokretanje vlastitog pothvata;
- razvijanje infrastrukture;
- provođenje studija izvedivosti;
- planiranje poslovanja.

Kao što je već i istaknuto, tradicionalno poduzetništvo najčešće se odnosi na mala i srednja poduzeća. Za to postoje konkretni razlozi, a oni se odnose na argumente ili koristi uslijed razvoja ovih oblika. Naime, mala i srednja poduzeća dobro su naučena funkcionirati s ograničenim resursima, obilježavaju ih kreativnost, inovativnost, snalaženje. Osim toga, karakterizira ih emocionalno vlasništvo nad ciljevima i idejama te sposobnost umrežavanja, kao bitna postavka suvremenog poslovanja (Dračić, 2012):

U nastavku se daje prikaz klasifikacije čimbenika razvrstavanja pojedinih vrsta ili skupina tradicionalnog poduzetništva (Tablica 1.).

Tablica 1. Klasifikacija tradicionalnog poduzetništva

Kategorija	Broj zaposlenih	Promet ili imovina	
Srednja poduzeća	Manje od 250	Do 260 mil. kn	Do 130 mil. kn
Mala poduzeća	Manje od 50	Do 65 mil. kn	Do 32,5 mil kn
Mikro oduzeća	Manje od 10	Do 2 mil. eur	Do 2 mil. eur

Izvor: Dračić, I. (2012.) Poslovanje poduzeća i poduzetničko okruženje. Dostupno na: http://www.hzz.hr/UserDocsImages/Business%20enterprise%20and%20entrepreneurial%20environment%20-%20final.pdf (22.08.2019.).

Vidljivo je kako se mikro, mala i srednja poduzeća razvrstavaju s obzirom na ukupan broj zaposlenih te vrijednost prometa ili imovine. Kako bi se neko poduzeće svrstalo u određenu skupinu ono mora zadovoljiti najmanje dva od istaknuta tri kriterija.

Korporacijsko poduzetništvo je ono koje pokreću velike kompanije. One imaju tendenciju usmjerenu prema primjeni suvremenih principa i menadžmenta, te stvaraju pretpostavke da kreativni pojedinci sa svojim idejama dođu do izražaja

(Dračić, 2012). U suvremenoj ekonomskoj praksi često se naglašava kako su ova poduzeća promicatelji fleksibilnosti i inovativnosti, uslijed njihova međunarodnog usmjerenja i visoke integriranosti u međunarodno poslovanje, kao i izloženosti kontinuiranim pritiscima tržišta.

Prema istraživanjima Instituta za društveno poduzetništvo (engl. *The Institute for Social Enterpreneurship*) ono predstavlja „umjetnost simultanih težnji ka financijskom i društvenom povratu investicija (The Institute for Social Entrepreneurship, 2005).“ Konkretnije, može se pojmiti kao sustav implementacije poduzetničkih principa s ciljem unapređenja opće kvalitete života i blagostanja društva. Upravo zbog usmjerenosti prema ekonomskim, društvenim i ekološkim učincima, odnosno dimenzijama održivosti, često se ono veže isključivo uz suvremeno doba i suvremeno poslovanje. Tome u prilog ide i činjenica kako je ono snažno usmjereno na stvaranje novih društvenih vrijednosti, pa se često smatra i dominantnim oblikom poduzetništva u kontekstu poticanja društvenih inovacija.

2.2. INOVACIJE

Inovacije se najjednostavnije predstavljaju kao novine u raznim područjima ili segmentima. Riječ je o kontinuiranim produktima aktivnosti inovatora, ali i poduzetnika. U tom smislu, one predstavljaju osnovu suradnje ovih dionika.

2.2.1. DEFINICIJA I OBILJEŽJA INOVACIJA

Inovacije se u ekonomskoj misli i praksi cjelovitije počinju istraživati tek u novije doba. Unatoč tome, danas postoje brojne definicije inovacija.

Neke od osnovnih definicija inovacija su sljedeće:

- Inovacije su aktivnosti koje su nove ili drugačije od postojećih (Sikavica, Novak, 1999: 78);
- Inovacije u širem smislu predstavljaju sveukupnost znanja, metoda, tehnika i sredstava koja služe procesu rada, upravljanja i međusobne komunikacije, a usko su vezane uz podršku tehnologije (Bahtijarević, Šiber, 1992);

- Inovacije predstavljaju novo ili značajno poboljšano fizičko dobro ili uslugu, odnosno proizvod, proces, marketinške metode ili ustrojstvene metode u poslovnim praksama, organizaciji radnog vremena ili vanjskim odnosima (OECD, 2019);
- Inovacije se vežu uz upotrebu novih tehnoloških i tržišnih znanja u svrhu ponude novih proizvoda ili usluga koje će potrošači željeti. Modificirani ili novi proizvodi i usluge uglavnom imaju niže cijene, bolje karakteristike i predstavljaju nešto sasvim novo na tržištu (Stanić, 2018);
- Inovacije se poimaju kao tehnološke inovacije, odnosno izumi (DZIV, 2019).

Vidljivo je kako je inovaciju moguće pojmiti na vrlo diferencirane načine, te u užem i širem smislu. Iako se velika većina definicija slaže s poistovjećivanjem inovacija i tehnoloških dostignuća, odnosno izuma, smatra se kako je to tek jedan od pojavnih oblika istih ili jedan od njihovih činitelja. Inovacija se temelji na posjedovanju jedinstvene ideje, no sve dok se ona ne provede u komercijalizirano dobro, nerealno je govoriti o inovaciji u njezinom punom smislu (Afuah, 2003).

2.2.2. KORISTI I VRSTE INOVACIJA

„Inovacija je proizvod ili usluga, koja predstavlja novost, odnosno uvedenu promjenu koja se unosi u postojeće stanje s korisnim rezultatom. Ona uključuje primjenu nove i poboljšane ideje, postupka, dobra, usluge, procesa koji donose nove koristi ili kvalitetu u primjeni. Inovacija je rezultat kreativnog procesa (Zagrebački inovacijski centar, 2019).“

Već se iz osnovnog pojmovnog određenja inovacije daje ukazati na osnovne koristi ili njezinu ulogu, kako u ekonomiji, tako i u društvu. Sukladno tome, opravdano je istaknuti kako samo uspješna inovacija potiče ili generira brojne pozitivne socio-ekonomske učinke, a time potiče ekonomski razvoj te blagostanje društva.

Inovacije doprinose mnogočemu. U ekonomskom smislu one unapređuju poslovanje, konkurentnost i razvoj poduzeća, doprinose reduciranju troškova i maksimiziranju kvalitete poslovanja. U tom smislu one su činitelj učinkovitosti i

efikasnosti poslovanja, a jednako tako doprinose i ostalim skupinama dionika, čime se prepoznaje njihov sociološki učinak.

Danas postoje brojni pristupi klasifikacije inovacija. Sve one razlikuju se s obzirom na objekt razmatranja. Jedna od popularnijih klasifikacija inovacija je Schumpeterova tipologija koja prepoznaje sljedeće vrste (Ostojić Mihić, 2014: 29):

- uvođenje novog proizvoda;
- uvođenje nove metode proizvodnje;
- otvaranje novog tržišta;
- osvajanje novog izvora sirovina ili poluproizvoda;
- reorganizacija industrije.

Među najznačajnije kriterije klasifikacije inovacija spada ujedno i stupanj novine te priroda inovacije. Prema kriteriju prirode inovacije razlikuju se (Ostojić Mihić, 2014: 29):

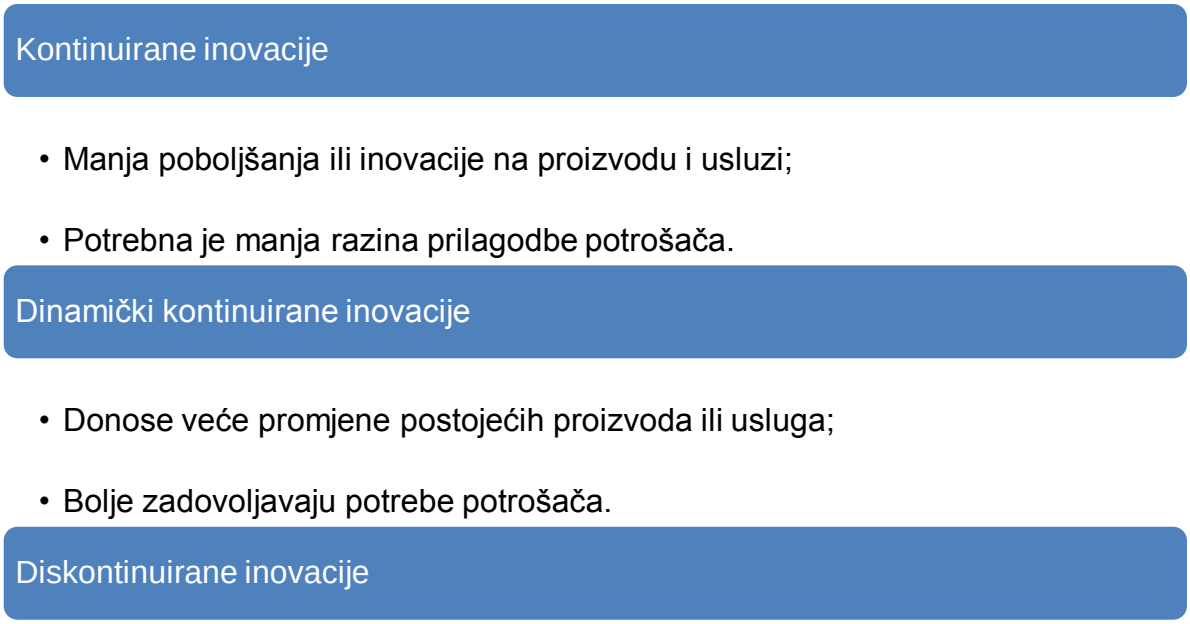
- inkrementalne (evolutivne) inovacije – mali pomaci, postupna i konstantna promjena, uključenost svih, kolektivni pristup, grupni napor, sustavni pristup, konvencionalni *know-how*, malo istraživanje, potrebno puno truda u održavanje poboljšanja, funkcionira u sporo rastućoj djelatnosti;
- radikalne (suštinske) inovacije – veliki pomaci, iznenadna i velika promjena, uključenost nekoliko najboljih, individualan pristup, individualne ideje i napori, velika istraživanja, potreban manji trud u održavanje prednosti, bolje funkcionira u brzorastućoj ekonomiji.

Kao što je i navedeno, inkrementalne inovacije predstavljaju mala poboljšanja, a u praksi se primjenjuju u rješavanju problema gdje je cilj jasan i poznat. U poslovnom svijetu, kao rezultat stalnih poboljšanja, popularizirao se pokret totalnog upravljanja kvalitetom –TQM (engl. *Total Quality Management*).

S druge strane, rezultat radikalnih inovacija su potpuno novi proizvodi i usluge. U ovome slučaju poznat je pravac istraživanja, no ne i krajnji cilj. Radikalna inovacija je inovacija bez kontinuiteta, koja predstavlja nešto potpuno novo, ali se većinom događa na inkrementalan način.

Inovacije se često klasificiraju i na sljedeći način (Slika 2.).

Slika 2. Klasifikacija inovacija



Izvor: Sinergija (2019.) Širenje inovacija. Dostupno na: http://www.predmet.sinergija.edu.ba (22.08.2019.).

Nastavno navedenoj klasifikaciji, kontinuirane inovacije mogu se primjerice odnositi tek na manje unapređenje svojstva nekog proizvoda, na primjer uvođenje nove opcije u korisničkim sustavima. Dinamički kontinuirane inovacije s druge strane predstavile bi neki potpuno novi segment korisničkog sustava, dok bi one diskontinuirane označile pojavu sasvim novog korisničkog sustava.

Vidljivo je kako se inovacije mogu klasificirati na razne načine pri čemu se identificiraju razne vrste istih. U suvremeno doba sve se intenzivnije govori o društvenim inovacijama, koje predstavljaju središnju problematiku rada. Detaljnije o njima slijedi u narednom poglavlju.

2.3. PODUZETNICI I INOVATORI

O poduzetnicima je već dijelom bilo riječi u proteklom tekstu. Tradicionalno se razmatra kao pokretači poslovanja i nositelji poduzetničke aktivnosti, dok u suvremeno doba sve više predstavljaju inovatore. Riječ je o osobama koje obilježava stvaralaštvo, kreativnosti i inovativnost. Oni ne promišljaju o korištenju postojećih rješenja, već kontinuirano teže stvaranju onih novih.

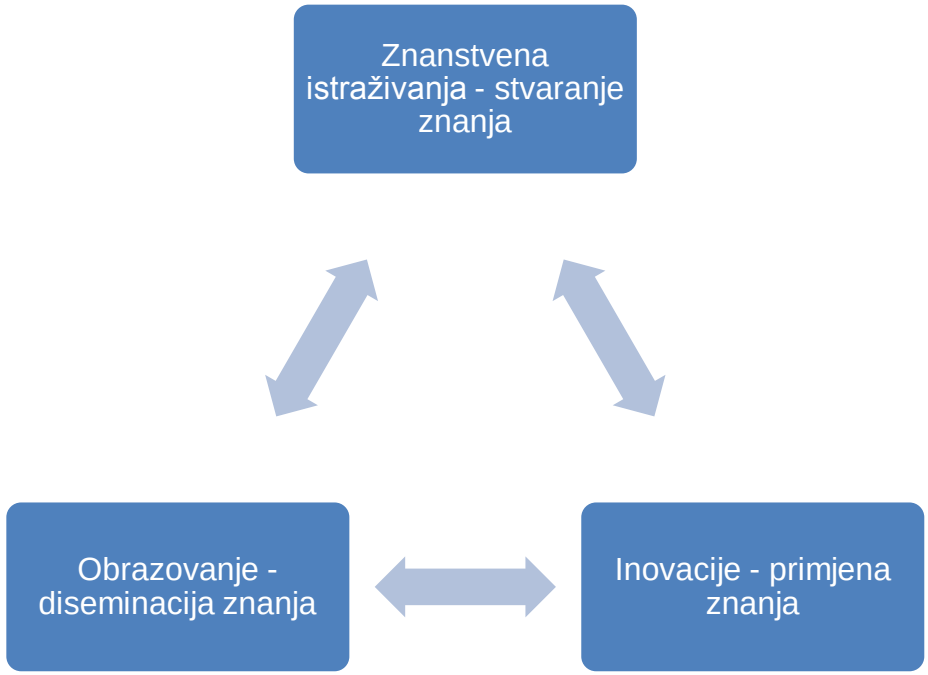
Inovatori pokreču svijet. Međutim, treba istaknuti kako inovacije individualaca, bez logistike i pratećih službi nekog poduzeća, odnosno poduzetnika, usprkos kreativnoj izvedbi i obliku, nisu adekvatno pripremljene za tržište i konkurenciju. Inovacija na tržištu uspijeva samo onda kada ima snažnu poduzetnički pozadinu, odnosno adekvatnu promotivnu podršku, kao i strategiju tržišnog nastupa.

"Inovator najčešće nikada ne postaje poduzetnik, ali poduzetnik, da bi uspio na tržištu, mora biti inovator (Ožanić, 2019)."

