

Dražen Šimleša (ur.)
**SOCIAL ENTREPRENEURSHIP
IN SOUTH EAST EUROPE. Three
Countries Analysis**
Institut društvenih znanosti Ivo Pilar,
Biblioteka Studije, Knjiga 39, Zagreb,
2019., 222 str.

Knjiga *Social Entrepreneurship in South East Europe: Three Countries Analysis* objavljena je 2019. godine na engleskom jeziku u izdanju Biblioteke Studije Instituta društvenih znanosti Ivo Pilar u Zagrebu. U obliku zbornika radova urednik Dražen Šimleša, autor predgovora i koautor jednog od radova, objedinjuje 10 znanstvenih radova, 15 različitih autora, s ciljem proučavanja društvenog poduzetništva u Jugoistočnoj Europi, odnosno Hrvatskoj, Sloveniji i Srbiji. Ova zbirka radova dio je projekta iPRESENT (*Installation Project for REsearch about Social ENTrepreneurs-hip*), financiranog od strane Hrvatske zaklade za znanost. Društvena ekonomija i društveno poduzetništvo brzo su rastući fenomeni u zemljama regije Jugoistočne Europe, a ova bi knjiga trebala poslužiti kao odličan temelj za razumijevanje ranije spomenutih fenomena ističući čitatelju ključne izazove s kojima se ovaj sektor suočava te promjene kroz koje prolazi. Zbornik započinje radom autorice Dolores Kores, naslovljenog *Social Entrepreneurship in Slovenia from the Perspective of a Social Enterprise*, koji problematizira perspektivu razvoja društvenog poduzetništva u kontekstu „Zakona o društvenom poduzetništvu“ koji je u Sloveniji usvojen 2011. godine. Na temelju višegodišnjeg proučavanja literature i zakonskih akata, autorica iznosi pregled prošlog i trenutnog stanja raširenosti društvenog poduzetniš-

tva na području Slovenije. Njegovi počeci na slovenskom teritoriju mogu se uočiti već od 1960-ih godina kada su počele raditi prve radionice za zapošljavanje osoba s invaliditetom, ali tek nakon usvajanja ranije spomenutog zakona trend društvenog poduzetništva u Sloveniji doživljava veliki uspon. No, taj uspon i dalje teče dosta teško jer brojni niti dan danas nisu uspjeli steći status društvenog poduzeća, što je i predstavljeno na primjeru triju organizacija (Zavod Premiki, Zadruga Soglasnik, Gostilna dela d.o.o.) koje po svojim karakteristikama i djelovanju spadaju u društvena poduzeća, ali dugo ili čak nikada nisu stekle takav status, čime se ukazuju na paradokse implementacije Zakona. Autorica ističe da se društvena poduzeća kreću između tri dimenzije: 1. socijalne, što znači da je izričito definiran socijalni cilj kao primarni cilj; 2. poduzetničke, koja ih stavlja na tržište i od njih zahtijeva tržišne aktivnosti; te 3. vladajuće, u kojoj se dobit ne dijeli među dionicima i osiguravaju se demokratski procesi donošenja odluka. No, zadovoljavanje tih dimenzija ne garantira i dobivanje statusa društvenog poduzeća što ostavlja otvoreno pitanje potrebe Zakona o društvenom poduzetništvu. Na kraju rada autorica zaključuje kako u budućnosti temelj zakonskih akata mora ležati u razvoju društvenih poduzeća, ohrabivanju njihovog djelovanja te širenju ideje društvenog poduzetništva. Zatim sijedi rad *Social Entrepreneurship in Croatia: Its Future, the Actors Database, and the Strategy*, koji je urednik zbornika napisao u koautorstvu s Jelenom Puđak i Anitom Bušljeta Tonković. Ovaj rad predstavlja pregled ključnih aspekata društvenog poduzetništva u Hrvatskoj, a posebno se ističu podaci iz baze podataka

