

kako socijalna poduzeća nastaju i kako se njima upravlja. Naglašava se uloga upravljanja u evoluciji socijalnog poduzetništva, ali i upravljačkih struktura onih koji ulažu u socijalno poduzetništvo.

Helen Haugh i Andrew Brady u poglavlju sedam pišu o *Community perspectives on social entrepreneurship* u perspektivi sličnosti koje dijele socijalno poduzetništvo i poduzetništvo u zajednici. Sagledava zasebno četiri karakteristike poduzetništva u zajednici u smislu ljudi, mjesta, sudjelovanja i vladavine te kako su se razvile perspektive istraživanja poduzetništva u zajednici te u temama koje su bliske i socijalnom poduzetništvu poput socijalnih mreža, socijalnih inovacija i društvenog utjecaja.

Socijalna poduzeća mogu korektivno mobilizirati resurse vezane za mjesto pri tom stvarajući društvene i ekonomske ishode o čemu piše deseto poglavlje naziva *Social enterprises as rural development actors*, autorica Robyn Eversole i Mary Duniam. Poglavlje istražuje socijalna poduzeća kao aktere ruralnog razvoja i kako se oni odnose s drugim akterima, poput lokalnih vijeća dodajući pri tome lokalni primjer.

Kate V. Lewis i Colette Henry u dvanaestom poglavlju *Gender and social entrepreneurship research: contemporary themes* sagledavaju kako poduzetništvo i rod privlače pozornost praktičara i donositelja politika zadnjih godina i pri tome raspravljaju zašto je rodna perspektiva socijalnog poduzetništva važna. Razmatraju ključne teme u literaturi o rodu i socijalnom poduzetništvu te mapiraju neke nove smjernice istraživanja za buduće znanstvenike koje bi potencijalno mogle dodati vrijednost polju i poboljšati razumijevanje roda i socijalnog poduzetništva.

Osim navedenih poglavlja, knjiga je usmjerena i drugim temama poput socio i ekološkog poduzetništva u cirkularnoj ekonomiji, razvoja uključivih lanaca vrijednosti, socijalnih inovacije, domorodačkog istraživanja teme socijalnog poduzetništva,

perspektive sjeverne Afrike i bliskog istoka, socijalnog poduzetništva u ekonomijama u nastajanju ili specifičnog aspekta mikro kreditiranja.

Vrijednost ove knjige je što pokazuje u različitim područjima načine na koje socijalno poduzetništvo može biti proučavano van uobičajenih pristupa mapiranja, utvrđivanja tipologija ili osnovnih karakteristika. Prema tome, može biti i izvor inspiracije istraživačima u hrvatskom kontekstu zainteresiranima za ovu temu. U traženju svojeg mjesta pod suncem u sferi socijalne države i širih ekonomskih i ekoloških razvoja sektor socijalnog poduzetništva najprije mora biti prepoznat u različitim aspektima, od strane politika, financijskih institucija, obrazovnog sektora do samih zajednica i građana čemu može doprinijeti širenje raspona i dubine njegovog istraživanja koje ilustrira ova knjiga.

Danijel Baturina

Pravni fakultet Sveučilišta u Zagrebu,  
Studijski centar socijalnog rada

doi: 10.3935/rsp.v28i2.1811

## **SOCIAL BUSINESS MODELS IN THE DIGITAL ECONOMY (NEW CONCEPTS AND CONTEMPORARY CHALLENGES)**

**Adam Jabłoński, Marek Jabłoński**

Cham: Palgrave Macmillan, 2020., 228 str.

Knjiga *Social Business Models in the Digital Economy* daje pregled postojećih relevantnih referenci u području digitalne ekonomije i objašnjava trenutne trendove. U smislu ekonomskih poslovnih modela, prvo se određuju metrike ili pravila za stvaranje

novih ekonomskih poslovnih modela koja se temelje na pretpostavkama kružne ekonomije, ekonomije dijeljenja i koncepta Big Data. Knjiga objašnjava važnost vrijednosne ekonomije u oblikovanju modela socijalnog poslovanja u digitalnoj ekonomiji.