Prava vrijednost i uspjeh inovacije ocjenjuje se na tržištu. O tome je već bilo riječi pri čemu je istaknuto da u tom kontekstu treba adekvatno komercijalizirati ideju i inovaciju. Riječ je o kompleksnom zadatku u kojem inovator zapravo postaje poduzetnik. U slučaju kada je riječ o jednoj te istoj osobi, misli se na inovatora-poduzetnika. Kako bi inovacija optimalno zaživjela na nekom tržištu ona treba postati konkretni poduzetnički projekt.
U suvremeno doba inovativnost mora biti prisutna u poduzeću kroz kontinuirao unapređivanje i inoviranje svih segmenata poslovanja, no najvrijedniji rezultat je inovativni proizvod ili usluga. Inovacije i novi proizvodi temelj su konkurentne prednosti na tržištu i na njima se zasnivaju najpotentnije poduzetničke ideje.

U suvremeno doba inovacija sve više predstavlja „integrativnu pojava koja povezuje nastanak, primjenu i komercijalnu eksploataciju znanja (Ožanić, 2019)“. Pri tome ona čini suštinu gospodarstva znanja povezujući znanje i gospodarski rast. O tome izvještajavu i brojni razvojni akti Europske unije, među kojima je i Lisabonska agenda (European Council, 2000). Ona se temelji na osnovama inovacijskog sustava kao interakcije tri ključna elementa (Slika 3.).

Slika 3. Inovacijski sustav

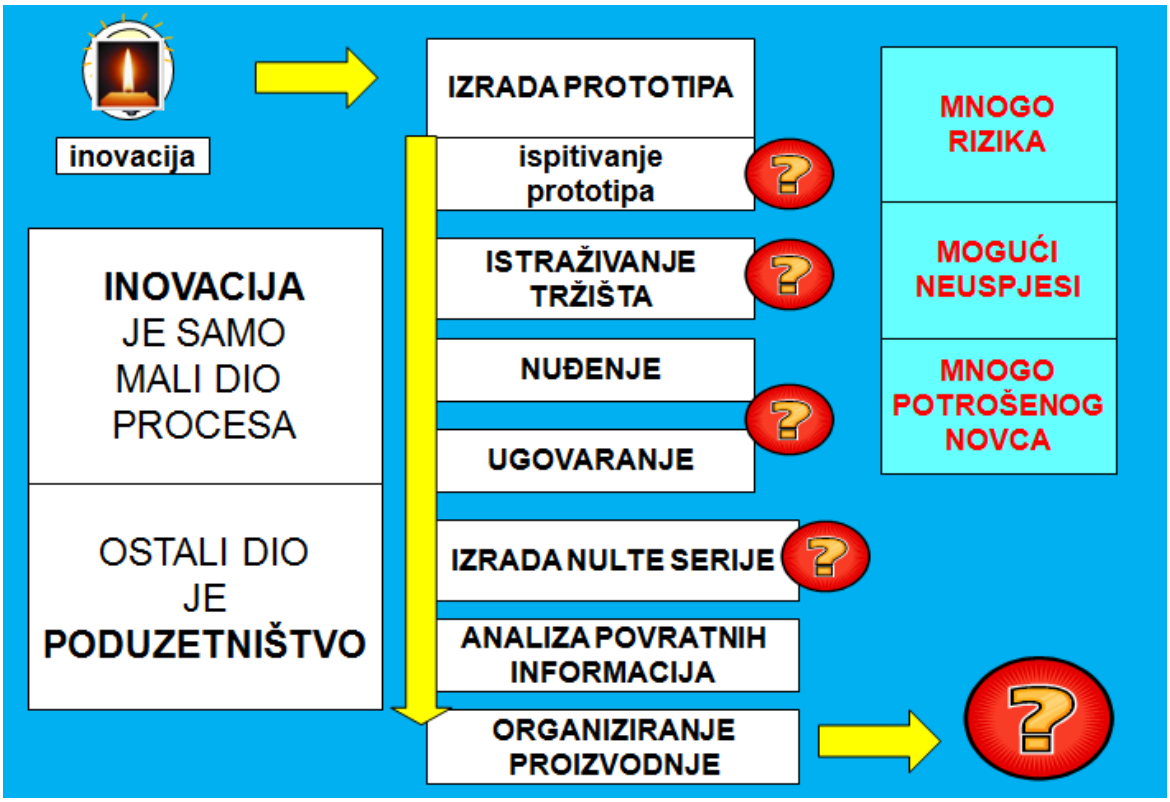


Izvor: Ožanić, M. (2019.) Što su inovacije i zašto nam trebaju. Dostupno na: http://www.sveopoduzetnistvu.com/index.php?main=clanak&id=190 (22.08.2019.).

Ovime se povezuju istraživački pothvati i suvremena znanja koja rezultiraju inovativnim rješenjima i proizvodima. Na inovacijama se temelji konkurentnost suvremenih gospodarstava i društva, a često se one predstavljaju i kao temelj gospodarstva znanja. U tim sustavima vodeći dionici su inovatori i poduzetnici.

Proces kreiranja poduzetničkog projekta iz inovacije moguće je dočarati na sljedeći način (Slika 4.).

Slika 4. Od inovacije do poduzetničkog projekta



Izvor: Ožanić, M. (2019.) Što su inovacije i zašto nam trebaju. Dostupno na: http://www.sveopoduzetnistvu.com/index.php?main=clanak&id=190 (22.08.2019.).

Daje se konkretizirati kako je put od inovacije do komercijaliziranog dobra, pri čemu inovacija postaje poduzetnički projekt, vrlo zahtijevan, dug, financijski iscrpan i izazovan. U tom procesu inovacija je tek manji segment, dok poduzetništvo predstavlja većinski dio istoga. Sukladno tome, moguće je razlučiti i ulogu inovatora te poduzetnika.

3. DRUŠTVENE INOVACIJE

Društvene inovacije zasebna su vrsta inovacija. Jednako tako, one su osnovni razlog razvoja i jačanja društvenog poduzetništva, koje sve više obilježava suvremeno doba i ekonomiju. Njegov značaj toliko je istaknut da se sve više raspravlja o intenciji razvoja društvene ekonomije, koja predstavlja potpunu suprotnost od tradicionalnih modela poslovanja, kao i nastavak na suvremenu ekonomiju i ekonomiju doživljaja.

3.1. POJMOVNO ODREĐENJE DRUŠTVENIH INOVACIJA

Društvene inovacije nazivaju se i društvenim inovacijama. Već se iz samog naziva daje indicirati kako su one vezane uz društvo, odnosno unapređenje društvenog života i uređenja, kao i otklanjanje konkretnih problema izazova.

One se mogu definirati kao „sasvim novi modeli, metode, prakse, usluge ili proizvodi koji odgovaraju na određene društvene potrebe ili ih rješavaju učinkovitije od postojećih modela (Paska, Pavić Rogošić, 2019: 1).“ Ono što je za njih značajno istaknuti je da se one prilagođavaju specifičnosti lokalnog konteksta u kojem se primjenjuju, a istovremeno su široko primjenjive.

Ove se vrste inovacija mogu pojmiti i kao suvremeni odgovori na društvene probleme koji ne zadvoljavaju već postojeći institucionalni okviri. Ona nude interdisciliplinarana rješenja ovih problema, kao i odgovore na međunarodne društvene izazove.

Društvene inovacije mogu se odnositi na materijalne proizvode, inovativne usluge, društvene prakse, ali isto tako i modele funkcioniranja ili metode postizanja društvenih promjena. Danas postoje brojni primjeri društvenih inovacija. One se usko vežu uz pojavu i uvjete koje donosi suvremeno doba.

Jedan od temelja ovih inovacija jest i načelo održivosti, što ukazuje da one nisu striktno vezane uz profit, već uz društvo, odnosno društvene i ekološke izazove. Upravo zbog toga, one često nastaju u neprofitnom sektoru.

Treba istaknuti kako znanstvena literatura o društvenim inovacijama seže još u razdoblje Maxa Webera koji se bavio pitanjima društvenih promjena. Osim njega Emile Durkhe potvrdito je još 1893. godine da je socijalna regulativa važna za razmatranje razvoja podjele rada, koja je tekla usporedno s tehničkim promjenama. U to vrijeme, razumijevanje društvenih inovacija odnosilo se na promjene u organizaciji rada i društva (European Commission, 2011).

Godine 1932. Joseph Schumpeter stvorio je još jednu teorijsku osnovu u svezi spoznaje društvenih inovacija, uspostavljanjem temeljne uloge inovativnost i strukturnih promjena u organizaciji društva, te ulozi društva. Unatoč ovim osnovama, koje su uspostavljene još od 19. stoljeća na dalje, konkretnije shvaćanje i poticanje razvoja društvenih inovacija veže se uz razdoblje od posljednje dekade prošloga stoljeća do danas.

Društvene inovacije ozbiljnije se javljaju kao koncept i praksa u 90-im godinama prošloga stoljeća. One se razvijaju kao način borbe s posljedicama gospodarskog restrukturiranja, intenzivnog razvoja informatike i masovne nezaposlenosti. Financijska kriza iz 2008. godine dodatno je intenzivirala potrebu za njihovim pokretanjem i jačanjem, odnosno interes za definiranjem pristupačnih rješenja novonastale ekonomske i društvene situacije na međunarodnoj razini.

„Društvene inovacije mogu biti makro ili mikro, strukturalne ili lokalne, one se uvode s poduzetničkim duhom i kroz solidarnost bilo da se nastoji dokazati funkcioniranje organizacije ili transformirati organizaciju u

društveno poduzeće, poduzeće sa društvenim ciljevima, te organizaciju koja teži realizaciji društvenih ciljeva (European Commission, 2011: 32).“

U literaturi i praksi često se spominje osam različitih pristupa koji definiraju društvene inovacije. Misli se na sljedeće (Balamatsias, 2018):

- Pragmatičan pristup koji društvene inovacije definira kao „inovativne aktivnosti i usluge koje su motivirane ciljem zadovoljenja društvene potrebe i koje se pretežno razvijaju i šire kroz organizacije čiji su osnovni ciljevi društveni“;
- Sistemski pristup navodi da su one „složen proces kroz koji se uvode novi proizvodi, procesi ili programi, što dovodi do duboke promjene u svakodnevnoj rutini, tokovima resursa, odnosima moći ili vrijednostima unutar sustava na koji utječu inovacije.";
- Menadžerski pristup prepoznaje društvene inovacije kao učinkovitije, održivije i pravednije rješenje društvenog problema od postojećeg rješenja, a ono stvara vrijednost za društvo, umjesto za pojedince ili organizacije;
- Kritični pristup ukazuje da su društvene inovacije zamišljene kao proces osnaživanja i političke mobilizacije, usmjeren na transformaciju funkcioniranja društvenog sustava s vrha prema dnu, u kontekstu obuhvata dionika i raspodjele materijalnih i nematerijalnih resursa;
- Ekonomski pristup definira društvene inovacije kao proizvode i promjene u organizaciji, koje rezultiraju novim konceptima i pristupima poslovanja te boljim odnosima s dionicima;
- Uporedni pristup doživljava društvenu inovaciju karakterističnom po rezultatima i odnosima, a ona rezultira novim oblicima suradnje;
- Univerzalni pristup društvene inovacije definira kao „nova rješenja (proizvodi, usluge, modeli, tržišta, procesi i ostalo), koja istodobno zadovoljavaju društvenu potrebu (učinkovitiju od postojećih rješenja) i dovode do novih ili poboljšanih sposobnosti i odnosa te boljeg korištenja imovine i resursa“. U tom smislu one su dobre i za društvo i povećavaju sposobnost društva za djelovanje;
- Kratki pristup ističe kako je društvena inovacija ona inovacija koja je u svojim ciljevima i mogućnostima društvena.

Ovi pristupi često se integrirano razmatraju pri gotovo svakom istraživanju i poticanju društvenih inovacija na razini Europske unije. U tom kontekstu društvene inovacije predstavljaju sveukupnost suvremenih odgovora na sve veći broj europskih društvenih izazova poput izbjegličke krize, rastućih društvenih nejednakosti i isključenosti, pitanja mladih, siromaštva, evoluirajuće demografije i sličnoga.
Ovi pristupi svjedoče o tome kako društvene inovacije uistinu predstavljaju kompleksno interdisciplinarno područje, koje integrira razne skupine dionika, od vlasti, preko vodećih akademskih stručnjaka i istraživača, do poduzetnika i lokalnog stanovništva. Njima se danas bave i razne specijalizirane međunarodne organizacije, udruge, institucije i slični dionici.

Osim na razini Europske unije i međunarodnoj razini, one se javljaju i na nacionalnim razinama, kao što je i Republika Hrvatska. Vrlo često dionici usporedno istražuju i nastoje jačati društvene inovacije i održivi razvoj. Neki od primjera su Akademija za društvene institucije na razini Europske unije, Hrvatski klaster za društvene inovacije i Hrvatski centar za društvene inovacije i održivi razvoj, te mnogi drugi.

3.2. OBILJEŽJA I VRSTE DRUŠTVENIH INOVACIJA

Kako bi se što uspješnije odredila obilježja ovih inovacija, pored svih onih standardnih, o kojima je bilo riječi, potrebno je uzeti u obzir specifične činjenice koje se odnose na sam proces društvenog inoviranja. Proces društvenog inoviranja u praksi rezultira onim rješenjima ili produktima koji se moraju usredotočiti na korisnike, ali jednako tako i stvoriti one nove. Društvene inovacije orijentirane su prema snagama i sposobnostima pojedinaca i zajednica, a ne na njihove mane i nedostatke.

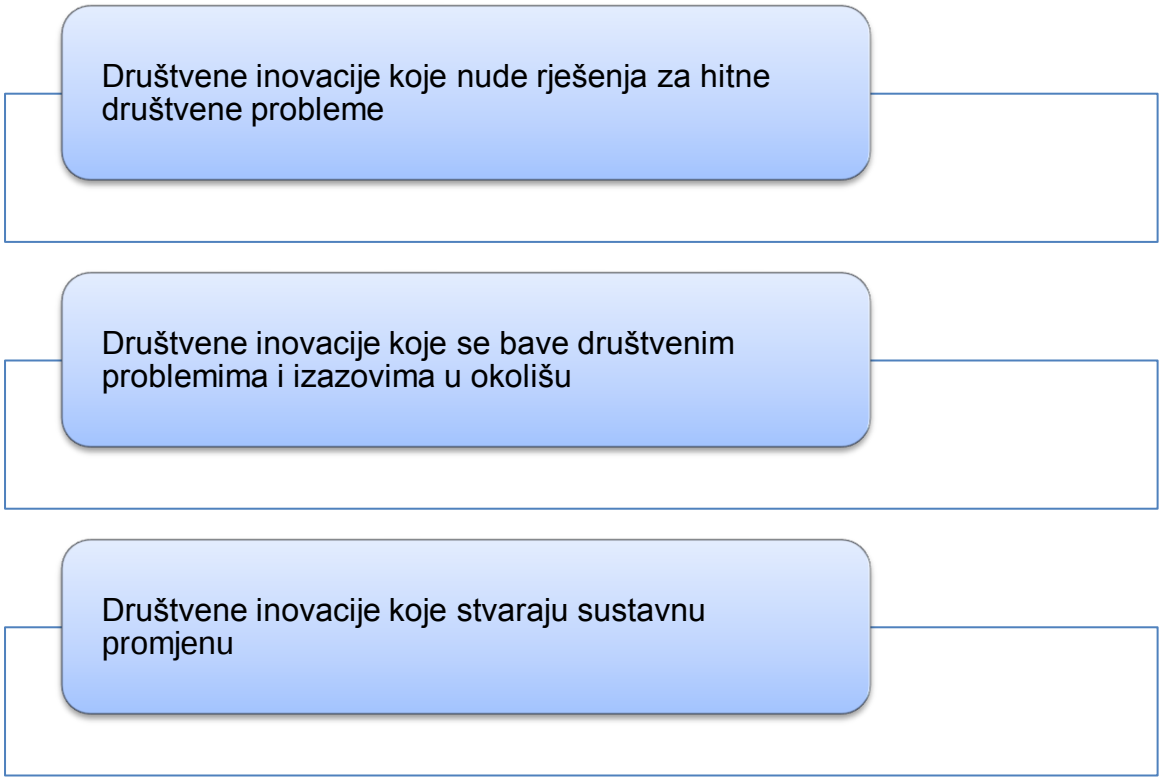
Proces društvenog inoviranja temelji se i na iskorištavanju raznolikosti etničkih grupa, dobnih skupina, religija, spola i ostalih demografskih diferencijala, čime se usmjerava prema otklanjanju i suzbijanju bilo kojeg oblika diskriminacije. Jednako tako, društvenim se inovacijama razvija holistički pristup, te se izbjegavaju fragmentirani odgovori na različite društvene probleme (Euroepan Commission, 2011).