o hrvatskim društvenim poduzetnicima iz 2015. godine. Iako su autori imali priliku promatrati razvoj društvene ekonomije, poduzetništva i poduzeća u Hrvatskoj unatrag više od 25 godina, moguće je zaključiti kako su ranije navedeni fenomeni uistinu prepoznati tek nakon posljednje globalne ekonomske krize 2008. godine. Upravo kao odgovor na takve nedostatke današnjeg globalnog ekonomskog sustava pojavljuje se socijalna i solidarna ekonomija, primjer progresivnog i inovativnog ekonomskog modela koji u središtu svog djelovanja ima društvenu misiju. Ključna odrednica društvenih poduzeća je održivost koja se ogleda u njihovom odnosu prema zaposlenicima, društvu i globalnom okruženju. Istraživanje u Hrvatskoj pokazuje relativno mali broj aktera u ovom području hibridnog ekonomskog djelovanja, što nas navodi na zaključak da nedostaje suradnja između javnog, tržišnog i civilnog sektora, te da je razvoj društvene ekonomije i društvenog poduzetništva uglavnom odgovornost i zadatak organizacija civilnog društva. Također, valja napomenuti kako Hrvatska tek započinje s razvojem cjelokupnog sektora te je stoga izrazito važno longitudinalno predstavljanje baze podataka o broju aktera, njihovoj teritorijalnoj raspodjeli, vrsti djelatnosti, broju zaposlenih te prihodima poduzeća. Broj aktera kroz godine neprestano raste, a u posljednjem valu mjerenja bilježi se 112 aktera koji najvećim dijelom pružaju socijalne usluge (većinom usluge za osobe s invaliditetom). Usvajanjem „Strategije o razvoju društvenog poduzetništva u Republici Hrvatskoj“ postavljen je temeljni teorijski i pravni okvir, ali praktična znanja i iskustva do sada ga nisu slijedila, odnosno vrijednost strukture i potpore društvenom

poduzetništvu i dalje nije dovoljno snažan. Na kraju rada autori zaključuju da se sadašnje stanje razvoja društvenog poduzetništva u Hrvatskoj ogleda u pasivnom pristupu ispunjavanja ciljeva Strategije, nedostatku institucionalne infrastrukture i pravnog okvira te nedostatku dugoročne financijske potpore koja bi osigurala stabilnost planiranom razvoju sektora.

U trećem radu zbornika naslovljenom *Social Cooperatives in Croatia: The Emergence and Development of a New Type of Co-operative* Davorica Vidović predstavlja društvene zadruge, novi oblik zadruga u Hrvatskoj. U posljednjih 25 godina ovakav tip zadruga postaje raširen diljem Europe, a svoj put ka institucionalizaciji duguje snažnom jačanju diskursa o društvenim poduzećima i društvenom poduzetništvu. Društvene zadruge na određeni su način revitalizirale ne samo sektor zadruga, već i diskurs o zadrugama i njenim različitim modelima i oblicima. Autorica ističe pet ključnih značajki društvenih zadruga: 1. glavna svrha njihovih aktivnosti je opći interes, odnosno temeljne ljudske potrebe u zajednici; 2. trebale bi imati nedržavni karakter, što znači da bi trebale djelovati neovisno od javnog sektora i njegovih financijskih potpora; 3. struktura članstva trebala bi sadržavati više dionika, odnosno trebala bi osigurati sudjelovanje i osjećaj vlasništva za različite dionike; 4. potrebna je značajna zastupljenost radnika-članova na svim razinama upravljačke strukture; te 5. nikakva ili ograničena raspodjela viška među korisnicima-članovima. Društvene zadruge nastale su uslijed smanjenja socijalne države do koje je došlo kasnih 1970-ih, što je bilo popraćeno porastom strukturne nezaposlenosti i rastom nezadovoljenih potreba stanovništva. U ze-

mljama poput Italije, u kojoj su se prvi puta i pojavile, društvene zadruge postaju značajan partner u sustavu socijalne skrbi pružanjem socijalnih usluga i osiguravanjem rada za osobe u nepovoljnom položaju. Zadruga imaju dugu povijest u Hrvatskoj, a prve su se pojavile u drugoj polovici 19. stoljeća. Prema najrecentnijim podacima, u Hrvatskoj djeluje preko tisuću zadruga od kojih su najbrojnije one poljoprivrednog karaktera. U usporedbi s drugim europskim društvima, društvene zadruga u Hrvatskoj pojavile su puno kasnije te je tek „Zakonom o zadrugama“ iz 2011. omogućeno njihovo osnivanje. U Zakonu se navodi da se društvene zadruga mogu osnivati u dvije široko definirane svrhe: 1. za pružanje pomoći socijalno ugroženima ili osobama s invaliditetom te 2. za radnu i ekonomsku integraciju osoba smanjene sposobnosti i drugih isključenih osoba u nepovoljnom položaju. Hrvatski registar zadruga broji 49 društvenih zadruga čije je primarno područje djelovanja pružanje socijalnih usluga, ali analiza strukture njihovih zaposlenika pokazuje da društvene zadruga još uvijek nemaju značajniju ulogu u zapošljavanju ranjivih skupina. U zaključku, Vidović ističe kako nejasan status i propisi te neadekvatno i nedosljedno zakonodavstvo ozbiljno potkopavaju potencijal društvenih zadruga u njihovom razvitku u važnog aktera u društveno-ekonomskom razvoju i stvaranju novih radnih mjesta u Hrvatskoj.