Knjiga je realizirana unutar devet ključnih poglavlja (monografski model) i 4 pomoćna poglavlja koja su u funkciji održavanja akademske strukture djela, a napisana je na 228 stranica s 46 crno-bijelih ilustracija.

Adam Jabłonski je izvanredni profesor i voditelj Znanstvenog instituta za menadžment na Sveučilištu WSB u Poznaniu, fakultet u Chorzowu, Poljska. Marek Jabłonski također je izvanredni profesor na istom sveučilištu i voditelj Znanstvenog instituta za poduzetništvo i inovacije. Uz svoju akademsku karijeru, autori su angažirani na rukovodećim pozicijama u području savjetovanja i klusterskih aktivnosti, a zahvaljujući kombinaciji znanosti i empirije, imaju puno širi uvid u područja koja istražuju.

### Značaj knjige

Značaj knjige *Social Business Models in the Digital Economy* ogleda se u ponudi odgovora na pitanja s kojima se suočavaju svi sudionici ekonomskih sustava i tržišta sve do promjena koje su donijeli koncepti kružne ekonomije, ekonomije dijeljenja i koncepti velikih podataka. Odgovori na ova pitanja ne mogu se naći u postojećoj literaturi s područja ekonomije i sociologije ili drugih znanosti jer u njoj trenutno postoji vakuum.

Od posebne je važnosti specifični aspekt proučavanja knjige – socijalni aspekt načina korištenja inovativnih poslovnih modela u digitalnoj ekonomiji, zahvaljujući kojem autori, promatrajući područja digitalizacije i socijalnih pitanja i održivosti, ukazuju na utjecaj novih poslovnih modela na društvo. Knjiga donosi dodatnu vrijednost jer su se autori, osim promatranja (uz sudjelovanje) u istraživanju društvenih pojava kao znan-

stvene metode i drugih njima bliskih znanstvenih metoda zbog akademske karijere, koristili i empirijskim znanjem stečenim zahvaljujući bogatom savjetničkom iskustvu u ekonomiji. Knjiga također pruža primjere dobre prakse na polju stvaranja i prepoznavanja modela socijalnog poslovanja.

### Struktura knjige

Uz pomoćna poglavlja, knjiga od 228 stranica ima i devet glavnih poglavlja koja obrađuju važna područja za razumijevanje socijalnog aspekta novih poslovnih modela u digitalnoj ekonomiji, kao što su:

- *Socijalna pitanja i održivost u suvremenom poslovanju*
- *Utjecaj revolucije digitalne tehnologije na stvaranje novih tržišta i ljudsko ponašanje*
- *Novi ekonomski poslovni modeli u konceptima velikih podataka, ekonomija dijeljenja i kružna ekonomija*
- *Modeli socijalnog poslovanja u digitalnoj ekonomiji – novi pogled na socijalne aspekte novog poduzetništva*
- *Vrijednosna ekonomija i njezin utjecaj na oblikovanje modela socijalnog poslovanja*
- *Stvaranje poslovnih modela održivosti u digitalnom i mrežnom gospodarstvu*
- *Hibridizacija kao novi način izgradnje socijalnih poslovnih modela*
- *Konceptualizacija i operacionalizacija modela socijalnog poslovanja u digitalnoj ekonomiji*
- *Najbolje prakse modela društvenog poslovanja u globalnoj digitalnoj ekonomiji.*

Prvo poglavlje pod nazivom *Socijalna pitanja i održivost u modernom poslovanju* daje pregled postojećih relevantnih referenci u području digitalne ekonomije i pokazuje trenutne trendove. Ovo je poglavlje teorijska osnova za razumijevanje ideje

uloge društva u stvaranju poslovnih modela koji postoje u digitalnoj ekonomiji, odnosno konteksta uvjeta njihova funkcioniranja.

Drugo poglavlje naslovljeno je *Utjecaj revolucije digitalne tehnologije na stvaranje novih tržišta i ponašanje ljudi* govori o utjecaju digitalnih tehnologija na stvaranje novih tržišta i ponašanju ljudi koji imaju vlastiti značaj u određivanju uvjetovanosti razvoja digitalne ekonomije i onoga što ona stvara u modernoj poslovnoj arhitekturi.