Nedvojbeno, jedno od ključnih obilježja društvenih inovcija je jačanje i produljenje partnerstava i suradnje. U tom odnosu svaka od integriranih strana ima individualni značaj, s obzirom na odgovornosti i učešće u procesu. Jačanjem suradnje i umrežavanja potiče se daljnje društveno inoviranje.

Putem društvenih inovacija stvaraju se dalekosežna rješenja koja su temeljena na potrebama lokalnih zajednica. Usmjeravanje i održavanje društvenih inovacija ima za cilj optimizaciju ulaganja u nova rješenja i umnožavanje njihove dodane vrijednosti. Ovim se putem ujedno stvara i novi sustav upravljanja za potrebe učenja i intelektualnog razvoja (European Commission, 2011).

Osobit doprinos u kontekstu poticanja i jačanja društvenih inovacija na međunarodnoj razini daje upravo Europska unija, što se daje potvrditi istraživačkim pothvatima, kao i konkretnim primjerima društvenih inovacija. Europska unija društvene inovacije dijeli na tri osnovne kategorije, a obzirom na stupanj ili razinu njihova djelovanja (Slika 5.).

Slika 5. Vrste društvenih inovacija



Izvor: Paska, I., Pavić Rogošić, L. (2019.) Društvene inovacije. Dostupno na: http://www.odraz.hr/media/357799/drustvene%20inovacije.pdf (23.08.2019.). Str. 3.

Prva skupina ili vrsta inovacija odnosi se na ranjive ili kritične skupine društva. Primjerice, to su mladi, umirovljenici, samohrani roditelji s djecom, osobe s invaliditetom i slične. Ove inovacije mogu se primjerice odnositi na inovativne metode rada ili svojevrsna radna mjesta koja će reducirati problem nezaposlenosti i društvene isključenosti ovih skupina društva. Jedan od primjera može biti „rad od kuće“ (engl. *home office*).

Druga skupina društvenih inovacija može biti usmjerena na inovativna rješenja reduciranja ekoloških onečišćenja ili klimatskih promjena. To na primjer mogu biti aplikacije koje mjere razinu onečišćenja pojedinih skupina i vrsta motornih vozila.

U konačnici, društvene inovacije koje nude sustavne promjene ujedno su i najkompleksnije. One u cjelosti modificiraju i mijenjaju koncept ekonomskog i društvenog sustava. Kao ogledni primjer moguće je razmatrati elektroničko poslovanje.

3.3. POZITIVNI UČINCI DRUŠTVENIH INOVACIJA

Načelno je moguće govoriti o tri osnovne skupine koristi društvenih inovacije. Misli se na sveukupnost pozitivnih učinaka koje one generiraju na trima razinama. To su (Paska, Pavić Rogošić, 2019: 3):

- „Korist za društvo – razvoj djelotvornih, kvalitetnih i pristupačnih usluga za građane, koje poboljšavaju kvalitetu njihovog svakodnevnog života
- Korist za vlade – značajke tih usluga je da postaju dugoročno održivije;
- Korist za industriju – potencijalne nove prilike za poduzetništvo.“

U tom smislu, društvene inovacije osobito su značajne u kriznim razdobljima, odnosno u vremenu proračunskih ograničenja uzrokovanih lošom ekonomskom situacijom. Upravo u tim situacijama do izražaja dolazi njihov potencijal osmišljavanja rješenja društvenih problema, koja na bolji način koriste ograničene resurse.

Sukladno tome, preporuka je kontinuirano ih poticati i razvijati u svrhu jačanja opće stabilnosti, ekonomske i društvene snage te sigurnosti.

Društvene inovacije čine jednu od sedam inicijativa Europske unije. Misli se na incijativu naziva „Unija inovacije“, kroz koju se potiču razvoj inovacija u javnom sektoru i razmjena dobrih praksi. Europska unija u ovome procesu naglašava potrebu za edukacijom dionika iz javnog sektora, a u svezi značaja i važnosti uloge društvenih inovacija u suočavanju s budućim društvenim izazovima, kao i za jačanjem njihovih kapaciteta za upravljanje društvenim inovacijama. Osim toga, zasebno je naglašena i potreba za uklanjanjem administrativnih i proceduralnih prepreka te restrikcija razvoju društvenih inovacija (European Commission, 2010).

4. DRUŠTVENO INOVIRANJE

Društveno inoviranje je proces prepoznavanja i razvoja društvenih inovacija. Uzme li se u obzir prethodno istaknuta činjenica da inovacija zahtijeva poduzetničku podršku u svrhu komercijalizacije, kao i onu koja ističe da jedino poduzetnički podržane inovacije polučuju konkretne pozitivne učinke, daje se zaključiti kako društveno inoviranje predstavlja povezivanje društvenih inovacija i društvenog poduzetništva.

4.1. PROCES DRUŠTVENOG INOVIRANJA

Kao što je već i konstatirano, društvena inovacija je društveno priznat odgovor koji ima za cilj pokretanje društvene promjene zadovoljavanjem ljudskih potreba, koje tržište nije zadovoljilo na svoj tradicionalni način. One su usmjerene na brojne učinke, posebice na promicanje društvene uključenosti i jačanje stručnog obrazovanja.

Uzimajući u obzir navedeno, daje se konkretizirati kako društvene inovacije mogu predstavljati i neka sasvim nova poduzeća i slične dionike. Ono što je posjedica

navedenoga jest modificiranje tradicionalnih ekonomskih sustava u društvene sustave.

Društveno inoviranje kao proces nije samo onaj proces koji za cilj ima stvoriti društvenu inovaciju, u bilo kojem njezinom obliku. On predstavlja sustavno korištenje društvenih inovacija kao instrumenata kojima se pomaže urbanom razvoju kako bi se zadovoljile ljudske potrebe kroz inovacije u odnosima u zajednici (Bittencourt et al., 2017).

Točnije, riječ je o svojevrsnoj inicijativi koja mijenja rutine, protok resursa i organe vjerovanja u društveni sustav. Jednako tako, može se istaknuti da je riječ o intervencijskom pristupu u kojem se primjenjuju inovativni proizvodi i usluge rješavanja aktualnih problema.

Društveno inoviranje je koncept, koji je povezan s rješavanjem društvenih problema. Nastavno navedenome, pri analizi istoga u obzir je potrebno uzeti određena pitanja i aktualne trendove, poput prilika, tržišnih i političkih zahtjeva te slično. U ovome procesu javljaju se i određeni rizici ili prijetnje. Oni su uglavnom vezani uz (Bittencourt et al., 2017):

- nedostatak jasnog i zajedničkog cilja;
- neprepoznavanje svrhe inoviranja,;
- neadekvatne modele financiranja;
- nestabilnost osoblja;
- diskontinuitet u pogledu njegovog rada dionika;
- nedostatak vodstva i predanosti;
- profesionalnu otpornost;
- angažman vlade i organizacija te slično.

Proces ili sustav društvenog inoviranja sačinjen je od šest podsustava koji dočaravaju faze njegove izvedbe. Moguće ga je prikazati na sljedeći način (Slika 6.).

Slika 6. Proces društvenog inoviranja



Izvor: Social Innovator (2019.) Process of Social Innovation. Dostupno na: https://www.socialinnovator.info/process-social-innovation (23.08.2019.).

Prva je faza stvaranja ideja. Ona uključuje neke od osnovnih formalnih metoda, poput dizajna ili kreativnih metoda za proširivanje izbornika dostupnih opcija. Nakon nje slijedi faza dosljednosti ili održavanja. U okviru nje definirana ideja postaje praksa. Točnije, ova faza uključuje pooštravanje i racionaliziranje ideja, identificiranje tokova prihoda kako bi se osigurala dugoročna financijska održivost, te slično. U javnom sektoru ona predstavlja identificiranje proračuna, timova i drugih resursa poput zakonodavstva.

Faza skaliranja i difuzije odnosi se na prepoznavanje strategija rasta i širenja inovacije. Na nju se nastavlja faza nadahnuća, odnosno definiranja generatora društvene inovacije. Ona uključuje i identificiranje problema te njegovo postavljanje na način da se riješe korijenski uzroci, a ne samo simptomi.

Sistemska promjena je sljedeća faza i ujedno konačni cilj društvene inovacije. Sistemska promjena obično uključuje interakciju mnogih elemenata, odnosno društvenih pokreta, poslovnih modela, zakona i propisa, podataka i infrastrukture te posve novih načina razmišljanja i djelovanja.

Sistemska promjena općenito uključuje nove okvire ili arhitekture koje se sastoje od mnogih manjih inovacija. Ovi uvjeti uključuju nove tehnologije, lance opskrbe, institucionalne forme, vještine i regulatorni i fiskalni okvir. Ona obično uključuje promjene u javnom, privatnom sektoru, sektoru kućanstava i ostalome. Na nju se nadovezuje stvaranje prototipa, odnosno projekta društvene inovacije.

Proces inoviranja u praksi bi trebao započeti holističkom dijagnozom, koja utvrđuje sljedeća pitanja i daje odgovore (McLeod Grant, 2013):

- Koji su dijelovi organizacije ili mreže najpotrebniji za popravljanje?
- Ima li skupina još utjecaja i je li njezin utjecaj još uvijek relevantan?
- Kako se taj utjecaj može proširiti ili ažurirati?
- Kakvo je njegovo organizacijsko zdravlje: njegova struktura, vodstvo, talent i model upravljanja?
- Koliko je zdrav poslovni model?

Nakon odgovora na ova i mnoga druga pitanja, slijedi definiranje nove vizije i strategije. Logičan slijed je usklađivanje organizacije oko strategije. Naime, nakon što je strategija postavljena, neprofitna organizacija mora procijeniti svoje organizacijske sposobnosti i djelovati u generiranju promjena. To može uključivati redizajn odnosa nacionalnog sjedišta s njegovim područjem ili podružnicama, restrukturiranje na vrhu, zapošljavanje novih talenata, izgradnju novih sposobnosti ili čak promjenu modela upravljanja. Popis će se razlikovati od organizacije do organizacije.

Nakon navedenoga važno je osmisliti postupak promjene na razini cijelog sustava. Važno je pri tome uključiti reprezentativne dijelove sustava da bi se uočila njihova povezanost, te identificirali nedostatci. U ovome procesu vrlo je značajna participacija svih dionika, uključujući sve hijerarhijske razine. Jedino je na taj način moguće uočiti njihovu povezanost i način funkcioniranja, a naposlijetku i nedostatke.

Podrška adekvatnog vodstva i komunikacije, kao i osnovnih resursa, od presudnog je značaja za uspješnost društvenog inoviranja. Često se nedostatak nekog od ovih elemenata ističe kao glavni nedostatak i uzrok neuspjeha.

4.2. PRODUKT DRUŠTVENOG INOVIRANJA

Društvene inovacije uvelike su obilježile suvremenu ekonomiju i globalno društvo. Danas se primjeri istih mogu naći u raznim integriranim područjima. O nekim konkretnim primjerima već je djelom bilo riječi, a oni se detaljiziraju u posljednjem poglavlju rada. Međutim, treba istaknuti kako produkt društvenog inoviranja nisu samo istoimene inovacije, već čitav splet onih pozitivnih socio-ekonomskih i ostalih učinaka.

Može se generalizirati kako je produkt društvenog inoviranja dugoročno održiva ekonomija, konkurentsko poslovno okruženje, blagostanje društva, kvaliteta njihova života, ekološka održivost i slično. Ono što ovu tematiku čini problematičnom jest nemogućnost kvantificiranja pozitivnih učinaka društvenih inovacija.

Društvene inovacije nije moguće kvantificirati uz pomoć klasičnih analiza troškova i koristi. Mjerenje njihova društenog doprinosa vrlo je kompleksno, a diverzificirane

skupine dionika na međunarodnoj razini nude razne pristupe praćenja njihovih pozitivnih učinaka.

Danas je moguće govoriti o raznim međunarodnim nagradama, priznanjima i certifikatima koji se dodjeljuju u ove svrhe. Nadalje, redovno se objavljuju i godišnja izvješća subjekata javnog i privatnog sektora, koja zasebno obrađuju doprinose u kontekstu investicijskih i inovacijskih pothvata. Unatoč tome, mjerenje takozvanog „socijalnog povrata“ još uvijek ostaje nedovoljno istraženo i dorečeno.

U kontekstu predmetnog istraživanja doprinos, odnosno podukt društvenog inoviranja razmatra se u pogledu isticanja odabranih primjera inovacija i njihovih učinaka u smislu reduciranja i otklanjanja nekih od vodećih međunarodnih problema današnjice. Detaljnije o tome raspravlja se u predzaključnom poglavlju ovoga rada.

4.3. IZVORI DRUŠTVENIH INOVACIJA

Kako bi se u naravi osiguralo učinkovito i uspješno društveno inoviranje, važno je uspostaviti adekvatno inovacijsko okruženje. U tom kontekstu važno je promišljati o esencijalnim preduvijetima. Misli se na (European Commission, 2011):

- Probijanje granica i razvoj strateških partnerstava – osnovni pokretač uspješnih društvenih inovacija je stvaranje široko utemeljenih partnerstava među dionicima, posebice između javnog i privatnog sektora;
- Integriranje korisnika u dizajn i evoluciju društvenih inovacija – inovacije koje uključuju korisnike u dizajn i evoluciju ovih inovacija uspješnije zadovoljavaju njihove želje i potrebe, te rezultiraju boljim rezultatima;
- Generiranje atraktivnih inovacija – društvene inovacije ne preobražavaju život ljudi slučajno. One moraju imati određenu atraktivnost kako bi bile prihvaćene od većine društva. U tom smislu važno je pomišljati o aktualnim resursima koji podržavaju današnju ekonomiju i društvo te nastojati iste ukomponirati u nove društvene inovacije;
- Iskorištavanje vremenskog okvira i konteksta – najuspješnije inovacije, a tako i one društvene, temelje se na optimalnom vremenu i iskorištavanju postojećih društvenih, ekonomskih i političkih situacija te transformacija u društvu. Takve

inovacije u dinamičnom društvu stvaraju nove mogućnosti i preoblikuju društvene odnose, navike, vrijednosti, poslovne prakse i ostalo;

- Usmjeravanje napora prema kritičnim skupinama društva, posebice siromašnima – napori za osnaživanjem ljudi putem inovacija trebaju se smatrati strateškim mogućnostima da dođu do kritičnih društvenih skupina, posebice siromašnih ljudi.