Autori sljedećeg rada pod nazivom *Reflexive Ethnography in Transition: Social Enterprise in Croatia* su Paul Stubbs i Davorka Vidović, a u ovom je radu predstavljena etnografska studija socijalnog poduzeća u Hrvatskoj. Senzibilitet etnografskog pristupa leži u tome da je posvećen direk-

tnom, održivom i intenzivnom kontaktu sa socijalnim akterima, predstavljajući njihova iskustva što je moguće reprezentativnije, čime je omogućen uvid u društveno poduzeće u kontekstu tranzicijske Hrvatske. Posebnost metodologije ovog rada očituje se u *bending and blending* etnografiji, koju je bilo moguće provesti zbog dugogodišnje uključenosti jednog od autora u rad društvenog poduzeća ACT grupe koja je odabrana kao studija slučaja. Prvi susret s predstavnicima ACT-a dogodio se 2010. godine, a tijekom sljedećih šest godina intenzitet kontakta između istraživača i poduzeća je neprestano rastao. To je stvorilo zalihu znanja stečenog tijekom godina, što je omogućilo sveobuhvatan, kontekstualiziran i dubinski uvid u razvoj ACT Grupe i njezina socijalna, kulturna i simbolična značenja i obilježja. To je bilo presudno za reflektivni etnografski pristup u kojem se priroda društvenog poduzeća otkrila kroz osobno i profesionalno iskustvo te uključenost istraživača u sam proces proučavanja. ACT grupa jedna je od pionira društvenog poduzetništva u Hrvatskoj, čiji se nastanak poklopio s početkom diskursa o društvenom poduzetništvu sredinom prošlog desetljeća. Kroz godine ACT Grupa je porasla u pogledu članstva, zaposlenog osoblja, prihoda i osnovanih subjekata. Kao takvi, uz mnoge pokazatelje uspješnosti, oni su iznimka ne samo u Hrvatskoj, već i u široj regiji jugoistočne Europe. Danas je ACT Grupa konzorcij od osam društvenih poduzeća koji ukupno zapošljava 45 radnika, a preko polovice prihoda ostvaruje se gospodarskim aktivnostima. Dodatno valja istaknuti kako su polovica zaposlenika ACT-a osobe koje dolaze iz ranjivih društvenih skupina, i to uglavnom osobe s invaliditetom.

Vrijednosti koje organizacija i danas promiče jasno su istaknute: osobna odgovornost, otvorenost, participativni pristup, solidarnost, suradnja te transparentnost. Na prikazanom primjeru izvodi se analiza kompleksnosti i hibridnosti društvenog poduzeća čime se naglašava jaz između politika te stvarne situacije na terenu.

Slobodan Cvejić svojim nas radom pod naslovom *The Social Impact of Social Enterprises in Serbia* uvodi u tematiku sektora društvenih poduzeća u trećoj promatranoj zemlji Jugoistočne Europe, Srbiji. Ideja modernog društvenog poduzetništva pojavila se u Srbiji kroz proces kulturnog i političkog pristupanja Europskoj uniji, a kao rezultat nerazumijevanja značenja i značaja društvenog poduzetništva, društvena poduzeća i poduzetnici u Srbiji i dalje se suočavaju s nepotpunim institucionalnim okvirom. Međutim, čak i uz nepovoljan pravni, ekonomski i institucionalni okvir, društveno poduzetništvo u Srbiji postoji. Trenutno se pojavljuje u obliku pojedinačnih inicijativa ili relativno organiziranih podsektora koji rješavaju probleme nezaposlenosti i socijalne isključenosti. Kako bi se prepoznali efekti društvenog poduzetništva u Srbiji, provedena je analiza metodom ankete 2013. godine. U istraživanju su detektirana 1196 društvena poduzeća koja su klasificirana u četiri skupine na temelju njihovog pravnog oblika i zakona koji regulira njihovo osnivanje i poslovanje: 1. udruge građana i zaklade; 2. zadruge; 3. poduzeća za profesionalnu rehabilitaciju i zapošljavanje osoba s invaliditetom; te 4. ostala poduzeća registrirana kao društva s ograničenom odgovornošću (*spin-off* poduzeća, poslovni inkubatori i razvojne agencije). Sektor društvenih poduzeća u Republici

