

Izazovi razvoja društvenog poduzetništva u RH

Jenkel, Virginia

Master's thesis / Diplomski rad

2021

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

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:137:064026>

Rights / Prava: [In copyright](#)/[Zaštićeno autorskim pravom.](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2024-12-30**



Repository / Repozitorij:

[Digital Repository Juraj Dobrila University of Pula](#)



Sveučilište Jurja Dobrile u Puli
Fakultet ekonomije i turizma
«Dr. Mijo Mirković»

VIRGINIA JENKEL

**IZAZOVI RAZVOJA DRUŠTVENOG
PODUZETNIŠTVA U RH**

Diplomski rad

Pula, 2021.

Sveučilište Jurja Dobrile u Puli
Fakultet ekonomije i turizma
«Dr. Mijo Mirković»

VIRGINIA JENKEL

**IZAZOVI RAZVOJA DRUŠTVENOG
PODUZETNIŠTVA U RH**

Diplomski rad

JMBAG: 0303066288, redoviti 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, svibanj 2021.



IZJAVA O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI

Ja, dolje potpisana __Virginia Jenkel__, kandidat za magistra poslovne ekonomije ovime izjavljujem da je ovaj Diplomski rad rezultat isključivo mogega 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

Virginia Jenkel

U Puli, _6. svibnja_, _2021._ godine



IZJAVA

o korištenju autorskog djela

Ja, __Virginia Jenkel__ dajem odobrenje Sveučilištu Jurja Dobrile

u Puli, kao nositelju prava iskorištavanja, da moj diplomski rad pod nazivom __Izazovi razvoja društvenog poduzetništva u RH__ 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, _6. svibnja 2021. godine__ (datum)

Potpis

Virginia Jenkel

Sadržaj

1. Uvod.....	1
2. Pojmovno određenje i značaj društvenog poduzetništva	3
2.1. Pojam poduzetništva i poduzetnika	3
2.2. Pojam društvenog poduzetništva i društvenog poduzetnika	6
2.3. Načela društvenog poduzetništva.....	12
2.4. Društveno poduzetništvo kroz povijest	14
2.5. Značaj društvenog poduzetništva	16
3. Pravni okvir za razvoj društvenog poduzetništva	19
3.1. Mogući pravni oblici djelovanja društvenog poduzetništva u RH.....	20
3.1.1. <i>Trgovačka društva</i>	22
3.1.2. <i>Obrt</i>	25
3.1.3. <i>Udruga</i>	25
3.1.4. <i>Zadruga</i>	26
3.1.5. <i>Zaštitna radionica i radni centar</i>	28
3.1.6. <i>Ustanove</i>	29
3.2. Pravna regulativa društvenog poduzetništva u članicama Europske unije	29
4. Institucionalni okvir	33
4.1. Strategija.....	34
4.2. Mjerenje društvenog utjecaja.....	40
5. Društveno poduzetništvo u Republici Hrvatskoj – primjeri dobre prakse	45
6. Istraživanje izazova, pravnog i financijskog okvira za razvoj društvenog poduzetništva u Republici Hrvatskoj.....	50
6.1. Izazovi razvoja društvenog poduzetništva u RH	50
6.2. Pravni okvir za razvoj društvenog poduzetništva u RH	53
6.3. Financijski okvir za razvoj društvenog poduzetništva u RH.....	54
7. Zaključak.....	64
8. Literatura	67
Prilozi	70
Popis tablica	72
Popis slika	73
Popis grafikona.....	74
Sažetak	76
Summary.....	77

1. Uvod

U povijesti društvena ekonomija javila se je kao odgovor na razne društvene probleme. U današnjoj ekonomiji svjedoci smo složenih gospodarskih, socijalnih, kulturnih, društvenih i okolišnih problema koji uzrokuju političku i društveno-ekonomsku nestabilnost cijelog svijeta te ekonomiju čine neodrživom. Upravo iz tih razloga postoji potreba za društvenom ekonomijom ali i sustavom koji će je podržati. Društvena poduzeća pojavila su se u Hrvatskoj prije desetak godina, ali prakse usko povezane društvenim poduzetništvom već dugo postoje u zemlji pod drugim nazivom. Tako se mogu pronaći civilne inicijative, dobrovoljne organizacije, zadruge, uzajamna društva ili društvena ekonomija u cjelini. Novi pojam „društveno poduzetništvo“ donio je sa sobom hibridnost na tržištu i označio novo doba. (Vidović, D., Baturina, D., 2016.).

U drugom poglavlju ovog rada detaljnije se pojašnjavaju pojmovi i značaj društvenog poduzetništva. Ponajprije je pojašnjen pojam samog poduzetništva i njegove kategorije. Nakon pojašnjenja opće definicije poduzetništva, detaljnije je pojašnjen pojam društvenog poduzetništva i društvenog poduzetnika. Uz pojašnjenje pojma, pojašnjena su također i načela društvenog poduzetništva, kako je tekla povijest društvenog poduzetništva te koji je stvarni značaj društvenog poduzetništva za društvo.

Nakon detaljnog pojašnjenja pojmova i modela društvenog poduzetništva, u trećem poglavlju rada definira se i objašnjava pravni okvir društvenog poduzetništva u Hrvatskoj ali i Europi. Tako su pojašnjeni mogući pravni oblici djelovanja društvenih poduzeća u Republici Hrvatskoj te je prikazana i pravna regulativa društvenih poduzeća u Europskoj uniji kako bi se postigla šira slika stanja Hrvatske u usporedbi sa pojedinim zemljama Europske unije.

Zatim u četvrtom poglavlju rada slijedi institucionalni okvir za razvoj društvenog poduzetništva u Hrvatskoj gdje su detaljnije prikazane državne i druge institucije čija je funkcija podrška razvoju društvenog poduzetništva u Hrvatskoj. Uz prikaz pojedinih institucija provedena je analiza Strategije razvoja društvenog poduzetništva u Republici Hrvatskoj za razdoblje od 2015. do 2020., koju je iniciralo Ministarstvo rada i mirovinskoga sustava. Ministarstvo je prepoznalo važnost i potencijal društvenog poduzetništva u poticanju zapošljavanja, pružanju socijalnih usluga i doprinosa socioekonomskom razvoju Hrvatske. Nakon analize Strategije, nalazi se i prikaz

mjerenja društvenog utjecaja. Društveni utjecaj ističe se kao važan dio društvene ekonomije koji se također može pronaći u Hrvatskoj kroz program “Pokreni nešto svoje”. Izvještaj o društvenom povratu ulaganja programa “Pokreni nešto svoje” jedan je od prvih međunarodno certificiranih SROI izvještaja u regiji, a izvještaj je certificirala organizacija Social Value International.

U petom poglavlju prikazano je društveno poduzetništvo u Hrvatskoj. Zbog nedostataka dostupnih podataka o broju društvenih poduzetnika u Hrvatskoj prikazani su pronađeni podatci iz nekoliko radova znanstvenika koji su preispitali položaj društvenog poduzetništva u Hrvatskoj. Također u petom poglavlju cilj je bio prikazati i dobre prakse društvenog poduzetništva u Hrvatskoj koji unatoč mnogim izazovima uspješno posluju.

U šestom poglavlju rada prikazano je istraživanje izazova, pravnog i financijskog okvira za razvoj društvenog poduzetništva u Republici Hrvatskoj. U sklopu ovog rada provedeno je istraživanje prema društvenim poduzetnicima čiji je cilj bio preispitati stavove o izazovima i pravnom okviru društvenog poduzetništva u Hrvatskoj, te postotak financiranja iz pojedinog izvora koji se može pronaći u ekonomskom sustavu. U šestom poglavlju prikazani su i odgovori koji su dobiveni od strane Ministarstva rada, mirovinskog sustava, obitelji i socijalne politike, kojem je u sklopu istraživanja poslan upit s konkretnim pitanjima vezanim uz provedbu strategije.

Svrha ovog rada je ukazati na potrebu razvoja i poticanja pravne regulative kao i financijskog okvira za razvoj društvenog poduzetništva u Republici Hrvatskoj. Glavni cilj rada je analizirati ekonomski značaj i potrebu za poticanje razvoja društvenog poduzetništva, te analizirati pravni i financijski okvir društvenog poduzetništva u Republici Hrvatskoj .

U ovom diplomskom radu autorica dokazuje sljedeće hipoteze:

H1. Regulatorni (pravni) i financijski okvir temelj su za razvoj društvenog poduzetništva u Republici Hrvatskoj.

H2. Pojam i značaj društvenog poduzetništva nije prepoznat u Republici Hrvatskoj.

2. Pojmovno određenje i značaj društvenog poduzetništva

Društveno poduzetništvo je koncept koji premošćuje važan jaz između posla i dobronamjernosti. Ono je u ranoj fazi teorije ali u visokoj fazi motivacije (Roberts, Woods, 2005.). U Hrvatskoj je pojam društvenog poduzetništva relativno nov pojam no u Europskoj uniji može se primijetiti pozitivan trend rasta broja društvenih poduzeća ali i rast osviještenosti o samom modelu poslovanja. Bitno je razlikovati pojam društvenog poduzetništva od pojma neprofitne organizacije. Društveno poduzetništvo i privatne inicijative usmjerene filantropiji imaju istu misiju ali glavna razlika je u tome što se društvena poduzeća vežu uz ekonomsku aktivnost odnosno aktivno sudjeluju na tržištu i preuzimaju rizik (Vidović, 2012.). Kroz poglavlje će se dati pregled koncepata i objasniti pojam društvenog poduzetništva, njegovu povijest, kriterije i značaj.

2.1. Pojam poduzetništva i poduzetnika

Poduzetništvo se u ekonomskoj teoriji najčešće definira kao ukupnost poduzetnikovih inovacijskih, organizacijskih, usmjeravajućih, upravljačkih i nadzornih sposobnosti (Škrtić, Mikić, 2011.). Potrebno je naglasiti kako je to samo jedna od mogućih definicija, budući da je poduzetništvo nemoguće jednoznačno odrediti i to iz razloga što je poduzetništvo izazov, odnosno više od želje za uspjehom, više od inovativnosti, znanja, upornog rada, novog proizvoda i tržišta. Prema autorima Škrtić i Mikić (2011.) poduzetništvo je proces stvaranja vrijednosti ujedinenjem jedinstvene kombinacije resursa u svrhu iskorištavanja prilike. Ono uključuje sve poduzetnikove djelatnosti koje su usmjerene na ulaganja i kombinaciju potrebnih inputa, stvaranje novih proizvoda, širenje na nova tržišta i pronalazak novih potrošača i tehnologija te je povezano sa uvjetima neizvjesnosti, krizama i promjenama u okolini. Ekonomska teorija ističe kako je poduzetništvo kamen temeljac gospodarskog sustava i gospodarskog razvoja, a promatra ga i kao poseban proizvodni faktor. Cilj suvremenog poduzetništva pronalazi se u razvijanju poduzetničke klime, koju prije svega obilježava orijentacija na individualnu inicijativu, kreativnost i inovacije te stvaralačku atmosferu koja je usmjerena ka prevladavanju postojećeg i stvaranje novog, drugačijeg i humanijeg društva. Isto tako stvorena je suvremena poduzetnička kultura koja je usmjerena na promjene, otvorena za nove informacije, nove utjecaje i nove načine sagledavanja i rješavanja problema. Poduzetništvo je u ekonomsku teoriju, kao predmet analize i rasprave, uveden u 18. stoljeću, a isto je tako zaokupljalo i interese ekonomista u 19. stoljeću. U 20. stoljeću svijet se poistovjećuje sa slobodnim poduzetništvom i

kapitalizmom, a poduzetnici se ističu u ulozi agenta promjene, inovatora, kreatora i osoba koje pomažu rastu poduzeća i osiguravanju njegove profitabilnosti. Može se donijeti zaključak kako je poduzetništvo specifično obilježje pojedinca ili institucije, odnosno ponašanje, a ne isključivo pitanje ličnosti. Pod utjecajem promjena u globalnoj ekonomiji poduzetništvo se sve više doživljava kao pokretač ekonomskog rasta i razvoja, dok se inovacije i poduzetništvo najčešće doživljavaju kao nerazdvojna cjelina u funkciji razvoja novih proizvoda, implementiranja nove tehnologije, otvaranja novih radnih mjesta, porast životnog standarda i stvaranju države blagostanja. Poduzetništvo možemo klasificirati u nekoliko kategorija poduzetništva a to su:

- 1) tradicionalno poduzetništvo
- 2) obiteljsko poduzetništvo
- 3) korporativno poduzetništvo ili intrapoduzetništvo
- 4) društveno poduzetništvo
- 5) zeleno poduzetništvo

U ekonomskoj literaturi, tradicionalno poduzetništvo podrazumijeva poduzetništvo u malim i srednjim poduzećima. Povijesno gledano, poduzetništvo je tradicionalno vezano za poduzetnike u malom poduzeću koje ima tradiciju neizmjerne različitosti i civilizacijski utjecaj na život i rad ljudi u različitim društvenim okvirima i u gotovo svim strukturama gospodarskog razvoja (Škrtić, Mikić, 2011.). Prema Zakonu o poticanju razvoja malog gospodarstva Republike Hrvatske (NN 29/02, 63/07, 53/12, 56/13, 121/16) malo gospodarstvo obuhvaća obrte, zadruge, mala i srednja trgovačka društva te druge oblike privatne poduzetničke aktivnosti koji u ukupnosti svojih različitosti dijele velik broj zajedničkih obilježja po kojima se razlikuju od ostalih gospodarskih subjekta.

Obiteljsko poduzetništvo je najpopularniji oblik vlasničkog organiziranja i upravljanja u svijetu, a u prijelazu iz 18. u 19. stoljeće, prije pojave dioničkih društva, obiteljsko poduzetništvo bio je gotovo jedini oblik organizacije poslovanja. Najjednostavnija definicija obiteljskog poduzeća je da su to poduzeća koja uključuju neki oblik obiteljskog sudjelovanja i u kojima strateško odlučivanje kontrolira jedna ili nekoliko obitelji. Obiteljsko poduzeće čini svaki posao registriran kao trgovačko društvo ili obrt u vlasništvu obitelji ili na koji obitelj svojim ponašanjem i odlukama ima presudan utjecaj.

Suvremeni trendovi u ekonomiji te procesi globalizacije pridonijeli su povećanju konkurencije i potrebe za stalnim promjenama okoline na tržištima u cijelom svijetu. Upravo iz toga razloga, velika poduzeća počela su uviđati potrebu za uvođenje inovativnosti i fleksibilnosti u poslovanje i sve to u cilju unapređenja poslovanja. Korporativno poduzetništvo danas je poznati naziv za uvođenje korporativnog razmišljanja u velike birokratske strukture. Ono označuje procese u kojima se razvijaju inovativni sustavi i proizvodi kreiranjem poduzetničke kulture u organizaciji, a može se pojaviti u različitim oblicima. Koncept korporativnog poduzetništva poznat je više od dvadeset godina, a jedan od prvih zagovornika je Gifford Anchet koji je pisao o korporativnom poduzetništvu u svojim knjigama 1980-ih (Škrtić, Mikić, 2011.).

Iako se je riječ poduzetnik danas udomačila, još uvijek nema jedinstvene definicije poduzetnika. Jedna skupina autora poduzetnika definira kao osobu koja stvara proizvod, upravlja resursima i preuzima rizik kako bi ostvario profit. Prema drugoj skupini poduzetnik je kreator, odnosno osoba koja procjenjuje glavni rizik stvaranja bogatstva pomoću stvaranja glavnice, vremena i karijere uz obavezu namicanja vrijednosti proizvoda ili usluge. Poduzetnici su osobe koje stvaraju biznis da bi ostvarili rast i profit koristeći pri tom promišljen, planski pristup zasnovan na konceptu i tehnikama strateškog managementa (Buble, Kružić, 2006.), a neke od osobina za koja su istraživanja pokazala da će vjerojatno uspjeti kao poduzetnici jesu sljedeće:

- 1) Inovativnost – predstavlja kreaciju novih ideja, proizvoda, usluga ili procesa unapređenjem, otkrićima ili invencijom. Predstavlja najizrazitiju osobinu poduzetnika s obzirom da ga privlači da se uhvati u koštac s nepoznatim.
- 2) Razumno preuzimanje rizika – rizik je neizbježni pratilac svakog novog poduzeća te je moguće razlikovati četiri područja rizika, i to: financijski rizik, rizik karijere, obiteljski rizik te fizički rizik.
- 3) Samouvjerenost – poduzetnici moraju biti samouvjereni te oni vjeruju da su bolji od drugih u svom području te nastoje promijeniti postojeće stanje.
- 4) Uporan rad – da bi postigao svoje ciljeve, poduzetnik mora biti uporan što se manifestira u dužini radnog dana i u inzistiranju na postignuću.
- 5) Postavljanje ciljeva – poduzetnik sam sebi postavlja ciljeve kojima teži. U tom smislu ciljevi su ispred a ne iza uspješnih poduzetnika.
- 6) Odgovornost – u ostvarivanju svoga posla poduzetnik osjeća punu odgovornost, ali i priznanje za postignuće.

Poduzetništvo je veliki segment današnje ekonomije te kao takav često je u promatranju mnogih politika kako bi se u gospodarstvu postigli uvjeti kojima će se podupirati njihov rad. Global Entrepreneurship Monitor (GEM) projekt (2020.), poduzetništvo smatra kao glavnim pokretačem gospodarskog rasta, te isto tako ono stvara nova rješenja ne samo kako bi se stvorile nove prilike na tržištu i postigla nova razina zaposlenosti već kako bi se riješili i društveni izazovi.

2.2. Pojam društvenog poduzetništva i društvenog poduzetnika

Iako je koncept društvenog poduzetništva možda nov, inicijative koje zapošljavaju poduzetničke kapacitete u rješavanju društvenih problema nisu. Agencije su godinama pokretale programe i provodile intervencije za pomoć osiromašenih i marginaliziranih skupina. Državne agencije za pomoć i privatne zaklade uložile su milijarde dolara za potporu takvim inicijativama, a neke od njih bile su poprilično inovativne. Ali prečesto bi rezultati takvih inicijativa razočaravali u pogledu učinkovitosti i održivosti, a kamoli njihove sposobnosti da povećaju njihov utjecaj u značajne društvene promjene (Noruzi et al., 2010.). Društveno poduzetništvo je također poduzetništvo no bitna karakteristika društvenog poduzetništva je ta da se na tržištu uočavaju prilike koje omogućuju kreiranje dodatne društvene vrijednosti. U praksi se pokazalo kako društveno poduzetništvo ima veliku važnost glede zapošljavanja ranjivih skupina (npr. invalidi, samohrani roditelji, branitelji, djeca i supruge poginulih, roditelji s četvero i više djece, žene žrtve nasilja, bivši zatvorenici i liječeni ovisnici, pripadnici nacionalnih manjina, Romi i dr.), ali mogu se ostvariti i drugi interesi zajednice (borba protiv siromaštva, zdravstvena skrb, konkurentnost, očuvanje resursa, zaštita okoliša, kreiranje novih proizvoda, edukacija, inkluzija, očuvanje baštine, bio raznolikost i dr.) što uvelike doprinosi unaprjeđenju kvalitete života u zajednici.

Društveno se poduzetništvo u Hrvatskoj prvi put službeno spominje, iako izostaje veća vidljivost i primjena, u dokumentu Program suradnje Vlade Republike Hrvatske i nevladinog, neprofitnog sektora u Republici Hrvatskoj iz 2000. godine. Prvi strateški dokument u kojem se izričito spominje društveno poduzetništvo jest Nacionalna strategija stvaranja poticajnog okruženja za razvoj civilnog društva od 2006. do 2011. (Šimleša et al., 2016.). U Hrvatskoj još ne možemo pronaći jedinstvenu definiciju društvenog poduzetništva, društvene ekonomije, društvenog poduzeća i društvenog poduzetnika. Isto tako praksa pokazuje kako svaka zemlja prilagođava definicije na temelju konteksta djelovanja takvih poduzeća. Iako Europski gospodarski i socijalni

odbor i Europska komisija naglašavaju važnost jasne definicije kako bi postojalo bolje razumijevanje koncepta društvenog poduzetništva, zbog raznolikosti samog sektora i njegovih dionika u državama članicama stav je da upravo glavni naglasak treba biti na karakteristikama koje jasno određuju i razgraničavaju društvene poduzetnike od ostalih tipova dionika u ekonomiji i tržištu.

Kada se govori o društvenoj ekonomiji i društvenom poduzetništvu obično se pod tim pojmom misli na one poslovne poduhvate koji pored stvaranja dobiti za vlasnike imaju i neku višu društvenu ili okolišnu svrhu (Petričević, 2012a). Iako postoji prostora za raspravu oko toga je li glavni ili tek najvažniji sporedni cilj društvenog poduzetništva ispunjenje nekih unaprijed odabranih društvenih ili ekoloških ciljeva, činjenica je da se društvena poduzeća od profitnih razlikuju po tome što su vođena tzv. načelom „trostruke donje crte“ (društvo, okoliš, dobit). Isto tako društvena poduzeća se od ostalih poduzeća na tržištu razlikuju i po tome što svoju izvrsnost i uspješnost ne mjere samo putem dobiti koju ostvare na kraju poslovne godine, već i proizašlim stupnjem društvenih i ekoloških promjena, koje još nazivamo i društveni (socijalni) kapital. Nacionalna strategija za razvoj društvenog poduzetništva u Republici Hrvatskoj za razdoblje od 2015. – 2020. godine, društveno poduzetništvo definira kao „Poslovanje temeljeno na načelima društvene, okolišne i ekonomske održivosti, kod kojeg se stvorena dobit/višak prihoda u cijelosti ili većim dijelom ulaže za dobrobit zajednice.“ (Ministarstvo rada, mirovinskoga sustava, obitelji i socijalne politike, 2015.). Navedenom definicijom željelo se naglasiti temeljne odrednice društvenog poduzetništva koje se odnose na ispunjavanje društvenih ciljeva i ulaganje dobiti od društveno poduzetničkih aktivnosti u daljnje ostvarenje svoje društvene misije. Uz definiciju društvenog poduzetništva od strane Nacionalne strategije za razvoj društvenog poduzetništva u Republici Hrvatskoj za razdoblje 2015. – 2020. godine postoji niz definicija društvenog poduzetništva od strane Europske komisije i drugih relevantnih međunarodnih institucija. Europska komisija je u svojoj „Inicijativi za društveno poslovanje“ (*Social Business Initiative*) pojmovno definirala koncept društvenog poduzetnika (Europska komisija, 2011., navedeno u Ministarstvo rada, mirovinskoga sustava, obitelji i socijalne politike, 2015.):

a) društveni poduzetnik se određuje kao nositelj poduzetničke aktivnosti kojem je primarni cilj društveni utjecaj, a ne generiranje dobiti za vlasnike ili dioničare;

b) društveni poduzetnik djeluje na tržištu na poduzetnički i inovativan način te koristi ostvarenu dobit primarno za ispunjavanje društvenih ciljeva;

c) način upravljanja poduzetničkim subjektom je otvorenog tipa te koristi demokratske ili participativne principe te uključuje zaposlenike, korisnike i ostale dionike na koje utječe gospodarska aktivnost poduzetnika.

Tako se razlikuje sljedeće:

- poduzeća koja pružaju socijalne usluge i / ili robu i usluge ranjivim osobama (pristup stanovanju, zdravstvenoj zaštiti, pomoći za starije ili nemoćne osobe, uključivanje ranjive skupine, briga o djeci, pristup zapošljavanju i osposobljavanju, ovisnost upravljanje itd.); i / ili
- poduzeća s načinom proizvodnje robe ili usluga s društvenim ciljem (socijalna i profesionalna integracija putem pristupa zapošljavanju ljudi u nepovoljnom položaju zbog nedovoljne kvalifikacije ili socijalne ili profesionalne koji vode do isključenja i marginalizacije), ali čija aktivnost može biti izvan područja pružanja društvenih dobara ili usluga.