Problematika pokretača i izvora društvenih inovacija od nedavno je postala jednom od vodećih i dugotrajnih rasprava koje su u središtu donošenja politika na međunarodnoj razini. Neke organizacije civilnog društva u obliku zadruga i nevladinih organizacija imale su presudnu ulogu u dosadašnjem razvoju društvenih inovacija, a istu očituju i u ovome kontekstu. One djeluju u smjeru uključivanja inovativnih praksi u generiranje promjena u svezi vodećih problema i izazova međunarodnog društva. Pri tome one javno promoviraju izvore i pokretače ovih inovacija, kako bi se maksimizirala njihova pojavnost i implementacija u praksi.

Suvremene rasprave u svezi društvenih inovacija, tijekom proteklih nekoliko godina, naglašavaju kako su upravo društvena poduzeća (socijalno ili društveno poduzetništvo) osnovni pokretači ovih inovacija i čitavog spleta njihovih pozitivnih učinaka. Mala i srednja poduzeća dobrovoljno se uključuju u ovaj proces, a jednako tako vrlo uspješno ostvaruju uske partnerske veze te sudjeluju u umrežavanju. Osnovni problem s kojim se pri tome susrećemo je pitanje financijske podrške, no ovo ograničenje ovisi o teritoriju istraživanja. Primjerice, mala i srednja poduzeća Europske unije često su korisnici bespovratnih financijskih sredstava iz Europskih strukturnih i investicijskih fodnova, što djeluje u smjeru reduciranja ovog ograničenja.

Manjak financijske podrške društvenih poduzeća čini ovaj sektor osjetljivijim na vanjske šokove. Upravo zbog toga, razvoj ovog sektora nešto je zastupljeniji na primjeru zemalja koje razvijaju učinkovite sustave financiranja za navedene potrebe, a jedan od uspješnijih primjera su razvijenija gospodarstva Europske unije.

Treba istaknuti kako se društvena poduzeća često nazivaju „trećim (neprofitnim) sektorom“. Predmetna poduzeća predstavljena su kao ona koja su strateški

orijentirana prema realizaciji društvenih ciljeva, a manje prema profitu (European Commission, 2011).

Djelatnost društvenih poduzeća uglavnom se dijeli u dvije kategorije. Prva skupina odnosi se na društvena poduzeća koja pružaju usluge, kao što su briga o djeci, briga za starije osobe, briga o osobama s invaliditetom i redom dalje. Sljedeća skupina su takozvane „radne integracije“, odnosno poduzeća koja djeluju u smjeru maksimiziranja zaposlenosti i unapređenja društvene uključenosti svih skupina društva. Ona se bave integriranjem dugoročno nezaposlenih osoba i marginaliziranih društvenih skupina u radnu mrežu (European Commission, 2011).

Društveno poduzetništvo obilježeno je, pored navedenoga, snažnom usmjerenosti prema društvenoj misiji, prisutnosti prihoda od trgovine i pružanja usluga, kao i multidimenzionalnosti. U tom smislu, ono egzistira u raznim područjima, od zadruga do javnosti, volonterskih udruga i ostalih udruga.

Društvena poduzeća mogu se identificirati i prema vrstama odnosa koje imaju sa svojim korisnicima, načinom na koji mogu privući dobrovoljnu podršku ili načinom na koji su ugrađeni u svoje lokalne zajednice. Konceptualni okvir društvenog poduzetništva određen je od strane Europske unije, kao i međunarodnih organizacija u području ekonomije. Sve one javno izvještavaju o usmjerenosti društvenog poduzetništva prema integraciji službi za ugrožene grupe i zajednice, bilo u urbanom ili ruralnom području. Ono djeluje u pružanju usluga u zajednici, uključujući i obrazovna, kulturna i okolišna područja.

Konceptualni okvir društvenog (socijalnog poduzetništva) određuje se kroz (European Commission, 2019a):

- Ekonomski kriterij
    - Za razliku od tradicionalnih neprofitnih organizacija, društvena poduzeća izravno su ustrojena u proizvodnji i/ili prodaji dobara i usluga;
    - Društvena poduzeća dobrovoljno stvaraju i upravljaju skupinama građana.

      Iako mogu primati nepovratna sredstva i donacije od javnosti

vlasti ili privatnih poduzeća, društvena poduzeća uživaju visok stupanj autonomije i dioničari imaju pravo sudjelovanja;

- Financijska održivost ovih poduzeća ovisi o naporima njihovih članova, koji su odgovorni za osiguravanje odgovarajućih financijskih sredstava. Društvena poduzeća prihvaćaju značajnu razina ekonomskog rizika;
  Za aktivnosti koje provode potreban im je minimalan broj plaćenih radnika, a mogu kombinirati i dobrovoljne i plaćene.

- Društveni kriterij
  - Društvena poduzeća rezultat su inicijative građana koje uključuju ljude, pripadnost zajednici ili grupi i dijele određenu potrebu ili cilj;
  - Prava za donošenje odluka dijele dionici, uglavnom putem principa „jedan član, jedan glas“;
  - Društvena poduzeća uključuju organizacije koje u potpunosti zabranjuju distribuciju
    profita i organizacije kao što su zadruge koje mogu raspodjeljivati svoju dobit samo u ograničenom stupnju;
  - Ova poduzeća teže izričitom cilju stvaranja i maksimiziranja koristi zajednici ili društvu.

Sektor društvenih poduzeća uvelike ovisi o regulatornim naporima,odgovarajućoj institucionalnoj i regulatornoj te financijskoj podršci. Osim toga, na nacionalnim razinama on je determiniran raspoloživošću znanja, kao i angažamanom dionika. Ova poduzeća sve više razvijaju organizacije autonomnog sektora i teritorijalne mreže. Iskazuju snažnu potrebu za jačanjem istraživačkih kapaciteta, kao i potporu profitnog i neprofitnog sektora gospodarstva.

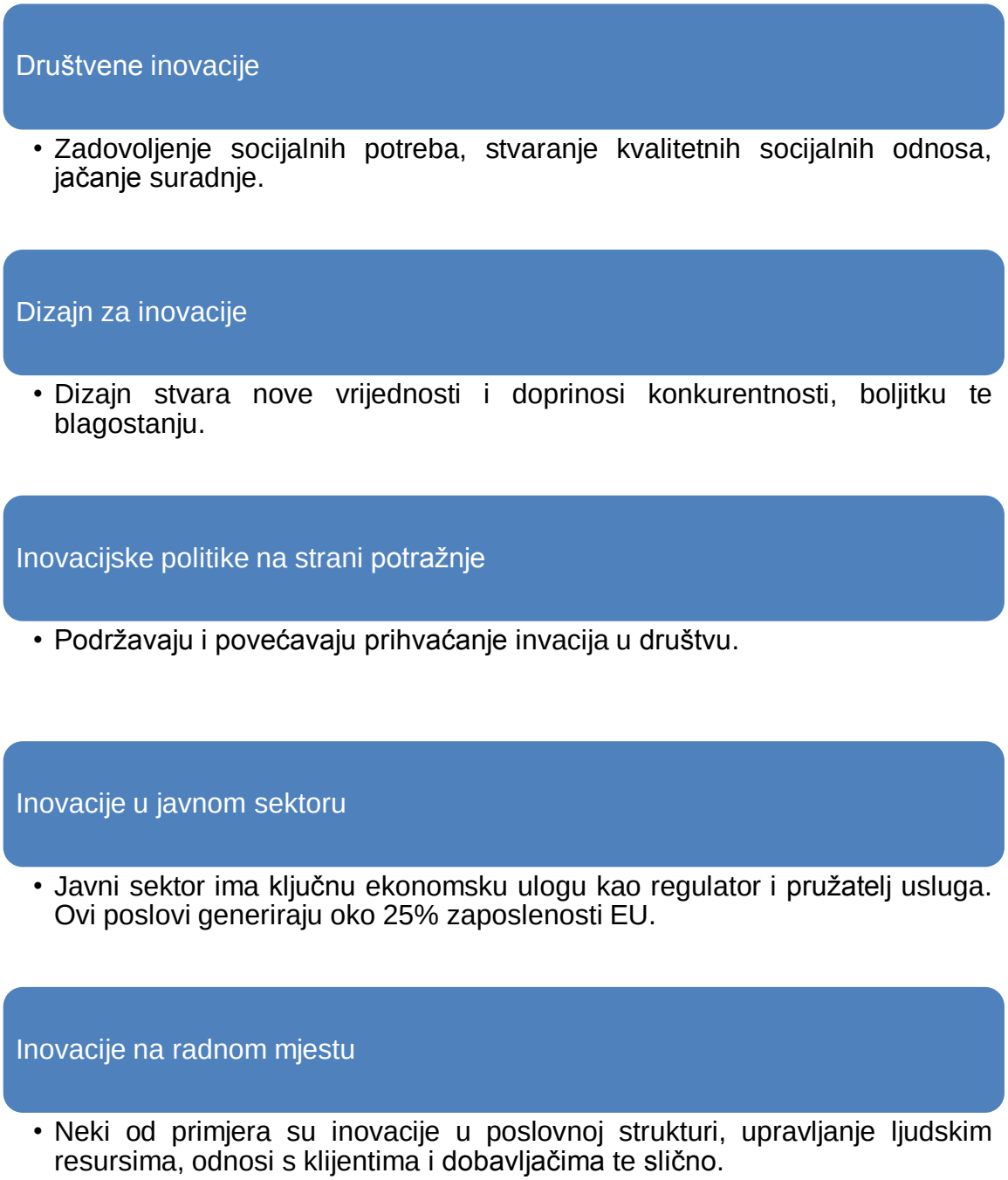
5. RAZVOJ DRUŠTVENOG PODUZETNIŠTVA NA RAZINI EUROPSKE UNIJE

Europska unija jedan je od vodećih dionika na razini međunarodnog ekonomskog sustava općenito. Ta uloga očituje se u uspješnosti praćenja postojećih trendova, kao i generiranju onih novih. Jedan među njima je i pokretanje te jačanje društvenog poduzetništva i predmetnih inovacija.

5.1. INOVATIVNOST I DRUŠTVENO INOVIRANJE U EUROPSKOJ UNIJI

Za ubrzanje modernizacije industrije Europske unije, što predstavlja jedan od temeljnih strateških ciljeva ove nadnacionalne tvorevine, nužna je primjena inovacija proizvoda i usluga, korištenje inovativnih proizvodnih tehnologija i uvođenje novih poslovnih modela. U tu svrhu Komisija razvija politike koje pomažu ubrzati široku komercijalizaciju inovacija i uključuje se u brojne aktivnosti koje podržavaju inovacije na čitavom teritoriju Europske unije i šire, uglavnom kroz program Obzor 2020 (Slika 7.).

Slika 7. Politike koje potiču inovativnost na razini Europske unije



Izvor: European Commission (2019.a) Innovation Policies. Dostupno na: https://ec.europa.eu/growth/industry/innovation/policy_en (24.08.2019.).

Društvene inovacije već su određene kao nove ideje, koje zadovoljavaju društvene potrebe, stvaraju društvene odnose i tvore novu suradnju. Na toj percepciji temelje se i aktivnosti Europske unije u svrhu njihova jačanja i poticanja. Cilj Komisije, koja ima

vodeću ulogu u ovome procesu, je potaknuti prihvaćanje inovativnih rješenja na tržištu i potaknuti zapošljavanje.

Djelovanje Komisije na području društvenih inovacija proizlazi iz inicijative Innovation Union iz 2010. godine i paketa društvenih ulaganja, koji su određeni i prihvaćeni 2013. godine. Ove akcije olakšavaju poticanje, prihvaćanje i povećavanje rješenja za društvene inovacije. Glavni ciljevi pri tome odnose se na (European Commission, 2019a):

- Promicanje društvenih inovacija kao izvora rasta i radnih mjesta;
- Razmjena informacija o društvenim inovacijama u Europi;
- Podrška inovativnim poduzetnicima i mobiliziranje investitora i javnih organizacija.

U području društvenih inovacije provode se brojne aktivnosti i svojevrsni procesi. Oni su uglavnom u domeni Europske komisije, no i ostalih tijela te institucija koje usko surađuju. Konačni rezultat je intenziviranje društvene inovativnosti na ovome području, ali i izvan njega, s obzirom na visoku razinu međunarodne integriranosti Europske unije, kao i njezin intenzivni međunarodni utjecaj.

Osnovne aktivnosti Europske komisije u području društvenih inovacija mogu se razmatrati kroz sljedeće procese (European Commission, 2019a):

- umrežavanje – podrška i pomoć organizacijama širom Europe da se povežu, uče jedne od drugih i razmjenjuju iskustva putem portala *Social Innovation Community*;
- konkurencija – svake godine organizira se Europsko natjecanje u području društvenih inovacija, kako bi se pronašla i podržala nova rješenja društvenih izazova i na taj način podigla svijest o društvenim inovacijama. Ostala europska natjecanja također podržavaju društvene inovatore, poput nagrada *RegioStars* i *Social Innovation Tournament*;
- financiranje – osiguranje izravne financijske podrške društvenim inovacijama kroz Program za zapošljavanje i društvene inovacije Obzor 2020, posebno u području društvenih poduzeća ili platforme kolektivne svijesti. Društvene inovacije također se mogu financirati u okviru strukturnih i investicijskih

fondova Europske unije. Također, Komisija nudi i osnovno financiranje razvoja inovativnih ideja za suočavanje s društvenim izazovima putem platforme *Social Challenges*;

- ekosustavi – poboljšavanje uvjeta za društvene inovacije i društvena poduzeća u Europi, u svrhu privlačenja privatnih investitora;
- utjecaj – prikupljanje i širenje dokaza o prednostima društvenih inovacija i metodologija za mjerenje rezultata;
- inkubacija – podrška inkubacijskim strukturama za društvene inovacije u Europi, kroz mrežu inkubatora širom Europske unije kao što su *Tranzicija* i *Benisi*;
- istraživanje – kontinuirano traganje za novim idejama, aplikacijama i poljima za društvene inovacije.

Daje se potvrditi kako je angažman Europske unije u ovome području izniman te kako može poslužiti kao jedan od uzornih primjera na međunarodnoj razini. Zahvaljujući razvijenoj infrastrukturnoj i institucionalnoj podršci društvenim inovacijama i društvenom poduzetništvu, opravdan je njezin vodeći značaj u kontekstu međunarodnog društvenog inoviranja i poduzetništva.

5.2. SUSTAV POTPORA DRUŠTVENOM PODUZETNIŠTVU EUROPSKE UNIJE

Jedna od temeljnih inicijativa (od ukupno njih sedam), koja proizlazi iz razvojne strategije Europa 2020 za pametan, održiv i uključiv rast, ima za cilj razvoj takozvane „Unije inovacije“. Plan „Unije inovacije“ je definiran u trideset osnovnih točaka, a namijenjen je trima ciljevima. Misli se na evaluaciju Europe u vodećeg međunarodnog inovatora, uklanjanje prepreka inovacijama u kontekstu patentiranja, fragmentacije tržišta, uspostave standarda i sličnoga, te revoluciju načina na koji javni i privatni sektor djeluju integrirano, posebice kroz inovacijska partnerstva između europskih institucija, nacionalnih i regionalnih vlasti i poslovanja (European Commission, 2019b).

