

D.T5.2.1 Пројекат InnoSchool

Основе социјалног предузетништва за професоре

Садржај

Увод	3
Социјалне иновације	4
О социјалним иновацијама уопште	4
Веза између конкурентности и социјалне иновације	6
Социјална предузећа.....	7
Дефиниција социјалног предузећа	7
Социјална предузећа у свијету	10
Сједињене Америчке Државе	10
Западна Европа	11
Средња и Источна Европа.....	14

Увод

Циљ пројекта InnoSchool је јачање социјалних иновација и социјалног предузетништва међу ученицима средњих школа помоћу иновативног система учења (ИЛС-а).

Главни елемент иновативног система учења је едукативни програм која има за циљ да пружи одговарајуће знање о социјалним иновацијама и омогући развој предузетничких вјештина кроз примјере социјалног предузетништва. Циљна група су ученици узраста 15-17 година, који се на путу одрастања налазе у фази када су без предрасуда, пријемчиви и свјесни друштвених проблема у својој околини. Они су већ у стању да примају информације и стичу знања, имају своје мишљење и идеје и могу да предлажу рјешења. Едукативни програм је осмишљен тако да допре до ових младих људи у средини која им је позната, у којој се осећају пријатно и која им је привлачна, тј. у онлајн простору.

Наравно, у овој авантури младим људима биће потребан ментор да им помогне у учењу и савладавању препрека, да их усмјери када буде потребно – ментор који има основно знање о овој материји. Тај ментор није нико други него професор. Јасно, уз неке изузетке, професори не морају да имају широко знање о социјалним иновацијама или социјалном предузетништву. Нити се од њих може очекивати да га имају јер, иако данас социјалне иновације и социјално предузетништво нису таква ријеткост у Дунавском региону, ипак се о њима мало зна.

У овом водичу за професоре желимо да помогнемо професорима да стекну основно знање о овој области да би са самопоуздањем могли да преузму улогу ментора и ученицима помогну у учењу.

Социјалне иновације

О социјалним иновацијама уопште

Социјална иновација је плод сложених активности чији је циљ налажење иновативног решења неког друштвеног проблема. То може бити једнократна или дугорочнија, одржива интервенција, може бити иницијатива, процес, технологија, производ, покрет или принцип.

Да би се нека иницијатива или исход назвали социјалном иновацијом, важно је да буду нови. Ово не мора да значи да то мора бити нека потпуно нова идеја, али мора бити нова у датом контексту, за кориснике или заинтересоване стране. Други важан критеријум за дефинисање социјалне иновације је да њен развој мора бити ефикаснији и ефективнији од постојећих алтернатива.

Не постоји јединствена усаглашена дефиниција социјалне иновације. Овај концепт у литератури први помиње Дракер, који је наглашавао важност социјалних иновација још осамдесетих година 20. вјека. Он је тврдио да се дотадашња традиционална америчка економија све више помјера ка принципу рада тзв. предузетничке економије и да је развој предузетничке економије првенствено резултат социјалних иновација. Такође је тврдио да су иновације неопходне у свим областима живота. Његова теорија да иновација не треба да се ограничити на технику или привреду већ треба да буде друштвена категорија, ослањала се на концепт социјалне иновације.

Концепт и дефиниција социјалне иновације предмет су многих дебата у литератури и ми се њима нећемо детаљно бавити у овом документу. Генерално, сматра се да је иновација спровођење модернизације на микро-нивоу, процес који води до реализације новог типа социјалне иновације.

Од 1980-их, нове области иновација додате су техничким иновацијама (технолошке, економске иновације). Поред иновација у инжењерингу, науци и економији, појавиле су се иновације као оруђе којим друштво доприноси добробити заједнице и рјешава актуелне проблема. Добробит се повезује са осјећајем сигурности, самопоуздања и потребом за повезивањем, уз захтјеве у погледу прихода и задовољавања егзистенцијалних потреба који одређују добробит.