Organizacija za ekonomsku suradnju i razvoj (OECD) definira društveno poduzetništvo kao poduzetništvo koje teži pružanju inovativnih rješenja postojećih društvenih problema te zbog tog razloga često ide ruku pod ruku s procesima socijalnih inovacija usmjerenima unapređivanju života ljudi kroz promoviranje društvenih promjena (Ministarstvo rada, mirovinskoga sustava, obitelji i socijalne politike, 2015.).

Kao zaključak na navedene razne definicije društvenog poduzetništva može se reći kako je zajednička crta svim definicijama društvenog poduzetništva činjenica da je temeljni pokretač društvenog poduzetništva stvaranje društvene vrijednosti, a ne osobnog i bogatstva dioničara.

Kako bi se ukratko opisali najbitniji elementi navedenih definicija, u tablici su prikazane temeljne razlike poslovanja društvenog i privatnog profitnog poduzeća:

Tablica 1 Razlike poslovanja društvenog i privatnog poduzeća

Društveno poduzeće	Privatno profitno poduzeće
Cilj: osnažiti zaposlenike/zajednicu	Cilj: nadgledati i kontrolirati zaposlenike

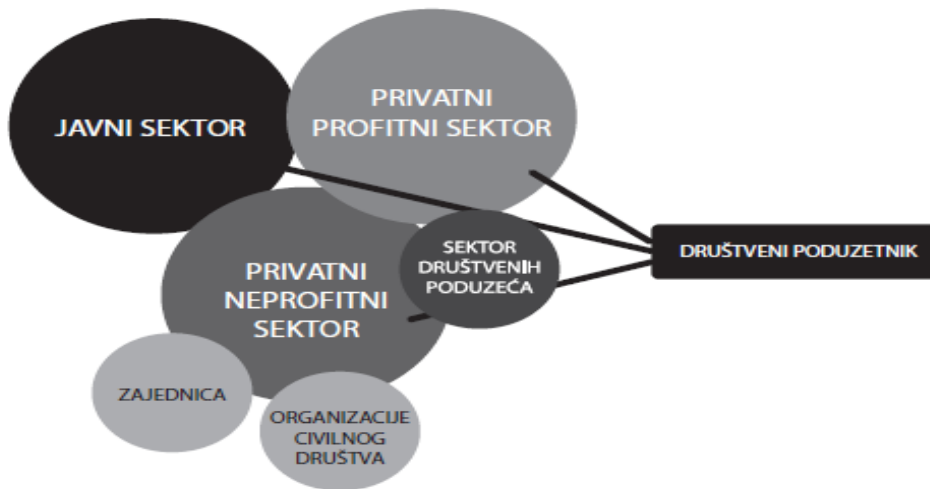
Demokratsko donošenje odluka	Odlučivanje na temelju količine dionica
Odgovornost prema okolišu/zajednici je temeljno načelo djelovanja	Odgovornost prema okolišu/zajednici ne vide kao njihovu odgovornost
Provodi financijsku reviziju i mjeri društveni utjecaj	Provodi financijsku reviziju
Vođeno komercijalnim, društvenim i ekološkim ciljevima	Vođeno komercijalnim ciljevima

Izvor: Strategija razvoja društvenog poduzetništva u Republici Hrvatskoj za razdoblje od 2015. do 2020. godine Zagreb, 2015, str.17.

Iz tablice 1 može se vidjeti kako su društveni poduzetnici prvenstveno usmjereni na osnaživanje svoji zaposlenika koji također sudjeluju u donošenju odluka te isto tako pokazuju veliku odgovornost prema zajednici i okolišu. Također i prema istoj toj zajednici žele biti transparentni i mjeriti svoj utjecaj te voditi svoje poslovanje temeljno na trostrukoj osnovi. Temeljna razlika privatnog profitnog poduzeća je u tome što je ono isključivo vođeno financijskim interesima te u tom smjeru se odnose i prema zaposlenicima, zajednici i okolišu.

Kada se govori o terminu društveni poduzetnik prvenstveno se misli na pojedinaca, grupu, organizacije ili savez organizacija koji traži održive i velike promjene kroz ideje koje razbijaju obrazac u tome što i / ili kako vlade, neprofitne organizacije i poduzeća rade na rješavanju značajnih socijalnih problema (Noruzi et al., 2010.). Društveni poduzetnici tako djeluju u privatnom profitnom, javnom i privatnom neprofitnom sektoru što se vidi i iz slijedećeg prikaza (Slika1).

Slika 1 Kontekst djelovanja društvenih poduzeća i društvenih poduzetnika



Izvor: Petričević, T., „O društvenoj ekonomiji i društvenom poduzetništvu“, *Poduzetništvo u službi zajednice - Zbornik radova o društvenom poduzetništvu*, Zagreb, Nacionalna zaklada za razvoj civilnoga društva, 2012, str. 18.

Društveni poduzetnik je sveprisutan i „slobodan“, odnosno sam bira na kojem će području i problemu raditi i usmjeriti svoje poslovanje te kroz koji pravno-organizacijski oblik. Bitno je istaknuti da djeluje na tri načina (Institut društvenih znanosti Ivo Pilar, 2015):

1. mijenjanjem situacije na „neželjenim tržištima“ – misli se na populaciju koja živi s manje od 4 dolara na dan i čini dvije trećine svjetske populacije, ali je vrlo često izvan uobičajenih shema tržišta roba i usluga
2. inteligentnim posredovanjem – povezuje do tada nepovezane procese, institucije ili ljude kako bi proizveo situaciju pozitivne društvene promjene
3. popravljanjem nefunkcionalnih sustava – vrlo često inovativnim intervencijama u primjerice javnoj usluzi zdravstva ili drugog bitnog područja koje je često dehumanizirano kao na pokretnoj traci ili je nedostatnih kapaciteta i kvalitete.

U sljedećoj tablici biti će prikazane temeljne razlike između društvenog i tradicionalnog poduzetnika kako bi se sumirale sve dosadašnje definicije:

Tablica 2 Razlika tradicionalnih i društvenih poduzetnika

Tradicionalni poduzetnik	Društveni poduzetnik
Uviđa priliku	Uviđa priliku za poboljšanje života drugih ljudi
Preuzima rizik	Preuzima rizik
Prihvata odgovornost	Prihvata odgovornost
Zarađuje	Zarađuje kako bi održao misiju
Želi biti bogat	Obogaćuje druge
Štiti intelektualno vlasništvo	Dijeli zaštićeno intelektualno vlasništvo cijele zajednice. Teži ka tome da se poveća intelektualno vlasništvo
Neovisan	U ovisnosti sa drugima
Sam svoj šef	Šef svoje sudbine
Zadržava kontrolu	Odrice se kontrole
Pouzda se u vlastite vještine i znanje	Pouzda se u znanja i iskustva ljudi koji ga okružuju i podupiru
Fokusira se na kratkoročnu financijsku dobi	Fokusira se na dugoročne ciljeve
Ne postoji ograničenje prilikom generiranja ideja	Generiranje ideja je ograničeno misijom
Profit je cilj	Profit je sredstvo
Profit je sredstvo koje se koristi i ulaže kako bi se generiralo još profita	Profit se koristi i ulaže kako bi se pomoglo onom segmentu ljudi kojima je pomoć najpotrebnija

Izvor: EFOS, Društveno poduzetništvo, 2015, dostupno na: http://www.efos.unios.hr/upravljanje-javnim-i-neprofitnim-organizacijama/wp-content/uploads/sites/441/2017/11/UJNO_drustveno-poduzetnistvo_090118.pdf (pristupljeno: 30. svibnja 2021.)

Iz tablice 2 može se vidjeti kako su društveni i tradicionalni poduzetnik slični po nekoliko stvari, i to da oboje preuzimaju rizik za poslovanje, prihvaćaju odgovornost i žele zaraditi novac, no bitna je razlika u tome što tradicionalan poduzetnik to radi kako

bi obogatio sebe te zadržao fokus isključivo na kratkoročnom profitu dok društveni poduzetnik fokusira svoj novac kako bi ispunio svoju misiju koja je prvenstveno okrenuta dugoročnim ciljevima koji su u konačnici okrenuti ka dobrobiti zajednici, zaposlenicima i okolišu.

Širenje i razvoj društvenog poduzetništva predstavlja konkretnu mogućnost rješavanja potreba ugroženih skupina i problema lokalnih zajednica te su potencijali u ovom području veliki. Upravo iz tog razloga postoji mnogo prostora za promociju društvenog poduzetništva i društvene ekonomije u Hrvatskoj.

2.3. Načela društvenog poduzetništva

Kako bi se stvorio pravni, financijski i institucionalni okvir za razvoj društvenog poduzetništva u Republici Hrvatskoj razvijena je Nacionalna strategija za razvoj društvenog poduzetništva za razdoblje 2015. – 2020. godine. Strategija definira osnovne ciljeve i aktivnosti, kao i sustave mjera i aktivnosti za razvoj društvenih poduzetnika. Cilj Nacionalne strategije za razvoj društvenog poduzetništva bio je stvaranje poticajnog okruženja za razvoj društvenog poduzetništva u Republici Hrvatskoj, zakonodavnih i fiskalnih okvira, financijske i tehničke potpore društvenim poduzetnicima, definiranje kriterija i instrumenata za prepoznavanje, praćenje i razvoj društvenih poduzetnika, te izobrazbe na svim razinama radi prepoznavanja važnosti društvenog poduzetništva kao bitne komponente gospodarskog razvitka (Ministarstvo rada, mirovinskoga sustava, obitelji i socijalne politike, 2015.).

Uz opću definiciju društvenog poduzetništva, Strategija također utvrđuje kriterije prepoznavanja društvenih poduzetnika koji su sukladni kriterijima Europske komisije i Europskog gospodarskog i socijalnog odbora. Kriteriji za prepoznavanje društvenih poduzetnika su sljedeći (Ministarstvo rada, mirovinskoga sustava, obitelji i socijalne politike, 2015.):

1. Društveni poduzetnik ostvaruje ravnotežu društvenih, okolišnih i ekonomskih ciljeva poslovanja.
2. Društveni poduzetnik obavlja djelatnost proizvodnje i prometa roba, pružanja usluga ili obavlja umjetničku djelatnost kojom se ostvaruje prihod na tržištu, te koja ima povoljan utjecaj na okoliš, doprinosi unapređenju razvoja lokalne zajednice i društva u cjelini.

3. Društveni poduzetnik stvara novu vrijednost i osigurava financijsku održivost na način da u trogodišnjem razdoblju poslovanja najmanje 25% godišnjeg prihoda planira ostvariti ili ostvaruje obavljanjem svoje poduzetničke djelatnosti.
4. Društveni poduzetnik najmanje 75% godišnje dobiti, odnosno višak prihoda ostvaren obavljanjem svoje djelatnosti ulaže u ostvarivanje i razvoj ciljeva poslovanja, odnosno djelovanja.
5. Društvenog poduzetnika odlikuje dobrovoljno i otvoreno članstvo te autonomija poslovanja, odnosno djelovanja.
6. Republika Hrvatska, jedinica lokalne i područne (regionalne) samouprave ili tijelo javne vlasti ne može biti isključivi osnivač društvenog poduzetnika.
7. Društvenog poduzetnika odlikuju demokratski način odlučivanja (uključenost dionika u transparentno i odgovorno upravljanje), odnosno odlučivanje nije isključivo vezano uz vlasničke udjele ili članske uloge već obuhvaća ključne dionike: radnike, članove, korisnike ili potrošače te suradničke organizacije.
8. Društveni poduzetnik prati i vrednuje svoje društvene, ekonomske i okolišne učinke i utjecaj, te rezultate vrednovanja koristi u planiranju svog daljnjeg poslovanja i vodi računa o njihovom poboljšanju.
9. Društveni poduzetnik u slučaju kada prestaje obavljati djelatnost, svojim općim aktima ima definiranu obvezu svoju preostalu imovinu, nakon pokrića obveza prema vjerovnicima i pokrića gubitka iz prethodnog razdoblja, prenijeti u vlasništvo drugog društvenog poduzetnika s istim ili sličnim ciljevima poslovanja, ili u vlasništvo jedinice lokalne i područne (regionalne) samouprave koja će je upotrijebiti za razvoj društvenog poduzetništva.

U Nacionalnoj strategiji za razvoj društvenog poduzetništva navedeno je kako će društveni poduzetnici ispunjavanje svih navedenih kriterija dokazati svojim aktima osnivanja i poslovanja, koje će biti potrebno podnijeti prilikom podnošenja zahtjeva za upis u Evidenciju društvenih poduzetnika.

Iako je pohvalna inicijativa za stvaranjem Evidencije društvenih poduzetnika u Hrvatskoj s obzirom da je još ne nalazimo, postoji nekoliko problematika oko kriterija prepoznavanja društvenih poduzetnika s obzirom da strategija predlaže kako bi društveni poduzetnik morao ispunjavati svih devet kriterija što je u praksi ne izvedivo. Kada se govori o trećoj točki kriterija dolazi do problema koje navode Šimleša et al. (2016.) u svojem radu i to kako od 44 aktera u bazi pod pravnim oblikom udruge njih

samo sedam zadovoljava taj kriterij a njih još četiri blizu su tog praga. Također smatraju kako postoji još nekoliko zahtjevnijih kriterija koji će oblikovati Evidenciju društvenih poduzetnika. Prvi i drugi kriterij iz Strategije odnose se na općenitu razinu određivanja aktera društvenog poduzetništva, odnosno svode se na model trostruke bilance (ekonomski, okolišni i društveni aspekti). Problem se javlja u mjerenju provođenja modela trostruke bilance te tko će za to biti educiran ili ovlašten budući da nema ni znanja niti dovoljno kapaciteta u tom području. U osmom kriteriju javlja se sljedeći prisutan problem a to je primjena mjerenja i revizija društvenog utjecaja. Iako je to koristan i dugoročno nužan alat, postoji osjetan nedostatak znanja i prakse u primjeni istog, pri čemu će se različiti akteri društvene ekonomije s obzirom na svoju veličinu, djelatnost, godišnje prihode, korisnike i druge indikatore koristiti različitim modelima tih alata. Također svaki će od triju pravnih oblika društvenih poduzetnika (udruge, zadruge i trgovačka društva), iako u različitim omjerima i razinama, imati problem sa sedmim kriterijem, koji ističe da „odlučivanje nije isključivo vezano uz vlasničke udjele ili članske uloge nego obuhvaća ključne dionike“. Bez obzira na to što se neslužbeno ohrabruje i promovira takav način donošenja odluka, trgovačka društva prema Zakonu o trgovačkim društvima (NN 152/11, NN 111/12) nemaju obvezu uključiti vanjske dionike u odlučivanje. S istim zaključkom o nemogućnosti ispunjavanja svih kriterija krenulo je i Ministarstvo rada, mirovinskog sustava, obitelji i socijalne politike koje sada ne očekuje ispunjavanje svih devet kriterija već pojedine kriterije kojima će se prepoznati društveni poduzetnici.

Pojedini kriteriji doneseni u Strategiji ostaju nejasni s obzirom da u Hrvatskoj nema zasebnog pravnog oblika za obavljanje društveno poduzetničkih aktivnosti i primjerenog zakona koji uređuje upravo to područje. Osobito ako se u obzir uzme kontekst već postojećih i važećih zakona, koji s kriterijima najčešće nisu suglasni.

2.4. Društveno poduzetništvo kroz povijest

Kao odgovor na probleme, potkraj 18. i početkom 19. stoljeća, koji su bili posljedica velikih promjena u tadašnjem gospodarskom sustavu, po prvi se puta javlja koncept društvene ekonomije i društvenog poduzetništva. Francuski ekonomist Charles Dunoyer u svojoj knjizi *“Treatise on Social Economy”* 1830. godine po prvi je put upotrijebio pojam “društvena ekonomija” (Monzon, Chaves, 2011.). U toj knjizi Charles Dunoyer zalaže se za moralniji, više etički pristup u ekonomiji. Osim njega značajnu ulogu u razvoju društvene ekonomije u ono vrijeme imao je i J. S. Mill koji je pod

etičnost u ekonomiji razumijevao “sreću svih ljudi” te je velike napore usmjeravao u proces usvajanja prvog zakona o zadrugama u svijetu u Velikoj Britaniji 1852. godine. Njihov rad nastavio je Leon Walras te su do kraja 19. stoljeća oblikovne osnovne vrijednosti društvene ekonomije, a to su: demokratsko udruživanje i djelovanje, solidarnost i suradnja. U isto to vrijeme javljale su se razne inicijative koje su imale za cilj ublažiti posljedice siromaštva. U Francuskoj i Italiji pojavile su se radničke proizvodne zadruge, a u Velikoj Britaniji pojavile su se prve funkcionalne zadruge. U 19. stoljeću upravo su zadruge imale vodeću ulogu u sektoru društvene ekonomije te su bile jedan od najstarijih i najraširenijih oblika društvenih poduzeća. 1844. godine osnovana je jedna od prvih potrošačkih zadruga u svijetu, *Rochdale Society of Equitable Pioneers*, koja je predstavljala veliku prekretnicu u razvoju zadrugarstva, a čiji su članovi bili motivirani djelovanjem Roberta Owena, britanskog reformista, socijalista i pionira zadrugarstva (Petričević, 2012a).

U 20. stoljeću država jedina provodila ekonomske aktivnosti u zemljama središnje i istočne Europe koje su bile usko povezane sa sustavom Sovjetskog saveza i centraliziranom ekonomijom. Pod takvim sustavom društvenim poduzetnicima nije preostalo prostora za njihovo djelovanje. Iako su postojali neki tipovi zadrugarstva, principi zadrugarstva poput otvorenosti za članstvo i demokratskog upravljanja nisu bili prihvaćeni (Petričević, 2012a).

Društvena ekonomija i društveno poduzetništvo su prvi procvat doživjeli 80-tih godina prošlog stoljeća ponajviše zato što se tradicionalna tržišna ekonomija nije znala nositi s velikim problemima poput ogromne dugotrajne nezaposlenosti, loših životnih uvjetima pogotovo u ruralnim područjima, socijalnog isključivanja, lošeg zdravlja i obrazovanja i ostalo. 1991. godine Italija je usvojila Zakon o socijalnim zadrugama, što uvelike mijenja situaciju, iako je koncept društvenog poduzetništva i društvene ekonomije i ranije ušao u diskurs i djelovanje u javnom prostoru. Tako je primjerice Europska komisija sponzorirala prvu konferenciju o društvenoj ekonomiji održanoj u Parizu te osniva *Social Economy Unit kod DG XXIII Enterprise Policy, Distributive Trades, Tourism and the Social Economy* (danas *Craft, Small Businesses, Co-operatives and Mutuals Unit kod DG Enterprise and Industry*) (Petričević, 2012a). Od tog razdoblja i *European Economic and Social Committee (EESC)* publicirao je brojne izvještaje i mišljenja o društvenoj ekonomiji i društvenom poduzetništvu. U tom razdoblju dolazi do promjena i u obrazovanju. Tako je tada, 1995. godine, profesor J.

Gregory Dees, održao prva predavanja o društvenom poduzetništvu. Danas je u SAD-u u 30-tak škola, društvena ekonomija odnosno društveno poduzetništvo zastupljeno u obrazovnim programima. U Hrvatskoj su društveno poduzetništvo i društvena ekonomija također zastupljeni u programima Ekonomskih fakulteta u Zagrebu, Osijeku i Puli.

U 21. stoljeću, društveno poduzeće postalo je globalno korišteni termin u mnogim zemljama kao oblik djelovanja fair organizacija, te društveno poduzetništvo danas funkcionira kao opći trend, duh vremena, čak donekle i društveni pokret (Institut društvenih znanosti Ivo Pilar, 2015.).

2.5. Značaj društvenog poduzetništva

Svjetska ekonomija danas pokazala se kao neodrživa te smo svjedoci složenih gospodarskih, socijalnih, kulturnih, društvenih i okolišnih problema koji uzrokuju političku i društveno-ekonomsku nestabilnost cijelog svijeta.

Od 2011. do 2014. nejednakost u bogatstvu povećala se u većini država članica euro područja, izmjereno Ginijevim koeficijentom neto bogatstva. Nedostatak jednakih mogućnosti dovodi do veće dohodovne nejednakosti zato što vještine i potencijal za financijska primanja sljedeće generacije postaju sve neujednačeniji zbog njihovih različitih početnih položaja. U 2015. godini otprilike jedna desetina svjetskog stanovništva živjela je u krajnjem siromaštvu. Iako se radi o najnižoj stopi siromaštva zabilježenoj u povijesti i dalje predstavlja veliki broj populacije. U mnogim zemljama s niskim prihodima stanovništvo živi od 1,90 američkih dolara dnevno i žive u ruralnim područjima, čineći ranjivu skupinu zbog posljedica klimatskih promjena. U Hrvatskoj je Državni zavod za statistiku (2020.) zabilježio pokazatelje materijalne deprivacije u 2019. godini. Ti podaci pokazuju da 6,6% osoba živi u kućanstvima koja si ne mogu priuštiti adekvatno grijanje u najhladnijim mjesecima, 48,6% osoba živi u kućanstvima koja si ne mogu priuštiti tjedan dana godišnjeg odmora izvan kuće za sve članove svoga kućanstva, 7,9% osoba živi u kućanstvima koja si ne mogu priuštiti obrok koji sadržava meso, piletinu, ribu (ili vegetarijanski ekvivalent) svaki drugi dan, 51,7% osoba živi u kućanstvima koja ne mogu podmiriti neočekivani financijski izdatak iz vlastitih sredstava, 15,7% osoba živi u kućanstvima koja su u posljednjih 12 mjeseci zbog financijskih poteškoća kasnila s plaćanjem obveza (stambenoga kredita, najamnine, računa za režije ili potrošačkoga kredita),

11,9% osoba živi u kućanstvima koja vrlo teško spajaju kraj s krajem, 23,6% osoba živi u kućanstvima koja teško spajaju kraj s krajem, a 44,4% osoba živi u kućanstvima koja spajaju kraj s krajem s malim teškoćama. Najmanji postotak osoba (0,9%) živi u kućanstvima koja vrlo lako spajaju kraj s krajem. Ginijev koeficijent je za Hrvatsku u 2019. iznosio je 29,2% (Državni zavod za statistiku, 2020.). Osim nejednake raspodjele bogatstva u Europi i Svijetu te siromaštva, svjedoci smo različitih društvenih i okolišnih problema. Neki od njih su prevelika uporaba i ovisnost o fosilnim gorivima, uništavanje prirode na svim razinama, rast populacije (Prema worldometersu (2021.) 7.794 milijarde 2020. godini), bolest, terorizam, ratovi, migracije i ostalo.

Dosadašnja nastojanja vlada i raznih međunarodnih organizacija pokazala su se neučinkovitima u rješavanju takvih problema. Neophodni su inovativni društveno-ekonomski pothvati kako bi se svi raspoloživi resursi iskoristili za nove prilike i postizanje novih vrijednosti u društvu. Velika nada za poboljšanje u društvu leži upravo u snazi i učinkovitosti društveno motiviranih pojedinca koji svoje ciljeve i ambicije usmjeravaju prema društvenim promjenama. Upravo je društveno poduzetništvo kao dio društvene ekonomije jedan od modela koji mobilizira lokalne gospodarske aktivnosti. Razvoj društvenog poduzetništva konkretna je prilika adresiranja potreba marginaliziranih i socijalno osjetljivih skupina u lokalnim zajednicama. Isto tako društveno poduzetništvo predstavlja bitan faktor u stabilizaciji na tržištu rada i održivog razvoja zajednice. U prilog tome idu i podatci kako su društvena poduzeća bila manje potresena svjetskom ekonomskom krizom 2008. godine. Tako se je primjerice u Italiji tijekom krize drastično smanjio broj zaposlenih, ali je u socijalnim zadrugama taj broj 2009. godine povećan za 2,7% a u 2010. godini 4,5%. U Španjolskoj su podatci još bolji te u posljednjem kvartalu 2011. godine, kada je ukupna nezaposlenost dosegla vrhunac, prema podacima Ministarstva rada i mirovinskog osiguranja zaposlenost u zadrugama povećana je za 7,2%, odnosno 19.602 osobe pronašle su radno mjesto u sektoru zadrugarstva (Petričević, 2012a).