Kao što je već i istaknuto, ova incijativa pokrenuta je 2010. godine. Od tada do danas kontinuirano se jačaju aktivnosti u smjeru unapređenja inovativnosti, kao i one

društvene, a o čemu Komisija redovno izvještava, objavljujući pri tome godišnja izvješća o dostignutim promjenama.

Osim navedenoga, društveno inoviranje i poduzetništvo Europske unije održano je i Paketom društvenih ulaganja (engl. *Social Investment Package*) iz 2013. godine. Ovim putem Komisija potiče države članice da se usredotoče na rast i društvenu koheziju, kao i da jačaju prednost društvenim ulaganjima i moderniziraju svoje nacionalne sustave. To rezultira učinkovitijom strategijom aktivne uključenosti i učinkovitijom upotrebom društvenog proračuna.

Ovaj proces definiran je u okviru Komunikacije o društvenim ulaganjma za rast i koheziju (engl. C*ommunication on Social Investment for Growth and Cohesion*), koja je usvojena od strane Komisije, a utvrđuje relevantne smjernice državama o tome kako optimalno koristiti financijsku podršku Europske unije, posebice iz Europskoj socijalnog fonda (European Commission, 2013).

Ističe se kako Komisija redovno i pomno nadzire učinkovitost sustava socijalne zaštite pojedinih država članica kroz Europski semestar, a na osnovu stečenog uvida, definira preporuke za pojedine zemlje. Paket društvenih ulaganja ovim putem daje smjernice o učinkovitijim socijalnim (društvenim) politikama kao odgovorima na značajne i aktualne izazove s kojima su u određenom vremenu suočene. Primjerice, danas oni uključuju sve veće siromaštvo i društvenu isključenost, rekordnu nezaposlenost, posebno među mladima, problem siromaštva djece, migracijske krize i sličnoga.

Može se konkretizirati kako je Paket društvenih ulaganja integrirani okvir politike Europske unije, koji uzima u obzir društvene, ekonomske i proračunske razlike između država članica. Usredotočen je na sljedeće ciljeve i aktivnosti (European Commission, 2013):

- Osiguranje da sustavi socijalne zaštite odgovore na potrebe ljudi u kritičnim trenucima tijekom njihovog života. Potrebno je učiniti više kako bi se smanjio rizik od društvenog sloma i tako izbjeglo veće socijalne izdatke u budućnosti;
- Pojednostavljene i bolje usmjerene socijalne politike za osiguravanje adekvatnih i održivih sustava socijalne zaštite. Neke zemlje imaju bolje

društvene rezultate od drugih, iako imaju slične ili manje proračune, što ukazuje da postoji prostor za učinkovitije troškove socijalne politike;

- Nadogradnja strategija aktivnog uključivanja u državama članicama. Pristupačna kvalitetna briga o djeci i obrazovanje, sprečavanje ranog napuštanja školovanja, pomoć u obuci i traženju posla, podrška stanovanja i dostupna zdravstvena zaštita su sva područja politike s jakom dimenzijom društvenih ulaganja.

Društveno inoviranje i društveno poduzetništvo ustrojeno je kao zasebni podsustav općeg ekonomskog i društvenog sustava Europske unije. Njegovo jačanje daje izniman zamah i podršku održivom razvoju. U tu svrhu definirane su i usvojene brojne inicijacive, programi i ostali instumenti.

5.3. PROGRAMI I INICIJATIVE DRUŠTVENOG INOVIRANJA I PODUZETNIŠTVA EUROPSKE UNIJE

Međunarodni značaj Europske unije u jačanju međunarodnog društvenog poduzetništva očituje se u njezinoj međunarodnoj integraciji i uskoj suradnji koju vrši u raznim područjima s ostatkom svijeta. Pored toga, osobito je važan sustav njezine podrške razvoju ovog podsustava, koji djeluje kao jedan od razvijenijih u svijetu.

5.3.1. PROJEKT DRUŠTVENO INOVATIVNE ZAJEDNICE

Jedan od ključnih projekata u domeni društvenog poduzetništva Europske unije je projekt razvoja društveno inovativne zajednice (engl. *Social Innovation Community*). Riječ je o projektu koji je usmjeren prema razvoju povoljnog okruženja za društvene inovacije povezivanjem društvenih inovatora iz Europe, ali i šire. Upravo se u tome očituje njegov međunarodni značaj u poticanju i jačanju društvenog poduzetništva u svijetu.

S obzirom na osnovnu svrhu ovoga projekta, kao i rezultate koje polučuje u okviru međunarodne suradnje, može se odrediti kao zajednica društvenih inovacija, koja surađuje s dionicima, kao što su istraživači, društveni inovatori i poduzetnici, građani i donositelji politika. Na taj način on doprinosi stvaranju koncepta i okruženja u kojem

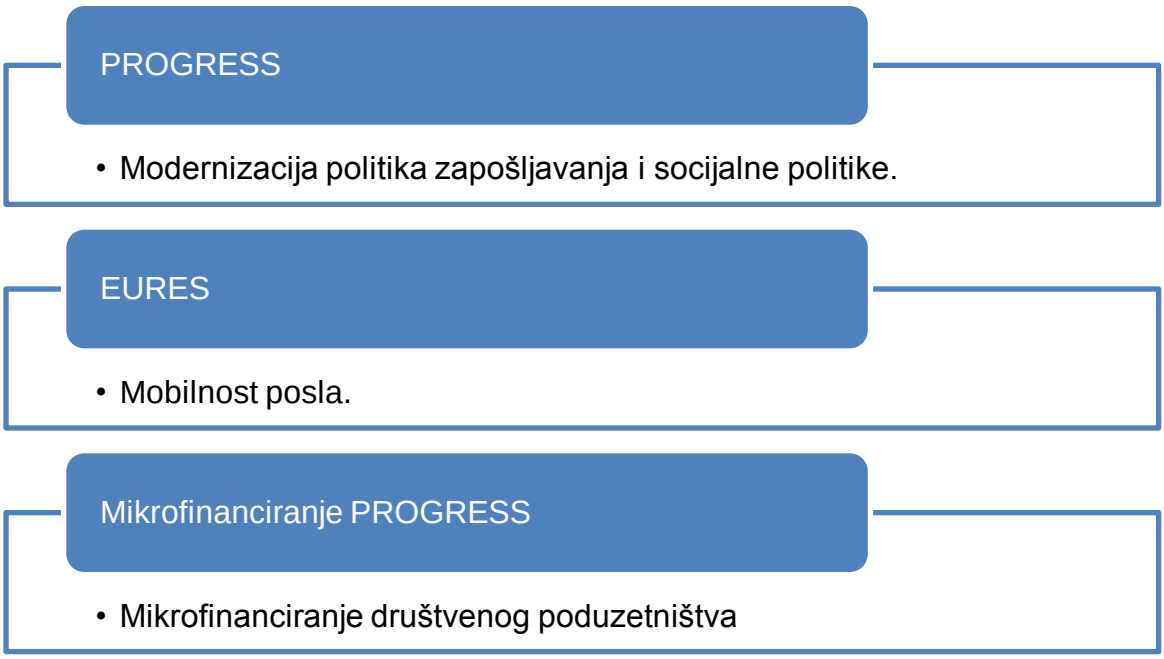
nove ideje mogu učinkovitije doprinijeti rješavanju društvenih problema, ne samo na razini Europske unije, već i čitavog svijeta (Young Foundation, 2019). Vodeći cilj projekta je produbljivanje i jačanje postojećih mreža društvenih inovacija, stvaranje novih veza s dionicima te uspostavljanje novih veza i odnosa.

5.3.2. PROGRAM EUROPSKE UNIJE ZA ZAPOŠLJAVANJE I DRUŠTVENE INOVACIJE

Program Europske unije za zapošljavanje i društvene inovacije (engl. *EU Programme for Emloyment and Social Innovatin* – EaSI) jedan je od važnijih programa u okviru ovoga sustava. Načelno on predstavlja financijski instrument na razini Euroske unije za promicanje visoke razine kvalitetne i održive zaposlenosti, jamčeći pri tome odgovarajuću i pristojnu socijalnu zaštitu, borbu protiv društvene isključenosti i siromaštva te poboljšanje radnih uvjeta svim skupinama društva (European Commission, 2019c).

Ovim programom upravlja Komisija, a sačinjen je od tri podprograma, koja se prikazuju u nastavku (Slika 8.).

Slika 8. Program Europske unije za zapošljavanje i društvene inovacije



Izvor: European Commission (2019.c) EU Programme for Employment and Social Innovation (EaSI). Dostupno na: https://ec.europa.eu/social/main.jsp?langId=en&catId=1081 (24.08.2019.).

Za svako razvojno razdoblje određuje se ukupni proračun koji je na raspolaganju za provedbu ovih programa i realizaciju definiranih ciljeva. Za programsko razdoblje 2014.-2020. godine na raspolaganju je 919 469 000 eura, a ovim sredstvima nastoje se realizirati brojni pojedinačni ciljevi (European Commission, 2019c).

Izvedbom predmetnog programa za navedeno razvojno razdoblje nastoje se realizirati sljedeći ciljevi (European Commission, 2019c):

- ojačati vlasništvo nad ciljevima EU i koordinaciju djelovanja na razini EU i na nacionalnoj razini u područjima zapošljavanja, društvenih poslova i inkluzije;
- podržati razvoj adekvatnih sustava socijalne zaštite i politika tržišta rada;
- modernizirati zakonodavstvo EU i osigurati njegovu učinkovitu primjenu;

- promicati geografsku mobilnost i povećati mogućnosti zapošljavanja razvijanjem otvorenog tržišta rada;
- povećati pristup i dostupnost mikrofinanciranja za ranjive skupine i mikro poduzeća i povećati pristup financiranju za društvena poduzeća.

Pri realizaciji ovih, kao i mnogih drugih ciljeva, posebna pažnja usmjerava se prema kritičnim i prioritetnim područjima. Misli se na ranjive skupine društva, problem diskriminacije, održivost zapošljavanja, socijalnu zaštitu i sigurnost te slično. Evidentno je kako je riječ o nekim od ključnih pitanja i izazova današnjice na međunarodnoj razini. Time se potvrđuje jedna od početnih hipoteza rada, koja ukazuje na vodeći značaj Europske unije u promicanju i jačanju društvenog poduzetništva i njegovih učinaka na međunarodnoj razini.

5.3.3. OBZOR 2020

Obzor 2020. najveći je istraživački i inovacijski program na razini Europske unije. Veličina istoga određena je ukupno odobrenim financijskim sredstvima, koja za razdoblje od 2014. do 2020. godine iznose gotovo 80 milijardi eura, pored privatnih ulaganja. Nastavno navedenome, riječ je o sljedećem financijskom instrumentu koji podržava „Uniju inovacija“, odnosno dosljednu realizaciju ciljeva strategije Europa 2020 (European Commission, 2019d).

Ovaj program generator je gospodarskog rasta i otvaranja novih radnih mjesta. On ima političku podršku europskih čelnika i članova Europskog parlamenta, a svi integrirani dionici postavljaju ga u središte Plana za pametan, održiv i uključiv rast ovog područja. Njegov posebni doprinos, pored navedenoga, očituje se u činjenici da čvrsto povezuje istraživanje i društvene inovacije, pri čemu postavlja naglasak na izvrsnoj znanosti, industrijskom vodstvu i rješavanju društvenih problema te izazova današnjice.

Njegov osnovni cilje je osigurati da Europa proizvede svjetsku razinu znanosti, ukloni prepreke inovacijama i olakša javnom i privatnom sektoru zajednički rad u pružanju inovacija. Program je otvoren za sve, a usmjeren je prema davanju podrške i pomoći

dionicima, posebice inovatorima i poduzetnicima. Također, omogućuje bolju i uspješniju komercijalizaciju ideja i društvenih te ostalih inovacija.

5.3.4. INICIJATIVA DRUŠTVENOG PODUZETNIŠTVA

Društvena poduzeća kombiniraju društvene ciljeve s poduzetničkim duhom. U tom kontekstu društveno poduzetništvo je sustav koji spaja inovacije i poduzetničke aktivnosti s ciljem generiranja pozitivnih drušvenih učinaka i koristi. Ono je usmjereno na postizanje širih društvenih, okolišnih i zajedničkih ciljeva.

Cilj Europske komisije je stvoriti povoljno financijsko, administrativno i pravno okruženje za razvoj ovog poduzetništva, kako bi ono moglo djelovati na jednakoj osnovi s ostalim oblicima poduzetništva u istom sektoru. Inicijativa za društvena poduzeća pokrenuta je 2011. godine, a identificirala je akcije kojima se može promijeniti i unaprijediti stanje i razvojne prilike za društveno poduzetništvo.

Društveno poduzetništvo, kao što je već i istaknuto, djeluje u smjeru opskrbljivanja roba i usluga na poduzetnički i inovativan način, a služi prvenstveno postizanju društvenih ciljeva. Njime se upravlja na otvoren i odgovoran način, a uključuje zaposlenike, potrošače i dionike na koje utječu njegove komercijalne aktivnosti.

Prema mišljenju Europske komisije, poduzeća koja čine društveno poduzetništvo jesu (Euroean Commission, 2019a):

- ona za koje je društveni cilj općeg dobra razlog komercijalne aktivnosti, često u obliku visoke razine društvene inovativnosti;
- ona čija se dobit uglavnom reinvestira radi postizanja društvenih ciljeva;
- ona gdje metoda organizacije ili sustav vlasništva odražava misiju poduzeća, koristeći se demokratskim ili participativnim principima ili se fokusira na društvenu pravednost.

Danas još uvijek ne postoji jedinstveni pravni oblik za društvena poduzeća, a

mnoga od njih djeluju u obliku društvenih zadruga, dok su neka registrirana kao privatna poduzeća s ograničenim jamstvom, a neka su uzajamna ili neprofitna udruženja poput dobrotvornih društava, udruga, dobrovoljnih organizacija, dobrotvornih organizacija ili zaklada.

Neovisno o njihovu pravnom obliku, organizaciji i sličnim obilježjima, sva društvena poduzeća posluju u jednom od četiri moguća područja. Misli se na (European Commission, 2019a):

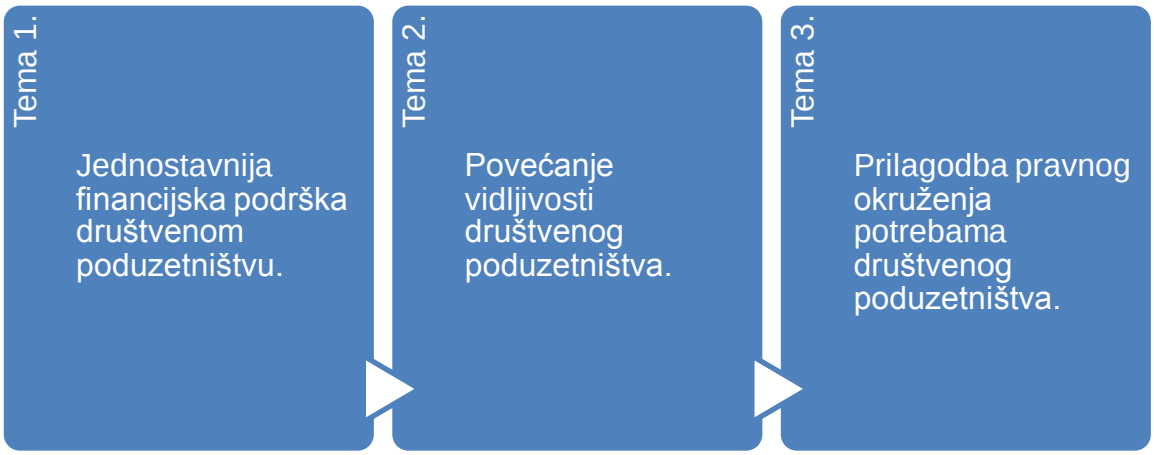
- integraciju u rad, odnosno obuku i integraciju osoba s invaliditetom i nezaposlenih osoba;
- osobne socijalne usluge, odnosno zdravlje, dobrobit i zdravstvena zaštita, stručno usavršavanje, obrazovanje, zdravstvene usluge, usluge skrbi o djeci, usluge za starije osobe ili pomoć za ugrožene ljude;
- lokalni razvoj područja u nepovoljnijem položaju – društvena poduzeća u udaljenim ruralnim područjima, programi susjedstva i rehabilitacije u urbanim područjima, razvojna pomoć i razvojna suradnja s trećim zemljama;
- ostala područja koja uključuju recikliranje, zaštitu okoliša, sport, umjetnost, kulturu ili povijesno očuvanje, znanost, istraživanje i inovacije, zaštitu potrošača i amaterski sport.