До изражаја долазе периферне области и њихова потреба да сустигну иновације. У том процесу сустизања на важности су добиле иновативне идеје и активности у вези са социјалним иновацијама на локалном нивоу, на нивоу заједнице. Социјална иновација,

у комбинацији са техничком, може да одговори на локалне изазове на нивоу заједнице, пронађе рјешења за свакодневне проблеме и тако побољша добробит заједнице. Иновације које произађу из ширења иновативних области могу се окарактерисати као комплементарни процеси. Социјалне и техничке иновације су у блиској интеракцији.

Социјалне иновације могу имати различите територијалне нивое, као што су:

- микро (организациони) ниво
- средњи (општински, регионални) ниво
- макро (национални) ниво
- глобални ниво

Као што је Европска комисија навела у документу *Примјена знања у пракси: широко заснована стратегија иновација за Европску унију (2006)*, наша будућност зависи од иновација. У овом документу иновације се посматрају првенствено у економском смислу, али се упућује и на њихов шири концепт, на процесе који омогућавају стварање социјалних иновација. Између осталог, Комисија наглашава своје увјерење да је најважније поприште за стимулисање иновација најчешће регионални ниво. Преглед литературе јасно указује на то да постоји јака веза између територије и потенцијала за иновације. То подразумева и просторне корелације, просторне варијације у ресурсима и да је „окружење ендогена варијабла у иновацијама”. Циљ кохезионе политике Европске уније је смањење разлика међу регионима, а социјалне иновације су једно од оруђа и модела да се тај циљ оствари. У речнику ЕУ, значење иновације такође се променило од економске и конкурентске до иновације која се фокусира на процесе у друштву и која води ка обнови друштва. Социјална иновација игра важну улогу у сузбијању регионалних разлика и стварању прилика за сустизање.

Социјалне иновације као ново оруђе за суочавање са свакодневним изазовима највидљивије су на нивоу градова. Анализа на регионалном нивоу показале иновативна општинска рјешења у виду нових облика сарадње, стварања одрживе, флексибилне и отворене градске управе. Капацитетима градова када је реч о социјалним иновацијама такође се бави студија „Социјалне иновације у градовима”, спроведена у оквиру програма УРБАКТ. Студија заступа становиште да је главни изазов за градове унапређење сарадње (између организација, институција, грађана, других заинтересованих страна) коришћењем локалних добара и да социјалне иновације обезбјеђују оруђе и модел да се то постигне. У том случају, иновација значи да локалну самоуправу не треба посматрати као изоловани процес, одвојен од грађана, већ као шансу за сарадњу. Потребан је нови модел управљања, модел који је холистички и у коме је грађани имају већу улогу у друштву.

Локални грађански покрети и пројекти грађана су иновативна решења за задовољавање потреба заједнице, а друштвено ангажовање се јавља као ново, иновативно оруђе у животу градова. Спровођење ових рјешења је резултат социјалних иновација, које, у виду сарадње, могу донијети и системске промјене у локалној самоуправи. Нови модел тако омогућава креирање иновативних решења, третирајући становнике града као равноправне партнере, који својим учешћем смањују и трошкове пројеката.

Веза између конкурентности и социјалне иновације

Осамдесетих година 20. вјека, фокус анализе иновација и конкурентности био је на нивоу предузећа: иновације су се углавном јављале на том нивоу и генерално се вјеровало да конкурентност предузећа предвиђа развој конкурентности земље. Конкурентност је широк концепт који је тешко дефинисати и односи се на склоност и вољу за такмичењем. Мјери се стопом успијешности, тржишним учешћем и растом профитабилности, који се мјере на специфичан начин.

Основне компоненте конкурентности су продуктивност и запосленост. Главни циљ повећања конкурентности је подизање животног стандарда, што је функција високог нивоа запослености и продуктивности. Конкурентност је уско повезана са иновацијама, при чему иновације играју кључну улогу у повећању конкурентности. Такозване централне области су богате економским и научним иновацијама, док периферија заостаје. У овим заосталим, мање развијеним областима, потребна су нова, правремена рјешења за мање заједнице (општине, регионе) за које социјална иновација обезбјеђује оруђе и модел имплементације.