Petričević (2012a) navodi da se izravan utjecaj rada društvenih poduzeća prepoznaje u ekonomskom razvoju neke zajednice ili regije i to na sljedeći način:

- svojim djelovanjem nadopunjuju one usluge od javnog interesa (npr. socijalne usluge) koje javne institucije ili privatna profitna poduzeća nisu u mogućnosti dovoljno kvalitetno obavljati;

- doprinose uravnoteženom korištenju i raspodjeli raspoloživih resursa u korist lokalne zajednice;
- generiraju nova radna mjesta u svojim područjima djelovanja, a neka društvena poduzeća posebno su usmjerena integraciji dugotrajno nezaposlenih na tržište rada;
- potiču društvenu koheziju i pridonose rastu i razvoju društvenog kapitala;
- pružaju podršku institucionalizaciji neformalnih poduzetničkih aktivnosti privatnog profitnog sektora, itd.

Sve važnije današnje svjetske i europske strategije definiraju svoje ciljeve u tom smjeru. U Izvješću Europskog ekonomskog i socijalnog odbora (2016.) navodi se kako europska društvena ekonomija prema posljednjim poznatim podacima podrazumijeva više od 13,6 milijuna plaćenih radnih mjesta i više od 2,8 milijuna subjekata.

3. Pravni okvir za razvoj društvenog poduzetništva

U Hrvatskoj društveno poduzetništvo još uvijek nije zakonski regulirano, dok u Europskoj Uniji i svijetu možemo pronaći različite modele reguliranja društvenog poduzetništva. Ti modeli mogu biti regulirani posebnim zakonom kao što to pronalazimo u Italiji, ili kao dio postojećih pravnih propisa koju provodi Belgija. Razlike u praksama glede pravnog uređenja javljaju se iz razloga što ne postoji zajednička definicija tj. pojmovno određenje društvenog poduzetništva, zatim porezna politika, financijska podrška i drugo. Europska Unija prepoznala je potencijal društvenog poduzetništva te u Strategiji Europa 2020, postavlja ekonomske i društvene ciljeve koji se mogu provoditi i kroz društveno poduzetništvo i to konkretno zapošljavanjem mladih ljudi, zaštitom okoliša i ostalo. Također Europska unija dugi niz godina promovira zakonodavno okruženje koje uključuje pripremu odgovarajućih zakonodavnih oblika koji će omogućiti da se društveno poduzetništvo nesmetano razvija kao i poslovanje društvenih poduzetnika a prvenstvo se želi pojednostaviti i prilagoditi institucionalne i zakonodavne okvire potrebama društvenih poduzetnika.

Kao što je prepoznato i u samoj Strategiji, ona je predstavljala veliku prekretnicu u razvoju društvenog poduzetništva u Hrvatskoj te je upravo zakonodavni okvir ocjenjen kao jedan od ključnih izazova za uspjeh procesa razvoja društvenog poduzetništva. Šimleša et al. (2013.) napominju kako postoji previše zakona koji se, svaki na svoj način, odnose na društveno poduzetništvo, a to rezultira često neusuglašenim pristupom sektoru i nedovoljnom potporom razvojnim potrebama aktera. Isto tako smatraju kako bi za Hrvatsku bilo efikasnije i jasnije imati jedinstvenu pravnu regulativu za društveno poduzeće kao što su učinile neke druge zemlje EU-a (Francuska, Belgija, Velika Britanija, Finska, Latvija, Litva i druge). Pomak koji se dogodio na području zapošljavanja osoba s invaliditetom vidljiv je u Zakonu o profesionalnoj rehabilitaciji i zapošljavanju osoba s invaliditetom (NN 157/13, 152/14, 39/18, 32/20). Zakon o profesionalnoj rehabilitaciji i zapošljavanju osoba s invaliditetom propisuje ukoliko poslodavac koji zapošljava najmanje 20 osoba i pritom ne zapošljava osobu s invaliditetom, kvotu može zamijeniti sklapanjem ugovora o poslovnoj suradnji sa zaštitnom radionicom i integrativnom radionicom, odnosno trgovačkim društvom, zadrugom ili udrugom koja u svojoj strukturi zaposlenika ima više od 50 % osoba s invaliditetom. Ova odluka stvara prednost za društvene poduzetnike koji svoju misiju provode kroz zapošljavanje osoba sa invaliditetom, no društveno poduzetništvo ne

podrazumijeva samo zapošljavanje osoba sa invaliditetom već je puno širi pojam. Iz tog razloga potrebno je donijeti poseban zakon koji bi istaknuo posebnost svih društvenih poduzetnika bez obzira na odabrani pravni oblik i društveni problem.

3.1. Mogući pravni oblici djelovanja društvenog poduzetništva u RH

U Hrvatskoj se oblici društvenog poduzetništva gotovo potpuno manifestiraju u tri pravna oblika, a to su udruge, zadruge i trgovačka društva. Naš zakonodavni okvir još uvijek ne poznaje status društvenog poduzeća ili slično, te se trenutačno mogu primjenjivati zakoni koji su važni za sektor, a to su: Zakon o zadrugama (NN 34/11, 125/13, 76/14, 114/18, 98/19), Zakon o udrugama (NN 74/14), Zakon o zakladama (NN 106/18, 98/19), Zakon o ustanovama (NN 76/93, 29/97, 47/99, 35/08, 127/19), Zakon o trgovačkim društvima (NN 152/11, NN 111/12), Zakon o profesionalnoj rehabilitaciji i zapošljavanju osoba s invaliditetom (NN 143/02, NN 33/05, NN 157/13), Zakon o javnoj nabavi (NN 120/16), Zakon o poticanju razvoja malog gospodarstva (NN 29/02, 63/07, 53/12, 56/13, 121/16) i Zakon o pravima hrvatskih branitelja iz Domovinskog rata i članova njihovih obitelji (NN 121/17, 98/19). Prema istraživanju u radu Šimleša et al. (2015.) bazu aktera društvenog poduzetništva u Hrvatskoj čini 90 pravnih subjekata u 2014. godini, a podjela prema pravom obliku nalazi se u Tablici 3.

Tablica 3 Raspodjela aktera društvenog poduzetništva u Hrvatskoj uključenih u bazu društvenih poduzeća prema pravnom obliku 2014.

Pravni oblik	2014.
Udruge	44
Zadruge	31
Trgovačka društva	13
Ustanove	2
Ukupno	90

Izvor: Izrada autorice prema: Šimleša, D., Tonković, B., A., Puđak, J. (2016) Društveno poduzetništvo u Hrvatskoj: od prepoznavanja do primjene, *Revija za sociologiju*. 46 (3). str. 271–295.

Iz tablice 3 vidljivo je kako u Hrvatskoj društveni poduzetnici najviše posluju pod pravnim oblikom udruga, dok najmanji broj odlazi na ustanove.

Prema podacima prikupljenima u 2018. godini u sklopu istraživanja dr. sc. Davorke Vidović, profesorice na Fakultetu političkih znanosti koja je doktorirala na temu društvenih poduzeća, a koja je provedena u sklopu projekta “*Update of the mapping of social enterprises and their eco-systems in Europe*” pod inicijativom Opće uprave za zapošljavanje, socijalna pitanja i uključivanje Europske komisije, u širem smislu u Republici Hrvatskoj u tom trenutku bilo je aktivno 526 pravnih subjekata u području društvenog poduzetništva, i to prema kategorizaciji prikazanoj u Tablici 4.

Tablica 4 Raspodjela aktera društvenog poduzetništva u Hrvatskoj uključenih u bazu društvenih poduzeća prema pravnom obliku u 2018.

Tip organizacije	Broj
Udruge koje imaju registriranu gospodarsku djelatnost i koje se bave društvenim poduzetništvom i relevantnim aktivnostima od općeg interesa (socijalna skrb, briga o djeci i obrazovanje, održivi razvoj, zaštita okoliša, zaštita zdravlja i dr.)	346
Socijalne zadruge	25
Braniteljske socijalno-radne zadruge	35
Zadruge koje teže ostvarivanju društvenih ciljeva	33
Zaklade u privatnom vlasništvu, koje provode relevantne aktivnosti od općeg interesa i obavljaju gospodarske aktivnosti	5
Tvrtke osnovane od strane udruga koje se bave relevantnim aktivnostima od općeg interesa	50
Ostale tvrtke koje djeluju kao neprofitne i bave se socijalnim ciljevima	10
Ustanove koje osnivaju udruge, a koje se bave aktivnostima od općeg interesa	15

Zaštitne radionice	7
UKUPNO	526

Izvor: Vidović, D. (2019.) Social enterprises and their ecosystems in Europe, Country report Croatia. Luxemburg: Publications office of the European Union, str. 52.

U 2018. kao i u 2014. godini najveći broj društvenih poduzetnika u Hrvatskoj posluje pod pravnim oblikom udruga. One u ovom slučaju imaju registriranu gospodarsku djelatnost i bave se društvenim poduzetništvom i relevantnim aktivnostima od općeg interesa (socijalna skrb, briga o djeci i obrazovanje, održivi razvoj, zaštita okoliša, zaštita zdravlja i dr.) te ih slijede tvrtke osnovane od strane udruga koje se bave relevantnim aktivnostima od općeg interesa. Najmanji broj aktera odlučilo se poslovati pod pravnim oblikom zaklade u privatnom vlasništvu, koje provode relevantne aktivnosti od općeg interesa i obavljaju gospodarske aktivnosti.

3.1.1. Trgovačka društva

Iako trgovačka društva imaju važnu ulogu u hrvatskom poduzetništvu, prema istraživanju Šimleša et al. (2015.) koja je vidljivo i u Tablici 3, svega 13 društvenih poduzetnika posluje pod pravnim oblikom trgovačkih društva.

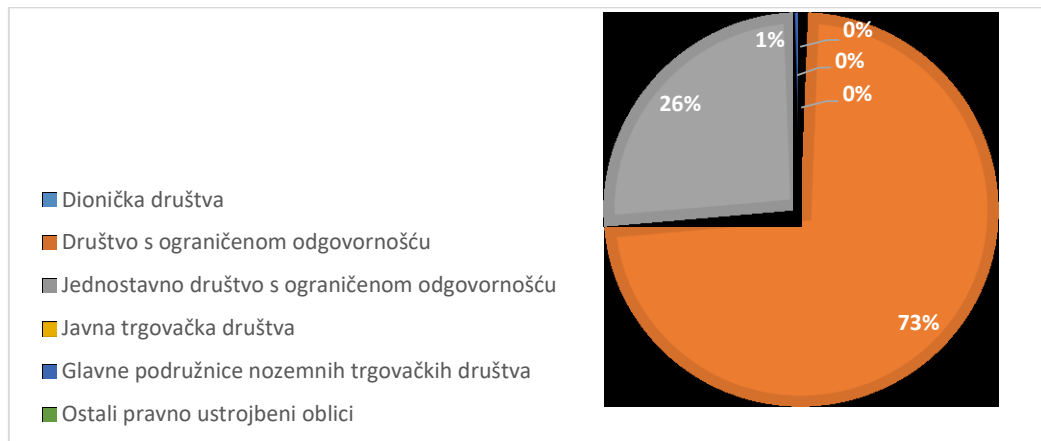
Trgovačko društvo je prema Zakonu o trgovačkim društvima (NN 152/11, NN 111/12) „pravna osoba čiji su osnivanje i ustroj određeni navedenim Zakonom. Trgovačko društvo može se osnovati za obavljanje gospodarske ili bilo koje druge djelatnosti, te trgovačko društvo je trgovac, neovisno o tome obavlja li gospodarsku ili neku drugu djelatnost.“

Kada se govori o oblicima trgovačkih društva prema Zakonu o trgovačkim društvima razlikuju se:

- a) društva osoba – u koje spadaju, javno trgovačko društvo, komanditno društvo i gospodarsko interesno udruženje
- b) društva kapitala - dioničko društvo i društvo s ograničenom odgovornošću

Trgovačko društvo svojstvo pravne osobe stječe upisom u sudski registar te gubi svojstvo pravne osobe brisanjem toga društva iz sudskog registra.

Grafikon 1 Trgovačka društva prema područjima NKD-a 2007., stanje 31. ožujka 2020.



Izvor: Izrada autorice prema podacima: Državni zavod za statistiku (2020) Broj i struktura poslovnih subjekata u ožujku 2020., dostupno na: https://www.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2020/11-01-01_01_2020.htm, (pristupljeno: 31. svibnja 2021.)

Iz grafikona 1 vidljivo je kako u Republici Hrvatskoj prevladavaju društva s ograničenom odgovornošću te jednostavna društva s ograničenom odgovornošću kao oblici trgovačkih društva.

a) Društvo s ograničenom odgovornošću

Kao što je prethodno prikazano i u grafikonu 1 društvo s ograničenom odgovornošću najčešći je oblik trgovačkog društva u Hrvatskoj. Zakon o trgovačkim društvima društvo s ograničenom odgovornošću definira kao trgovačko društvo u koje jedna ili više pravnih ili fizičkih osoba unose uloge u unaprijed dogovoreni temeljni kapital.

Prema istraživanju Instituta društvenih znanosti Ivo Pilar koju navodi autor Šimleša et al. (2015.), većinu poduzeća koja se nalaze u bazi koja je istražena, osnovala je neka udruga kao nov subjekt preko kojeg se provodi društveno poduzetništvo. Isto tako najaktivnije udruge u trenutku odluke o osnutku novog pravnog subjekta koji bi preuzeo društveno poduzetništvo uglavnom su odlučivale osnivati d.o.o., a ne zadrugu. Autori smatraju kako je tome tako što je u Hrvatskoj jednostavnije osnovati i voditi poslovanje kao d.o.o. nego kao zadrugu, a i lakše je povezati d.o.o. s „organizacijom majkom“ nego što bi to bio slučaj sa zadrugom. Prema trenutno važećim zakonima o trgovačkim društvima u Hrvatskoj mnoga načela društvenog poduzetništva predstavljaju izazov za d.o.o. kao pravni subjekt, od demokratskog upravljanja i

participacije do odnosa prema višku prihoda. Većina udruga koje su osnivale trgovačka društva vezala su njihov status za sebe tako da se sav višak profita reinvestirale u „majku osnivačicu“ ili ide za potrebe lokalne zajednice (Šimleša at al. 2015.). Iz tog razloga potrebno je praćenje razvoja poslovanja i detaljniji uvid, jer je u suprotnom teško procijeniti koliko se tu radi o produženoj ruci samofinanciranja, a koliko o društvenom poduzetništvu.

a) Jednostavno društvo s ograničenom odgovornošću

Jednostavno društvo s ograničenom odgovornošću je u pravu društava uvedena izmjenama i dopunama Zakona o trgovačkim društvima koje je usvojio Hrvatski sabor 21. rujna 2012. godine, a koje su objavljene u Narodnim novinama, br. 111 od 10. listopada 2012. godine (Tolušić, 2012.). Riječ „jednostavno“ u nazivu društva povezuje se s njegovim načinom osnivanja koje je pojednostavljeno u odnosu na osnivanje društva s ograničenom odgovornošću, kao i s potrebnim temeljnim kapitalom za njegovo osnivanje koji je uvelike niži od temeljnog kapitala potrebnog za osnivanje d.o.o.-a. S obzirom da je jednostavno društvo s ograničenom odgovornošću inačica društva s ograničenom odgovornošću na njega se primjenjuju se odredbe Zakona o trgovačkim društvima koje vrijede za d.o.o., osim kada je Zakonom drugačije određeno.

b) Dioničko društvo

Prema podacima Državnog zavoda za statistiku 2020. godine u Hrvatskoj su bila aktivna 802 dionička društva što ne predstavlja veliki broj s obzirom na 95.019 društva s ograničenom odgovornosti. Iako je u Hrvatskoj taj oblik slabije razvijen, u međunarodnoj ekonomiji je on vrlo značajan.

Zakon o trgovačkim društvima dioničko društvo definira kao trgovačko društvo u kojemu članovi (dioničari) sudjeluju s ulozima u temeljnome kapitalu podijeljenom na dionice. Dioničko društvo može imati i samo jednog dioničara te dioničari ne odgovaraju za obveze društva. Prema Zakonu dionice i temeljni kapital čiji je minimalni iznos u Hrvatskoj 200.000,00 kn, osim onih bez nominalnog iznosa, moraju glasiti na nominalne iznose izražene u kunama. Društvo može izdati dionice s nominalnim iznosom ili dionice bez tog iznosa, a nominalni iznos dionice ne može biti manji od 10,00 kuna. Po sadržaju prava koja daju dionice mogu biti redovne i povlaštene.

3.1.2. Obrt

Prema Zakonu o obrtu (NN 143/13, 127/19, 41/20), „obrt u smislu Zakona je samostalno i trajno obavljanje dopuštenih gospodarskih djelatnosti u skladu sa člankom 8. Zakona od strane fizičkih osoba sa svrhom postizanja dohotka ili dobiti koja se ostvaruje proizvodnjom, prometom ili pružanjem usluga na tržištu. Dopuštena je svaka gospodarska djelatnost koja nije zakonom zabranjena, a obrt se može obavljati i kao sezonski obrt najdulje šest mjeseci unutar jedne kalendarske godine. Obrtnik u smislu Zakona je fizička osoba koja obavlja jednu ili više djelatnosti iz članka 2. stavka 1. Zakona u svoje ime i za svoj račun, a pritom se može koristiti i radom drugih osoba.“

Broj registriranih obrta u Hrvatskoj u prosincu 2020. godine, prema podacima Hrvatske obrtničke komore, iznosio je 90.968, odnosno 40,9% prema pravno ustrojbenim oblicima, te su zapošljavali ukupno 186.000 osoba.

Obrt kao pravni oblik poslovanja ima nekoliko prednosti a to su: jednostavna i povoljna registracija. Dovoljno je prijaviti se putem online servisa e-Obrt i iz svog naslonjača registrirati obrt. Iako obrt ima svojih prednost, prema istraživanju Šimleša et al. (2015.) niti jedno društveno poduzeće 2014. godine nije djelovalo pod oblikom obrta.

3.1.3. Udruga

Udruga u smislu Zakona o udrugama (NN 74/14, 70/17) „je svaki oblik slobodnog i dobrovoljnog udruživanja više fizičkih, odnosno pravnih osoba koje se, radi zaštite njihovih probitaka ili zauzimanja za zaštitu ljudskih prava i sloboda, zaštitu okoliša i prirode i održivi razvoj, te za humanitarna, socijalna, kulturna, odgojno-obrazovna, znanstvena, sportska, zdravstvena, tehnička, informacijska, strukovna ili druga uvjerenja i ciljeve koji nisu u suprotnosti s Ustavom i zakonom, a bez namjere stjecanja dobiti ili drugih gospodarski procjenjivih koristi, podvrgavaju pravilima koja uređuju ustroj i djelovanje toga oblika udruživanja. Udruga stječe pravnu osobnost danom upisa u Registar udruga Republike Hrvatske.“

Načela djelovanja udruge prema Zakonu o udrugama:

1. Načelo neovisnosti - djelovanje udruge temelji se na načelu neovisnosti što znači da udruga samostalno utvrđuje svoje područje djelovanja, ciljeve i djelatnosti, svoj unutarnji ustroj i samostalno obavlja djelatnosti koje nisu u suprotnosti s Ustavom i Zakonom.

2. Načelo javnosti - djelovanje udruge temelji se na načelu javnosti. Javnost rada udruge uređuje se statutom, u skladu sa Zakonom.
3. Načelo demokratskog ustroja - djelovanje udruge temelji se na načelu demokratskog ustroja, što znači da udrugom upravljaju članovi na način da unutarnji ustroj udruge mora biti zasnovan na načelima demokratskog zastupanja i demokratskog načina očitovanja volje članova.
4. Načelo neprofitnosti - djelovanje udruge temelji se na načelu neprofitnosti, što znači da se udruga ne osniva sa svrhom stjecanja dobiti, ali može obavljati gospodarsku djelatnost, sukladno zakonu i statutu.
5. Načelo slobodnog sudjelovanja u javnom životu - djelovanje udruge temelji se na načelu slobodnog sudjelovanja u javnom životu, što znači da udruge slobodno sudjeluju u razvoju, praćenju, provođenju i vrednovanju javnih politika, kao i u oblikovanju javnog mnijenja te izražavaju svoja stajališta, mišljenja i poduzimaju inicijative o pitanjima od njihova interesa.

Prema podacima Državnog zavoda za statistiku, u Hrvatskoj je u ožujku 2020. godine bilo registrirano 70 664 udruga.

Prema autoru Šimleša et al. (2015.) udio udruge u pravnim oblicima u društvenom poduzetništvu u Hrvatskoj za 2014. godinu iznosio je 48,90 % odnosno u brojkama je to 44 udruge u odnosu na ukupno 90 aktera društvenog poduzetništva.

3.1.4. Zadruga

Zadruga je, kao poseban pravni oblik, definirana Zakonom o zadrugama (NN 34/11, 125/13, 76/14, 114/18, 98/19) kao „dragovoljno, otvoreno, samostalno i neovisno društvo kojim upravljaju njezini članovi, a svojim radom i drugim aktivnostima ili korištenjem njezinih usluga, na temelju zajedništva i uzajamne pomoći ostvaruju, unapređuju i zaštićuju svoje pojedinačne i zajedničke gospodarske, ekonomske, socijalne, obrazovne, kulturne i druge potrebe i interese te ostvaruju ciljeve zbog kojih je zadruga osnovana.“

U Hrvatskoj je Zakon o zadrugama iz 2011. godine u skladu s međunarodnim zadružnim načelima i traži od zadruga da ih poštuju. Zadruga se mora pridržavati sljedećih načela prema Zakonu o zadrugama (NN 34/11, 125/13, 76/14, 114/18, 98/19):

- a. Dragovoljno i otvoreno članstvo – članstvo u zadrugi je dragovoljno i otvoreno prema svim osobama koje koriste njezine proizvode, usluge i koje su spremne prihvatiti odgovornosti članstva, bez ikakve spolne, rasne, socijalne, političke, vjerske ili bilo koje druge diskriminacije.
- b. Nadzor poslovanja od strane članova - zadruga je demokratsko društvo čiji rad nadziru njezini članovi i koji aktivno sudjeluju u stvaranju poslovne politike i donošenju odluka. Izabrani predstavnici članova odgovaraju članstvu. Članovi imaju jednaka glasačka prava (jedan član – jedan glas).
- c. Gospodarsko sudjelovanje članova u radu zadruga i raspodjela - dužnost članova zadruga je, prema svojim interesima i mogućnostima, sudjelovanje u radu i doprinos razvoju zadruga. Članovi raspoređuju dobit zadruga za jednu ili više sljedećih namjena: razvitak zadruga, porast pričuva, članovima razmjerno poslovanju sa zadrugom i kao potpora drugim aktivnostima zadruga.
- d. Samostalnost i neovisnost – kao samostalna i neovisna pravna osoba zadruga se u pravnom prometu s drugim pravnim osobama i državnim tijelima oslanja na rad svojih članova i zadruga resurse, pod neposrednim nadzorom svojih članova.
- e. Obrazovanje, stručno usavršavanje i informiranje članova zadruga – zadruga provodi obrazovanje i stručno usavršavanje svojih članova, izabranih predstavnika, upravitelja i zaposlenika kako bi pridonijeli razvitku svoje zadruga. Ona izvješćuje svoje članove i javnost, posebice mlade ljude o naravi, koristima i prednostima zadrugarstva.
- f. Suradnja među zadrugama – zadruga najučinkovitije služe svojim članovima i jačanju zadruga sustava povezivanjem i suradnjom na lokalnoj, regionalnoj, nacionalnoj i međunarodnoj razini.
- g. Briga za zajednicu - zadruga posluje na način koji pridonosi održivom razvoju okruženja i lokalne zajednice.

Šimleša et al. (2015.) navode kako sedam zadruga načela kojih se zadruga u svojem radu trebaju pridržavati, a koje su integrirane u Zakon o zadrugama (NN 34/11, 125/13, 76/14, 114/18, 98/19), su u skladu s načelima društvenog poduzetništva. No javlja se problem sa zadruga načelima u praksi a taj je što se u nijednoj zemlji pa tako ni u Hrvatskoj ne vrši kontrola provođenja zadruga načela.