Treće poglavlje pod naslovom *Novi ekonomski poslovni modeli u konceptima velikih podataka, ekonomija dijeljenja i kružna ekonomija* bavi se novim ekonomskim poslovnim modelima u kontekstu Big Data, zatim kružnom gospodarstvu i ekonomiji dijeljenja zahvaljujući kojima su mogućnosti konceptualizacije digitalnih poslovnih modela i stvaranja budućih poslovnih rješenja koja bi revolucionirala upotrebu resursa, učenje, komunikaciju i još mnogo toga.

Četvrto poglavlje, pod naslovom *Modeli socijalnog poslovanja u digitalnoj ekonomiji – novi pogled na socijalne aspekte novog poduzetništva* iznosi pretpostavke o modelima socijalnog poslovanja u digitalnoj ekonomiji, odnosno novom poduzetništvu, uzimajući u obzir koncept socijalnih inovacija u poduzetništvu.

Peto poglavlje nosi naslov *Vrijednosna ekonomija i njezin utjecaj na oblikovanje modela socijalnog poslovanja* i ukazuje na ulogu vrijednosne ekonomije kao važnog elementa u razvoju i dizajnu digitalnih poslovnih modela temeljenih na društvenim čimbenicima i ukazuje na njezin utjecaj na oblikovanje modela socijalnog poslovanja.

Šesto poglavlje pod naslovom *Stvaranje održivosti poslovnog modela u digitalnom i mrežnom gospodarstvu* bavi se važnim pitanjima stvaranja održivih radnih mjesta na ve modelima u digitalnom i mrežnom gospodarstvu zbog njihovog utjecaja na brojna područja i eklekticizma u smislu provedbe u brojnim znanstvenim disciplinama.

Sedmo poglavlje, pod naslovom *Hibridizacija kao novi način izgradnje socijalnih poslovnih modela*, ukazuje na sinergijski učinak gospodarstva i javne uprave kako bi se postigli rezultati koji poboljšavaju kvalitetu javnih usluga uz pomoć tvrtki kojima se učinkovito upravlja.

Osmo poglavlje, pod naslovom *Konceptualizacija i operacionalizacija modela socijalnog poslovanja u digitalnoj ekonomiji*, predstavlja model koji uključuje socijalne čimbenike i aktivnosti, dok deveto poglavlje (*Najbolje prakse modela društvenog poslovanja u globalnoj digitalnoj ekonomiji*) predstavlja najbolje prakse modela društvenog poslovanja u području digitalne ekonomije koja pokazuje dva ključna stupa aktivnosti digitalne ekonomije (njezin ekonomski i socijalni stup). Knjiga je namijenjena znanstvenim istraživačima, studentima, menadžerima i svima koji su uključeni u društvene i ekonomske discipline, kao i onima koji upravljaju organizacijama u trenutnom kontekstu, s ciljem pružanja znanstvene i stručne osnove za razumijevanje promjena koje donosi digitalna ekonomija, ekonomija dijeljenja, kružna ekonomija i mrežna ekonomija kao i koncept velikih podataka u dijelu dizajniranja novih poslovnih modela. Dok se ne stvori potreban znanstveni i knjižnični fond, knjiga ima svoj pionirski značaj u tumačenju društvenog konteksta novih ekonomija i novog poduzetništva te na njima utemeljenih društvenih i ekonomskih pojava.

### Najznačajnija razmatranja

Upravljanje tvrtkama unutar digitalne ekonomije na načelima strateškog upravljanja promijenilo je pojam učinkovitih poslovnih modela s jedne strane, dok s druge strane, značajan utjecaj na upravljanje poduzećima i građevinskim poslovnim modelima utjecaj imaju novi poslovni trendovi u mrežnoj zajednici. Ta dva aspekta značajno utječu na sve sudionike na tržištu

i na strani ponude i na strani potražnje, gdje postoji nova stvarnost između fizičkog i digitalnog svijeta.