Да би дефинисала регионалну конкурентност за период 1980-2001. године, Европска унија одредила је вриједности за 13 показатеља. У истраживањима је закључено да је продуктивност, тј. конкурентност једног региона, уско повезана са развојем економије знања и њеним основним условима. Иновације играју кључну улогу у конкурентности региона, па тако и промовисање социјалних иновација уз учешће локалних заједница постаје кључно питање.

Шта социјалну иновацију чини социјалном? Безбројне иновације помажу нам да удобније живимо, ефикасније радимо, лакше рјешавамо проблеме. Рачунар, телефон, разна превозна средства, иновације које снажно утичу на наше друштво, на наш живот, пружају нова, креативна рјешења за наше проблеме. А ипак их не бисмо назвали социјалним иновацијама. „Ауто нам даје осећај слободе и независности и истовремено

повезује људе који би се иначе ријетко виђали. Љекови спасавају животе. Дезодоранс ће вјероватно ојачати друштвене везе. И тако од ових производа немају користи само појединци него и друштво у цјелини. Али то не значи да су ово социјалне иновације”, наглашавају Џејмс А. Филис и Крис Дајглмејер у *Стандфордском прегледу социјалних иновација*. Само се за социјалне иновације може рећи да у себи садрже добробит заједнице и економије за друштво у цјелини, не за појединце, компаније и инвеститоре.

Многи проблеми у друштву не могу се ријешити једнократном технолошком или пословном иновацијом, а често не ни централизованим, државним средствима. Шта више, могуће је да рјешавање неких проблема држава и не сматра приоритетним. А чим рјешење почне да се примењује, његову ефектност често омета чињеница да, упркос најбољим намјерама, сама циљна група постаје пасивна и резигнирана, и не може да изађе из ситуације на дужи рок јер не учи како да се заузме за себе. Зато су потребни иноватори који развијају, промовишу и спроводе иновативна рјешења која на креативан начин одговарају на друштвене потребе и проблеме и стога су бољи, ефектнији или дугорочно одрживији од претходних рјешења. Социјална предузећа могу се сматрати таквим иноваторима.

Социјална предузећа

Дефиниција социјалног предузећа

Не постоји једна дефиниција социјалног предузетништва, постоје разне дефиниције и школе мишљења. Приступи се могу груписати у два главна америчка тренда – тржишна добит и социјалне иновације – и један европски – ЕМЕС. Опис међународних трендова може помоћи да се боље схвате процеси који се одигравају у свакој земљи. Важно је нагласити, међутим, да на различита схватања социјалног предузетништва утичу друштвени, економски, политички и културолошки контекст и позадина, па усвајање одређених америчких или западноевропских дефиниција без узимања у обзир локалних услова неће само по себи довести до политика које ће делотворније подржавати социјално предузетништво.

Школа мишљења која се заснива на тржишној добити сматра да је главна карактеристика социјалног предузећа стварање добити на тржишту. У овој школи разликују се две струје: ужа се односи искључиво на непрофитне организације, а шира обухвата све социјално-пословне иницијативе:

- Комерцијално непрофитна струја: ужи приступ који се у почетку фокусирао искључиво на стратегије непрофитних организација које започињу пословање и стварају добит на тржишту, а затим се проширио и обухватио шири скуп пословних метода.
- Пословни тренд заснован на друштвеној сврси односно на мисији. Струја која се заснива на друштвеној сврси јавила се деведесетих година прошлог вјека и представља шири приступ који не ограничава социјално предузетништво на економске активности непрофитних организација већ обухвата све активности које имају друштвену сврху и које може спроводити организација било ког облика, укључујући непрофитне организације. Неки аутори чак обухватају активности које се односе на друштвену одговорност компанија које раде за профит.

Друга америчка школа се не фокусира на приходе предузећа, већ на профил и понашање социјалних предузетника, што је у основи представља њихову вољу да нешто предузму да рјеше неки друштвени проблем на иновативан начин. „Овде је социјални предузетник агент промјене који доноси нешто ново у некој области: нову услугу, нови метод, нове факторе производње, нове организационе облике, ново тржиште или модификовану регулативу. Главни концепт је иновација, а социјални предузетници, као појединци, славе се као хероји модерног доба.”