Inicijativa za pokretanje i proširenje društvenog poduzetništva, kao inicijativa Komisije usmjerena je na podršku ekosustava takozvane društvene ekonomije. Ozbiljnije je pokrenuta tek u novije doba, odnosno 2016. godine, kako bi mnogim inovativnim poduzetnicima u Europi, ali i šire, pružila svaku priliku da postanu vodeće svjetske tvrtke. Od inicijacije do danas ona je usmjerena na otklanjanje ili reduciranje prepreka za pokretanje novih poduzeća kako bi se povećalo jedinstveno tržište, stvaranje boljih mogućnosti za partnerstva, komercijalne aktivnosti i razvoj vještine te olakšavanju pristupa financijama (European Commission, 2016).

S druge strane, Inicijativa društvenog poslovanja pokrenuta je nešto prije, 2011. godine. Njezin cilj jasno je utvrđen, a odnosi se na uvođenje kratkoročnog akcijskog plana za podršku razvoju društvenih poduzeća, ključnih sudionika u društvenoj

ekonomiji i društvenim inovacijama. Ona služi realizaciji ukupno jedanaest prioritetnih mjera, kroz tri osnovne teme (Slika 9.).

Slika 9. Inicijativa društvenog poslovanja Europske unije



Izvor: European Commission (2016.) Europes Next Leaders Start and Scale Initiative. Dostupno na: https://ec.europa.eu/growth/content/europes-next-leaders-start-and-scale-initiative-1_en (25.08.2019.).

Nastavno navedenome daje se istaknuti kako je pokretanje i jačanje društvenog poduzetništva u Europskoj uniji podržano konkretnom strategijom. Ona se temelji na nekoliko stupova, a moguće je istaknuti kako je riječ o maksimiziranju sustava financiranja, uspostavi boljih okvirnih uvjeta razvoja, poticanju društvenih inovacija i internacionalizaciji ovog poduzetničkog sustava.

U okviru start-up ili pokretačke inicijative Europske unije promišlja se o kritičnim razvojnim područjima ovog poduzetništva. Na osnovu toga kontinuirano se teži

obogaćenju sustava inicijativa i uspostavi održivog okruženja za dugoročni razvoj društvenog poduzetništva.

Poboljšani sustav financiranja u domeni je suradnje Komisije i Europske investicijske banke. One su pokrenule Paneuropski fond rizičnog kapitala. Putem njega Europska unija osigurava osnovna ulaganja ili investicije u okviru maksimalnog proračuna od 400 milijuna eura. Osim toga, zadaća je prikupiti i oko tri puta više financijskih sredstava iz privatnih izvora. Ovim fondom upravlja jedan ili više upravitelja, čime imaju za obvezu osigurati stvarni tržišni pristup. Osim ovog fonda postoje i neki drugi, o kojima je djelom bilo riječi. Misli se na Europski fond za strateška ulaganja (EFSI), europski program za mala i srednja poduzeća COSME i EU program financiranja istraživanja i inovacija Obzor 2020 (European Commission, 2016).

6. DRUŠTVENO PODUZETNIŠTVO I INOVACIJE – RJEŠENJA GLOBALNIH PROBLEMA

Nakon razrade odnosnih teorijskih postavki u svezi predmetne problematike smatra se potrebnim osvrnuti se na konkretne primjere društvenih inovacija u svijetu. One se javljaju kao produkt međunarodnog društvenog poduzetništva. Analizom njihovih pozitivnih učinaka djeluje se u smjeru potvrde početnih hipoteza rada.

6.1. HITACHI – MEĐUNARODNA ORGANIZACIJA ZA ISTRAŽIVANJE I DRUŠTVENE INOVACIJE

Hitachi istraživanje iz 2017. godine predstavilo je neke od međunarodnih društvenih inovacija koje su usmjerene prema ponudi rješenja za neke od vodećih globalnih problema i izazova današnjice. Ova grupa za istraživanje i razvoj započela je s radom 1918. godine, a danas predstavlja organizaciju od 2700 istraživača diljem svijeta, u području društvenih inovacija i poduzetnišva (Hitachi, 2019).

Tijekom 2015. ova organizacija oformljena je kroz tri osnovna centra i inovacijska modela, odnosno (Hitachi, 2019):

- Globalni centar za društvene inovacije (engl. *Center for Social Innovation* – CSI);
- Centar za tehnološke inovacije (engl. *Center for Technology Innovation* – CTI);
- Centar za eksplorativna istraživanja (eng. *Center for Exploratory Research* – CER).

Prvi među njima je Globalni centar za društvene inovacije. On djeluje u skladu s kupcima ili tržišnim modelima inoviranja, a usmjeren je prema stvaranju nove vrijednosti na osnovu ove suradnje.

Drugi model Centar za tehnološke inovacije. Njegova misija je stvoriti inovativnu tehnologiju koja služi potrebama kupaca.

U konačnici, treći model je Centar za eksplorativna istraživanja. On djeluju prema inovacijskom modelu vođen vizijom, uvodeći nova poduzeća i poduzimajući istraživanje i razvoj za rješavanje budućih društvenih pitanja. Istraživačka aktivnost usklađena je s poslovnom stranom, a zajedničkim stvaranjem i tehnološkim razvojem djeluje u smjeru rješavanja izazova s kojima se susreću kupci u svakoj regiji svijeta.

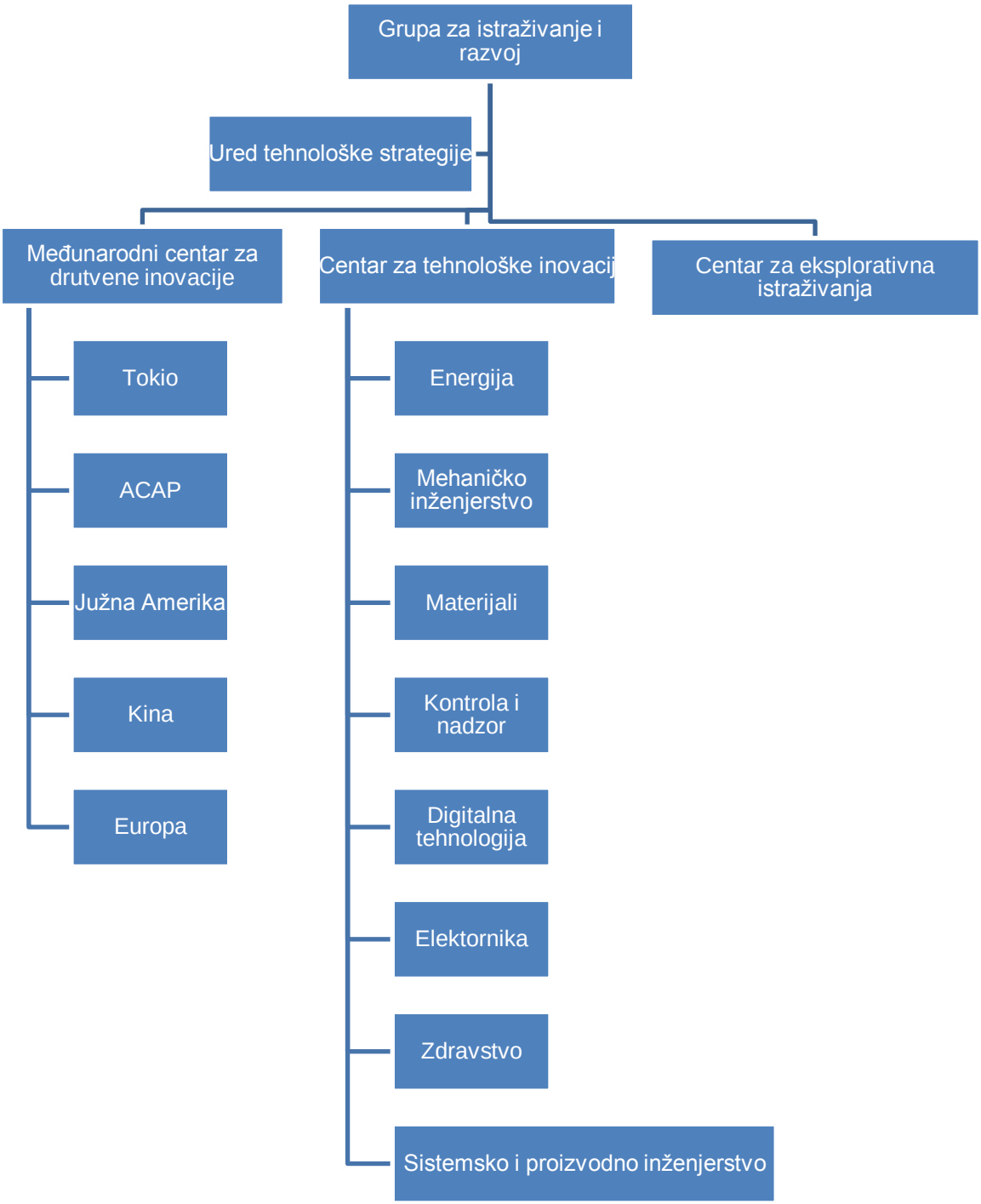
Istraživački portfolio ovog međunarodnog centra podijeljen je prema regijama svijeta i usklađen s njihovim regionalnim i lokalnim potrebama. Sukladno tome, sva poduzeta istraživanja usmjerena su na pojedine regije.

Primjerice, u Sjedinjenim Američkim Državama oko 100 istraživača usmjereno je prema području informacijsko-komunikacijske tehnologije, autonomne vožnje i automobilske industrije. U Europi postoje istraživački centri u četiri države, a to su Ujedinjeno Kraljevstvo, Francuska, Njemačka i Danska.

Područje fokusa razlikuje se od zemlje do zemlje. S obzirom da je Europa zrelo društvo kao i središte standardizacijskih aktivnosti, u tom smjeru usmjerena su i poduzeta istraživanja. Glavna djelatnost Hitachija u Europi je željeznica i energija, dok u Kini bivaju pokrenute brojne diferencirane inicijative u smislu zdravstvenih projekata i projekata povezanih s Made in China 2025.

Ustroj Hitachi međunaodnog centra prikazuje se u nastavku (Slika 10.).

Slika 10. Organizacijska struktura – Hitachi



Izvor: Hitachi (2019.) Organization. Dostupno na: https://www.hitachi.com/rd/about/index.html (25.08.2019.).

Hitachi se zalaže za poslovanje s društvenim inovacijama kao načinom da se doprinese rješavanju društvenih pitanja koja na globalnoj razini postaju sve kompleksnija. Pri tome, osnovna vizija je istražiti izazove s kojima se suočavaju globalno društvo i kupci te djelovati u smjeru njihova reduciranja i otklanjanja.

Treba istaknuti da su sve poduzete inovacije usmjerene prema kupcima, tehnologiji i viziji. Važna platforma koja omogućuje ove tri vrste inovacija za dinamično međusobno djelovanje i promociju organizacije Hitachi na području društvenih inovacija, jesu enormne baze podataka. Osim toga, Hitachi ima bogato iskustvo i znanje koje se njeguje tijekom godina i doprinosi razvoju organizacije kao međunarodnog lidera u ovome području.

Treba istaknuti kako ova grupa za istraživanje i razvoj ima sporazume o suradnji s 14 glavnih sveučilišta u Japanu i promiče suradničke odnose s preko 50 vodećih sveučilišta izvan ovog područja. Područje istraživanja sa svakom od ovih partnerskih institucija definirano je zajedničkim ciljevima i interesima.

Najnovija istraživačka dostignuća iz zajedničkog istraživanja u Japanu uključuju nekoliko projekata izvedenih u okviru Programa financiranja vodećeg svjetskog inovativnog istraživanja i razvoja na području znanosti i tehnologije. Neki od njih se obrađuju u narednom dijelu poglavlja.

Izvan Japana suradničko istraživanje koristi prednosti i talente specifične za regiju, kao što su osnovno istraživanje kvantne fizike, analitika velikih podataka u Sjevernoj Americi i istraživanje željezničkih sustava u Europi za podršku poslovanju s društvenim inovacijama te u rastućim zemljama. U Kini je pojačana globalna suradnja između industrije i akademske zajednice.

Neki od ključnih projekata, koji čine svojevrsne međunarodne (globalne) društvene inovacije, kao i proizvod međunarodnog društvenog poduzetništva istražuju se u nastavku poglavlja. Njihova analiza čini poseban doprinos ovoga istraživanja i služi cjelovitoj obradi predmetne problematike rada.

6.2. MEĐUNARODNE DRUŠTVENE INOVACIJE

U ovome dijelu poglavlja analiziraju se dvije studije slučaja. Riječ je o dvama društvenim inovacijama u diferenciranim područjima. Rješenja koja ona nude usmjerena su na reduciranje i otklanjanje lokalnih problema, kao i onih na međunarodnoj razini.

6.2.1. TRETMAN I RECIKLIRANJE VODE NA MALDIVIMA

Istraživački i inovativni pothvati grupe istraživača, inovatora i poduzetnika Hitachi grupe rezultirala su naprednom opremom za pročišćavanje vode. Neke od konkretnih društvenih inovacija pri tome su reversna osmoza (RO) i membranski bio reaktor (MBR) kao sustav za desalinizaciju[1], pročišćavanje bočate vode i pročišćavanje otpadnih voda u različitim kapacitetima kako bi odgovarali različitim zahtjevima kupaca. Hitachijev RO i MBR sustav isporučen je u više od 500 primjeraka diljem 20 zemalja svijeta (Social Innovation Hitachi, 2019).

Jedan od oglednih primjera komercijalizacije ovih inovacija je projekt pročišćavanja vode na Maldivima. Naime, 2010. godine Hitachi je otkupio 20% udjela u Malé Vodovodu i kanalizacijskoj tvrtki (MWSC) Pvt. Ltd., koja dnevno isporučuje 4 700 galona pitke vode na 7 otoka, za čak 150 000 ljudi. Od tada do danas interaktivno se provodi sustav pročišćavanja vode i zbrinjavanja otpadnih voda na Maldivima (Social Innovation Hitachi, 2019).