Tijela zadruga su: skupština, nadzorni odbor i upravitelj. Najviše tijelo u zadruzi je skupština zadruga i nju čine svi članovi zadruga, odnosno njihovi opunomoćenici.

U Zakonu postoji i posebno izdvajanje socijalnih zadruga koje definira kao „zadruga osnovane radi: obavljanja djelatnosti kojima se pruža pomoć u zadovoljenju osnovnih životnih potreba socijalno ugroženim, nemoćnim i drugim fizičkim osobama, koje one same ili uz pomoć članova obitelji ne mogu zadovoljiti zbog nepovoljnih osobnih, gospodarskih, socijalnih i drugih okolnosti, uključivanja u radne i gospodarske procese osoba s umanjenom radnom sposobnošću i drugih fizičkih osoba koje nemaju dovoljno sredstava za podmirenje osnovnih životnih potreba, a nisu u mogućnosti ostvariti ih svojim radom ili prihodom od imovine ili iz drugih izvora.“ No kako navodi Šimleša et al. (2015.), potrebno je istaknuti da socijalno zadrugarstvo u EU igra veliku ulogu na djelotvornost društvene ekonomije, te s obzirom na trenutačnih nekoliko redaka u Zakonu, razrada okvira djelovanja i jačanje statusa socijalnih zadruga u Hrvatskoj tek predstoji. Prema istraživanju Instituta društvenih znanosti Ivo Pilar (2015.), 2014. godine 31 društveni poduzetnik poslovao je pod pravnim oblikom zadruga.

Hrvatski centar za zadružno poduzetništvo je 31. prosinca 2016. godine evidentirao 1.218 aktivnih zadruga. Zadruga u RH broje ukupno 20.483 zadrugara te zapošljavaju 2.595 osoba. (Hrvatski centar za zadružno poduzetništvo, 2016.). Najveći broj zadruga nalazimo u sektoru poljoprivrede i šumarstva, njih 501, a najmanji broj zadruga, njih 39 pripada sektoru ribarstva. U 2016. godini bilježi se pad ukupnog broja zadruga u RH što je posljedica brisanja zadruga po službenoj dužnosti iz Sudskog registra sukladno članku 70. Zakona o sudskom registru i članku 27. Zakona o izmjenama i dopunama Zakona o zadrugama. Prema Evidenciji zadruga i zadružnih saveza Centra, na dan 31.12.2015. u registar su bile upisane 1.302 zadruga koje su ukupno uprihodile 1.594.478.935,00 kn.

3.1.5. Zaštitna radionica i radni centar

Na temelju članka 23. Zakona o profesionalnoj rehabilitaciji i zapošljavanju osoba s invaliditetom (NN 157/13, 152/14, 39/18, 32/20), ministar nadležan za rad donosi Pravilnik o zaštitnim radionicama i integrativnim radionicama za zapošljavanje osoba s invaliditetom. Zaštitna radionica, kako je definira Pravilnik o zaštitnim radionicama i integrativnim radionicama za zapošljavanje osoba s invaliditetom je „ustanova ili trgovačko društvo koje osigurava zaštitna radna mjesta za osobe s invaliditetom za

koje je nalazom i mišljenjem centra za profesionalnu rehabilitaciju utvrđeno da su zapošljive samo na zaštitnim radnim mjestima, a zbog svog invaliditeta mogu postići od 30% do 70% očekivane radne učinkovitosti.“

Zaštitna radionica mora imati najmanje 5 zaposlenih, a od ukupnog broja zaposlenih najmanje 51% moraju biti osobe s invaliditetom zaposlene na zaštitnim radnim mjestima. Ona mora ispuniti kadrovske, tehničke i organizacijske uvjete propisane ovim Pravilnikom te imati izrađen poslovni plan s financijskim pokazateljima.

3.1.6. Ustanove

Prema Zakonu o ustanovama (NN 76/93, 29/97, 47/99, 35/08, 127/19), „ustanova je pravna osoba čije je osnivanje i ustrojstvo uređeno navedenim Zakonom. Ustanova se osniva za trajno obavljanje djelatnosti odgoja i obrazovanja, znanosti, kulture, informiranja, športa, tjelesne kulture, tehničke kulture, skrbi o djeci, zdravlja, socijalne skrbi, skrbi o invalidima i druge djelatnosti, ako se ne obavljaju radi stjecanja dobiti.“

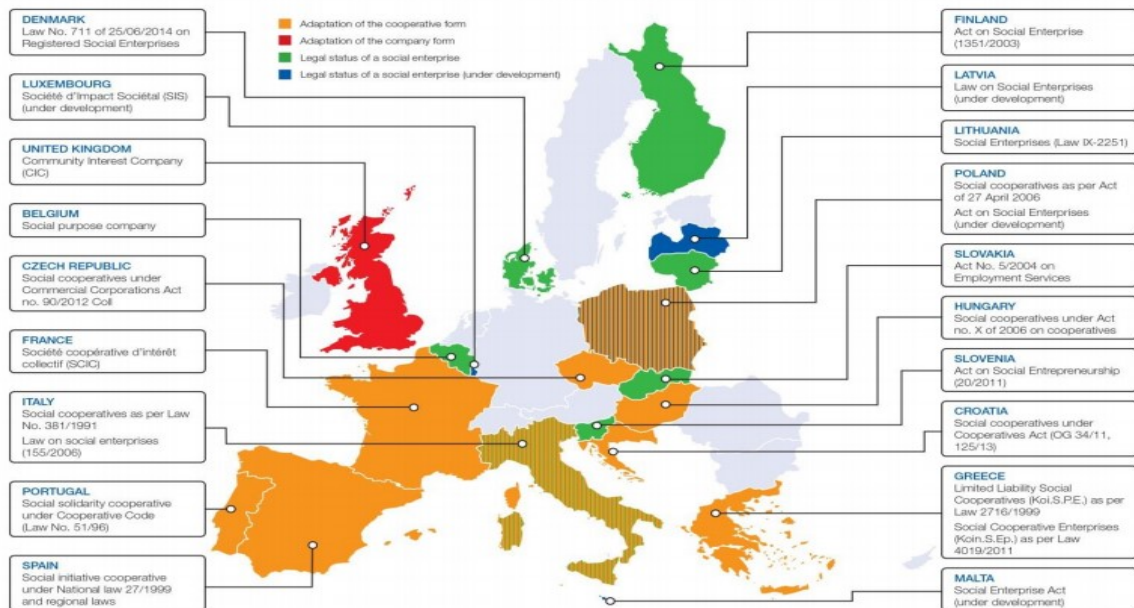
Ustanova je samostalna u obavljanju svoje djelatnosti i u poslovanju sukladno zakonu, na zakonu utemeljenom propisu i aktu o osnivanju a stječe svojstvo pravne osobe upisom u sudski registar ustanova.

Postotak ustanove u pranim oblicima u društvenom poduzetništvu u Hrvatskoj za 2014. godinu iznosi svega 2,22 %, odnosno dvije ustanove od njih ukupno 90. (Šimleša et al., 2015.).

3.2. Pravna regulativa društvenog poduzetništva u članicama Europske unije

Društveno poduzetništvo u cijeloj Europi usvaja raznoliki niz organizacijskih i pravnih oblika: (1) postojeće pravne oblike poput udruga, zaklada, zadruga, dioničkih društava; (2) novi pravni oblici isključivo dizajnirani za društvena poduzeća, prilagođavanjem postojećih pravnih propisa na primjer socijalne zadruge u Italiji, *Societe Cooperative d'Interet Collectifs* (SCICs) u Francuskoj, tvrtke s interesom zajednice u Velikoj Britaniji; (3) pravni status koji može biti dobiveni odabranim ili svim postojećim pravnim oblicima, koji su u skladu s određenim brojem pravnih propisa (npr. pravni status društvenog poduzeća u Italiji); (4) nove vrste pravnih oblika koji dopuštaju da tradicionalne neprofitne organizacije provode gospodarskih aktivnosti poput npr. Neprofitnog instituta u Ljubljani Slovenija.

Slika 2 Zemlje Europske unije s posebnim pravnim oblicima ili statusima za društveno poduzetništvo



Izvor: Europska komisija (2015) A map of social enterprises and their eco-systems in Europe, str. 14.

Zemlje Francuska, Grčka, Italija i Poljska uvele su nove zakonske oblike za društveno poduzetništvo prilagođavanjem ili krojenjem postojećih pravnih oblika. Velika Britanija razvila pravni oblik koji koriste društvena poduzeća (*Community Interest Company*) koji se posebno prilagođava obrascima trgovačkih društava. U četiri zemlje stvoren je poseban, novi pravni oblik za društveno poduzetništvo prilagođavanjem zadružnog pravnog oblika te pet zemalja priznaje socijalne zadruge (ili socijalnu namjenu zadruga) u svojim postojećim zakonskim propisima koji uređuju zadruge. To su: Hrvatska, Češka, Mađarska, Portugal i Španjolska. U Finskoj, Litvi i Slovačkoj Zakoni o društvenom poduzetništvu usko se odnose na radnu integraciju, a u Njemačkoj ne postoji poseban zakon o društvenom poduzetništvu, čak ni formalna definicija. Italija je jedina europska zemlja s oba zakona i to o socijalnim zadrugama (pravni oblik) kao i Zakonom o socijalnim poduzećima (pravni status) te je iz tog razloga istaknuta sa slici 2 kao i Poljska koja ima specifičan pravni oblik za društvena poduzeća (socijalne zadruge), a u izradi je i nacrt zakona koji predlaže stvaranje pravnog statusa društvenog poduzeća.

Tablica 5 Pravni oblici i pravni akti o društvenom poduzetništvu u zemljama Europske unije

Država	Zakon/pravni akt	Godina usvajanja	Pravni status	Pravni oblik	Br. organizacija registrirano pod pravnim statusom
Belgija	Poduzeće za postizanje socijalnog cilja (uređeno člancima 661-669 Belgijskog kodeksa tvrtki) - <i>Belgian Companies Code</i>	1995	X		736 (2013)
Hrvatska	Socijalne zadruge osnovane prema novom Zakonu o zadrugama	2011		X	nepoznato
Češka	Socijalna zadruga osnovana prema Zakonu o trgovačkim društvima br. 90/2012 Coll - <i>Commercial Corporations Act n. 90/2012 Coll</i>	2014		X	nepoznato
Danska	<i>LOV nr 711 od 25/06/2014 Lov om registrerede socialøkonomiske virksomheder</i> [Zakon o registriranim društvenim poduzećima]	2014	X		nepoznato
Finska	Zakon o društvenom poduzetništvu (1351/2003)- <i>Act on Social Enterprise (1351/2003)</i>	2004	X		154 (2009)
Francuska	<i>Société coopérative d'intérêt collectif (SCIC)</i> - Francuska je prilagodila svoju postojeću zadružnu povelju (Zakon br 47-1775 od rujna 1947.) uvođenjem posebnih odredaba o SCIC-a tj. Zadružno društvo kolektivnog interesa (<i>Societe Cooperative d'Interet Collectifs</i>)	2001		X	266 (2012)
Grčka	Zakon 4019/2011 o društvenoj ekonomiji i društvenom poduzetništvu - osnivanjem socijalnih zadruga (Koin.S.Ep.) Zakon 2716/99 (članak 12.) o osnivanju socijalnih zadruga s ograničenom odgovornošću (Koi.S.P.E.)	2011 1999		X X	530 (2014) 10 (2014)

Mađarska	Socijalne zadruge (definirane prema Zakonu X. 2006. o zadrugama)	2006		X	490 (2013)
Italija	Zakon o socijalnim zadrugama (381/1991)- <i>Law on social cooperatives</i>	1991		X	<u>11,264 (2013)</u>
	Zakon o socijalnim poduzećima (155/2006.)- <i>Law on social enterprises</i>	2006	X		<u>774 (2013)</u>
Litva	Zakon o društvenim poduzećima (IX-2251)- <i>Law on Social Enterprises</i>	2004	X		133 (2014)
Poljska	Zakon o socijalnim zadrugama- <i>Act on Social Cooperatives</i>	2006		X	~ 900 (2014)
Portugal	Zadruga socijalne solidarnosti pod Kodeksom o zadrugama (Zakon br. 51/96)- <i>Cooperative Code</i>	1997		X	108 (2014)
Slovačka	Zakon br. 5/2004 o uslugama zapošljavanja- <i>Employment Services</i>	2008	X		94 (2014)
Slovenija	Zakon o socijalnom poduzetništvu (20/2011)- <i>Act on Social Entrepreneurship</i>	2011	X		33 (2013)
Španjolska	Zadruga za socijalnu inicijativu- <i>Social initiative cooperative</i>	1999		X	566 (2009)
Velika Britanija	Zakon o Tvrtki javnog interesa (CIC)- <i>The Community Interest Company (CIC) Regulations</i>	2005		X	9,545 (2014)

Izvor: Europska komisija (2015) A map of social enterprises and their eco systems in Europe, str. 53

Iz tablice 5 može se iščitati pravni (regulatorni) okvir društvenog poduzetništva za 16 država, dok se od svih ističe i prednjači Italija koja je predmetni zakon donijela 2006. te Belgija, koja je to područje zakonski uredila davne 1995. godine. Isto tako među državama ističe se i Velika Britanija koja je razvoju društvenog poduzetništva dala poticaj donošenjem Zakonom o tvrtki javnog interesa (CIC) 2005. godine.

4. Institucionalni okvir

U Hrvatskoj se još ne može reći kako postoji institucionalni okvir za razvoj društvenog poduzetništva a jedan od glavnih razloga što ne postoji jasno tumačenje društvenog poduzetništva u teoriji niti u praksi te ne postoji regulirani pravni sustav koji bi podupirao razvoj.

Nacionalna strategija za razvoja društvenog poduzetništva koja je donesena za razdoblje od 2015. – 2020. godine predstavljala je prvi korak u promjeni takvog stanja. Primarni cilj Strategije bio je razvoj društvenog poduzetništva kroz postavljanje financijskog i pravnog okvira te promicanje društvenog poduzetništva, za čiju je inicijativu i koordinaciju bilo zaduženo Ministarstvo rada i mirovinskoga sustava.

Zadruga su također veliki dio društvenog poduzetništva te je potrebno i na njih obratiti pozornost, a upravo je za njihov nadzor, odnosno nadzor Zakona o zadrugama i drugim propisima zaduženo Ministarstvo gospodarstva i održivog razvoja.

Sljedeći dionik u institucionalnom okviru društvenog poduzetništva čini Ministarstvo rada, mirovinskoga sustava, obitelji i socijalne politike koji je zadužen za socijalno zapošljavanje. Njihov glavni zadatak je koordinacija aktivnosti između Europske Unije i Republike Hrvatske u području socijalnog uključivanja. Također vezano uz socijalno zapošljavanje, uz Ministarstvo uključuje se i Zavod za zapošljavanje i Fond za profesionalnu rehabilitaciju i zapošljavanje osoba s invaliditetom.

Kako u svom radu navode i autori Bajok i Petričević (2012.), društveno poduzetništvo ima širok obuhvat područja djelatnosti, pa tako se u razvoj društvenog poduzetništva mogu uključiti i slijedeća ministarstva: Ministarstvo regionalnog razvoja i fondova Europske unije, Ministarstvo poljoprivrede, Ministarstvo branitelja, Ministarstvo gospodarstva i održivog razvoja, Ministarstvo znanosti, obrazovanja, Ministarstvo kulture i medija, Ministarstvo financija i Ministarstvo pravosuđa i uprave.

Uz ministarstva i ostale državne agencije, sve više se javlja razvoj u području privatnog neprofitnog sektora gdje pronalazimo sve veći broj organizacija civilnoga društva koje nastoje utjecati na razvoj društvenog poduzetništva u Republici Hrvatskoj ili same poduzimaju gospodarske aktivnosti u svome radu. Udruga Slap iz Osijeka je krajem 2009. godine pokrenula inicijativu za osnivanje Foruma socijalnog poduzetništva. Forum socijalnog poduzetništva je neformalna mreža koju čini tridesetak članica,

organizacija i pojedinaca, iz privatnog profitnog, javnog i privatnog neprofitnog sektora, a rad foruma je usmjeren na razvoj programa podrške i izobrazbe o društvenom poduzetništvu, razvoj zakonodavnog i institucionalnog okvira te osnaživanje mreže. Jedna od dobrih inicijativa koja se je razvila putem Forumu je osnivanje CEDRA - Clustera za eko-društveni razvoj koja pruža podršku za novonastale i postojeće društvene poduzetnike, te koji uključuje sestrinske organizacije u Rijeci (CTK Rijeka), Osijeku (Udruga SLAP) i Dubrovniku (DEŠA).

U proces razvoja društvenog poduzetništva u Hrvatskoj uključile su se i međunarodne organizacije. *Nonprofit Enterprise and Self-sustainability Team* (NESsT) je organizacija koja je u Hrvatskoj prisutna niz godina tijekom kojih pruža dugoročnu financijsku potporu i izgradnju kapaciteta za rast i održavanje društvenih poduzeća, potpora je društvenim poduzetnicima u ranim fazama razvoja te doprinosi izgradnji sektora društvenog poduzetništva kroz razvoj i istraživanja najboljih praksi.

Bez obzira na nedostatak dovoljne potpore društvenim poduzetnicima trendovi pokazuju sve veći broj inicijativa i društvenih poduzetnika što ukazuje na potrebu razvoja pravnog okvira ali i izgradnju institucionalne potpore. Svi navedeni dionici trebali bi preuzeti glavnu ulogu kako bi kreirali poticajno okruženje za društvene poduzetnike i da ih na tržištu pronalazimo čim više jer oni svojim poslovanjem direktno doprinose lokalnoj zajednici, očuvanju okoliša i ostalim pozitivnim aspektima.

4.1. Strategija

Kao što je prethodno spomenuto u radu, Vlada republike Hrvatske je na inicijativu Ministarstvo rada i mirovinskoga sustava¹ donijela Nacionalnu strategiju razvoja društvenog poduzetništva za razdoblje 2015 – 2020 godine. Cilj Nacionalne strategije za razvoj društvenog poduzetništva je stvaranje poticajnog okruženja za razvoj društvenog poduzetništva u Republici Hrvatskoj, zakonodavnih i fiskalnih okvira, financijske i tehničke potpore društvenim poduzetnicima, definiranje kriterija i instrumenata za prepoznavanje, praćenje i razvoj društvenih poduzetnika, te izobrazbe

¹ Danas pod nazivom Ministarstvo rada, mirovinskog sustava, obitelji i socijalne politike. Na temelju članka 54. stavka 1. Zakona o sustavu državne uprave (»Narodne novine«, broj 66/19) i članka 37. stavka 1. Zakon o ustrojstvu i djelokrugu tijela državne uprave (»Narodne novine«, broj 85/20), Vlada Republike Hrvatske je na sjednici održanoj 27. kolovoza 2020. donijela odluku o unutarnjem ustrojstvu Ministarstva rada, mirovinskoga sustava, obitelji i socijalne politike.

na svim razinama radi prepoznavanja važnosti društvenog poduzetništva kao bitne komponente gospodarskog razvitka.

Vlada Republike Hrvatske je na sjednici održanoj 25. travnja 2013. godine donijela Odluku o osnivanju Radne skupine za izradu Strategije društvenog poduzetništva u Republici Hrvatskoj za razdoblje od 2014. do 2020. godine. Odluka je službeno nadopunjena Rješenjem o imenovanju predsjednika, zamjenice predsjednika i članova Radne skupine donesenim na sjednici Vlade Republike Hrvatske održanoj 18. srpnja 2013. godine. Prvi sastanak Radne skupine održao se je 22. svibnja 2013. godine u organizaciji Ministarstva rada i mirovinskoga sustava. Na njemu su se okupili, tada još neslužbeni, članovi Radne skupine, predstavnici tijela državne uprave, civilnog društva, socijalnih partnera, strukovnih organizacija, regionalnih razvojnih agencija i akademske zajednice. Radna skupina se sastojala od 44 člana, a po potrebi su bili pozivani i vanjski stručnjaci kako bi sudjelovali u specifičnim raspravama. Tijekom 2013. godine održana su ukupno 4 sastanka radne skupine u punom sastavu i to: 22. svibnja, 10. lipnja, 2. srpnja i 14. listopada, te nekoliko užih sastanaka na kojima su se pripremali radni dokumenti nužni za izradu Strategije i na kojima je sudjelovao manji krug dionika (Ministarstvo rada i mirovinskoga sustava, Ministarstvo socijalne politike i mladih, Ministarstvo poduzetništva i obrta te predstavnici civilnoga društva). Tijekom 2014. godine održana su dva sastanka Radne skupine u punom sastavu (28. veljače i 9. rujna) te je tijekom ožujka i travnja 2014. godine provedena javna rasprava. 27. veljače 2015. održan je sedmi sastanak Radne skupine na kojem je usuglašen konačni nacrt Strategije (Ministarstvo rada, mirovinskoga sustava, obitelji i socijalne politike, 2015.).

Sadržaj Strategije razvoja društvenog poduzetništva u Republici Hrvatskoj sastoji se od sedam poglavlja. Prva dva poglavlja donose pregled povijesti i iskustva društvenog poduzetništva u Europi i Republici Hrvatskoj s posebnim osvrtom na metodologiju izrade Strategije. Treće poglavlje predstavlja osnovne i posebne ciljeve Strategije. Četvrto poglavlje predstavlja važni dio Strategije a sadrži mjere i planirane aktivnosti s definiranim nositeljima, sunositeljima, rokovima, sredstvima i pokazateljima potrebnim za nadzor razvoja Strategije. U petom poglavlju SWOT analiza ukazuje na osnovne snage i slabosti u provedbi Strategije. Šesto poglavlje Strategije daje pregled planiranih sredstava za razvoj društvenog poduzetništva u Republici Hrvatskoj od

2015. do 2020. godine, dok se u sedmom poglavlju navode članovi radnih skupina koji su radili na izradi Strategije.

Na kraju Strategije predstavljena je financijska tablica planiranih sredstava za razvoj društvenog poduzetništva u Republici Hrvatskoj, te su navedeni članovi Radne skupine koja je radila na izradi Strategije. Također u Strategiji se nalazi definicija društvenog poduzetništva i kriteriji za prepoznavanje društvenih poduzetnika koji su detaljnije opisani u poglavljima 2.2 i 2.3. ovog rada.

Kada govorimo o ciljevima Strategije, opći cilj Strategije za razvoj društvenog poduzetništva u Republici Hrvatskoj u razdoblju od 2015. do 2020. je uspostava poticajnog okruženja za promicanje i razvoj društvenog poduzetništva u Republici Hrvatskoj kako bi se smanjile regionalne razlike i osiguralo povećanje razine zaposlenosti, te pravednija raspodjela i upravljanje društvenim bogatstvom. Posebne ciljeve čine (Ministarstvo rada, mirovinskoga sustava, obitelji i socijalne politike, 2015.):

1. uspostava i unapređenje zakonodavnog i institucionalnog okvira za razvoj društvenog poduzetništva;
2. uspostava financijskog okvira za učinkovit rad društvenih poduzetnika;
3. promicanje važnosti i uloge društvenog poduzetništva kroz sve oblike obrazovanja;
4. osiguranje vidljivosti uloge i mogućnosti društvenog poduzetništva u Republici Hrvatskoj te informiranje opće javnosti o temama u vezi s društvenim poduzetništvom U SWOT analizi su predstavljene snage i slabosti društvenog poduzetništva te mogućnosti i prijetnje iz okruženja. Svi elementi analize prikupljeni su od dionika, odnosno članova Radne skupine za izradu Strategije. SWOT analiza predstavljala je polaznu točku u osmišljavanju mjera i aktivnosti ove Strategije.