Поред иновације, од посебне је важности утицај на нивоу друштва као резултат социјалног предузетништва. Ова струја се превасходно повезује са Билом Дрејтоном и међународном организацијом за подршку социјалним предузетницима, Ашока, коју је основао 1980. године, која се фокусира на профил појединаца који могу да иновирају, и у чијој је сржи друштвена иновација, а не стварање тржишне добити.

ЕМЕС је најистакнутија струја европског дискурса. ЕМЕС дефинише социјално предузеће на следећи начин: социјална предузећа су приватне непрофитне организације које пружају производе и услуге искључиво за добробит заједнице и самим тим имају социјалну сврху. Заснивају се на колективној динамици која укључује велики број учесника у тијелима која доносе одлуке, стављају јак акценат на аутономију и њихове активности су подложне економском ризику. Социјална предузећа су прије свега, али не искључиво, повезана са трећим сектором, непрофитним сектором и друштвеном економијом. Она се могу посматрати као подскуп сектора, али и као процес који утиче на сектор у цјелини, неку врсту новог (социјалног) предузетништва. Истовремено, концепт социјалног предузећа се не повезује са неком правном формом, али може попримити форму удружења, задруге, фондације, профитног предузећа или друге правне форме која је посебно осмишљена за

социјална предузећа. Према овој струји, социјална предузећа се разликују од традиционалних непрофитних организација по значајном удијелу тржишних прихода, док се од традиционалних профитних предузећа разликују по томе што имају друштвену сврху. Тако се социјална предузећа налазе на раскрсници тржишта, грађанског друштва и јавног сектора, а по правној форми су углавном друштвено-економске организације.

Да би добила кохерентну истраживачку методологију, истраживачка мрежа ЕМЕС-а развила је групу критеријума која се састоји од три елемента који се односе на три економске, три друштвене и три управљачке димензије, чиме је омогућено поређење различитих социјалних предузећа. Основна карактеристика ЕМЕС-овог приступа, који је другачији од приступа других школа, јесте у томе што наглашава потребу за специфичним демократским управљањем, као што је демократска контрола, учешћем заинтересованих страна у одлучивању, аутономијом и забраном дјељења добити. Према ЕМЕС-у, ови показатељи нису прескриптивни критеријуми него идеалне карактеристике, они указују на апстрактни концепт који омогућава истраживачима да повежу стварна социјална предузећа једно са другим и да дефинишу границе.

Поред критеријума развијених за Западну Европу, ЕМЕС-ова истраживачка мрежа поједноставила је приступ у заједничком истраживању са УНДП-ом, у коме је испитивала ситуацију у социјалном предузетништву у Средњој и Источној Европи. Користећи овај поједностављени приступ, било је могуће анализирати организације трећег сектора у земљама Централне и Источне Европе које се баве друштвено-економским активностима, укључујући стартап иницијативе које би касније могле да се развију у социјална предузећа.

Европска комисија комбиновала је ова два приступа и 2011. године дала своју дефиницију у Иницијативи социјалног бизниса, чији је циљ стварање повољног регулаторног окружења за социјална предузећа која играју кључну улогу у друштвеној економији и иновацијама. Под социјалним предузећем Комисија подразумева предузеће:

- у којем је јавна, социјална или друштвена сврха основа комерцијалног пословања, често са високим нивоом друштвене иновације;
- чија се добит поново улаже у остварење његовог социјалног циља;
- чија је организациона структура или власништво у складу с његовом мисијом, заснована на демократским односно учесничким принципима или циљу социјалне правде.

Према дефиницији Комисије, „социјално предузеће као актер друштвене економије (ЕМЕС) је предузеће чија је примарна сврха остварење друштвеног утицаја, а не корист за његове власнике или акционаре (све три школе). Његова тржишна дјелатност обухвата иновативну производњу робе или услуга (школа социјалне иновације) помоћу предузетничких средстава (школа тржишне добити) и коришћење вишка добити преваходно у социјалне сврхе (све три школе). Њиме се управља одговорно и транспарентно, нарочито укључивањем запослених, купаца и заинтересованих страна у економске активности (ЕМЕС)“.