Srbiji za sada je ponajprije usredotočen na najvažnije socijalne ciljeve kao što su zapošljavanje, humanitarna pomoć, lokalni razvoj te tečajevi obrazovanja. Cvejić zaključuje kako nalazi istraživanja pokazuju da su efekti društvenih poduzeća u Srbiji još uvijek prilično slabi, što je i u skladu s njihovim ekonomskim kapacitetima koji su još uvijek na niskim razinama.

Sljedeći rad autorice Dine Rakin pod naslovom *Incentive Policies for Stronger Social Entrepreneurship Sector* usredotočuje se na institucionalni i legislativni okvir društvenog poduzetništva u Srbiji. Društveno poduzetništvo u Srbiji čine organizacije različitih pravnih oblika, misija i ciljeva koje su usmjerene na različite skupine. Ovi oblici poduzeća igraju važnu ulogu posebno u sektoru socijalnih usluga, kao pružatelji usluga i poslodavci marginaliziranim skupinama stanovništva. Sektor društvenog poduzetništva u Srbiji se tijekom posljednjeg desetljeća skromno formirao ponajviše zbog europskih integracija koje su potaknule velik broj inicijativa u sektoru socijalnog vlasništva, prvenstveno povećanom financijskom potporom. Udio društvenih poduzeća u srpskoj ekonomiji je skroman, odnosno ekonomski učinak tih tvrtki je slab u odnosu na ostale sektore u Srbiji. Da bi se ojačao socijalni i ekonomski utjecaj društvenih poduzeća, potrebno je kvalitetnije regulirati i poboljšati okoliš u kojem oni djeluju. Pravni i strateški okvir za sada ne prepoznaje društveno poduzetništvo na adekvatan način, tj. ne postoji jedinstveni zakon koji bi regulirao radni okvir društvenog poduzetništva, kao ni jedinstvena strategija koja bi predviđala aktivnosti i mjere za razvoj sektora u Srbiji. Odsutnost zakonskih propisa, međutim, ne znači da društveno poduzetništvo

ne može djelovati u praksi. Budući da su pravni oblici nefleksibilni i nedovoljno poticajni za društvena poduzeća, najveći broj njih osnovan je u obliku građanskih udruga. Unatoč činjenici da su mnoga društvena poduzeća i inicijative za društvenu ekonomiju priznale da novi zakon nije potreban, Vlada će u budućnosti pokušati usvojiti zakon koji će regulirati društveno poduzetništvo. Autorica na kraju rada ističe da s obzirom na to da je društveno poduzetništvo u Srbiji novi fenomen, ključan je razvoj strateškog dokumenta koji će kvalitetno definirati prioritete, strukturu i ciljeve institucija nadležnih za taj sektor. U radu Danijela Baturine naslovljenog *The Challenges of Measuring the Impact of Social Entrepreneurship in Croatia* fokus se stavlja na izazove mjerenja utjecaja društvenog poduzetništva općenito, ali i u specifičnom kontekstu Hrvatske. Glavni cilj društvenog poduzetništva je stvaranje pozitivnog socijalnog učinka. Ključna razlika između poduzetništva u poslovnom sektoru i društvenog poduzetništva je u tome što ovo drugo daje prioritet društvenim ciljevima blagostanja. „Strategija razvoja društvenog poduzetništva u Republici Hrvatskoj za razdoblje 2015.-2020.“ definira značenje društvenog poduzetništva u Hrvatskoj te prati i vrednuje njegov socijalni, ekonomski i okolišni utjecaj. Stoga se u središtu ovog rada nalazi analiza mjerenja utjecaja koji društveno poduzetništvo ima na cjelokupni ekosustav. Utjecaj se odnosi na ukupnu i dugoročnu razliku koju organizacija stvara kroz svoje programe, intervencije ili usluge, a društveni se utjecaj obično definira u odnosu na četiri ključna elementa: 1. vrijednost koja je izražena kao posljedica djelovanja organizacije; 2. vrijednost koju vide korisnici i svi uklju-