Tablica 6 SWOT analiza sektora društvenog poduzetništva u RH

Snage	Slabosti
Postojanje podrške razvoju unutar samog sektora društvenog poduzetništva (mreže CEDRA HR, SEFOR, ZEF), temeljene na inicijativi iz civilnog društva	Nejasno i neusuglašeno razumijevanje društvenog poduzetništva među dionicima Negativne konotacije komunalnih i neprofitnih oblika gospodarskog djelovanja

<p>Postojanje različitih inicijativa društvenog poduzetništva u lokalnoj zajednici</p> <p>Duga tradicija zadrugarstva u Republici Hrvatskoj</p> <p>Poticanje društveno-poduzetničkih inicijativa organizacija civilnog društva od strane državne vlasti kroz postojeću Nacionalnu strategiju stvaranja poticajnog okruženja za razvoj civilnoga društva od 2012. do 2016. godine</p> <p>Postojanje organizacija koje su u mogućnosti poticati i promicati društveno poduzetništvo (regionalne razvojne agencije, društveno-poduzetničke mreže, zaklade, Regionalni centri podrške i županijske suradne organizacije)</p> <p>Postojanje investicijskih potpora za razvoj poduzetništva od strane državnih institucija (Poduzetnički impuls)</p> <p>Razvoj poticajnog okruženja za razvoj malog i srednjeg poduzetništva u Republici Hrvatskoj (Strategija razvoja poduzetništva 2013.-2020.)</p> <p>Razvijenost sektora civilnog društva u području pružanja socijalnih usluga u zajednici</p> <p>Postojanje interesa za razvoj društveno odgovornog poslovanja i investiranja u zajednicu i društveno poduzetništvo u dijelu poslovnog sektora, s uspostavljenim suradničkim mehanizmima i programima (Mreža za DOP, Zajednica za DOP HGK, HRPSOR, sektorska udruženja - HUB)</p>	<p>koje se proglašava neproduktivnim i neopravdanim i veže ih se s razdobljem državne, planirane ekonomije</p> <p>Nepostojanje analiza, slabo, premda rastuće, prepoznavanje potencijalnih koristi društvenog poduzetništva za socio-ekonomski razvoj</p> <p>Postojeći sustavi podrške društvenog poduzetništva nemaju javnu institucionalnu podršku na nacionalnim, županijskim i lokalnim razinama pa se značajna količina resursa troši na pribavljanje sredstava za održivost sustava</p> <p>Manjak kvalitetnog i jasnog zakonodavnog okvira vezanog uz društveno poduzetništvo</p> <p>Manjak financijskih instrumenata dostupnih potencijalnim društvenim poduzetnicima (kreditni, jamstveni fondovi, društveno odgovorno investiranje, zakladništvo)</p> <p>Niska poželjnost društvenih poduzetnika kao klijenata financijskih institucija zbog manjka poslovnog iskustva i vještina te nedostatka kolaterala/zaloga za financiranje</p> <p>Manjak vidljivosti društveno i okolišno odgovornih proizvoda i usluga na tržištu</p> <p>Nedostatno osjetljiv sustav javne nabave na kvalitetu i odgovornost (pozitivne društvene, ekološke i ekonomske učinke) proizvoda i usluga</p> <p>Nerazvijeni mehanizmi dokumentiranja i statističkog praćenja društvenog poduzetništva</p> <p>Manjak jasnih i pouzdanih podataka o veličini i utjecaju sektora društvenog poduzetništva</p> <p>Slaba razvijenost i umreženost regionalnih i lokalnih centara potpore društvenim poduzetnicima</p>
---	---

	<p>Nedovoljno stručna upravljačka struktura unutar sektora (društvenog) poduzetništva</p> <p>Manjak poslovnih vještina kod postojećih i potencijalnih društvenih poduzetnika</p> <p>Slaba uključenost u međunarodne poslovne i suradničke mreže društvenih poduzetnika (klasteri, razmjena znanja)</p> <p>Malen i nepovezan korpus znanja i programa izobrazbe za društveno poduzetništvo u formalnom obrazovnom sustavu</p> <p>Kašnjenja i nekoherentnost reforme sustava socijalne skrbi, uključujući i razvoj socijalnih usluga u zajednici</p> <p>Slabo razvijen koncept društvenog poduzetništva u kontekstu zapošljavanja socijalno ugroženih i marginaliziranih skupina (socijalnog zapošljavanja)</p> <p>Neusklađenost sustava obrazovanja s potrebama tržišta rada</p> <p>Nepostojanje nacionalnog sustava i metodologije za mjerenje utjecaja društvenih poduzetnika</p> <p>Slabi kapaciteti dionika za ugradnju društvenih/okolišnih kriterija u svoje procese upravljanja</p>
Prilike	Prijetnje
<p>Visoka razina prepoznatljivosti društvenog poduzetništva na europskoj razini</p> <p>Pojačana svijest dionika o potrebi promišljanja alternativnih ekonomskih modela zbog krize liberalnog kapitalizma</p> <p>Veliki raspon inovacija u području društvenog poduzetništva širom svijeta i kod nas s ubrzanom razmjenom informacija</p> <p>Dostupna i brza međunarodna suradnja i razmjena informacija i znanja</p>	<p>Zlouporaba koncepta društvenog poduzetništva za aktivnosti koje nisu u skladu s njegovim načelima i vrijednostima</p> <p>Izjednačavanje društvenog poduzetništva s neprofitnim sektorom</p> <p>Moguće administrativne prepreke zbog neprepoznavanja punog potencijala društvenog poduzetništva od strane državnih/javnih institucija i regionalnih/lokalnih zajednica</p>

<p>Nove suradnje, međusektorska umrežavanja i partnerstva na lokalnoj, regionalnoj, nacionalnoj i međunarodnoj razini</p> <p>Sve veći raspon institucionalnih rješenja za poticaj društvenog poduzetništva širom Europske unije i svijeta</p> <p>Sustavna financijska potpora razvoju društvenog poduzetništva kroz europske fondove i programe (Europski socijalni fond, Europski program za socijalne promjene i inovacije)</p> <p>Potrebe za proizvodima i uslugama zbog nedovoljnog angažmana tržišnih i javnih subjekata u slabije razvijenim regijama Republike Hrvatske</p> <p>Razvijen sustav obrazovnih ustanova i programa kao potencijalna mreža za širenje društveno-poduzetničkih kompetencija</p> <p>Perspektive reforme sustava socijalne skrbi, u smjeru decentralizacije i lokalizacije pružanja socijalnih usluga</p> <p>Rastuća svjesnost o važnosti sektora društvenog poduzetništva kod državnih, regionalnih i lokalnih institucija</p>	<p>Nefleksibilnost zakonodavnog okvira za stvaranje poticajnog okruženja za razvoj društvenog poduzetništva</p> <p>Izostanak suradnje institucija: nacionalnih-regionalnih-lokalnih</p> <p>Nevidljivost ostvarenih pozitivnih efekata poslovanja društvenih poduzetnika</p>
---	---

Izvor: Izrada autorice prema podacima: Strategija razvoja društvenog poduzetništva u Republici Hrvatskoj za razdoblje 2015. – 2020. godine, 2015., str. 40, dostupno na: <https://mrosp.gov.hr/arhiva-3104-10582/usvojena-strategija-razvoja-drustvenog-poduzetnistva-u-hrvatskoj-11570/11570>, (pristupljeno: 28.svibnja 2021.)

Za realizaciju Strategije bilo je osigurano ukupno 270.650.000,00 kn. Za pojedine mjere, osigurana su slijedeća sredstva:

- Definiranje i razvoj zakonodavnog i institucionalnog okvira za društvene poduzetnike - 17.900.000,00 kn
- Poboljšanje dostupnosti financijskih instrumenata namijenjenih društvenim poduzetnicima - 160.850.000,00 kn
- Promicanje obrazovanja o važnosti i ulozi društvenog poduzetništva na svim razinama - 75.000.000,00 kn

- Promicanje javne vidljivost i prepoznatljivosti društvenog poduzetništva - 16.500.000,00 kn
- Praćenje provedbe Strategije (uključujući evaluaciju) - 400.000,00 kn

Što se tiče praćenja provedbe strategije, za njega su bili zaduženi članovi Savjeta za razvoj društvenog poduzetništva kojeg je uspostavila Vlada Republike Hrvatske a Savjet se je sastojao od dionika relevantnih za sektor društvenog poduzetništva odnosno relevantna tijela državne uprave, socijalnih partnera, organizacija civilnog društva i ostalih dionika. Prema Strategiji njihova obaveza bila je sastajati se minimalno dva puta godišnje te na svojim sjednicama raspravljati i donositi strateške preporuke za razvoj društvenog poduzetništva. Zatim tijela zadužena za upravljanje provedbom Strategije trebala su svake godine sastavljati izvješće o njoj provedbi. Za prvo tromjesečje bila je predviđena periodična evaluacija provedbe, a za prvo tromjesečje 2020. godine završna evaluacija provedbe.

Kada govorimo o novoj Strategiji razvoja društvenog poduzetništva u Hrvatskoj za nadolazeće razdoblje, Ministarstvu rada, mirovinskoga sustava, obitelji i socijalne politike je u cilju što učinkovitijeg korištenja sredstava iz Europskog socijalnog fonda, fokus trenutno usmjeren na pripremu operativnog programa za programsko razdoblje 2021.-2027. te definiranje pozicije društvenog poduzetništva u navedenom programu.

4.2. Mjerenje društvenog utjecaja

Treći sektor redovito ispunjava prostor između tržišta, tj. pravog sektora i državnih institucija koje predstavljaju drugi sektor, promičući vrijednosti kao što su pravda i solidarnost, dok istovremeno donosi konkretan napredak u području socijalnog uključivanja i integracije. Naglašeni demografski, trendovi tržišta rada te povećanje socijalnih tenzija uslijed pojave novih socijalnih rizika samo su neki od najvećih socijalnih izazova s kojima se Hrvatska i Europa moraju suočiti sada i u narednim desetljećima (Baturina, 2017.). Treći sektor je obuhvatan pojam. Njega zasebno uvode Etzioni i Levitt početkom 1970-ih (Baturina, 2017.), polazeći od argumenta o neuspjehu tržišta i neuspjehu (rastuće) socijalne države u osiguranju socijalne zaštite. Glavne prednosti trećeg sektora prepoznaju se u njegovom kombiniranju poduzetničke orijentacije i organizacijske učinkovitosti poslovnog sektora s orijentacijom prema javnom dobru, prisutnom u javnom sektoru. Sektor je aktivan i razvija se u mnogim područjima ekonomije, zdravlja i skrbi, socijalnih usluga, kulture, okoliša, obrazovanja

i zapošljavanja kroz različite subjekte koji se temelje na različitim pravnim statusima prema nacionalnom pravnom i kulturnom okviru (Baturina, 2017). Mjerenje utjecaja razvija se već nekoliko desetljeća a sve veći naglasak stavlja se na društveni utjecaj, iako još uvijek postoje određene terminološke zabune čak i oko samog pojma utjecaja. Mjerenje društvenog utjecaja može pomoći da boljem razumijevanju uloge poduzeća i drugih organizacija u stvaranju ekonomskih, okolišnih i socijalnih učinaka, ali i vrednovanju društvenog povrata ulaganja na sredstva koja su uložena u programe, projekte i aktivnosti kojima se stvaraju društvene promjene. Europska komisija je još prije desetak godina prepoznala potrebu za razvojem metodologije koja bi mjerila društveno-ekonomske koristi koje stvaraju društvena poduzeća, osim toga smatra da je razvoj nedvosmislene metodologije za mjerenje društvenog utjecaja društvenih poduzeća prilikom njihovog utjecaja na zajednicu ključan u dokazivanju da novac investiran u društvena poduzeća pridonosi visokim uštedama i dohotku. U listopadu 2012. godine oformljena posebna skupina stručnjaka, GECES (Expert Group on Social Entrepreneurship/Groupe d'Experts de la Commission sur l'Entrepreneuriat Social) čija je zadaća razviti metodologiju mjerenja društvenog utjecaja aktivnosti društvenih poduzeća. Razvoj metodologije bio je potreban zbog (Petričević, Roginek, 2016):

- razvoja Europskih fondova za društveno poduzetništvo (EuSEFs) – kako bi se dodatnim kriterijima olakšalo odlučivanje o tome kamo i zašto se sredstva ulažu,
- konteksta Programa EU-a za zapošljavanje i socijalne inovacije (EaSI) – prema kojem se odobravaju određena bespovratna sredstva društvenim poduzećima koja mogu dokazati da stvaraju mjerljiv društveni utjecaj.

Kada se govori o metodama mjerenja društvenog poduzetništva, Baturina (2017.) ističe kako postoji više od 80 metoda mjerenja društvenog utjecaja. Jedna od najpoznatijih metoda za mjerenje i izvještavanje o društvenom utjecaju zasigurno je društveni povrat ulaganja (*Social Return on Investment – SROI*). Društveni povrat ulaganja predstavlja proces i metodu koja pomaže u razumijevanju načina na koji određena aktivnost može stvoriti vrijednost i na koji način se stvorena vrijednost može novčano vrednovati, njega je kao metodu razvio Jed Emerson s Business Harvard School 2000. godine. Osnovna pretpostavka od koje SROI polazi jest da kod stvaranja vrijednosti nije samo ekonomska vrijednost prva, osnovna i jedina nego da postoji i nešto što se naziva društvena vrijednost. Društvena vrijednost, prema SROI metodologiji, nastaje kada kombiniranjem resursa, ulaznih vrijednosti, procesa ili

politika dolazi do poboljšanja života ljudi ili društva u cjelini. Društvenu vrijednost nije lako izmjeriti jer se razlikuje se ovisno o vrsti organizacije koja ju stvara te ju je teško standardizirati i uspoređivati. SROI analiza odvija se u 6 koraka (Petričević, Petričević, 2012.):

1. *Određivanje djelokruga i identificiranje ključnih dionika.* U ovome koraku utvrđeno je područje na koje će SROI analiza orijentirati, ljude koji će biti uključeni u proces i njihovu svrhu.
2. *Mapiranje ishoda.* Podrazumijeva razvijanje mape utjecaja ili tijeka promjena kojima se prikazuju poveznice između ulaznih parametara, izlaznih parametara i krajnjih ishoda.
3. *Evidentiranje i vrednovanje ishoda/rezultata.* U ovom koraku traže se podatci koji će pokazati da li su određeni ishodi/rezultati nastali i koja im je novčana vrijednost.
4. *Utvrđivanje utjecaja.* Nakon što su prikupljeni podaci o ishodima i nakon što im je dodijeljena novčana vrijednost kreće se u diskontiranje utjecaja (određivanje sadašnje vrijednosti koja će se postići u budućnosti) promjenama koje bi se mogle dogoditi u bilo kojem slučaju ili bi mogle biti posljedica egzogenih faktora.
5. *Izračun.* U ovome koraku pridodaju se sve koristi uz istovremeno oduzimanje svih negativnosti te se uspoređuju rezultati na provedenim ulaganjima. Provodi se test osjetljivosti SROI omjera.
6. *Izveštavanje, korištenje i ugrađivanje.* Dobiveni rezultati predstavljaju se dionicima a pozitivni ishodi se uzimaju kao daljnja nadogradnja organizacije što se sve verificira SROI izvještajem.

U Hrvatskoj možemo pronaći posebnu metodologiju društvenog utjecaja koju je razvila ACT Grupa. Prema ACT Grupi, pomoću ove metode može se izračunati koliko je društvene vrijednosti nastalo korištenjem raspoloživih resursa (kapital, vrijeme, infrastruktura) prilikom provedbe neke aktivnosti. Nastalim promjenama (društvenim, ekonomskim i okolišnim učincima) dodjeljuje se monetarna vrijednost koja omogućuje izračun omjera društvenog povrata ulaganja, koji govori koliko je kuna zarađeno za društvo ulaganjem 1,00 kn.

Mjerenjem društvenog utjecaja koji je izradila Sunčana Glavina Petričević utvrđeno je da je provedbom programa "Pokreni nešto svoje" u prvoj godini provedbe (u razdoblju

od 1.7.2016. do 30.9.2017.) na svaku uloženu 1 kunu stvoreno je 1,40 kn društvene vrijednosti (Act grupa, 2018). Izvještaj o društvenom povratu ulaganja programa "Pokreni nešto svoje" jedan je prvih međunarodno certificiranih SROI izvještaja u regiji, a Izvještaj je certificirala organizacija Social Value International, globalna multisektorska i multidisciplinarna mreža prisutna u 45 države na svim kontinentima, usmjerena na mjerenje društvenog utjecaja i društvene vrijednosti. Na natječaj otvoren 8. veljače 2021. godine pristiglo je ukupno 421 prijava iz cijele Hrvatske, od kojih odabrano je šest projekata:

- Projekt **Dada & Rocco d.o.o.** (Supetar, otok Brač) – „Na otoku Braču u pogonu Dada & Rocco proizvode se zaštitne navlake za krevetiće te ostali proizvodi dječje opreme za spavanje. Ovo poduzeće stvara dragocjena radna mjesta, osnažuje svoje zaposlenice koje od poduke i osposobljavanja kontinuirano razvija i ulaže u njih. Ovo poduzeće, odnosno svi njihovi proizvodi nositelji su i znaka Hrvatske kvalitete. Ovom podrškom Dada & Rocco će kupiti stroj punilicu te time još dodatno omogućiti ugodan i dostojanstven rad u svom pogonu, ali i povećati učinkovitost, pa će proizvodnja biti ukorak s potražnjom koja kontinuirano raste.“ (Pokreni nešto svoje, 2021.)
- Projekt **Fizio Tech d.o.o.** – „Startup iz Pule donosi nam ReStep, biofeedback uređaj za dozirano opterećenje. Inovacija pripada području medicinske opreme koja se koristi u ranoj postoperativnoj rehabilitaciji po operativnim zahvatima donjih ekstremiteta. ReStep je potrebno rješenje u profesionalnom radu fizioterapeuta i terapiji ortopedskih pacijenata. Sastoji se od softwera i uloška koji sadrži senzore i signalizatore pritiska (svjetlosne, zvučne, vibracijske) kojima se omogućuje detekcija promjene/prekoračenja sile pritiska. U sklopu šestomjesečne podrške postojeći ReStep proizvod će se dodatno razviti i poboljšati te lansirati na tržište.“ (Pokreni nešto svoje, 2021.)
- Projekt **Pixing** – „Pixing dizajnira i proizvodi društvene igre te je njihov prvi i edukativni proizvod Čiri-biri Bajka, igra bazirana na pripovijedanju koje djecu potiče na verbalno i emocionalno izražavanje. Čiri-biri bajka se koristi za razvoj djece, interakciju te kako bi se na zabavan način djeci objasnila neka situacija iz svakodnevnog života. Školama i stručnim djelatnicima s područja dječjeg razvoja ova igra je kreativan i inovativan alat koji olakšava rad s djecom. Uz podršku ovog programa razvoja se proširenje igre kako bi se zahvatilo gradivo

lektire te će do kraja podrške biti razvijena nadogradnja igre na temu Ivane Brlić Mažuranić.“ (Pokreni nešto svoje, 2021.)

- Projekt **ROM HR** – „Pod okriljem Romske organizacije mladih (ROM HR) pokreće se prvo romsko društveno poduzeće u Hrvatskoj. Predstavljamo RoUm (skraćena od Romi i umjetnici), projekt gdje se metodom nadcikliranja izrađuju jedinstveni umjetnički predmeti te predmeti za interijere. U RoUm-u tajna je upravo u proizvodnji i metodi izrade jer se metodom umanjuje gomilanje otpada i osigurava održiva potrošnja. Uz to izrada, zapravo prerada, kojom se proizvode predmeti odvija se inkluzivno pa time se i prenose znanja i tehnike zanata. RoUm će u sklopu Pokreni nešto svoje provesti projekt digitalizacije i interaktivnog pričanja.“ (Pokreni nešto svoje, 2021.)
- Projekt **Simpert j.d.o.o.** – „Kreativni studio iz Slavenskog Broda približava korisnicima kulturu projektom digitalnog muzejskog sadržaja koji će se nalaziti na njihovoj aplikaciji Muzea. Ovom inicijativom Simpert tim doprinosi edukaciji kroz povećavanje poznavanja o kulturi kod krajnjih korisnika, ali i jača te omogućuje digitalizaciju muzejskih sadržaja. Tijekom trajanja podrške razvit će se Muzea aplikacija te podići sadržaj za barem dva lokalna muzeja u Brodskom Posavlju i Cetinskoj Krajini.“ (Pokreni nešto svoje, 2021.)
- Projekt **VeeMee d.o.o.** – „Startup iz Zagreba s pametnim rješenjem za sljedivost hrane realizirano putem neutralne oznake porijekla s QR kodom. Ova tvrtka omogućava nam svima da znamo što jedemo, odnosno nama kao potrošačima omogućava da na lak i brz način saznamo tko je i gdje proizveo našu hranu. Proizvođači i OPGovi od tvrtke VeeMee dobivaju svoj identifikacijski broj (PID), ali i vidljivost na njihovoj platformi i komunikacijskim kanalima. Sudjelovanjem u programu Pokreni nešto svoje 2021. omogućit će se promocija i vidljivost za proizvođače i OPG-ove Sisačko-moslavačke županije, i time istima olakšati plasman proizvoda.“ (Pokreni nešto svoje, 2021.)

5. Društveno poduzetništvo u Republici Hrvatskoj – primjeri dobre prakse

U Hrvatskoj ne postoji jedinstveni registar društvenih poduzetnika već se može pronaći približan broj iz nekoliko radova kojima je cilj bio doći do informacija o društvenim poduzetnicima u Hrvatskoj. Tako postoji registar iz 2014. koji je prikazan i u elaboratu *Mapiranje novih obzora – izvještaj o stanju društvenog poduzetništva u Hrvatskoj 2015.* (Šimleša et al., 2015) a prikazuje kako je u Hrvatskoj 2014. godine poslovalo 90 društvenih poduzetnika koji su zapošljavali 795 osoba. Nešto noviji prikaz broja društvenih poduzetnika može se pronaći u istraživanju koje je provedeno u 2018. godini od strane dr. sc. Davorke Vidović, profesorice na Fakultetu političkih znanosti koja je doktorirala na temu društvenih poduzeća, a koja je provedena u sklopu projekta *Update of the mapping of social enterprises and their eco-systems in Europe* pod inicijativom Opće uprave za zapošljavanje, socijalna pitanja i uključivanje Europske komisije. U tom trenutku bilo je aktivno 526 pravnih subjekata u području društvenog poduzetništva (Vidović, 2019.). Prema podatcima Instituta društvenih znanosti Ivo Pilar koji je prezentiran putem projekta iPRESENT u 2015. godini može se vidjeti broj društvenih poduzetnika po županijama koji se nalaze u tablici 7.

Tablica 7 Društveno poduzetništvo po županijama 2015. godine

Županija	Broj aktera	Postotak	Županija	Broj aktera	Postotak
Splitsko-dalmatinska	17	18,89%	Sisačko-moslavačka	2	2,22%
Osječko-baranjska	14	15,56%	Brodsko-posavska	1	1,11%
Grad Zagreb	10	11,11%	Ličko-senjska	1	1,11%
Istarska	9	10,00%	Zagrebačka	1	1,11%
Međimurska	8	8,89%	Karlovačka	0	0,00%
Dubrovačko-neretvanska	6	6,67%	Krapinsko-zagorska	0	0,00%
Bjelovarsko-bilogorska	6	6,67%	Požeško-slavonska	0	0,00%
Šibensko-kninska	6	6,67%	Virovitičko-podravska	0	0,00%
Primorsko-goranska	4	4,44%	Vukovarsko-srijemska	0	0,00%
Varaždinska	3	3,33%	Zadarska	0	0,00%
Koprivničko-križevačka	2	2,22%	UKUPNO	90	100%

Izvor: Šimleša, D., et al. (2015) *Mapiranje novih obzora - Izvještaj o stanju društvenog poduzetništva u Hrvatskoj 2015*, str. 63.

Iz tablice 7 vidljivo je kako po postotku društvenih poduzetnika prednjači Splitsko-dalmatinska županija dok je čak u šest županija zabilježeno 0,00% društvenih poduzetnika. Zbog nedostataka novih podataka o broju društvenih poduzetnika u Hrvatskoj se ne može prikazati komparacija sa prikazanim brojkama u tablici 7 no s obzirom na porast broja u 2018. godini zasigurno bi bila vidljiva i promjena broja društvenih poduzetnika i po pojedinim županijama.

Uz sve izazove društvenog poduzetništva, u Hrvatskoj se mogu pronaći uspješni društveni poduzetnici koji unatoč izazovima uspješno posluju i provode svoju misiju. U nastavku će biti opisani i prikazani neki od njih.