Osim na Mladivima, ovaj projekt uspješno je zaživio i u Dubaiju. Hitachi je isporučio integrirani kompaktni MBR i RO sustav za reciklažu vode Burj Khalifi, najvišoj svjetskoj zgradi u Dubaiju, UAE. Obrađena voda se reciklira u vodu za piće. U svim ovim procesima, koji se odnose na sustav pročišćavanja vode, Hitachi grupa usmjerena je na ponudu 40% energetski štedljivih i ekološki održivih sustava.

Tijekom proteklih godina turizam i ribarstvo su na Maldivima potaknuli značajni

[1] Izdvajanje soli iz vode.

gospodarski rast, koji uslijed neadekvatne kontrole i nadzora, vrši negativan učinak na okoliš i kvalitetu života. Malé, glavni grad Maldiva, uvijek se oslanjao na kišu i podzemnu vodu kako bi zadovoljio svoje potrebe za pitkom vodom. Međutim, na otoku je ostalo malo prostora za objekte za skladištenje kišnice, a podzemne vode su sve više postale neprikladne za piće zbog onečišćenja iz kanalizacije i slanosti iz morske vode.

Na zahtjev vlade Maldiva, Hitachi grupa je započela sudjelovati u upravljanju vodom i kanalizacijom u gradu Malé, a u kontekstu poduzeća Pvt. Ltd. (MWSC). Od tada se kontinuirano radi na poboljšanju učinkovitosti sveobuhvatnih vodovodnih i kanalizacijskih operacija na Maldivima.

Nastavno navedenome MWSC je integrirao Hitachijev sustav u postojeće sustave upravljanja vodom. To je rezultiralo učinkovitijem upravljanjem, kao i nizom pozitivnih ekonomskih i društvenih, te ekoloških učinaka. Lokalni operatori imaju koristi od kontinuirane tehničke i poučne podrške, kao i sveobuhvatne obuke za upravljanje cjelokupnim vodnim sustavom. Oslanjajući se na ove napore kao studije slučaja, Hitachi nudi rješenja za ostale otočke i obalne države koje se suočavaju s problemima sličnim onima na Maldivima

Oprema za desalinizaciju stvara obilnu opskrbu pitkom vodom na cijelom otoku Malé. Pri tome, MWSC proizvodi oko 17 milijuna litara (4,5 milijuna galona) vode za piće dnevno. Također, ovo društveno poduzeće upravlja stabilnim radom sa osam jedinica opremljenih reversnim osmozama (RO), sustavima za uklanjanje soli podzemne vode koja se ispumpava iz bunara u postrojenju. Voda proizvedena strogim postupcima upravljanja sigurnošću distribuirana je na otoku Malé za širok raspon korištenja, uključujući bazene i tuševe u hotelima, kao i za upotrebu na ribarnici. Na taj način se potvđuje pozitivan ekonomski, društveni i ekološki učinak ovih inovativnih rješenja.

Na Maldivima je Hitachi posebno usmjeren na izgradnju inteligentnih vodnih sustava. To je jedinstven pristup koji vodnu infrastrukturu razmatra kao protok vode i protok informacija. Sustav uključuje AQUAMAP tehnologiju, centralizirani sustav upravljanja informacijama koji koristi inženjerske sheme vodovodnih mreža i integrira ih s postojećim vodoprivrednim i geografskim informacijskim sustavima. Sa svojim

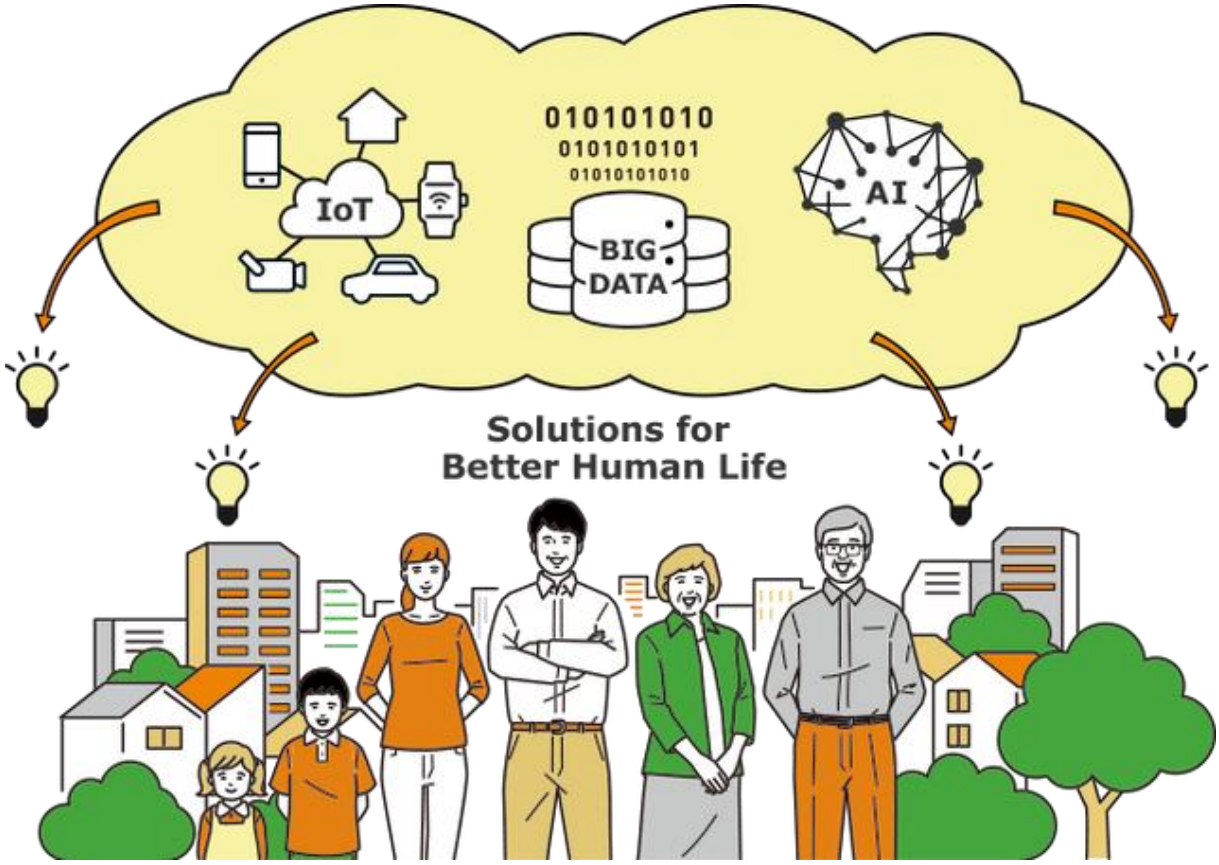
poboljšanim mogućnostima nadgledanja, sustav je omogućio operaterima da centraliziraju upravljanje i pruže pravovremene informacije koje se odnose na uslugu, poput obavijesti o poremećajima vodoopskrbe zbog radova na održavanju, što pomaže ljudima u njihovom svakodnevnom životu. U svojoj prvoj fazi sustav je već poboljšao stabilnost opskrbe vodom na Maldivima (Social Innovation Hitachi, 2019).

6.2.2. PAMETNI GRADOVI

Ovaj projekt društvenih inovacija započeo je 2016. godine, suradnjom Hitachi grupe i Sveučilišta u Tokiju. Svrha suradnje bilo je osnivanje Hitachi i Tokio zajedničkog istraživačkog laboratorija, „H-UTokyoLab“. Danas on predstavlja prostor za provođenje zajedničkih istraživanja za razvoj takozvanog „super pametnog društva“ i „pametnih gradova“. Kombinirajući napredna znanja i baze podataka Hitachi grupe u infrastrukturnim tehnologijama i IT-u s najsuvremenijim istraživanjem Sveučilišta u Tokiju, ovaj laboratorij je kolijevka stvaranja društva u kojem postoje rješenja za ključna društvena pitanja (Social Innovation Hitachi, 2019).

Ovaj projekt predstavlja društveno inovativni koncept razvoja u kojemu je čovjek u središtu interesa (Slika 11.).

Slika 11. Pametni gradovi i Društvo 5.0



Izvor: Bašić, P. (2018.) Što je društvo 5.0. Dostupno na: https://pavlebasic.me/2018/11/08/sta-je-drustvo-5-0/ (25.08.2019.).

Naime, japanska vlada je 2016. godine svoju inicijativu Super Smart Society (Društvo 5.0) postavila kao viziju budućnosti Japana. Njezina realizacija zahtijevala je istraživačke inicijative koje prelaze konvencionalne granice organizacija. U tu svrhu, Sveučilište u Tokiju i Hitachi integrirali su svoje najnaprednije resurse i osnovali H-UTokyoLab kao prostor za zajednička istraživanja i pokrenuli napore za postizanje društva 5.0 kroz suradničko stvaranje akademske industrije.

Rezultat njihova rada, a koji predstavlja svojevrsnu društvenu inovaciju, koja danas poprima međunarodne razmjere, je projekt naziva Habitat Innovation. On predstavlja optimalno rješenje stvaranja Društva 5.0. Pilot projekt implementiran je na primjeru inicijative Matsuyama City, koja danas može poslužiti kao primjer budućeg urbanog razvoja u svijetu. Tendencija Habitat Innovation projekta je stvoriti održivo društvo u kojem će se industrija, akademija, vlada i građani udruživati kako bi zajedno

napredovali. Osnovni resurs ovoga razvoja je napredno znanje izdiferenciranih područja (Social Innovation Hitachi, 2019).

Inicijativa Super Smart Society (Društvo 5.0), nastavak je postojeće inicijative Japana koja nosi naziv Informacijsko društvo (Društvo 4.0). Društvo 5.0 zapravo predstavlja koncept budućeg razvoja Japana, a može poslužiti i ostatku svijeta. U tom kontekstu ono jača značaj implementacije visokotehnoloških inovacija i baza podataka kako bi promicalo udoban, vitalni i kvalitetan način života, istovremeno tražeći ravnotežu između ekonomskog razvoja i pronalaženja rješenja za društvena pitanja. Riječ je o jednoj od mogućih održavajućih strategija održivog razvoja.

Da bi inovativni razvojni koncept Društvo 5.0 postalo stvarnost, potrebni su napori koji obuhvaćaju više polja. Ključ za omogućavanje takvih napora je spajanje Hitachijeve infrastrukturne tehnologije i IT-a, razvijenih tijekom godina u obavljanju posla s društvenim inovacijama, s različitim vrstama vrhunskih znanja Sveučilišta u Tokiju.

Uobičajena suradnja između industrije i akademske zajednice uključuje zajedničko istraživanje sveučilišnog istraživačkog laboratorija i odjela tvrtke. Ujedno postoji i tendencija podjele istraživačkih tema na specijalizirana područja. U slučaju kolaborativnog stvaranja akademske industrije, sveučilišta i tvrtke međusobno surađuju kao velike organizacije. Pored toga, odstupajući od oslanjanja na jedan istraživački laboratorij, ljudi iz različitih područja okupljaju svoje znanje i vode rasprave. To omogućuje obradu glavnih tema, poput društvenih pitanja čije strategije zahtijevaju višestruka razmatranja. Nastavno navedenome, inicijativa H-UTokyoLab doprinosi kreiranju politika na nacionalnoj i lokalnoj razini (Social Innovation Hitachi, 2019).

Slijedeći višetematska istraživanja, ovaj projekt dovodi do sinergije resursa Sveučilišta u Tokiju, uključujući znanje o urbanističkom planiranju, prometnom inženjerstvu, građevinskom okruženju i drugim studijama o urbanim pitanjima i naseljima, kao i duboke uvide stručnjaka u akademska područja, kao što su društvene i humanističke znanosti.

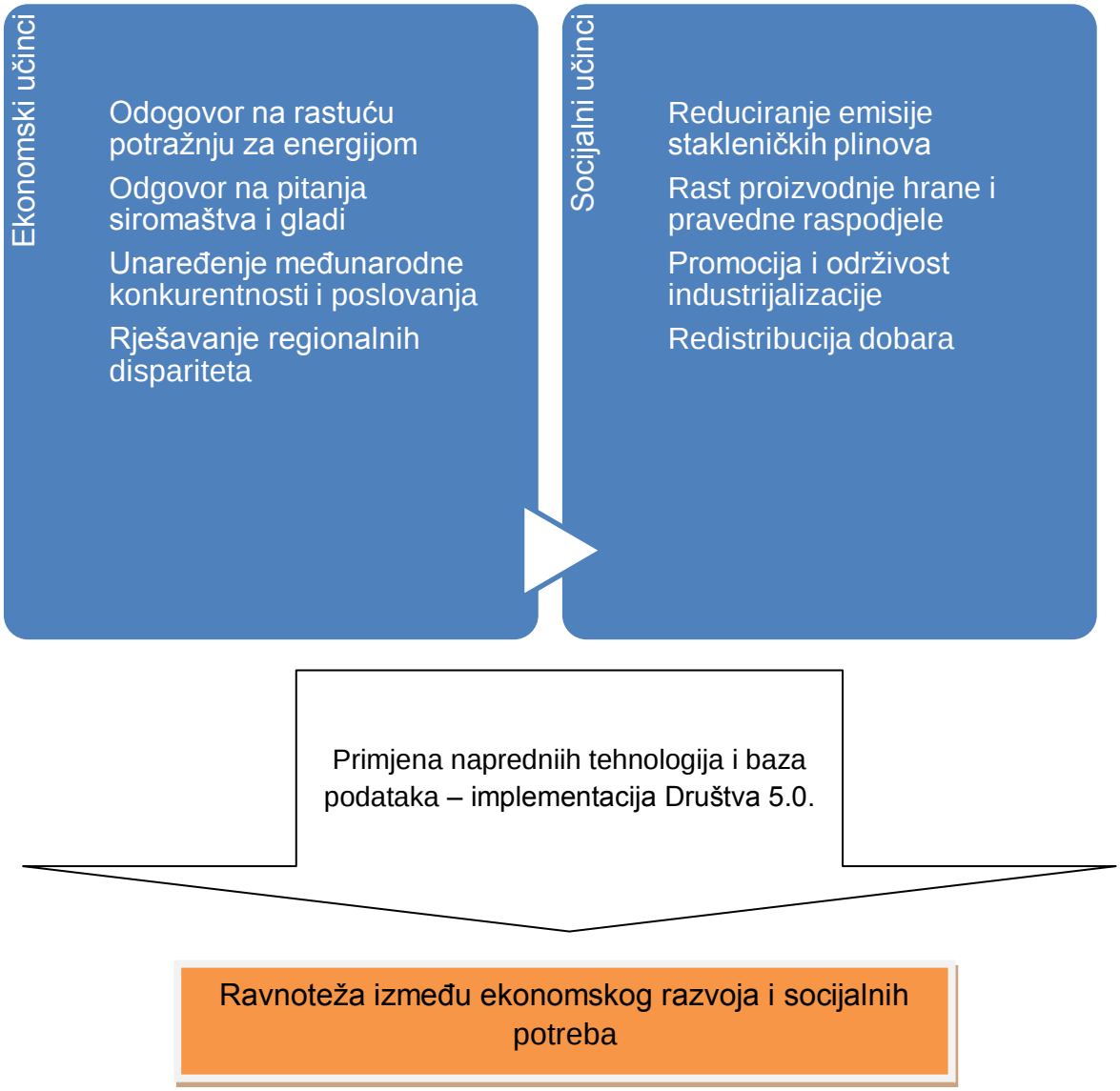
Informatičko društvo, Društvo 4.0, kojeg obilježavaju razmjena znanja i informacija suočava se s problemima kooperacije i suradnje, a danas ne uspjeva optimalno zadovoljiti međunarodne zahtjeve i trendove. Društvena reforma (inovacije) koju nudi inicijativa Društvo 5.0 trebala bi rezultirati većom kvalitetom života i boljim uvjetima ekonomskog napretka.