čeni; 3. utjecaj koji uključuje i pozitivne i negativne učinke; te 4. usporedba sa situacijom kakva bi bila bez aktivnosti koje su stvorile određeni utjecaj. Procjena utjecaja postupak je prikupljanja dokaza da organizacija koristi pojedincima, lokalnoj zajednici te društvu u cjelini. Iako mjerenje utjecaja ima mnogo izazova te je još uvijek u fazi razvoja, postoji metodologija mjerenja utjecaja koja se očituje kroz 1. identificiranje ciljeva; 2. identificiranje dionika; 3. postavljanje odgovarajućih mjerenja; 4. konkretno mjerenje i validaciju; te 5. evaluaciju i poboljšanje mjerenja. U kontekstu Hrvatske postoji vrlo malo relevantnih istraživanja o utjecaju trećeg sektora i društvenog poduzetništva. Upravo u provedbi mjerenja utjecaja društvenih organizacija autor vidi način snažnijeg razvoja ove vrste ekonomije u Hrvatskoj kako bi se dodatno pojačao pozitivan imidž koji ona stvara prema općoj populaciji, ali i potencijalnim financijskim donatorima. Sljedeći rad u zborniku je *Corporate Social Responsibility and Social Entrepreneurship: Exploring Models of Inter-organizational Relationships* autorica Tine Lee Odinsky-Zec i Julie Perić u kojem se istražuju međusobne povezanosti i razlike između društvenog poduzetništva i društveno odgovornog poslovanja. Društveno poduzetništvo i društveno odgovorno poslovanje dva su koncepta koja se neprestano mijenjaju i povezuju u prostoru između poslovnih ciljeva i misija socijalnog utjecaja, a u svojoj srži oba imaju kapacitet i potencijal da vode pozitivne društvene promjene. Nadalje, oba koncepta smještene su između neprofitne / socijalne orijentacije i poslovne / profitne orijentacije, ali se društveno poduzetništvo najčešće nalazi unutar neprofitnog sektora te je najvidljivije

kroz socijalnu integraciju marginaliziranih skupina, dok se društveno odgovorno poslovanje najčešće smatra promocijskom alatom iza kojeg ne stoji isključivo društveni utjecaj. Unatoč razlikama između ovih dvaju tipova, autorice predstavljaju modele njihove međusobne povezanosti: 1. V-formacija (lijeva strana formacije predstavlja različite dimenzije društvenog poduzetništva proizašle iz tradicionalnog dobročinstva, a desna predstavlja dimenzije proizašle iz tradicionalnog poslovanja); 2. suradničko stvaranje vrijednosti (kooperativno djelovanje dvaju poslovnih partnera u stvaranju pozitivnih društvenih vrijednosti); 3. korporativno društveno poduzetništvo (stvaranje društvene vrijednosti postaje važan dio poslovanja koji se podržava osnaživanjem pojedinaca da oslobode vlastitu proaktivnost, kreativnost te inovativnost); te 4. inkluzivni poslovni model (suradnja različitih organizacija i dionika s ciljem zajedničkog stvaranja vrijednosti koja je usredotočena na poboljšanje života ljudi, a ne na opće stvaranje profita). Autorice na kraju rada zaključuju kako predloženi modeli predstavljaju organizacije koje su strateški društveno odgovorne, tržišno vođene i samoodržive, a istovremeno stvaraju društvenu vrijednost i poboljšavaju kvalitetu života zajednice u kojoj djeluju.

Filip Majetić, Svilana Pinchuk i Tihana Brkljačić se u radu naslovljenom *Factors of Self-sustainability in Social Entrepreneurship: The Case Study of Friskis&Svettis Stockholm* fokusiraju na samoodrživi aspekt društvenog poduzeća. Samoodrživost je definirana kao sposobnost društvene organizacije da ostvari svoju društvenu misiju oslanjajući se na novac zarađen trgovinom svojih proizvoda na slobodnom tržištu.