Autor vjeruju da su mnogi socijalni aspekti utjecali na konceptualizaciju i operacionalizaciju modela socijalnog poslovanja i da predstavljaju novu konfiguraciju stanja poslovne stvarnosti koja stvara strateške tečajeve za postizanje visoke razine učinkovitosti u digitalnoj ekonomiji. Slično autorima ove knjige, Schwab također smatra da je preduvjet promjene poslovnih modela razvoj informacijskih tehnologija, pogotovo inovacije koju je donijela digitalna revolucija, tiče se fuzija tehnologija i njezinih potencijala u osiguranju promjena u poslovanju i društvenim sferama<sup>4</sup>.

Manea Tonis i Bucea-Manea-Tonis sličnog su stava u pogledu novih poslovnih modela. Smatraju da tvrtke, posebno mala i srednja poduzeća, trebaju inovirati u mreži poslovnog ekosustava. Moraju imati otvorenu i tarifnu komunikaciju koju vladina institucija može olakšati i vrlo jasnu politiku u vezi s intelektualnim vlasništvom. Prikazuju model koji prati cjelokupni životni ciklus proizvoda/ usluge (svijest i osposobljavanje, analiza, dizajn proizvoda, komunikacija/ certifikacija) i opskrbi lanac. Prema njihovom modelu, velike tvrtke i državne institucije mogu ulagati u otvorenu inovacijsku platformu i licence. Sve tvrtke koje imaju novu ideju o proizvodu/ usluzi mogu postati članice ekosustava<sup>5</sup>. Također, Gassman i sur. smatraju da se najveći potencijal za inovacijama nalazi, ne u proizvodima ili procesima, već u inovativnim poslovnim modelima<sup>6</sup>.

Autori prate prijelaz u poslovanju s načela ekonomske vrijednosti na ekonomiju vrijednosti, a posebnu važnost pridaju digitalnoj transformaciji koja je, kako ističu, stvorila »novi digitalni ekosustav« i ima značajan utjecaj na poslovne modele. Autori ističu socijalnu poslovnu perspektivu koja pokazuje povezanost s funkcioniranjem mrežnih učinaka u digitalnom okolišu. Nalaze da je digitalni ekosustav mjera tržišnog uspjeha (i kratkoročno i dugoročno) te da su nova očekivanja dionika odgovorno i transparentno poslovanje jer se promjene koje se događaju u sferi poslovanja često manifestiraju kroz »mentalne promjene, promjene u socijalnim stavovima i u menadžerskim intencijama«, što utječe na cjelokupno gospodarstvo koje postaje »socijalno tržišno gospodarstvo«, a ne »tvrd kapitalističko« kao što je bilo u prošlosti.

Promjene koje donosi »nova ekonomija« dovode do određenih problema koje ekonomisti dijelom rješavaju kroz koncept socijalnog poduzetništva, mijenjajući ulogu organizacija i njezino shvaćanje kao zajednice znanja i kompetencija, dok se maksimiziranje dobiti kao poslovni cilj zamjenjuje razumnom dobiti i jača dijalog između poduzeća i potrošača. Chase je, razmatrajući koncept razumne dobiti i obrazlažući ga, istaknuo njegovu povezanost s pitanjem razumnosti cijena koje se grade na temelju stvarnih troškova proizvodnje i pravične dobiti, a te se cijene ne mogu fiksirati dok se ne otkriju troškovi i ne utvrdi pravična dobit<sup>7</sup>. Pojmovi kompetencija i karakter zaposlenika su važni kao i briga za njihov prosperitet koja se može postići kroz društveno-organizacijske

<sup>4</sup> Schwab, K. (2016). »The Fourth Industrial Revolution: What It Means, How to Respond«, World Economic Forum, January 14, 2016 available at: <https://www.weforum.org/agenda/2016/01/the-fourth-industrial-revolution-what-it-means-and-how-to-respond/> (10.01.2021.)

<sup>5</sup> Manea Tonis, R., Bucea-Manea-Tonis, R. (2019). SMEs innovation in a network environment, case study in Romania. International Journal of Management and Production. Vol 10, No 3 (2019) DOI: [dx.doi.org/10.14807/ijmp.v10i3.878](https://doi.org/10.14807/ijmp.v10i3.878)

<sup>6</sup> Gassmann, O., Frankenberger, K., & Csik, M. (2014). The Business Model Navigator: 55 Models That Will Revolutionize Your Business. Financial Times Publishing International.