1. Humana Nova

Socijalna zadruga Humana Nova je društveno poduzeće koje djeluje na 3 područja: okolišnom, društvenom i ekonomskom. Zapošljava osobe s invaliditetom i druge društveno isključene osobe koje u Humani Novoj svakodnevno stvaraju nove vrijednosti od odbačenih tekstilnih predmeta te izrađuju nove kvalitetne i inovativne proizvode. Tim Humane nove trenutno broji 38 osoba od kojih su 23 osobe s invaliditetom, a 12 su pripadnici ostalih marginaliziranih skupina kojima posao u Humani Novoj mijenja život. „Socijalna zadruga Humana Nova Čakovec osnovana je 2011. godine u sklopu projekta ESCO – edukacija za socijalno zadugarstvo – nove mogućnosti za osobe s invaliditetom koji je provodio Autonomni centar – ACT (danas ACT Grupa). Glavni cilj projekta bio je povećati mogućnosti zapošljavanja osoba s invaliditetom u Međimurskoj županiji, promicati društvenu integraciju i podići razinu svijesti o mogućnostima zapošljavanja osoba s invaliditetom razvojem održivih modela na lokalnoj i nacionalnoj razini.“ (Humana Nova, 2021.).

Ono što rade može se podijeliti u tri glavna segmenta. Starom tekstilu daju novu vrijednost, šiju proizvode od recikliranog ili novog materijala te održavaju radionice i organiziraju akcije. Sakupljaju stari tekstil koji građani donose direktno do njihovog skladišta, također stari tekstil građani mogu ostaviti u kontejnerima koji su namijenjeni sakupljanju starog tekstila ili u reciklažnim dvorištima s kojima Humana Nova uspješno surađuje. Upotrebljivi, odnosno nosivi dio sakupljenog odjevnog tekstila stavljaju u prodaju u njihove second-hand dućane (RE-USE ili ponovna uporaba) gdje mu se produžuje vijek trajanja. Iz neupotrebljivog tekstila vadi se pamuk koji se reže na industrijske krpe te se plasira na tržište za industrijski sektor. Također dio

neupotrebljivog tekstila koristi se i kao repromaterijal za izradu recikliranih proizvoda. Onaj dio tekstila koji ne prolazi u repromaterijal ili second-hand dućane obrađuje se u suradnji s Regeneracijom Zabok gdje taj tekstil odlazi na mljevenje odnosno recikliranje. Takvom preradom odbačeni tekstil postaje vrijedna sirovina – nastaje filc ili netkani tekstil koji se u Humana Novi pakira, a Regeneracija Zabok izvozi u Europsku uniju. Time se iskorištava sav sakupljeni tekstil i zaokružuje se proces u kojem odbačeni tekstil dobiva novu funkciju, a ljudi priliku za dostojan život. Sljedeći segment njihovog poslovanja je šivanje proizvoda koji se odvija u šivaonici i krojačnici u Čakovcu. U njima posao pronalazi 17 šivačica iz društveno marginaliziranih skupina te je to, kako iz Humana Nove navode, tvornica dobrih emocija te zahvalnosti. Proizvode od novih materijala šivaju od lokalno nabavljenih ili ekološki certificiranih materijala iz drugih zemalja uvijek poštujući pravila pravedne trgovine, vodeći računa da proizvedu kvalitetne proizvode. Treći segment poslovanja odnosi se na obrazovanje i informiranje društva. U sklopu svojeg poslovanja održavaju i radionice o recikliranju tekstila gdje polaznike uče kako reciklirati tekstil i pritom biti kreativan. Humana Nova je dosad ugostila cijeli niz organizacija i pojedinaca koji su obilaskom Zadruga željeli naučiti više o društvenom poduzetništvu i radnoj integraciji osoba s invaliditetom i ostalih društveno ugroženih osoba. Osim toga, u organiziranju akcija sakupljanja tekstilnog otpada često surađuju sa školama, udrugama i lokalnim vlastima koje pokazuju interes i želju da naprave razliku.

Humana Nova prepoznata je kao vodeći primjer društvenog poduzetništva u Hrvatskoj. To potvrđuju razne nagrade kao što su: Nagrada za društveno poduzetništvo 2011. godine, nagrada „Ključna razlika“ za 2012. godinu u kategoriji ravnopravnosti osoba s invaliditetom, 2015. godine Humana Nova je primila nagradu „Metro Zvijezda zajednice“, upravitelj Zadruga Ivan Božić je 2016. godine osvojio nagradu „Ponos hrvatske“ te je isto tako 2020. godine proglašen drugim najboljim menadžerom društvenih poduzeća za radnu integraciju (WISEs) u Europi.

2. Mon Perin

Tvrtka Mon Perin je turistička tvrtka osnovana 2005. godine u mjestu Bale - Valle s jedinstvenim modelom upravljanja za ovu vrstu poslovanja. Izvorni prijedlog, koji je danas stvarnost, bio je stvoriti tvrtku čiji bi osnivači bili stanovnici Bala, "prijatelji Bala", općine Bale - Valle i svi oni koji su zainteresirani za razvoj ove regije.

Tvrtku Mon Perin stoga je osnovalo više od 900 dioničara (od toga 400 stanovnika ove regije) i općina Bale-Valle, a oni posjeduju povlaštene dionice u toj tvrtki. Jedinostvenost modela upravljanja ovom tvrtkom osigurava potpunu raspodjelu ovlasti za donošenje odluka između općine i stanovnika, pružajući svima priliku da se aktivno uključe u promjene koje žele vidjeti u svojoj regiji i svojoj zajednici. Stanovnici Bala, kao i „prijatelji Bala“, dobili su kroz tvrtku Mon Perin priliku da nadu pretvore u stvarnost: ponovno otkriju, ponovno procijene i prošire resurse i potencijale svog grada, i one već poznate i one koje tek treba otkriti.

Kao viziju navode: „Od prvog trenutka naša je vizija bila socijalno poduzetništvo: naša vlasnička struktura osigurava investicijske modele koji imaju za cilj pružanje podrške mještanima, s posebnim naglaskom na mlade i zapošljavanje lokalnog stanovništva.“ (Mon Perin, 2021.). Misija koju navode na svojim stranicama glasi: „Naša misija: vratiti Bale - Valle u njezinu Zlatnu eru. "Go Local" je novi pristup razvoju koji predstavlja osnovu za novi uspon Bala. Cilj nam je otkriti, oživjeti, iskoristiti i preispitati lokalne resurse i potencijal naše regije, koja je previše vremena provela izvan državnih gospodarskih tokova. Želimo podržati i pokrenuti razvoj, polazeći od društveno-ekonomskih, kulturno-povijesnih i, prije svega, ljudskih vrijednosti lokalne zajednice. Potičemo uključivanje mještana i lokalnih udruga u pripremu i provedbu razvojnih projekata koji iz godine u godinu vraćaju sjaj našem malom gradu.“ (Mon Perin, 2021.). Neki od ciljeva koje žele provoditi su: preuzeti odgovornost za svoj razvoj, ostvariti suradnju i aktivno sudjelovanje cijele lokalne zajednice, osigurati koordinaciju lokalnih tvrtki u poslovanju, kako bi se osiguralo sigurno funkcioniranje njihovog ekonomskog modela, bez obzira na tržišne rizike u široj regiji te uspostaviti aktivnu suradnju s državnim i regionalnim vlastima i napustiti politiku čekanja i oponašanja. Mon Perin djeluje u cilju postizanja suradnje zajednice u vezi s temama budućeg razvoja, istovremeno jamčeći transparentnost njihovog rada i otvorenost prema vanjskim prijedlozima, bilo da dolaze od stanovnika Bala ili „prijatelja Bala“. U Mon Perinu na mještane gledaju kao pokretače promjena. Stanovnici Bala za njih predstavljaju glavno bogatstvo grada iz razloga što svatko od njih poznaje povijest, stvarnost, vrijednosti i resurse regije u kojoj je rođen i odrastao, ali također, i u jednakoj mjeri, stvarnost snažnih vrijednosti utemeljenih na tradiciji i zajedničkim težnjama za rastom. Stoga u svoje aktivnosti uključuju lokalne institucije i stanovnike kako bi uvijek mogli biti aktivna komponenta razvoja Bala te također financiraju udruge građana, koje dobrovoljno

preuzimaju ulogu inicijatora, promotora, menadžera, sugovornika i glavnih koordinatora razvojno orijentiranih aktivnosti.

3. Bistro Punkt

Bistro Punkt je bistro koji je pokrenula gospođa Danijela Maružin, a ono po čemu se on razlikuje od drugih ugostiteljskih objekata je taj što zapošljava osobe sa invaliditetom. Vlasnica objekta Danijela je po zanimanju defektolog te je dugi niz godina provela u radu s djecom s teškoćama. Radila je u Školi za odgoj i obrazovanje Pula, gdje se djeca po posebnom programu školuju za poslove u ugostiteljstvu i poljoprivredi. Sam projekt bistroa krenuo je iz razloga što je Danijeli teško padala činjenica da nakon školovanja djeca s teškoćama nisu mogla pronaći posao jer bez obzira na njihove stečene kompetencije tijekom školovanja, poslodavci su za njih ostali nezainteresirani. Bistro je krenuo sa dva zaposlena a danas broji 11 zaposlenih od čega su gotovo 70 % osobe s invaliditetom. Neki od zaposlenih su Danijelini bivši učenici, neki su sami došli pitati za posao ili pak njihovi roditelji, a neki su se javili na objavljen natječaj za radno mjesto. Kako zbog nedostatka radnih mjesta u lokalnu, a uslijed mnogih upita za posao, pokrenuli su i ekološku poljoprivredu u nadi da će se uskoro broj zaposlenih osoba s invaliditetom u poduzeću povećati. Kada je posao pokrenut imali su 18 sjedećih mjesta, proširenjem kapaciteta na obližnju terasu danas ukupno boje 60 sjedećih mjesta. Vrijednosti koje zastupaju u bistro Punktu su: pravo na rad, dostojanstvo, jednakost, tolerancija, zajedništvo, društveno odgovorno poslovanje, inkluzija, svijet kao bolje mjesto i ljudi. Da je ideja vlasnice Danijele Maružin prepoznata ogleda se i u raznim nagradama koje su osvojili, kao što su: nagrada „Poslodavac godine za osobe s invaliditetom“, 2. nagradu na natječaju „MojZabaStart“ u kategoriji „Društvo“, nagradu koju je osobno osvojila vlasnica Danijela „Poduzetnica godine u kategoriji društveno poduzetništvo“ te je bistro Punkt nominiran za nagradu SozialMarie, koju dodjeljuje organizacija iz Beča, za najbolje društvene inovacije na području Srednje Europe (Belušić, 2020.).

6. Istraživanje izazova, pravnog i financijskog okvira za razvoj društvenog poduzetništva u Republici Hrvatskoj

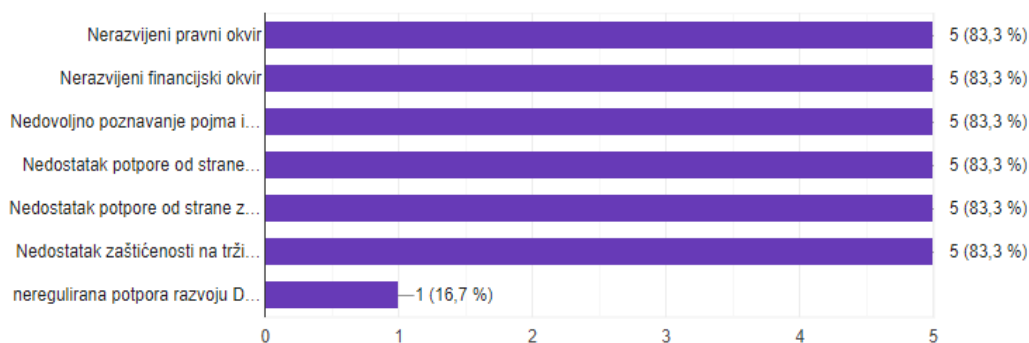
U sklopu ovog diplomskog rada provedeno je istraživanje na 6 društvenih poduzetnika koji posluju na području Republike Hrvatske, u razdoblju 5. do 24. svibnja 2021. godine. Upitnik sa pitanjima vezanim uz izazove te pravni i financijski okvir za razvoj društvenog poduzetništva Hrvatskoj, poslan je putem e-maila te su obrađeni dobiveni podatci. Također 12. svibnja poslan je upit Ministarstvu rada, mirovinskoga sustava, obitelji i socijalne politike (Prilog 1.) kako bi se dobili određeni odgovori o pravnoj regulativi društvenih poduzetnika i o dosad provedenim aktivnostima navedenim u Strategiji razvoja društvenog poduzetništva za razdoblje 2015. – 2020. godine.

6.1. Izazovi razvoja društvenog poduzetništva u RH

U sklopu ovog rada bio je cilj istražiti stavove društvenih poduzetnika o izazovima društvenog poduzetništva u Republici Hrvatskoj. Upitnik sadrži pitanja o pravnom i financijskom okviru, percepciji i različitim potporama, a odgovori su prikazani u grafikonu 2.

Grafikon 2 Odgovori na pitanje o izazovima razvoja društvenog poduzetništva u RH

6 odgovora



Izvor: Izrada autorice prema podacima iz provedenog istraživanja

Iz grafikona 2 može se zaključiti kako je većina ispitanika navela sve navedene mogućnosti kao izazove razvoja društvenog poduzetništva u Hrvatskoj. Navedeni izazovi u upitniku su:

- nerazvijeni pravni okvir
- nerazvijeni financijski okvir
- nedovoljno prepoznavanje pojma društvenog poduzetništva u javnosti

- nedostatak potpore od strane državne, lokalne i područne samouprave
- nedostatak potpore od strane zajednice
- nedostatak zaštićenosti na tržištu s obzirom na prirodu samog tržišta

Jedan od ispitanika u prostor za ostale odgovore naveo je kao još jedan izazov nereguliranu potporu društvenom poduzetništvu kroz sustav javne nabave. Iz navedenog istraživanja svakako se može donijeti zaključak kako postoji još mnogo prostora za napredak i podršku društvenom poduzetništvu u Hrvatskoj te kako je ključno uspostaviti pravnu regulativu koja će svrstati društvene poduzetnike na tržištu, zatim pružati im dovoljnu financijsku pomoć za realizaciju svojih projekata i poslovanja koji u krajnjem cilju doprinose boljitku sveukupne zajednice.

Neki od izazova koji su se posebno istakli tijekom istraživanja je upravo premala osviještenost o prilikama i mogućnostima za razvoj poduzetništva te premalo znanja o konceptu društvenog poduzetništva od strane donositelja odluka, zaposlenika u javnoj upravi, mladih te neosviještenost o dobrobiti za širu zajednicu i lokalne zajednice kroz razvoj društvenog poduzetništva. Osim potrebe za većom uključenosti teme u javnosti, također ovom izazovu pridonosi uvođenje teme društvenog poduzetništva u programe obrazovanja. Kao dobre primjere koji su u svoje programe uvali teme društvene ekonomije te društvenog poduzetništva u Hrvatskoj možemo navesti: Fakultet političkih znanosti u Zagrebu, Ekonomski fakultet u Osijeku, Ekonomski fakultet u Zagrebu, Fakultet za ekonomiju i menadžment VERN u Zagrebu te Fakultet ekonomije i turizma „Dr. Mijo Mirković“ u Puli.

Ministarstvu rada, mirovinskoga sustava, obitelji i socijalne politike postavljeno je pitanje vezano uz cilj „Promicanje važnosti i uloge društvenog poduzetništva kroz sve oblike obrazovanja“ na to je dobiven detaljan odgovor Ministarstva za pojedinu provedenu aktivnost. U sklopu Operativnog programa Učinkoviti ljudski potencijali 2014.-2020., SC 9.v.1 Povećanje broja i održivosti društvenih poduzeća i njihovih zaposlenika u kojem su alocirana sredstva za društveno poduzetništvo za navedeno programsko razdoblje, dosad su objavljena dva otvorena poziva i financirana je jedna izravna dodjela sredstava. Prvi poziv na dostavu projektnih prijedloga (PDP) „Poticanje društvenog poduzetništva“ je objavljen 1. srpnja 2016. godine te je inicijalno iznosio 8 milijuna kuna. U pitanju je Poziv čiji je glavni cilj bio ispitati interese i potrebe u sektoru

društvenog poduzetništva kroz pružanje financijske podrške radu novih i postojećih društvenih poduzetnika/društvenih poduzeća. U konačnici je odabrano 18 najboljih projektnih prijedloga ukupne vrijednosti 10.436.767,43 kuna, od kojih bespovratna sredstva iznose 10.374.993,15 kuna te su ugovori o dodjeli bespovratnih sredstava potpisani 17. svibnja 2017. godine (jedan ugovor je međuvremenu raskinut, stoga je ukupno financirano 17 projekata ukupne vrijednosti 9.922.737,39 HRK, od kojih bespovratna sredstva iznose 9.860.963,11 HRK). Zatim u lipnju 2017. godine s Ministarstvom hrvatskih branitelja je potpisan ugovor o dodjeli bespovratnih sredstava za izravnu dodjelu „Promicanje društvenog poduzetništva hrvatskih branitelja iz Domovinskog rata, organizacija civilnog društva i zadruga braniteljske i stradalničke populacije iz Domovinskog rata“ u vrijednosti od 2.132.439,98 HRK u sklopu kojeg su financijski podržane aktivnosti educiranja i mentorstva hrvatskih branitelja i stradalnika iz Domovinskog rata u području društvenog poduzetništva te je u svibnju 2019. godine je objavljen PDP „Jačanje poslovanja društvenih poduzetnika – faza I.“ ukupne vrijednosti 100.010.000,00 HRK. Ovaj Poziv predstavlja nastavak u stvaranju sustavne podrške razvoju društvenog poduzetništva, odnosno pružanja financijske podrške aktivnostima s ciljem rasta postojećih društvenih poduzeća te u vidu jačanja njihovih kapaciteta, održivosti, konkurentnosti, a s posebnim naglaskom na poticanje zapošljavanja. Osim već postojećih društvenih poduzeća, Ministarstvo rada, mirovinskoga sustava, obitelji i socijalne politike je kroz objavu navedenog PDP pružilo podršku onim pravnim subjektima koji su se odlučili napraviti poduzetnički iskorak i koji su kroz projekt započeli poslovanje prema društveno-poduzetničkim principima. Dosad su potpisana 73 ugovora ukupne vrijednosti 83.284.240,24 HRK, od čega bespovratna sredstva iznose 79.162.031,68 HRK.

Bez obzira na dosad provedene aktivnosti promicanja važnosti i uloge društvenog poduzetništva, pred Hrvatskom je svakako veliki izazov kako bi uspostavila veću informiranost građana o samom konceptu i modelu društvenog poduzetništva što je i ključan dio u njegovu razvoju s obzirom da neznanje o ovom obliku poslovanja za sobom dovodi i njegovu stagnaciju odnosno ne mogućnost za razvoj jer ako osobe nisu osviještene o samom konceptu i njegovoj dobrobiti neće biti niti zainteresirane za razvoj i poticanje takvog modela poslovanja.

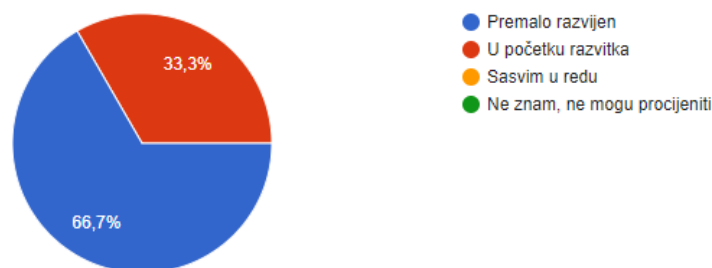
6.2. Pravni okvir za razvoj društvenog poduzetništva u RH

Na upit koji je poslan Ministarstvu rada, mirovinskoga sustava, obitelji i socijalne politike (Prilog 1.) dobiven je odgovor kako Zakon o društvenom poduzetništvu trenutno nije u planu. Ministarstvo rada, mirovinskoga sustava, obitelji i socijalne politike planira pružiti podršku aktivnostima usmjerenima na unaprjeđenje postojećih zakonodavnih i institucionalnih okvira koje bi konkretizirale i olakšale status društvenih poduzetnika na tržištu, poput izrade evidencije društvenih poduzetnika, provedbe dubinske analize postojećeg zakonodavnog okvira za poslovanje društvenih poduzetnika, izrade preporuka za izmjene zakonskog okvira te analize mogućnosti za dodatnim poticajima i pogodnostima za društvene poduzetnike.

Osim upita Ministarstva, ispitano je mišljenje šestero društvenih poduzetnika koji posluju na području RH o pravnoj regulativi društvenog poduzetništva. 66,7 % ispitanika navelo je kako smatraju da je regulatorni okvir za razvoj društvenog poduzetništva u Hrvatskoj premalo razvijen, dok 33,3 % ispitanika misli da je regulatorni okvir za razvoj društvenog poduzetništva u Hrvatskoj tek u početku razvitka.

Grafikon 3 Mišljenje društvenih poduzetnika o pravnom (regulatornom) okviru za razvoj društvenog poduzetništva u RH

6 odgovora



Izvor: Izrada autorice prema podacima provedenog istraživanja

Iz grafikona 3 svakako se može zaključiti da postoji još mnogo prostora za razvoj pravnog okvira kako bi društveni poduzetnici u Hrvatskoj mogli poslovati pod jedinstvenom pravnom regulativom i postići svoj status na tržištu kako bi se postavila jasnija slika i značaj o društvenim poduzetnicima u društvu.

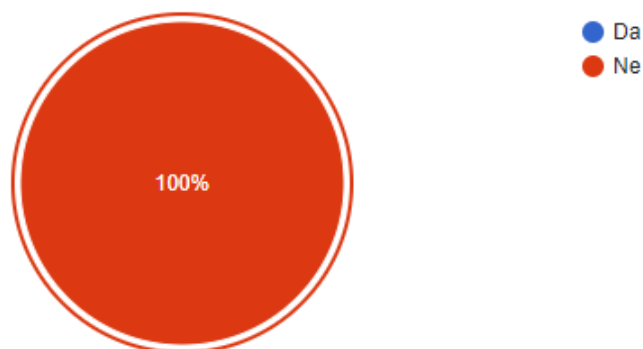
6.3. Financijski okvir za razvoj društvenog poduzetništva u RH

Kada se govori o poticanju društvenog poduzetništva kroz financijski okvir za to bi bila zadužena dva tijela, i to Hrvatska agencija za malo gospodarstvo, inovacije i investicije (HAMAG BICRO) i Hrvatska banka za obnovu i razvitak (HBOR) (Bajok, Petričević, 2012.). HAMAG BICRO je državna agencija za poticanje razvoja poduzetništva koja za cilj ima jačanje, razvoj i unaprjeđenje malih i srednjih poduzeća kroz izdavanje jamstava za poduzetničke kredite i bespovratne potpore, razvoj poduzetničke infrastrukture i sufinanciranje konzultantskih usluga. Primarni korisnici usluga koje pruža HAMAG BICRO su postojeća i novoosnovana trgovačka društva, obrtnici, zadruga i obiteljska poljoprivredna gospodarstva. HBOR je razvojna i izvozna banka Republike Hrvatske čija je osnovna zadaća poticanje razvitka hrvatskog gospodarstva. Kreditiranjem, osiguranjem izvoza od političkih i komercijalnih rizika, izdavanjem garancija te poslovnim savjetovanjem, HBOR gradi mostove između poduzetničkih ideja i njihovih ostvarenja s ciljem osnaživanja konkurentnosti hrvatskog gospodarstva. Kroz svoju misiju i postojeće programe, HBOR bi svakako mogao predstavljati značajnu podršku u razvoju društvenog poduzetništva.