Osiguranje samoodrživosti predstavlja temeljnu poslovnu prepreku s kojom se suočavaju organizacije društvene ekonomije. Nadalje, zbog dvostruke prirode društvenih poduzeća (ekonomske i socijalne), takve organizacije moraju pronaći način za uravnoteženje mnogih potencijalno oprečnih ciljeva. Takav kompleksan sustav samoodrživosti autori predstavljaju na studiji slučaja švedskog društvenog poduzeća Friskis&Svettis Stockholm, lanca teretana u Švedskoj. Njihova je društvena misija pružiti ugodan i pristupačan trening visoke kvalitete za sve, a danas ukupno broje preko pola milijuna članova. Od prvog dana osnivanja organizacija je samoodrživa, tj. djeluje bez ikakvog dodatnog toka prihoda osim novca generiranog trgovanjem svojim proizvodima na slobodnom tržištu. Prikupljanje podataka uglavnom se sastojalo od provođenja dubinskih intervjua, a njihovom analizom identificirano je dvadeset čimbenika samoodrživosti koji su grupirani u pet tematskih dimenzija: 1. poslovni model temeljen na neplaćenom radu, a uključuje visoku kvalitetu i laku dostupnost članovima uz pristupačnu cijenu; 2. komercijalna svijest usmjerena na kupca s istaknutom stalnom perspektivom razvoja; 3. prilagodljivost hibridnom okruženju; 4. edukacijski pristup prema vanjskoj okolini korištenjem lako dostupnih društvenih mreža; te 5. kultura organizacije temeljena na transparentnosti, obiteljskom duhu i ekologiji. U pozadini uspješne samoodrživosti ovog društvenog poduzeća stoje naponi menadžmenta koji na inovativan i proaktivan način donose odluke koje organizaciju čine uspješnom. No, menadžerski tim F&S-a kontrolira (ili može kontrolirati) sve ranije istaknute čimbenike, osim jednog, a to je neplaćeni

rad, odnosno sama organizacija uopće ne bi mogla opstati bez volonterskog rada. Ograničenja ovog istraživačkog rada očituju se u nemogućnosti generalizacije rezultata na druge društvene kontekste te mogućoj subjektivnosti istraživača pri razvoju nacrtu istraživanja.

Posljednji rad u zborniku, naslovljen *From the European Cooperative to the Principles of European Cooperative Law (A Short Overview of the Cooperative Law)*, autora Francija Avseca, fokusira se na legislativni okvir zadruga kao najrasprostranjenijem tipu društvenog poduzeća. Danas se zakonski okvir o zadrugama razlikuje od zemlje do zemlje, što odražava jedinstvene okolnosti u kojima su se zadruge razvile. Na globalnoj razini, Međunarodna zadružna alijansa (ICA) najšira je nevladina organizacija zadruga koja je utvrdila međunarodna načela na kojima se temelje zadruge, a koje su definirane kao autonomna udruženja dobrovoljno ujedinjenih osoba koje nastoje ostvariti zajedničke gospodarske, socijalne i kulturne potrebe i težnje kroz zajedničko, demokratski vođeno poduzeće. Temelje se na vrijednostima samopomoći, samoodgovornosti, demokracije, jednakosti, pravednosti, solidarnosti i brige za druge. Nakon uvodnog predstavljanja definicija i temeljnih odrednica zadruga, autor se usredotočuje na komparativni prikaz ključnih elemenata djelovanja zadruga unutar pravnog okvira 17 država članica Europske unije, među kojima su i Hrvatska i Slovenija. U većini predstavljenih zakona ističe se kako zadruge imaju politiku otvorenog članstva, a broj članova je promjenjiv. U različitim državama postoji više razina članstva, ali ono se gotovo u svima sastoji od zaposlenika, volontera, proizvođača dobara, korisnika te privatnih

ili javnih entiteta koji pružaju dodatnu financijsku potporu. Demokratsko upravljanje zadrugama temelji se na zajedničkom procesu donošenja odluka po principu „jedan član – jedan glas“, ali se razina demokracije razlikuje od države do države. Što se tiče financijskih obaveza većina zadružnih propisa dopušta zadrugi da ograniči ili isključi osobnu odgovornost članova. Autor zaključuje kako se trend porasta broja društvenih zadruga na zakonodavnoj razini ogledao u novim propisima o društvenim zadrugama i njihovom mjestu u društvenoj ekonomiji, ali i dalje postoje velike razlike u zakonodavnom okviru država članica EU što sprječava jedinstveno legislativno poimanje zadruga u svrhu boljeg ostvarivanja njihovog potencijala.