Важно је напоменути да се у области социјалног предузетништва могу идентификовати сљедећа три основна концепта: социјално предузетништво као активност/процес, социјални предузетник као особа и социјално предузеће као организација. Да би се ова три концепта јасно разликовала, Дефорни и Нисен предлажу сљедећу дефиницију: социјално предузетништво је активност/процес у коме социјални предузетник ствара своје социјално предузеће.

Социјална предузећа у свијету

Непрофитни сектор, односно друштвена економија, последњих неколико деценија постали су важнији широм света, углавном као одговор на кризу система социјалне заштите и као нова стратегија за борбу против друштвеног и економског искључивања.

У наставку дајемо главне карактеристике социјалног предузетништва у Сједињеним Државама и Европи.

Сједињене Америчке Државе

У САД, добровољне организације ангажују се у активностима које доносе добит још од оснивања земље. Ту је одсуство јаке социјалне државе значило постојање јаке традиције локалног грађења и развијања заједнице, па су непрофитне и добровољне организације постале нови облик организовања активности које су се односиле на социјалну помоћ. Шездесетих година прошлог вјека јавне социјалне програме у области образовања, здравства, развоја заједнице и сиромаштва увелико су пружале старе и новоосноване организације у овим областима. Пад економије седамдесетих

година 20. вјека и нови друштвено-економски изазови такође су утицали на потрошњу у области социјалне помоћи, јер је дошло до значајног смањења јавних средстава.

Непрофитне организације прилагодиле су се новим околностима тако што се од осамдесетих година ослањају на државу, локалну управу и приватне умјесто федералних ресурса. У то вријеме је организацијама постало јасно да држава није поуздан извор дугорочне одрживости и да традиционални извори филантропије и волонтеризма не могу да расту довољно брзо да попуне празнине у финансирању организација са већ проширеним обимом активности, па су непрофитне организације почеле да развијају тржишне активности.

Посљедњих година, социјално предузетништво је у Сједињеним Државама у успону, а непрофитне комерцијалне активности имају и највећи извор прихода и значајан раст у претходних 20 година (1982-2002). Међутим, ово може да варира у зависности од подсектора. Немамо репрезентативна истраживања која дају најновије статистичке податке. Последње истраживање које мапира сектор социјалних предузећа у САД је Велики попис социјалних предузећа (<http://socialenterprisecensus.org/>), чији су главни налази да су социјална предузећа у САД мала и у погледу прихода и у погледу броја запослених. Послују и као непрофитна и као профитна предузећа, подједнако распоређена широм земље. Њих шездесет одсто основано је послје 2006, а 29 одсто послје 2011. године. Двадесет одсто се фокусира на развој привреде, 16 одсто на развој радне снаге, 12 одсто на енергетику и животну средину, а 11 одсто на образовање. Њих преко 90 одсто послује у земљи, а мање од 10 одсто шири своју дјелатност на друге земље. Предузећа обухваћена истраживањем представљају преко 300 милиона долара прихода и запошљавају 14.000 људи у 28 држава. Процјењује се да цио сектор запошљава 10 милиона људи и остварује приход од 500 милијарди долара, тј. око 3,5% укупног БДП-а Сједињених Америчких Држава.

Западна Европа

У почетку (до краја 18. вјека), друштвено-економске организације – удружења, фондације, задруге и друштва за узајамно осигурање – играла су улогу у социјалној заштити, здравству, образовању и становању. У раном развоју постојале су фундаменталне разлике од једне до друге земље. У Уједињеном Краљевству 19. вјек карактерише друштвени принцип добротворности и добровољне и добротворне организације организоване на овој основи, док је у Француској, иако су ове врсте

