

Izazovi razvoja društvenog poduzetništva u Hrvatskoj

Cipurić, Jakov

Master's thesis / Diplomski rad

2023

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:137:177110>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2025-03-04**



Repository / Repozitorij:

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



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

JAKOV CIPURIĆ

**IZAZOVI RAZVOJA DRUŠTVENOG
PODUZETNIŠTVA U HRVATSKOJ**

Diplomski rad

Pula, 2023.

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

JAKOV CIPURIĆ

**IZAZOVI RAZVOJA DRUŠTVENOG
PODUZETNIŠTVA U HRVATSKOJ**

Diplomski rad

JMBAG: 0303065670, izvanredan student

Studijski smjer: Poslovna ekonomija; Management i poduzetništvo

Predmet: Društvene inovacije i poduzetništvo

Znanstveno područje: društvene znanosti

Znanstveno polje: ekonomija

Znanstvena grana: ekonomika poduzetništva

Mentor: prof. dr. sc. Kristina Afrić Rakitovac

Pula, veljača 2023.

Sadržaj

| | |
|--|----|
| 1. Uvod | 1 |
| 2. Društvena ekonomija i poduzetništvo | 3 |
| 2.1 Društveno poduzetništvo | 4 |
| 2.2 Društveno poduzetništvo u Hrvatskoj | 7 |
| 2.3 Društveno poduzeće | 12 |
| 2.4 Društveni poduzetnik | 14 |
| 3. Ekosustav društvenih poduzeća | 20 |
| 3.1 Sposobnost samoorganiziranja | 20 |
| 3.2 Vidljivost i prepoznatljivost | 22 |
| 3.3 Resursi društvenih poduzeća | 25 |
| 3.4 Istraživanje i obrazovanje | 31 |
| 3.5 Strateški okvir | 33 |
| 3.5.1 Inicijativa za društveno poduzetništvo | 33 |
| 3.5.2 Strategija razvoja društvenog poduzetništva u Republici Hrvatskoj za razdoblje od 2015. do 2020. godine | 34 |
| 3.6 Zakonodavni okvir | 36 |
| 3.6.1 Pravni oblici društvenih poduzeća u Hrvatskoj | 38 |
| 3.6.2 Javna nabava | 43 |
| 3.6.3 Društvena poduzeća za radnu integraciju | 44 |
| 3.7 Financijski okvir | 45 |
| 3.7.1 Oblici financiranja društvenih poduzeća | 46 |
| 3.7.2 Tokovi financiranja | 49 |
| 3.7.3 Izvori financiranja društvenih poduzeća u Hrvatskoj | 50 |
| 3.8 Institucionalni okvir | 53 |
| 4. Izazovi razvoja društvenog poduzetništva u Hrvatskoj | 59 |
| 5. Zaključak | 66 |
| Literatura | 68 |
| Sažetak | 72 |

| | |
|---------------------------|-----------|
| Summary | 73 |
| Popis tablica..... | 74 |
| Popis slika..... | 74 |
| Prilog | 75 |

1. Uvod

Svijet se danas suočava s nizom složenih i međusobno povezanih izazova, kao što su siromaštvo, nejednakost, klimatske promjene i društvena nepravda. Mnoge zemlje suočene su s proračunskim ograničenjima i ne mogu se u potpunosti same izboriti s društvenim i ekološkim problemima. Ovi izazovi zahtijevaju inovativna i holistička rješenja koja tradicionalna filantropija i društvene politike i mjere više ne mogu sami rješavati. Zato društveni poduzetnici mogu igrati ključnu ulogu u pronalaženju i implementaciji rješenja za te izazove. Uz to, sve je veća spoznaja da poduzeća imaju odgovornost doprinijeti općem dobru i baviti se rješavanjem društvenih, ekoloških i inih problema. Iz navedenog uviđa se kako je društveno poduzetništvo vrijedan potencijal stvaranja vrijednosti za zajednicu i gospodarstvo, što dovodi do dugoročnog i održivog gospodarskog rasta.