Za ovaj oblik poticanja društvenog poduzetništva ne može se reći kako je u potpunosti zaživio s obzirom na dobivene podatke iz istraživanja koje je provedeno. Na postavljeno pitanje „Jeste li za svoje poslovanje koristili kredit HBOR koji je usmjeren prema društvenim poduzetnicima?“ dobiven je odgovor „Ne“ od strane svih ispitanika. Te je za razloge ne korištenja takvog oblika financiranja, 50 % ispitanika navelo kako nisu imali potrebe za takvim kreditom te kako nisu imali informacije o HBOR kreditima usmjerenim prema društvenim poduzetnicima, dok je 16,7 % ispitanika odgovorilo kako nisu zainteresirani za takav oblik financiranja.

Grafikon 4 Odgovori na postavljeno pitanje u upitniku: "Jeste li za svoje poslovanje koristili kredit HBOR koji je usmjeren prema društvenim poduzetnicima?"

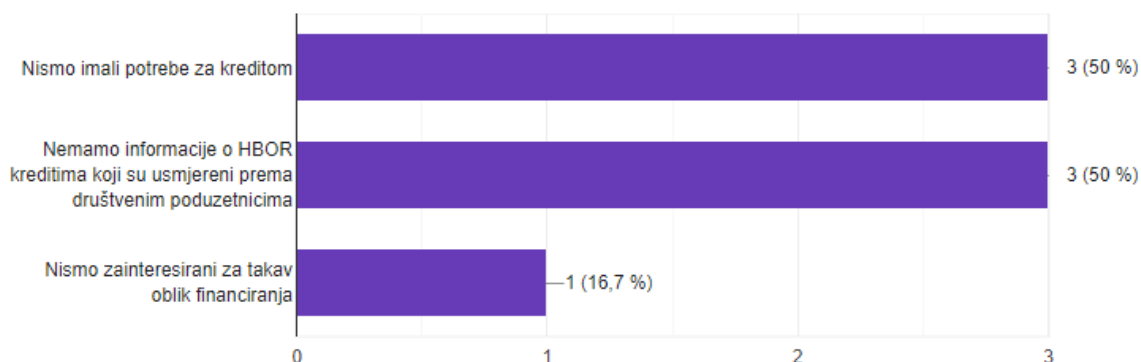
6 odgovora



Izvor: Izrada autorice prema podacima iz provedenog istraživanja.

Grafikon 5 Razlozi ne korištenja kredita HBOR koji je usmjeren prema društvenim poduzetnicima

6 odgovora

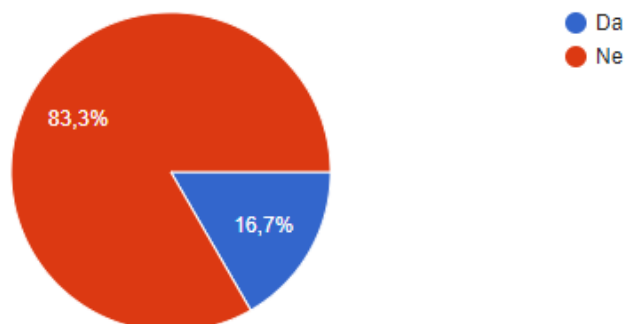


Izvor: Izrada autorice prema podacima iz provedenog istraživanja

Zatim je ispitano i financiranje putem HAMAG BICRO zajmova usmjerenih prema društvenim poduzetnicima. Kod ovog oblika financiranja 83,3 % ispitanika odgovorilo je kako svoje poslovanje nisu financirali putem HAMAG BICRO zajmova, dok je 16,7 % ispitanika odgovorilo potvrdnim odgovorom. Kao razloge za ne korištenje HAMAG BICRO zajmova, 20 % ispitanika navelo je kako nemaju potrebe za takvim oblikom financiranja, 60 % ispitanika navelo je kako nema informacije o HAMAG BICRO zajmovima usmjerenim prema društvenim poduzetnicima te 20 % ispitanika nije imalo potrebe za takvim oblikom financiranja.

Grafikon 6 Odgovori na postavljeno pitanje u upitniku: "Jeste li svoje poslovanje financirali putem HAMAG BICRO zajmova usmjerenim prema društvenim poduzetnicima?"

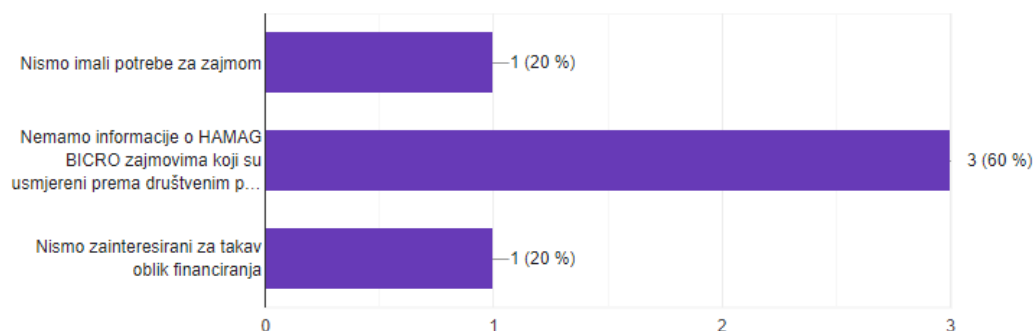
6 odgovora



Izvor: Izrada autorice prema podacima iz provedenog istraživanja.

Grafikon 7 Razlozi ne korištenja HAMAG BICRO zajmova usmjerenim prema društvenim poduzetnicima

5 odgovora



Izvor: Izrada autorice prema podacima iz provedenog istraživanja

Ostali izvori financiranja koje koriste društveni poduzetnici jesu sljedeći:

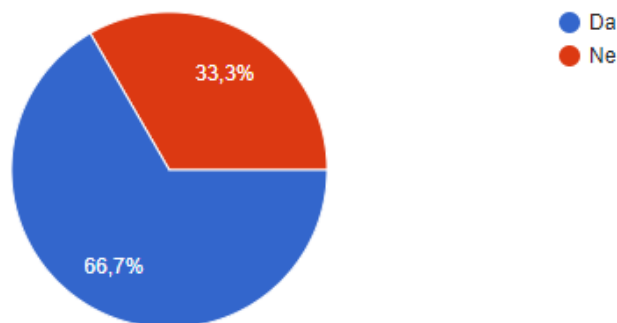
- sredstva iz EU fondova
- financiranje iz vlastitog poslovanja
- državni poticaji
- poticaji od strane lokalne i područne (regionalne) samouprave
- krediti ili drugi oblici financiranja kod poslovnih banka

U istraživanju ispitani su svi navedeni oblici financiranja društvenih poduzetnika te će se u nastavku prikazati dobiveni rezultati.

Kada se govori o sredstvima iz EU fondova, može se zaključiti kako su jedan od važnijih izvora financiranja za društvene poduzetnike s obzirom da je 66,7 % ispitanika koristilo EU fondove, a oni su posebno značajni za one društvene poduzetnike koji u manjem postotku financiraju svoje poslovanje iz vlastitih izvora kao što je naplata proizvoda i usluga ili slično. 33,3 % ispitanika nije koristilo EU fondove. Kao razlog za ne korištenje istih jedan od ispitanika naveo je kako smatraju da natječaji nisu prilagođeni potrebama društvenih poduzetnika te kako zahtjevi iz natječaja nisu realni i ostvarivi, dok je drugi ispitanik odgovorio kako nisu koristili sredstva iz EU fonda iz razloga što su pisali prijave ali nisu dobili sredstva za projekte te su na kraju odustali od pokušaja za ovim oblikom financiranja. EU fondovi podržavaju različite projekte i proizlaze iz različitih područja, a ispitanici su odgovorili kako su najviše koristili sredstva iz Europskog socijalnog fonda (npr. projekt „Obrazovanje za poduzetništvo i obrt 2015.) te iz drugih raznih EU fondova kao što su Interreg MED koji podržava projekte koji razvijaju inovativne koncepte i prakse i promiču odgovorno korištenje resursa, zatim Europe for citizens i Erasmus projekte.

Grafikon 8 Odgovori na postavljeno pitanje u upitniku: "Jeste li do sada koristili sredstva iz EU fondova za financiranje svojeg poslovanja?"

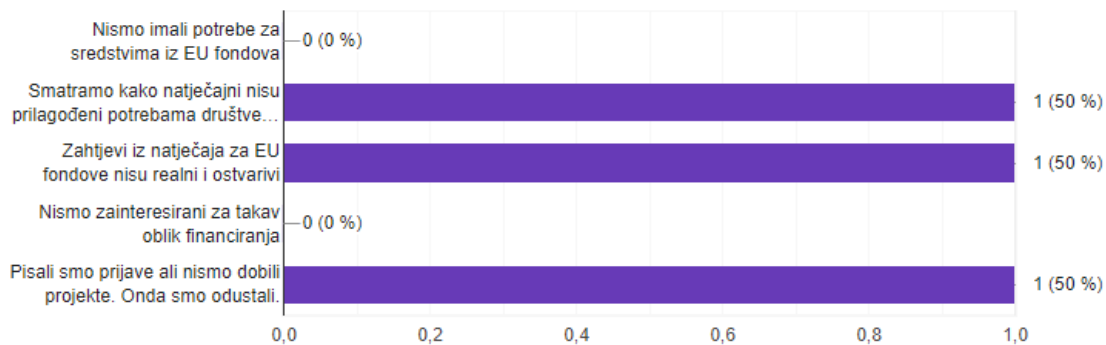
6 odgovora



Izvor: Izrada autorice prema podacima iz provedenog istraživanja

Grafikon 9 Razlozi ne korištenja sredstva iz EU fondova u svojem poslovanju

2 odgovora



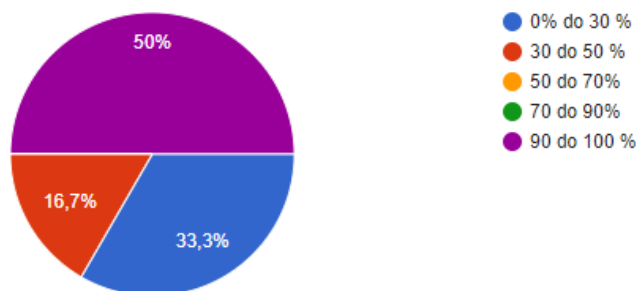
Izvor: Izrada autorice prema podacima iz provedenog istraživanja

Bitno je naglasiti kako bez obzira na važnost sredstva iz EU fondova potrebno je sagledati i vrstu projekta koji se potiče odnosno financira. Jedan od ispitanika u provedenom intervjuu istaknuo je nedostatak koji se ističe kod ovog oblika financiranja a radi se o vrsti projekta koji se financira odnosno potiče. Ispitanik u svojem poslovanju zapošljava veći broj osoba s invaliditetom te naglašava kako nije dovoljno poticati obrazovanje osoba s invaliditetom i financirati samo takve projekte već se ukazuje velika potreba za zapošljavanjem takvih osoba. Odnosno želi se dati naglasak kako samo obrazovanje osoba s invaliditetom (npr. projekt obrazovanja za ugostiteljske djelatnosti) neće puno doprinijeti ako se na tržištu ne ukaže stvarna prilika i poticaj za zaposliti osobe koje su prošle određenu edukaciju.

Financiranje iz vlastitog poslovanja sljedeći je oblik financiranja koji je ispitan u istraživanju. Iz istraživanja se može zaključiti kako većina društvenih poduzetnika financira svoje poslovanje prodajom svojih proizvoda ili usluga jer čak polovina ispitanika financira se 90 – 100 % iz svojeg poslovanja, 33,3 % ispitanika financira se iz svojeg poslovanja u postotku 0 – 30 % te 16,7 % ispitanika financira se 30 – 50 % iz vlastitog poslovanja. Pravni oblici u kojem posluju su u većini društvo s ograničenom odgovornošću (d.o.o.) u postotku od 66,7 %, zatim Zaklada 16,7 % i Zadruga 16,7 %.

Grafikon 10 Odgovori na postavljeno pitanje u upitniku: "U kojem postotku se financirate iz vlastitog poslovanja?"

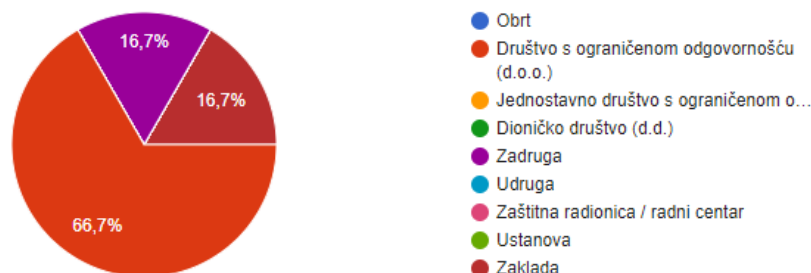
6 odgovora



Izvor: Izrada autorice prema podacima iz provedenog istraživanja

Grafikon 11 Odgovori na postavljeno pitanje u upitniku: "U kojem pravnom obliku poslujete?"

6 odgovora



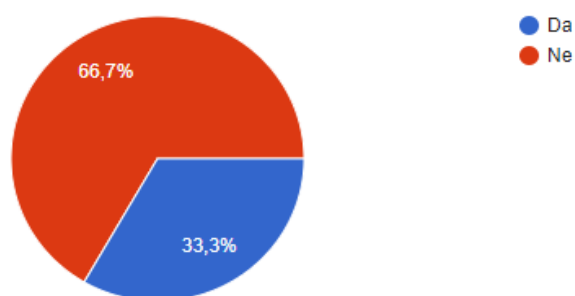
Izvor: Izrada autorice prema podacima iz provedenog istraživanja

Nakon prikazanih rezultata za financiranje iz vlastitog poslovanja i EU fondova, slijedi prikaz rezultata za financiranje iz državnih potpora te potpora od strane lokalne i područne (regionalne) samouprave. Kada govorimo o državnim poticajima kao izvoru financiranja društvenih poduzetnika prema dobivenim rezultatima ne možemo iskazati kako su oni bitan dio iz kojeg se društveni poduzetnici financiraju. Na postavljena pitanja o državnim poticajima 66,7 % ispitanika dogovorilo je kako nisu koristili državne poticaje za financiranje svojeg poslovanja i to iz razloga što nisu imali informacije o takvoj vrsti poticaja. 33,3 % ispitanika odgovorilo je kako su koristili državne poticaje za financiranje svojeg poslovanja. U oba slučaja radi se o Covid-19 potporama za očuvanje radnih mjesta koje su dodijeljene od strane Hrvatskog zavoda za

zapošljavanje te druga potpora odnosila se na Zavod za vještačenje, profesionalnu rehabilitaciju i zapošljavanje (poticaji pri zapošljavanju osoba s invaliditetom). Kod ovih rezultata možemo zaključiti kako ispitanici društveni poduzetnici u većini slučajeva nisu koristili državne potpore i to iz razloga što nemaju saznanja o takom obliku potpore što može ukazivati na to da od strane države nema interesa za raspisivanjem natječaja kojim bi se financirali pojedini projekti društvenih poduzetnika.

Grafikon 12 Odgovori na postavljeno pitanje u upitniku: "Jeste li koristili državne poticaje usmjerene prema društvenim poduzetnicima?"

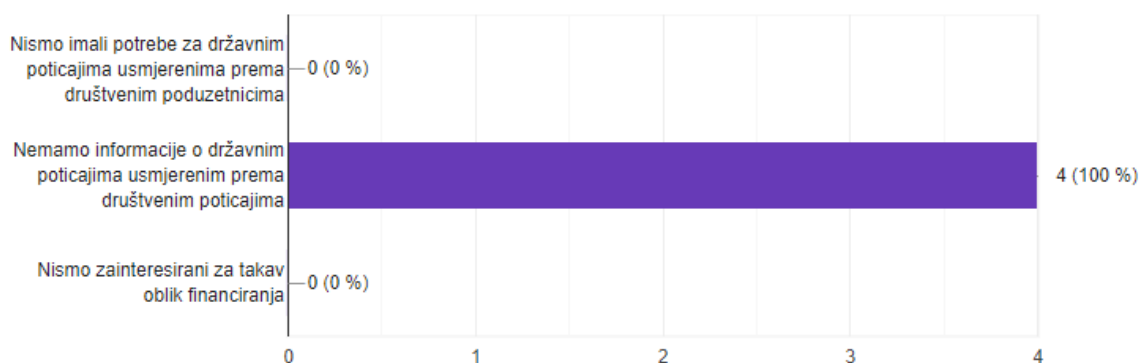
6 odgovora



Izvor: Izrada autorice prema podacima iz provedenog istraživanja

Grafikon 13 Razlog ne korištenja državnih potpora za financiranje poslovanja

4 odgovora



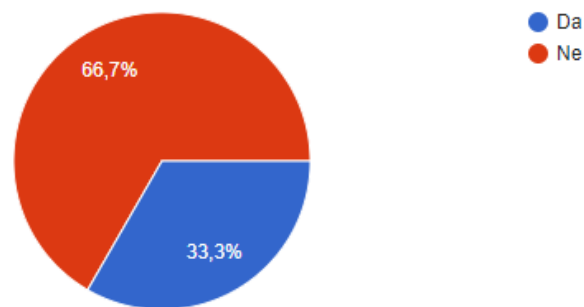
Izvor: Izrada autorice prema podacima iz provedenog istraživanja

Kod financiranja od strane lokalne i područne (regionalne) samouprave ista je situacija kao i kod prethodno navedenih rezultata za financiranje iz državnih poticaja. Većina od 66,7 % ispitanika nije koristila poticaje od strane lokalne i područne (regionalne) samouprave iz razloga što nisu imali informacije od potporama od strane lokalne i regionalne samouprave dok je 33,3 % ispitanika odgovorilo kako su koristili takvu vrstu

financiranja i to kroz Covid-19 potpore u Međimurskoj županiji te je Grad Zagreb financirao projekt koji je naveden od strane jednog ispitanika.

Grafikon 14 Odgovori na postavljeno pitanje u upitniku: "Jeste li koristili poticaje od strane lokalne i područne (regionalne) samouprave?"

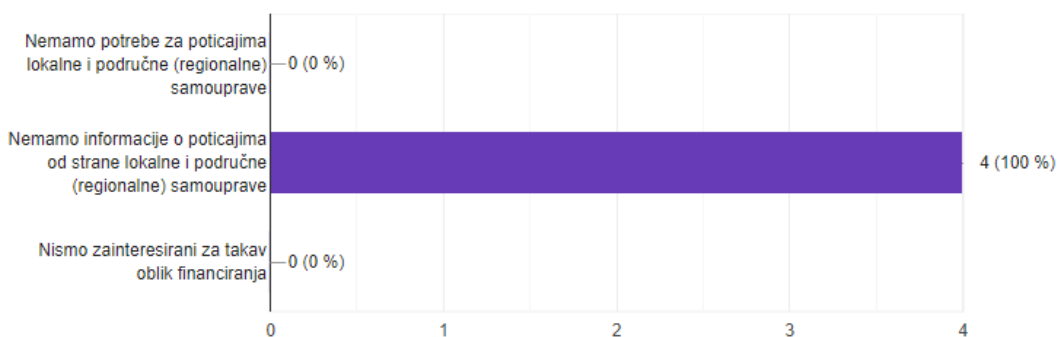
6 odgovora



Izvor: Izrada autorice prema podacima iz provedenog istraživanja

Grafikon 15 Razlozi ne korištenja potpora od strane lokalne i područne (regionalne) samouprave

4 odgovora



Izvor: Izrada autorice prema podacima iz provedenog istraživanja

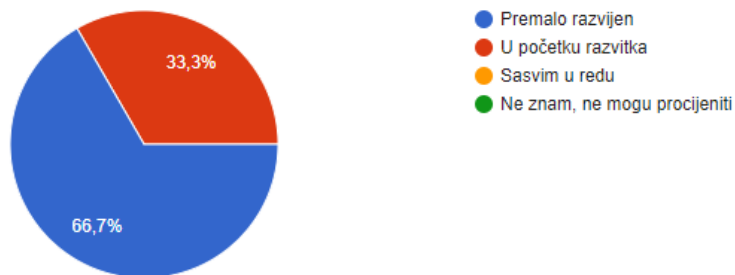
Zadnji dio istraživanja odnosio se na financiranje od strane poslovnih banaka te je 33,3 % ispitanika navelo kako u svojem poslovanju koriste proizvode poslovnih banaka usmjerene isključivo prema društvenim poduzetnicima i organizacijama civilnog društva te većina od 66,7 % navodi kako nisu koristili takve vrste usluga. Također u sklopu istraživanja željelo se je preispitati i poslovne banke u vezi njihove suradnje sa društvenim poduzetnicima u Hrvatskoj. Prilikom provođenja tog djela istraživanja dobiven je zaključak kako poslovne banke u Hrvatskoj nisu spremne na suradnju te kako ne postoji dovoljan interes za temom društvenog poduzetništva kao jednog od

segmenata tržišta. Od 5 ispitanih poslovnih banaka dobiven je samo jedan povratni odgovor i to s informacijom kako u svom poslovanju nude proizvode usmjerene isključivo prema društvenih poduzetnicima i organizacijama civilnog društva no nisu do sada imali prilike financirati društvene poduzetnike u suradnju sa npr. HBOR-om, HAMAG BICRO ili drugim.

Kao zaključak provedenog istraživanja na temu financijskog okvira biti će prikazani podatci o mišljenju društvenih poduzetnika na temu financijskog okvira društvenog poduzetništva u Republici Hrvatskoj.

Grafikon 16 Mišljenja društvenih poduzetnika o financijskom okviru društvenog poduzetništva u Hrvatskoj

6 odgovora



Izvor: Izrada autorice prema podacima iz provedenog istraživanja

Iz grafikona 16 vidljivo je kako većina od 66,7 % društvenih poduzetnika vidi financijski okvir društvenog poduzetništva u Hrvatskoj kao premalo razvijen te 33,3 % smatra kako je on u početku razvitka.

Na temelju svih iznesenih podataka može se zaključiti kako je većina društvenih poduzetnika prepuštena financirati se iz vlastitog poslovanja jer od strane institucija kao što su HAMAG BICRO i HABOR ne postoji adekvatna potpora financiranja a upravo bi oni trebali predstavljati financijski okvir koji će poticati razvoj društvenog poduzetništva u Hrvatskoj kako je to navedeno i na samom početku ovog poglavlja. Također se može zaključiti kako EU fondovi predstavljaju jedan od bitnijih izvora financiranja društvenim poduzetnicima pogotovo onima koji svoje poslovanje financiraju manjih djelom iz vlastitog poslovanja odnosno oslanjaju se na različite izvore potpora. Kada govorimo o državnim poticajima te poticajima od strane lokalne i regionalne samouprave u tom djelu financijskog okvira zasigurno će se morati puno

više poraditi kako bi se stvarao dodatni poticaj za razvoj društvenog poduzetništva u Hrvatskoj. U tom segmentu ne misli se samo na jednokratne pomoći već na dugotrajnija rješenja koje su uvele i druge države od kojih se kao dobar primjer ističe Italija koja potiče društveno poduzetništvo i zadrugarstvo.

Osim poreznih olakšica jedna od ideja koja se može primijeniti mogu biti i dodatni bodovi odnosno „pozitivna diskriminacija“ na javnim natjecanjima kako bi se podržalo poslovanje društvenih poduzetnika. Isto tako društvenim poduzetnicima stavlja se mogućnost financiranja i iz alternativnijih izvora financiranja kao što su *crowdfunding*. Takav oblik financiranja primijenilo je društveno poduzeće „E-glas“ iz Rijeke, Buba bar koji zapošljava osobe sa Downovim sindromom te ACT grupa koja je sredstva iz *crowdfundinga* iskoristila za izdavanje knjige „Punk poduzetnici“ (Vidović, D., 2019.). U Hrvatskoj bi uz rješavanje regulatornog problema, koji bi omogućio identifikaciju društvenih poduzetnika na tržištu, bilo nužno potrebno regulirati i financijski okvir kako bi u narednom razdoblju model poslovanja i pokret društvenog poduzetništva dobio na značaju.