организација постојале, утицајан постаје концепт солидарности и организације друштвене и економске солидарности. Током година, постепено су увођени правни оквири за ове активности и законодавство је ограничавало активности организација. Од 19. вјека наовамо, појашњење законодавног оквира допринијело је јављању разних подсектора: фондација, удружења, задруга, друштава за узајамно осигурање. Фондације, добротворне организације и трустови били су најраширенији у англосаксонским земљама, док су задруге и друштва за узајамно осигурање били најраспрострањенији у неким земљама континенталне Европе, као што је Француска. На развој сваке врсте организације утицао је начин на који је систем социјалне заштите касније еволуирао у свакој земљи: или је већина невладиних организација интегрисана у јавни сектор, или су правно и формално остале невладине организације, али су изгубиле своју аутономију када су постале дио система социјалне заштите. Такође је било организација које нису биле дио система социјалне заштите, није им било дозвољено да се баве пословањем и производњом и могле су само да врше функције посредовања. Појава социјалних држава ојачала је улогу јавног и тржишног сектора, мада су педесетих и шездесетих година 20. вјека непрофитне организације ипак биле активне у одређеним секторима, као што су становање и сиромаштво.

Економска криза седамдесетих и раних осамдесетих година 20. вјека навела је европске земље да усвоје активније приступе од оних које су имали традиционални актери политика. Према Организацији за економску сарадњу и развој (ОЕЦД) (2003, 38), већина европских земаља у почетку је одговорила на финансијску кризу реформом субвенција за запошљавање и реструктурирање, чиме је успорен или ометан раст јавних социјалних услуга, али су традиционалне макроекономске политике и политике запошљавања постале мање ефикасне у рјешавању проблема незапослености и све веће потражње за социјалним услугама. Овај процес се такође поклопио са падом неформалних социјалних услуга за породице, углавном због све већег учешћа жена на тржишту рада и смањења величине породице. После кризе, нова социјална предузећа, углавном у трећем сектору, почела су да одговарају на повећане потребе, нпр. у погледу стамбених проблема, услуга бриге о деци, услуга за старије, иницијатива урбане обнове, програма запошљавања дугорочно незапослених итд. Прва таква пионирска социјална предузећа основали су осамдесетих година прошлог вјека актери цивилног друштва, понекад припадници искључених група. У почетку, ове службе су биле аутономне и углавном су се заснивале на добровољном раду, али промјене у јавној политици осамдесетих и деведесетих година 20. вјека донијеле су тежу сарадњу са јавним сектором.

Организације су прво користиле старије правне форме (нпр. задруге и удружења) и стварале мреже и савезе да би биле препознатљивије, што је довело до усвајања нових закона и јавних шема подршке које су биле прилагођене социјалним предузећима. У неким земљама уведене су нове правне форме, као што је социјална задруга у Италији, задруга социјалне солидарности у Португалу, задруга јавног интереса у Француској, те „*entreprise à finalité sociale*” у Белгији. Међутим, упркос увођењу нових, већина социјалних предузећа још увек има традиционалне правне форме.

Сам концепт социјалног предузећа појавио се у Западној Европи, у Италији, у првој половини 1990-их, у вези са задружним покретом. Ту су се нове задружне иницијативе јавиле касних осамдесетих година 20. вјека, већином у области интеграције рада и личних услуга. Сличне иницијативе касније су се развиле у другим земљама Западне Европе. Свака земља је увела различите правне форме не би ли подстакла економске активности непрофитних организација. У Француској, Португалу, Шпанији и Грчкој, нове правне форме биле су задружног типа, док је у Белгији, Уједињеном Краљевству или Италији (после усвајања другог закона о социјалним предузећима 2005. године), на примјер, дошло до ширења отворенијих модела социјалног предузетништва, који се нису искључиво фокусирали на традицију задруга. Поред нових законских форми и оквира, развој социјалних предузећа деведесетих година прошлог вјека био је под значајним утицајем конкретних јавних програма и мјера чији је циљ била интеграција тржишта рада. То је један од разлога зашто је нови тип социјалног предузећа, професионално интегрисано социјално предузеће (*WISE*), постао доминантан у Европи средином 1990-их. Поред тога, пружање социјалних услуга и услуга заједници постало је још једна кључна област.