Ovaj zbornik radova predstavlja pionirsko djelo na temu društvene ekonomije, poduzeća i poduzetništva u Jugoistočnoj Europi koje nastoji objediniti dosadašnje znanstvene napore o ovoj novoj i brzo rastućoj vrsti pogleda na ekonomsko poslovanje. Objavljivanjem zbornika na engleskom jeziku dodatno se produbljuje njegova znanstvena relevantnost koja nije isključivo ograničena na komparativnu analizu Hrvatske, Slovenije i Srbije, već ju se može smjestiti u širi europski kontekst. Predstavljanjem temeljnih zakonskih okvira koji definiraju poziciju društvene ekonomije u trima promatranim zemljama, autori iznose ključne teorijske postavke koje obilježavaju djelovanje sektora društvenog poduzetništva koji je, u usporedbi s razvijenim europskim državama, još uvijek u svojim povojima. No, valja spomenuti kako ovaj zbornik radova osim relevantnog teorijskog okvira, ima i značajne metodološke i empirijske doprinose. Korištenjem kvantitativnih me-

toda (metoda ankete) dobiva se pregled u trenutno brojčano stanje organizacija društvene ekonomije u trima zemljama, dok nam kvalitativni pristup (etnografija, studija slučaja) omogućuje pogled u stvarna, svakodnevna iskustva organizacije, njihovu održivost na ekonomskom tržištu te društveni utjecaj koji imaju na svoju lokalnu zajednicu. Osvrnuvši se na sve ranije izneseno moguće je zaključiti kako će ovaj zbornik radova u budućnosti poslužiti kao izvrstan edukacijski alat za razumijevanje društvenog tipa ekonomije na prostoru Jugoistočne Europe čime će se dodatno potaknuti razvoj političkog i javnog diskursa o ovom alternativnom tipu gospodarske djelatnosti koji u svojoj srži sadrži opće blagostanje svih pripadnika društva.

Bruno Šimac

Valentina Gulin Zrnić i Nevena Škrbić Alempijević
GRAD KAO SUSRET. Etnografije zagrebačkih trgova
Hrvatsko etnološko društvo, Institut za etnologiju i folkloristiku, Zagreb, 2019., 419 str.

Autorice knjigu opisuju kao „kulturno-antropološku studiju o četiri zagrebačka trga“ (str. 10). Studija je rezultat višegodišnjeg istraživačkog napora poduzetog s ciljem da se na primjeru gradskih trgova analizira grad shvaćen kao *susret* putem okosnica *javnog prostora, izvedbe i afekata* pritom promatrajući trgove dvojako, kao urbani materijalni prostor te kao značenjski i simbolički prostor.

Monografija je nastala u okviru znanstveno-istraživačkog projekta Hrvatske zakla-

de za znanost „Stvaranje grada: prostor, kultura i identitet“ čija je namjera bila istraživanje suvremenoga Zagreba. Istraživani trgovi nalaze se u centru Zagreba te obuhvaćaju istočni perivoj Lenucijeve potkove (Trg Nikole Šubića Zrinskog, Trg Josipa Jurja Strossmayera i Trg kralja Tomislava) nastalu u drugoj polovici 19. stoljeća te Europski trg čije nastajanje datira u 21. stoljeće. Podjela rada istraživačica u kojemu je veći fokus Valentine Gulin Zrnić (Institut za etnologiju i folkloristiku) na Zrinjevac, Strossmayerov i Tomislavov trg te Nevene Škrbić Alempijević (Filozofski fakultet Sveučilišta u Zagrebu) na Europski trg ogleda se i u analitičkoj podjeli poglavlja u knjizi, pri čemu se ona sastoji se od teorijskog uvoda i metodologije, dva opsežna poglavlja u kojima su redom predstavljeni rezultati empirijskog istraživanja tri starija zagrebačka trga i novonastalog Europskog trga te zaključka. Teorijski okvir i ujednačen metodološki pristup osiguravaju konzistentnost i usklađenost te povezuju analize četiri trga predstavljene u dva veća odvojena poglavlja.

Teorijski pristup kojim su se autorice vodile konceptualizira grad kao *proces* te se taj pristup oslanja se na njihove ranije radove. Novina u ovom istraživanju jest promatranje grada koristeći se konceptom *susreta* kako bi se teorijski uključio odnos socijalne interakcije i interakcije čovjeka i okoliša, a što je primijenjeno i u metodološkom pristupu. Grad i *susret* promatraju se kroz okosnice *javnog prostora, izvedbe i afekta* te je odabir objašnjen „suvremenim strujanjem i tendencijama u humanističkim i društvenim znanostima koje naglasak stavljaju na praktičnu, senzornu, doživljajnu i afektivnu sferu kulturnih fe-