7. Zaključak

Društveno poduzetništvo smatra se novim konceptom no njegovo djelovanje može se pronaći već u 18. i 19. stoljeću kroz druge termine, no uvijek sa istom svrhom. Osnovni cilj društvenog poduzetništva djelovanje je sa svrhom stvaranja dodatne društvene vrijednosti. Ono u praksi ima važnost glede zapošljavanja ranjivih skupina ali i drugih interesa zajednice kao što su zajedničko odlučivanje, zaštita okoliša i slično. Promatranjem koncepta društvenog poduzetništva svakako se može reći da je njegova potreba u društvu velika s obzirom na neodrživost današnje ekonomije i ostale krize sa kojima se društvo susreće.

Društveno poduzetništvo u Hrvatskoj prvi put se spominje 2000. godine u dokumentu Vlade Republike Hrvatske. Nakon toga spominje se u još dvije strategije i to 2006. te 2015. godine. Od 2000. godine do danas u Hrvatskoj ne postoji jedinstvena definicija društvenog poduzetništva iako su Europski gospodarski i socijalni odbor te Europska komisija dali naglasak na važnost jasne definicije kako bi postajalo bolje razumijevanje samog koncepta društvenog poduzetništva. U Strategiji razvoja društvenog poduzetništva od 2015. – 2020. godine doneseni su kriteriji prepoznavanja društvenih poduzetnika te se od njih očekuje da se sami identificiraju putem navedenih kriterija. Odnosno, sukladno širem tumačenju, društvenim poduzetnikom se smatra pravni entitet koji ispunjava bar dio propisanih kriterija, a ne nužno svih devet. Širenje i razvoj društvenog poduzetništva predstavlja mogućnost da se riješe potrebe ugroženih skupina ali i priliku za stvaranje boljeg društva. Upravo to su razlozi da se potiče razvoj ali i promovira model društvenog poduzetništva kao što to čine neke Europske zemlje.

Istraživanjem i analizom teme društvenog poduzetništva, usprkos nedostatku baze informacija o društvenim poduzetnicima u Hrvatskoj, potvrđene su obje hipoteze postavljene u ovom radu. Podatci su prikupljeni pretraživanjem dostupnih podataka na raznim mrežnim stranicama te je analizirana domaća i strana literatura na temu društvenog poduzetništva i društvene ekonomije. Također u sklopu rada provedena su dva istraživanja. Jedno istraživanje provedeno je na temelju kontakta s Ministarstvom rada, mirovinskog sustava, obitelji i socijalne politike putem elektroničke pošte, drugo istraživanje provedeno je intervjuom te slanjem upitnika društvenim poduzetnicima u Hrvatskoj, a koji je koncipiran na način da su postavljena pitanja vezana uz pravni i financijski okvir te izazovima sa kojima se susreću u svojem poslovanju. U radu je bio

cilj provesti istraživanje i kod poslovnih banaka no nije postajao interes za suradnjom od strane istih.

Potvrđena je hipoteza kako su pravni i financijski okvir temelji za razvoj društvenog poduzetništva u Hrvatskoj. Iz svih dobivenih podataka može se zaključiti kako je nužno potrebno postaviti pravnu regulativu koja će podupirati društvene poduzetnike te na neki način pružati sigurnost, odnosno „zaštitu“ takvih poduzeća na tržištu. S obzirom da društveni poduzetnici kao takvi ne podliježu posebnoj pravnoj regulativi ne mogu se istaknuti po svojoj posebnosti na tržištu i potražiti pojedine olakšice kao što bi bili dodatni bodovi na javnim nabavama i slično. Pomak koji se dogodio bio je Zakon o profesionalnoj rehabilitaciji i zapošljavanju osoba s invaliditetom koji propisuje da ukoliko poslodavac koji zapošljava najmanje 20 osoba i pritom ne zapošljava osobu s invaliditetom, kvotu može zamijeniti sklapanjem ugovora o poslovnoj suradnji sa zaštitnom radionicom i integrativnom radionicom, odnosno trgovačkim društvom, zadrugom ili udrugom koja u svojoj radničkoj strukturi zapošljava više od 50 % osoba s invaliditetom, što stvara prednost za društvene poduzetnike koji svoju misiju provode kroz zapošljavanje osoba sa invaliditetom. Svakako ne možemo svrstati društveno poduzetništvo samo u koncept koji zapošljava osobe sa invaliditetom već on ima puno širi smisao. Upravo iz tog razloga potrebno je poduprijeti pravnu regulativu koja donosi dobrobit za cjelokupnu zajednicu s obzirom na širok spektar djelatnosti koji se provodi kroz društveno poduzetništvo. Također u radu su navedeni mogući pravni oblici pod kojima društveni poduzetnici mogu poslovati što stvara izazov razvoja društvenog poduzetništva s obzirom da prema trenutnoj pravnoj regulativi postoje vidljivi razmjeri između pojedinih pravnih oblika, npr. udruga i društva s ograničenom odgovornošću. Jedan od ispitanika je u intervju naglasio veliki problem koji se javlja s obzirom na oblik koji društveni poduzetnik odabere i u tom smjeru je nužna jedinstvena regulativa kako ne bi dolazilo do velikih razmjera jer bez obzira koji pravni oblik društveni poduzetnik odabere za svoje poslovanje, trebao bi imati jednaka prava.

Iako društveni poduzetnici djeluju prvenstveno iz društvene misije a tek onda iz dobiti, potrebno je omogućiti da društveni poduzetnici održavaju likvidnost kako bi stvorili mogućnost za dugoročno provođenje njihove misije te stvaranje novih održivih ideja koje služe za dobrobit društva ali i okoliša u kojem posluju. Iz istraživanja donesen je zaključak kako od strane držanih institucija, države same ali lokalnih i regionalnih samouprava još uvijek ne postoji dovoljna financijska podrška društvenim

poduzetnicima. Veliki dio društvenih poduzetnika financira svoje poslovanje prodajom proizvoda i usluga no potrebno je da imaju mogućnosti za provođenje pojedinih projekta koji su usmjereni društvu i okolišu te isto tako da se može premostiti određeni jaz koji se stvara između klasičnih i društvenih poduzetnika.

U ovom radu potvrđena je i hipoteza da u Hrvatskoj ne postoji prepoznatljivost pojma i važnosti društvenog poduzetništva. Iako je napravljen mali pomak donošenjem Strategije razvoja društvenog poduzetništva u Hrvatskoj za razdoblje 2015. - 2020. godine, problem je što je mali dio Strategije proveden. Pomak je vidljiv i u akademskoj zajednici koja je odlučila u svoje programe uvesti teme društvene ekonomije i društvenog poduzetništva te na taj način studentima prikazati pojam i značaj društvenog poduzetništva. Informiranje javnosti i mladih o ovoj temi svakako je presudno za razvoj društvenog poduzetništva u Hrvatskoj, jer ukoliko društvo nije upoznato niti svjesno pojma društvenog poduzetništva, ne može se niti očekivati da će se ono razvijati i napredovati, glede društva kao pokretača društvenih poduzeća ili glede društva kao potrošača koji su spremni poduprijeti društvena poduzeća.

Kao zaključak ovog rada navodi se rečenica koja je dobivena prilikom provođenja istraživanja i svakako može navedena razmatranja postaviti pod jednu jasnu misiju, a ona glasi: „Potrebno je da se društveno poduzetništvo identificira sa činjenicom da bi svako poduzetništvo trebalo biti i društveno poduzetništvo te na tome svakako treba raditi“.

8. Literatura

Knjige, članci u časopisima, publikacije

1. Act grupa (2018.) Međunarodno Certificiran Izvještaj O Društvenom Utjecaju Programa PNS.
2. Buble, M., Kružić, D. (2006.) Poduzetništvo – realnost sadašnjosti i izazov budućnosti. Split: RRIF-plus.
3. Bajok, I., Petričević, T. (2012.) Institucionalni okvir za razvoj društvene ekonomije i društvenog poduzetništva, Poduzetništvo u službi zajednice - Zbornik radova o društvenom poduzetništvu. Zagreb: Nacionalna zaklada za razvoj civilnoga društva. str. 39.
4. Baturina, D. (2018.) Perspektive mjerenja utjecaja trećeg sektora u Hrvatskoj., Rev. soc. polit. 25 (3). str. 303-326
5. Belušić, M. (2020.) Danijela je bez poduzetničkog iskustva pokrenula bistro u kojem rade osobe s invaliditetom i koji Puljani obožavaju. Femisfera.
6. Državni zavod za statistiku Republike Hrvatske (2020.) Pokazatelji siromaštva i socijalne isključenosti u 2019.
7. Europska komisija. (2017.) Tematski informativni članak o europskom semestru – rješavanje problema nejednakosti.
8. European Economic and Social Committee (2016.) Recent Evolutions of the Social Economy in the European Union.
9. Global Entrepreneurship Monitor. (2020.) 2019/2020 Report on Social Entrepreneurship.
10. Hrvatski centar za zadružno poduzetništvo (2016.) Godišnje izvješće o stanju zadružnog poduzetništva za 2016. godinu. Zagreb.
11. Humana Nova (2021.) Ljudi, planet, ulaganje.
12. Institut društvenih znanosti Ivo Pilar. (2015.) Preko granica – Društvena ekonomija u Europi. Zagreb: Tisak. str. 15.
13. Ministarstvo rada, mirovinskoga sustava, obitelji i socijalne politike (2015.) Strategija razvoja društvenog poduzetništva u RH za razdoblje 2015 – 2020 godine
14. Mon Perin (2021.) What is Mon Perin?.

15. Monzon J. L., Chaves R. (2011.) Beyond the crisis: the social economy, prop of a new model of sustainable economic development. Springer. [Online] 6. str. 5 – 26.
16. Noruzi, M., R., Westover, J., H., Rahimi, G., R., (2010.) An Exploration of Social Entrepreneurship in the Entrepreneurship Era. *Asian Social Science*. [Online] 6 (6). str. 3 – 10.
17. Petričević, G., S., Petričević, T. (2012.) Mjerenje društvenog utjecaja, Poduzetništvo u službi zajednice - Zbornik radova o društvenom poduzetništvu. Zagreb: Nacionalna zaklada za razvoj civilnoga društva. str. 57.
18. Petričević, G., S., Roginek, I. (2016.) Što je društveni utjecaj i kako ga mjeriti?. Pokreni nešto svoje.
19. Petričević, T. (2012a) O društvenoj ekonomiji i društvenom poduzetništvu, Poduzetništvo u službi zajednice - Zbornik radova o društvenom poduzetništvu. Zagreb: Nacionalna zaklada za razvoj civilnoga društva. str. 11.
20. Petričević, T. (2012b) Zakonodavni i institucionalni okvir za razvoj društvenog poduzetništva u jugoistočnoj Europi. Čakovec: ACT Printlab d.o.o. str. 39.
21. Roberts, D., Woods, C., (2005.) Changing the world on a shoestring: The concept of social entrepreneurship. *University of Auckland Business Review*. str. 45 – 51.
22. Šimleša, D., Tonković, B., A., Puđak, J. (2016.) Društveno poduzetništvo u Hrvatskoj: od prepoznavanja do primjene. *Revija za sociologiju*. [Online] 46. str. 271–295.
23. Škrtić, M., Mikić, M. (2011.) Poduzetništvo. Zagreb: Sinergija.
24. Tolušić, E. (2012.) Jednostavno društvo s ograničenom odgovornošću - novina u pravu društava. Virovitica: Visoka škola za menadžment u turizmu i informatici u Virovitici.
25. Vidović, D. (2012.) Socijalno poduzetništvo u Hrvatskoj. Doktorska disertacija. Zagreb: Filozofski fakultet, Sveučilište u Zagrebu.
26. Vidović, D. (2019.) Social enterprises and their ecosystems in Europe, Country report Croatia. Luxemburg: Publications office of the European Union.
27. World bank group. (2018.) Piecing together the poverty puzzle.
28. Worldmatters (2021.) World Population: Past, Present, and Future.

Propisi

1. Zakonu o obrtu (NN 143/13, 127/19, 41/20)
2. Zakona o udrugama (NN 74/14, 70/17)
3. Zakonom o zadrugama (NN 34/11, 125/13, 76/14, 114/18, 98/19)
4. Zakonu o profesionalnoj rehabilitaciji i zapošljavanju osoba s invaliditetom (NN 157/13, 152/14, 39/18, 32/20).
5. Zakonu o ustanovama (NN 76/93, 29/97, 47/99, 35/08, 127/19)
6. Zakon o trgovačkim društvima (NN 152/11, NN 111/12)
7. Zakonu o poticanju razvoja malog gospodarstva Republike Hrvatske (NN 29/02, 63/07, 53/12, 56/13, 121/16)

Mrežni izvori

1. Alfa Albona, <http://www.alfa-albona.hr/>
2. Bistro Punkt, <https://www.bistropunkt.com.hr/>
3. CEDRA, <https://www.cedra.hr/o-nama/>
4. Erste Banka, <https://www.erstebank.hr/hr/poslovni-klijenti>
5. Ministarstvo rada, mirovinskog sustava, obitelji i socijalne politike, <https://mrosp.gov.hr/>
6. Hrvatska agencija za malo gospodarstvo, inovacije i investicije (HAMAG BICRO), <https://hamagbicro.hr/>
7. Hrvatska banka za obnovu i razvoj (HBOR), <https://www.hbor.hr/naslovnica/hbor/o-nama/>
8. OTP banka, <https://www.otpbanka.hr/>
9. Pokreni nešto svoje, <https://pokreninestosvoje.hr/objavljeni-dobitnici-petog-izdanja-natjecaja-pokreni-nesto-svoje/>
10. Raiffeisen Bank, <https://www.rba.hr/>
11. Zadruga za etično financiranje (ZEF), <https://www.zef.hr/>
12. Zagrebačka banka, <https://www.zaba.hr/home/>

Prilozi

Prilog 1.

Upitnik upućen ministarstvu rada, mirovinskog sustava, obitelji i socijalne politike Republike Hrvatske – putem e-maila dana 03.5.2021.

Poštovani,

Zamolila bih vas pomoć i odgovore na pojedina pitanja vezana uz temu društvenog poduzetništva, a sve za potrebe pisanja diplomskog rada na diplomskom studiju „Management i poduzetništvo“ na Fakultetu ekonomije i turizma dr. Mijo Mirković u Puli. Tema mojeg rada je „Izazovi razvoja društvenog poduzetništva u RH“.

Kako su dostupni statistički podaci o društvenom poduzetništvu vrlo oskudni molila bih Vas da ukoliko raspoložete nekakvim novijim podacima, da mi iste pošaljete odnosno da me uputite gdje bi ih mogla pronaći. Ukoliko je potrebno kontaktirati me možete putem maila: virginia.jenkel01@gmail.com

Naime, zanimalo bi me sljedeće:

1. S obzirom da je Strategijom razvoja društvenog poduzetništva u Hrvatskoj predviđeno osnivanje pojedinih tijela pri Ministarstvu rada i mirovinskog sustava vezanih uz praćenje rada društvenih poduzeća i predviđeno je donošenje posebnog zakona koji bi regulirao društveno poduzetništvo– zanimalo bi me koja su tijela do sada osnovana i ukratko koje su njihove funkcije te u kojoj je fazi priprema posebnog zakona o društvenom poduzetništvu?
2. Jesu li provedene sljedeće mjere i aktivnosti predviđene Strategijom razvoja društvenog poduzetništva od 2015. – 2020. godine:
 - a) Uspostava i unapređenje zakonodavnog i institucionalnog okvira za razvoj društvenog poduzetništva;
 - b) Uspostava financijskog okvira za učinkovit rad društvenih poduzetnika;

c) Aktivnosti kojima je cilj razvoj i promicanje društvenog poduzetništva?

3. Postoje li podaci koliki je broj društvenih poduzeća u Republici Hrvatskoj danas, te kojim se djelatnostima bave, koliki im je godišnji prihod i koliki je broj osoba zaposlen u društvenim poduzećima u RH?

4. Koje se mogućnosti financiranja pružaju društvenim poduzetnicima u Hrvatskoj kako bi razvijali svoje poslovanje ?

5. Imate li u planu pripremiti novu Strategiju razvoja društvenog poduzetništva u Hrvatskoj za nadolazeće razdoblje?

Zahvaljujem se unaprijed na susretljivosti i suradnji te Vas srdačno pozdravljam,

Virginia Jenkel

Popis tablica

<i>Tablica 1:</i> Razlike poslovanja društvenog i privatnog poduzeća	8
<i>Tablica 2:</i> Razlika tradicionalnih i društvenih poduzetnika	11
<i>Tablica 3:</i> Raspodjela aktera društvenog poduzetništva u Hrvatskoj uključenih u bazu društvenih poduzeća prema pravnom obliku 2014.	20
<i>Tablica 4:</i> Raspodjela aktera društvenog poduzetništva u Hrvatskoj uključenih u bazu društvenih poduzeća prema pravnom obliku u 2018.	21
<i>Tablica 5:</i> Pravni oblici i pravni akti o društvenom poduzetništvu u zemljama Europske unije	31
<i>Tablica 6:</i> SWOT analiza sektora društvenog poduzetništva u RH	36
<i>Tablica 7:</i> Društveno poduzetništvo po županijama 2015. godine	45

Popis slika

Slika 1: Kontekst djelovanja društvenih poduzeća i društvenih poduzetnika 10

Slika 2: Zemlje Europske unije s posebnim pravnim oblicima ili statusima za društveno poduzetništvo 30

Popis grafikona

<i>Grafikon 1:</i> Trgovačka društva prema područjima NKD-a 2007., stanje 31. ožujka 2020.....	23
<i>Grafikon 2:</i> Odgovori na pitanje o izazovima razvoja društvenog poduzetništva u RH	50
<i>Grafikon 3:</i> Mišljenje društvenih poduzetnika o pravnom (regulatornom) okviru za razvoj društvenog poduzetništva u RH	53
<i>Grafikon 4:</i> Odgovori na postavljeno pitanje u upitniku: "Jeste li za svoje poslovanje koristili kredit HBOR koji je usmjeren prema društvenim poduzetnicima?"	55
<i>Grafikon 5:</i> Razlozi ne korištenja kredita HBOR koji je usmjeren prema društvenim poduzetnicima	55
<i>Grafikon 6:</i> Odgovori na postavljeno pitanje u upitniku: "Jeste li svoje poslovanje financirali putem HAMAG BICRO zajmova usmjerenim prema društvenim poduzetnicima?"	56
<i>Grafikon 7:</i> Razlozi ne korištenja HAMAG BICRO zajmova usmjerenim prema društvenim poduzetnicima	56
<i>Grafikon 8:</i> Odgovori na postavljeno pitanje u upitniku: "Jeste li do sada koristili sredstva iz EU fondova za financiranje svojeg poslovanja?"	57
<i>Grafikon 9:</i> Razlozi ne korištenja sredstva iz EU fondova u svojem poslovanju	58
<i>Grafikon 10:</i> Odgovori na postavljeno pitanje u upitniku: "U kojem postotku se financirate iz vlastitog poslovanja?"	59
<i>Grafikon 11:</i> Odgovori na postavljeno pitanje u upitniku: "U kojem pravnom obliku poslujete?"	59
<i>Grafikon 12:</i> Odgovori na postavljeno pitanje u upitniku: "Jeste li koristili državne poticaje usmjerene prema društvenim poduzetnicima?"	60

<i>Grafikon 13: Razlog ne korištenja državnih potpora za financiranje poslovanja</i>	60
<i>Grafikon 14: Odgovori na postavljeno pitanje u upitniku: "Jeste li koristili poticaje od strane lokalne i područne (regionalne) samouprave?"</i>	61
<i>Grafikon 15: Razlozi ne korištenja potpora od strane lokalne i područne (regionalne) samouprave.....</i>	61
<i>Grafikon 16: Mišljenja društvenih poduzetnika o financijskom okviru društvenog poduzetništva u Hrvatskoj.....</i>	62

Sažetak

Društveno poduzetništvo je relativno novi pojam, no u povijesti se pronalazi već u 18. i 19. stoljeću, a javlja se kao odgovor na pojedine društvene probleme. U povijesti se pojavljuje pod drugim nazivom, ali sa istom misijom koja se pronalazi i danas u društvenom poduzetništvu. Društvena poduzeća se od profitnih razlikuju po tome što su vođena tzv. načelom „trostruke donje crte“ (društvo, okoliš, dobit), odnosno razlikuju se i po tome što svoju izvrsnost i uspješnost ne mjere samo putem dobiti koju ostvare na kraju poslovne godine, već i proizašlim stupnjem društvenih i ekoloških promjena, koji se još nazivaju i društveni (socijalni) kapital.

Društveno se poduzetništvo u Hrvatskoj prvi put službeno spominje u dokumentu Program suradnje Vlade Republike Hrvatske i nevladinog, neprofitnog sektora u Republici Hrvatskoj iz 2000. godine. Zatim se o društvenom poduzetništvu u Hrvatskoj govori u Strategiji iz 2006. godine te u posljednje donesenoj Strategiji razvoja društvenog poduzetništva za razdoblje 2015. – 2020. godine u kojoj se spominju i kriteriji za prepoznavanje društvenog poduzetništva. Danas u Hrvatskoj još uvijek ne postoji jedinstvena definicija društvenog poduzetništva već se društveni poduzetnici prepoznaju prema pojedinim kriterijima navedenim u Strategiji iz 2015. godine.

U Hrvatskoj se oblici društvenog poduzetništva gotovo potpuno manifestiraju u tri pravna oblika, a to su udruge, zadruge i trgovačka društva. Hrvatski zakonodavni okvir još uvijek ne poznaje status društvenog poduzeća ili slično, te se trenutačno mogu primjenjivati zakoni koji su važni za sektor. Neki od oblika financiranja društvenih poduzetnika na tržištu su: EU fondovi, financiranje iz vlastitog poslovanja, HBOR i HAMAG BICRO kao institucije za poticanje poduzetništva u Hrvatskoj, poticaji države te lokalne i regionalne samouprave. Institucionalni okvir za razvoj društvenog poduzetništva u Hrvatskoj čine: Strategija razvoja društvenog poduzetništva u Hrvatskoj za razdoblje 2015. – 2020. godine, razna ministarstva, neprofitni sektor te međunarodne organizacije. Za društvenu ekonomiju bitno je i mjerenje društvenog utjecaja koji se u Hrvatskoj provodi kroz programa „Pokreni nešto svoje“.

Uz sve izazove sa kojima se susreće društveno poduzetništvo u Hrvatskoj, mogu se pronaći dobri primjeri društvenih poduzeća koji uspješno posluju i provode svoju misiju.

Summary

Although social entrepreneurship is a relatively new concept, it is found in the 18th and 19th century as a response to certain social problems. Even though it appeared under a different name, it had the same mission we find today in social entrepreneurship. Social enterprises differ from profitable ones in that they are run by the so-called principle of "triple bottom line" (society, environment, and profit). They also differ in that they measure their excellence and success not only by the profit they make at the end of the business year but also by the degree of social and environmental changes, also known as social capital.

Social entrepreneurship in Croatia was first officially mentioned in the document the Program of Cooperation between the Government of the Republic of Croatia and the Non-Governmental, Non-Profit Sector in the Republic of Croatia from 2000. Furthermore, social entrepreneurship in Croatia is discussed in the Strategy in 2006 and in the last adopted Strategy for the Development of Social Entrepreneurship for the period 2015-2020, which also mentions the criteria for recognizing social entrepreneurship. However, there is still no single definition of social entrepreneurship in Croatia. Rather, social entrepreneurs are defined according to certain criteria listed in the Strategy from 2015. Forms of social entrepreneurship in Croatia are almost completely manifested in three legal forms, that is, associations, cooperative businesses and trading companies. The status of social enterprises, or the like, are not within our legislative framework yet. Thus, the laws relevant to the sector can currently be applied. Some forms of financing social entrepreneurs are EU funds, self-funding from your own business, HBOR and HAMAG BICRO, that is, the institutions for encouraging entrepreneurship in Croatia, and last but not least, initiatives by the local and regional government. The institutional framework for the development of social entrepreneurship in Croatia consists of the Strategy for the Development of Social Entrepreneurship in Croatia for the period 2015-2020, various ministries, the non-profit sector and international organizations. For the social economy, it is also important to measure the social impact carried out in Croatia through the program "Pokreni nešto svoje". Despite the many challenges that social entrepreneurship in Croatia is facing, we can find good examples of social enterprises that successfully operate and carry out their mission.