Ни о социјалним предузећима у Европи немамо репрезентативне податке. За трећи/непрофитни сектор и социјалну економију може нам послужити неколико извора података. Социјална економија такође се може сматрати врло значајном у ЕУ када су бројке у питању. Сектор укупно запошљава више од 14,5 милиона људи, тј. 6,5 % радно активног становништва 27 држава чланица ЕУ. Улога социјалне економије је значајнија у 15 нових држава чланица, где 7,4% радно активног становништва ради у том сектору. Међутим, величина социјалне економије варира од земље до земље, при чему Шведска, Белгија, Француска, Италија и Холандија имају много више стопе – између 9% и 11,5% – од осталих држава чланица. Такође је важно напоменути да се социјална економија може сматрати сектором динамичног раста.

Средња и Источна Европа

У Средњој и Источној Европи, социјална предузећа су се развила из концепта трећег сектора, непрофитних организација и социјалне економије, укључујући и институционализоване организације попут удружења, фондација и задруга, и неинституционализоване организације попут група за самопомоћ и других неформалних иницијатива. Непрофитни сектор (социјална економија) у овом региону такође је прошао вјековима дуг развој, са организацијама присутним још од средњег вјека (као у Западној Европи) и хуманитарним организацијама и организацијама узајамног осигурања у широком спектру дјелатности, као што су производња, потрошња, кредит и трговина.

Развој непрофитног сектора карактерише снажан развој у првим годинама након промјене режима, када су тајне иницијативе, које нису биле видљиве у јавности, добиле маха. Људи су почели да се прикључују организацијама и користе нове прилике за учешће у друштвеним процесима. У периоду транзиције дошло је до преласка са тајних покрета на непрофитне организације које раде у углавном стабилном и подстицајном друштвено-политичком окружењу. На почетку периода транзиције, грађанско учешће је цвјетало у земљама Источне Европе, са експлозијом броја непрофитних организација и грађанских иницијатива. Нови законодавни оквир помогао је развоју неких друштвено-економских институција и омогућио стварање и обнављање законодавног и фискалног оквира за организације. У већини земаља, ово оживљавање је резултат огромне незапослености и сиромаштва повезаних са економском транзицијом и недостацима тржишних механизма у националним привредама. Све већи институционални и административни вакуум у системима социјалне заштите и пад јавних услуга до којег је дошло током транзиције навели су локалне лидере осјетљиве на проблеме у друштву да оснују нове организације и институције, као што су фондације и удружења.

Регионални непрофитни сектор карактерише дуалитет непрофитних организација и преживијелог наслеђа социјализма, као што се види из релативно снажне позиције културе и рекреације, професионалних удружења и удружења уопште, двема областима које комунистички режим не само да толерише већ и подржава. Истовремено, за разлику од развијеног свијета, непрофитне организације су још увек ограничене у областима које су највише повезане са социјалном државом, посебно са социјалном помоћи, здравственом заштитом и образовањем. Непрофитне организације у Средњој Европи такође су важне у областима заштите животне средине и правне заштите.

Развој задруга после 1989. године био је знатно другачији од развоја непрофитних организација. Неолибералне политике након промјена и инострани донатори углавном су препознали значај организација за заступање у изградњи демократије, али су занемарили задруге као економске и социјалне актере поред непрофитних организација. И заиста, задруге су почеле да пропадају јер политика није препознала њихову економску и социјалну функцију и улогу у социјалној економији.

Што се тиче непрофитних организација, брзи раст у раним годинама промјене режима, праћен споријим растом у другој половини 1990-их, праћен је својеврсним падом 2000-их и нешто раније. Број фондација је донекле опао, а број чланова нагло опао. Јавне институције наставиле су да буду активне углавном у сектору социјалних услуга, док су невладине организације могле да се такмиче на тржишту само донекле, углавном у области спорта и рекреације.

У скоро свим земљама у региону усвојено је ново социоекономско законодавство и извршене су корекције ради боље адаптације на нову реалност социјалне економије и рјешавања разних злоупотреба и коруптивних радњи које су се односиле на нове законе (нпр. законе о опорезивању, нерегуларном бесцаринском увозу), до којих је такође дошло због неадекватног законодавства.