Koncept Društva 5.0 pri tome se oslanja na niz pametnih sustava (Bašić, 2018):

- Pametni transportni sustavi;
- Pametni prehrambeni sustavi;
- Pametni proizvodni sustavi;
- Integrirani materijalni sustavi za razvoj;
- Globalna informacijska platforma za okoliš;
- Sustav ugostiteljstva;
- Novi poslovi i usluge;
- Društveni napori protiv ekoloških katastrofa;
- Infrastrukturni razvoj;
- Regionalni sustavi zdravstevne zaštite;
- Sustavi energetske efikasnosti.

Treba istaknuti kako ovaj inovativni koncept predstavlja visoku razinu konvergencije između virtualnih prostora i fizičkog, realnog prostora. U tom kontekstu napredna tehnologija i tehnološka rješenja čine imperativ. Ovaj koncept nudi optimalnu ravnotežu između ekonomskog razvoja i rješavanja ključnih društvenih pitanja i problema (Slika 12.).

Slika 12- Ekonomski i društveni učinci Društva 5.0



Izvor: Bašić, P. (2018.) Što je društvo 5.0. Dostupno na: https://pavlebasic.me/2018/11/08/sta-je-drustvo-5-0/ (25.08.2019.).

Nastavno enormnim globalnim promjenama, koje se osobito intenziviraju tijekom proteklih dekada, nastavlja se intenzivan i dinamičan napredak novih tehnologija. Neke od njih su IoT (internet stvari, industrijski internet), robotika, umjetna inteligencija i *big date* sustavi. Ovi produkti suvremenoga doba intenzivno utječu na

smjer razvoja međunarodne ekonomije i društva, a jednako tako mijenjaju koncepte njihova djelovanja.

Japan, kao jedna od vodećih država društvenog poduzetništva u svijetu, nastoji da društvo 5.0 postane realnost. Isto prezentira kao sasvim novo društvo, koje se čvrsto oslanja na spomenute tehnologije, kao i brojne druge. One se javljaju u svim industrijama i društvenim aktivnostima, a paralelno ostvaruju ekonomski razvoj i rješenja za goruće društvene probleme na lokalnoj i međunarodnoj razini, koje su gotovo izjednačene.

U društvu 5.0, nova vrijednost stvorena kroz društvene inovacije ima snažni potencijal eliminirati regionalne, starosne, rodne i jezične razlike
proizvoda i usluga diferenciranim potrebama je razviti društvo koje istovremeno može unapređivati privredni razvoj i pronalaziti rješenja za goruće probleme društva, kako lokalno, tako i globalno. Ono što je važno istaknuti je da postizanje takvog društva zahtijeva ozbiljne napore i izdašna financijska sredstva, uz kombinaciju ostalih resursa u izvedbi društvenih inovacija i njihovoj adekvatnoj komercijalizaciji.

7. ZAKLJUČAK

Svaki gospodarski sustav i napredak lokalne zajednice izravno su uvjetovani poduzetničkim okruženjem i stanjem ovoga sustava. Nekadašnja percepcija poduzetništva, koja se uglavnom veže uz ono tradicionalno, u današnjici i suvremenim uvjetima poslovanja sve više gubi na značaju. Suvremeni poduzetnički sustavi u tom kontekstu nadilaze nekadašnje granice, kako u njihovu značenju, tako i u učincima koje generiraju.

Provedenim se istraživanjem potvrđuje da suvremeno poduzetništvo biva ujedno i generatorom održivog razvoja. To se prije svega očituje u njegovoj snazi da generira pozitivne ekonomske, socijalne ili društvene, kao i one ekološke učinke. Načelno je riječ o dimenzijama održivosti, odnosno održivog razvoja, koji danas predstavlja imperativ međunarodne ekonomije i globalnog društva.

Poduzetništvo i inovacije usko su povezani i međusobno uvjetovani pojmovi. Naime, inovacija, kao ideja, predstavlja generator poduzetničke aktivnosti i procesa, a jednako tako komercijalizacija inovacije, koja označava njezinu provedbu u konkretno djelo, neostvariva je bez adekvatne poduzetničke podrške. Daje se konkretizirati kako inoviranje, bilo ono društveno ili ne, zahtijeva sinergiju inovacija i poduzetništva u njihovu punom smislu.

Društvene inovacije postoje već duže razdoblje, no o njima se ozbiljnije raspravlja tek u novije doba, kada dolazi i do pojave termina suvremenoga poduzetništva. Društveno poduzetništvo oslanja se upravo na ove inovacije, to jest na njihovu komercijalizaciju i realizaciju primarno društvenih, a naposlijetku i onih ostalih učinaka.

Rezultati koji proizlaze iz ovoga istraživanja potvrđuju kako je društveno poduzetništvo na međunarodnoj razini uglavnom determinirano aktivnostima i

angažamnom svjetskih velesila. Misli se primjerice na Europsku uniju, SAD, Japan, Kinu i ostala napredna gosodarstva. Isto se veže uz razvijenost infrastrukturne, institucionalne, financijske i ostale podrške u ovim zemljama, a koja osigurava osnovne preduvijete za njihovo generiranje i komercijalizaciju.

Iako su u proces društvenog inoviranja integrirani razni dionici, smatra se kako on u najvećoj mjeri ovisi upravo o vladama, specijaliziranim organizacijama, istraživačkim centrima i ostalim javnim institucijama. Sinergično djelovanje ovih dionika doprinosi efikasnijoj i učinkovitijoj provedbi društvenog inoviranja, odnosno razvoju društvenog poduzetništva, što u konačnici rezultira brojnim razvojnim projektima, koji stvaraju održivu ekonomiju, napredno, inteligentno, socijalno uključivo i visoko digitalizirano društvo, odnosno bolje, pravednije i demokratski ustrojene uvjete života. U tom kontekstu može se istaknuti da su ove inovacije namijenjene svim dionicima na međunarodnoj razini, a u kontekstu generiranja općih koristi.

Istaknutim primjerima društvenih inovacija ukazuje se na kompleksnost njihova kvantificiranja, odnosno na potrebu da se sagledaju one kvalitativne promjene u raznim segmentima ili područjima. Smatra se kako je u budućnosti moguće očekivati nastavak intezivnog razvoja ovih inovacija, kao i dinamičnije promjene u raznim aspektima međunarodne ekonomije, uvjeta života i globalnog društva. Intenzitet njihove izvedbe utječe na stvaranje takozvane društvene ekonomije koja bi trebala predstaviti najnaredniju fazu njezina razvoja te eliminirati one vodeće društvene izazove i probleme koji se naziru u današnjici ili egzistiraju već duže vrijeme.

LITERATURA

Knjige:

- Afuah, A. (2003.) Innovation Management Strategies: Implementation and Profits. Oxford University Press.
- Cingula. M., (2001.) Poduzetništvo, Zagreb, Školska knjiga
- Horvat. Đ., Tintor. Ž. (2006.), Poduzetnička ekonomija, Zagreb, Trgovačka akademija
- Kuvačić. N., (2005.) Poduzetnička biblija, Split, Beretin
- Sikavica, P., Novak, M. (1999.) Poslovna organizacija. Zagreb: Informator

Članci:

- Bahtijarević Šiber, F. et al. (1992.) Utjecaj tehnologije na organizaciju. Ekonomski pregled. 5 (11-12). Str. 63.- 78.

Internet izvori:

- Bašić, P. (2018.) Što je društvo 5.0. Dostupno na: https://pavlebasic.me/2018/11/08/sta-je-drustvo-5-0/ (25.08.2019.).
- Bittenciourt B. A. (2017.) The Impact of Social Innovation:Benefits and Opportunities from Brazilian Social Business. Dostupno na: https://www.revistaespacios.com/a17v38n26/a17v38n26p07.pdf (20.08.2019.)
- Dračić, I. (2012.) Poslovanje poduzeća i poduzetničko okruženje. Dostupno na: http://www.hzz.hr/UserDocsImages/Business%20enterprise%20and%20entrepreneurial%20environment%20-%20final.pdf (22.08.2019.).
- Euroean Commission, Publication Office of European Union (2011.) Empowering people, driving change: Social Innovation in European Union. Dostupno na:

http://ec.europa.eu/DocsRoom/documents/13402/attachments/1/translations (19.08.2019.)

- Europpean Commission (2010.) Communication frome the Commission to the European Parliament, the Council, the European Economic and Social Commitee and the Commitee of Regions. Dostupno na: http://ec.europa.eu/research/innovation-union/pdf/innovation-union-communication_en.pdf#view=fit&pagemode=none (20.08.2019.)
- European Commission (2016.) Europes Next Leaders Start and Scale Initiative. Dostupno na: https://ec.europa.eu/growth/content/europes-next-leaders-start-and-scale-initiative-1_en (25.08.2019.).
- European Commission (2019.a) News. Dostupno na: https://ec.europa.eu/social/main.jsp?langId=en&catId=1044&newsId=1807&furtherNews=yes (25.08.2019.)
- European Commission (2019.b) Innovation Policies. Dostupno na: https://ec.europa.eu/growth/industry/innovation/policy_en (24.08.2019.).
- European Commission (2019.c) EU Programme for Employment and Social Innovation (EaSI). Dostupno na: https://ec.europa.eu/social/main.jsp?langId=en&catId=1081 (24.08.2019.).
- European Commission (2019.d) Horizon 2020. Dostupno na: https://ec.europa.eu/programmes/horizon2020/what-horizon-2020 (25.08.2019.)
- European Commission (2019.e) Social Economy – Enterprises. Dostupno na: https://ec.europa.eu/growth/sectors/social-economy/enterprises_en (25.08.2019.)
- Hitachi (2019.) Organization. Dostupno na: https://www.hitachi.com/rd/about/index.html (25.08.2019.).
- McLeold Grant, H. (2013.) The Five Stages of Social Innovation at Scale. Dostupno na: https://ssir.org/articles/entry/the_five_stages_of_social_innovation_at_scale (22.08.2019.)
- Oberman Peterka, S. (2013.) Vrste poduzetništva i poduzetnika. Dostupno na: http://www.efos.unios.hr/poduzetnistvo/wp-

content/uploads/sites/206/2013/04/Vrste-poduzetnistva_poduzetnika_2013_14.pdf (22.08.2019.). Str. 3.

- Ožanić, M. (2019.) Što su inovacije i zašto nam trebaju. Dostupno na: http://www.sveopoduzetnistvu.com/index.php?main=clanak&id=190 (22.08.2019.)
- Paska, I., Pavić Rogošić, L. (2019.) Društvene inovacije. Dostupno na: http://www.odraz.hr/media/357799/drustvene%20inovacije.pdf (23.08.2019.)
- Sinergija (2019.) Širenje inovacija. Dostupno na: http://www.predmet.sinergija.edu.ba (22.08.2019.)
- Social Innovation Academy (2019.) Popular Social Innovation Definitions. Dostupno na: http://www.socialinnovationacademy.eu/8-popular-social-innovation-definitions/ (23.08.2019.)
- Social Innovation Hitachi (2019.) Water Maldivies. Dostupno na: https://social-innovation.hitachi/en/case_studies/water_maldives/ (24.08.2019.)
- Social Innovator (2019.) Process of Social Innovation. Dostupno na: https://www.socialinnovator.info/process-social-innovation (23.08.2019.).
- Stanić, M. (2018.) Inovacije i inovacijski proces. Dostupno na: http://www.efos.unios.hr/menadzment-novog-proizvoda/wp-content/uploads/sites/232/2013/04/MNO_02_inovacije-i-inovacijski-proces.pdf (23.08.2019.)
- Tkalec, Z. (2011.) Definicija i karakteristike poduzetništva kao ključne kompetencije cjeloživotnog učenja. Dostupno na: https://hrcak.srce.hr/file/192156 (23.08.2019.)
- Young Foundation (2019.) Social Innovation Community. Dostupno na: https://youngfoundation.org/projects/social-innovation-community-sic/ (25.08.2019.)

POPIS SLIKA

Slika 1. Klasifikacija poduzetništva 9
Slika 2. Klasifikacija inovacija 14
Slika 3. Inovacijski sustav 16
Slika 4. Od inovacije do poduzetničkog projekta 17
Slika 5. Vrste društvenih inovacija 22
Slika 6. Proces društvenog inoviranja 26
Slika 7. Politike koje potiču inovativnost na razini Europske unije 35
Slika 8. Program Europske unije za zapošljavanje i društvene inovacije 41
Slika 9. Inicijativa društvenog poslovanja Europske unije 45
Slika 10. Organizacijska struktura – Hitachi 49
Slika 11. Pametni gradovi i Društvo 5.0 55
Slika 12- Ekonomski i društveni učinci Društva 5.0 58

POPIS TABLICA

Tablica 1. Klasifikacija tradicionalnog poduzetništva 10

SAŽETAK

Poimanje poduzetništva u današnjici i suvremenim uvjetima poslovanja uvelike se razlikuje od nekadašnjeg, onog tradicionalnog. Evolucija ekonomske misli i prakse rezultira promoviranjem društvenog poduzetništva, koje predstavlja vodeći generator i pokretačku snagu suvremene ekonomije i globalnog društva. Njegovo osnovno obilježje su društvene inovacije, koje se razmatraju kao njegov pokretač, ali i kao produkt ovoga sustava.

Društvene inovacije i društveno poduzetništvo izravna su podrška održivom razvoju međunarodne ekonomije i globalnog društva. Njihovim se razvojem i jačanjem na međunarodnoj razini ostvaruju brojni pozitivni učinci, a prednost se daje onim društvenim i okolišnim. Posebnu ulogu u tom procesu imaju razne skupine dionika, među kojima se ističu vlade, specijalizirane organizacije, obrazovne i istraživačke institucije i lokalna zajednica te poduzetnici.

Predvodnici ovog međunarodnog procesa i koncepta društvene ekonomije su razvijena, napredna i tehnološki razvijena gospodarstva i društva. Poseban značaj pridaje se Europskoj uniji uslijed iznimno razvijene infrastrukturne, institucionalne i financijske podrške ovom obliku poduzetništva inovacijskog okruženja.

Ključne riječi: društvene inovacije, društveno poduzetništvo, društvena ekonomija, Europska unija.

SUMMARY

The contemporary concept of entrepreneurship is much different from what it used to be. The evolution of economic thought and practice results with the promotion of social enterprise, which is the leading generator and driving force of contemorary economics and global society. Its main feature is social innovation, which is considered to be its driver, but also the product of this system.

Social innovation and social entrepreneurship are directly driven by the sustainable sustainable development of international economies and global society. Through their international relations, they produce numerous positive effects, giving a priority to those social and environmental. Specific meanings in this process have different groups of stakeholders, including the governments, specialized organizations, educational and research institutions, local community and entrepreneurs.

The leaders of this international process and the concept of social economy are developed, succeeded and technologically developed economies and societies. The particular importance is given to Euroean Union, due its highly developed infrastructure, institutional and financial support of this form of entrepreneurial and innovative environment.

Keywords: Social Innovation, Social Entrepreneurship, Social Economy, European Union.