<sup>7</sup> Chase, St. (1920). What is a reasonable profit? Journal of Accountancy. New York Vol. 29, Iss. 000006, (Jun 1920): 416.

varijable<sup>8</sup>. Socijalna dimenzija poslovanja konstruktivna je veza između organizacije i zadovoljavanja potreba potrošača, istovremeno napuštajući fragmentarni pristup poslovanju i razvijajući holistički stvaranjem »novih ekonomija« ili dimenzija globalne ekonomije, kružna ekonomija prvenstveno ima svoj specifični poslovni model. I drugi autori imaju sličan stav u vezi s utjecajem kružne ekonomije na gospodarstvo i društvo. Lacy otkriva da je kružna ekonomija rješenje koje mijenja način na koji gospodarstvo proizvodi i gospodarstvo i društvo troše<sup>9</sup>. Kružna ekonomija vidi se kao model za obnavljanje ekosustava, a preduvjet za to su inovacije i promjena navika društva i gospodarstva u cjelini<sup>10</sup>.

Autori predlažu hibridne modele poslovanja koji se temelje na kombiniranoj provedbi koncepta velikih podataka i ekonomije dijeljenja. Povezivanje oba koncepta na razini poslovnih modela daje priliku za stvaranje pionirskih rješenja. Tehnološki i poslovni aspekti mogu stvoriti mogućnosti za promjenu od postojećeg pristupa koji se temelji na klasičnom lancu vrijednosti do mrežnog pristupa.

Autori smatraju da bi odabrani poslovni model trebao biti skalabilan, a socijalni kriterij elastičan; odnosno s jedne strane sposoban reagirati na poremećaje i otporan je na njih, a s druge strane sposoban je za razvoj. Knjiga naglašava važnost ovih komponenata, ističući da dobro strateško upravljanje može jamčiti dobar povrat ekonomskog i socijalnog kapitala, što rezultira razumijevanjem vitalne uloge poduzeća u razvoju različitih zajednica i ukazuje na potrebu daljnjeg iskorištavanja utjecaja poduzeća u društvu.

## Zaključne napomene

Knjiga *Social Business Models in the Digital Economy* donosi multidisciplinarni pristup razmatranju poslovnih modela u digitalnoj ekonomiji. Kroz socijalni i ekonomski aspekt prvenstveno razmatra prijelaz s načela ekonomske vrijednosti na ekonomiju vrijednosti, s maksimiziranja dobiti na razumnu dobit, s linearnog modela na kružni poslovni model, smještajući potrošače i tvrtke u prostor između fizičkog i digitalnog. Knjiga predstavlja moderno poduzeće koje prepoznaje društvene interese ne samo kroz koncept društvene odgovornosti već i kroz koncepte novih ekonomija, među kojima su kružna ekonomija, ekonomija dijeljenja, mrežna ekonomija i važnost digitalizacije i koncept velikih podataka. Knjiga također otkriva nove mehanizme u odgovornosti organizacijskim dionicima.

Predmet njezinog istraživanja i njezina važnost preporučuju je kao obavezno obrazovno sredstvo na sveučilištima i učilištima ekonomskog smjera, ali i kao obaveznu literaturu za poslovne menadžere kako bi bolje razumjeli svoju novu ulogu i paradigme nove ekonomije.

Milena Ilić

Fakultet savremenih umetnosti i  
Visoka škola strukovnih studija za  
informacione tehnologije ITS  
Beograd, Srbija

<sup>8</sup> Končar, J., Marić, R., Vučenović, S., Vukmirović, G. (2020). Employee Welfare in the Western Balkans Retail Sector: How to Improve It through Socio-organizational Variables. *Revija za socijalnu politiku*, 27 (2).

<sup>9</sup> Lacy, P., Long J., Spinder, W. (2020). *The Circular Economy Handbook, realizing the circular Advantage*. Palgrave Macmillan.

<sup>10</sup> Franco-García M.L., Carpio-Aguilar, J.C., Bressers, H. (2019). *Zero Waste Circular Economy Boost, Waste to Resources*. Springer.