Tema ovog diplomskog rada jest društveno poduzetništvo, odnosno izazovi razvoja društvenog poduzetništva u Hrvatskoj. Cilj ovog rada jest prikazati utjecaj institucionalnog i financijskog okvira na razvoj društvenog poduzetništva u Hrvatskoj. Svrha ovog rada jest ukazati na potrebu unificiranja zakonodavnog okvira, odnosno izrade jedinstvenog zakona o društvenom poduzetništvu u Republici Hrvatskoj koji bi mogao biti temelj kvalitetnog razvoja sektora te postavljanje funkcionalnog ekosustava građenog na istome. U ovom radu autor koristi metode deskripcije, klasifikacije, analize i sinteze, komparacije te metodu dokazivanja, induktivnog tipa. Utjecaj institucionalnog i financijskog okvira na razvoj društvenog poduzetništva u Hrvatskoj autor istražuje empirijskim dijelom rada, a za to postavlja hipoteze kako slijedi:

H1: Nedovoljna institucionalna podrška otežava razvoj društvenog poduzetništva u Hrvatskoj

H2: Postojeći financijski okvir nedostatan je za razvoj društvenog poduzetništva u Hrvatskoj.

Rad se, pored Uvoda i Zaključka, sastoji od četiri poglavlja. U drugom poglavlju ovog rada detaljnije se objašnjavaju pojam društvene ekonomije i njemu srodni pojmovi. Uz to, predstavljaju se principi društvene ekonomije te se definira pojam društvenog poduzetništva uz koji se predstavljaju dimenzije i načela društvenog poduzetništva. Nadalje, definira se društveno poduzetništvo u Hrvatskom kontekstu te se daje prikaz

SWOT analize sektora u Hrvatskoj, definira se pojam društvenog poduzeća, prikazuju se glavne razlike u odnosu na tradicionalna poduzeća te glavna područja djelovanja. Isto tako, poglavlje je posvećeno i društvenom poduzetniku te kriterijima za prepoznavanje društvenih poduzeća kao takvih. U trećem poglavlju, daje se prikaz ekosustava društvenih poduzeća u Europi pa tako i Hrvatskoj kroz četiri glavna elementa; sposobnost samoorganiziranja, vidljivost i prepoznatljivost, resursi te istraživanje i obrazovanje. Predstavlja se strateški okvir koji se sastoji od Inicijative za društveno poduzetništvo s popratnim Akcijskim planom te Strategije razvoja društvenog poduzetništva u Republici Hrvatskoj za razdoblje 2015.-2020. godine. Daje se pregled zakonodavnog okvira koji definira društveno poduzetništvo te se поближе prikazuju mogući pravni oblici društvenih poduzeća u Hrvatskoj. Nadalje, prikazuju se institucionalni i financijski okvir djelovanja društvenih poduzeća koji je prikazan kroz moguće oblike i izvore financiranja društvenih poduzeća u Hrvatskoj, nastavno se predstavlja institucionalni okvir društvenog poduzetništva gdje se daje prikaz institucija i organizacija na nacionalnoj i Europskoj razini koje čine strukturu potpore društvenom poduzetništvu. Četvrto poglavlje rada posvećeno je izazovima razvoja društvenog poduzetništva u Hrvatskoj, daje pregled empirijskog dijela rada te zaključke u odnosu na postavljene teze.

2. Društvena ekonomija i poduzetništvo

„Socijalna (društvena) ekonomija je model otpornosti i nastavlja se razvijati dok se drugi ekonomski sektori bore. To nije nusproizvod: poduzeća društvene ekonomije odražavaju potrebu za gospodarstvom koje usklađuje društvene, ekonomske i financijske dimenzije, koje je u stanju stvoriti bogatstvo i koje se ne mjeri samo u smislu njegovog financijskog kapitala, već i njegovim društvenim kapitalom.“ (Chavez i Monzón, 2016:4) Društvena ekonomija bavi se razvojem ekonomskih aktivnosti koje imaju socijalni i neprofitni karakter, te se fokusira na unapređenje društva i zadovoljavanje potreba ljudi. Cilj društvene ekonomije je stvaranje zajednice koja je ekonomski održiva, a istovremeno je fokusirana na socijalnu pravdu i jednakost. Općeprihvaćena definicija društvene ekonomije glasi: “Skup privatnih, formalno organiziranih poduzeća, s autonomijom odlučivanja i slobodom članstva, stvorenih da zadovolje potrebe svojih članova putem tržišta proizvodnjom dobara i pružanjem usluga, osiguranjem i financijama, gdje se odlučuje i svaka raspodjela dobiti ili viškova među članovima nisu izravno povezani s kapitalom ili naknadama koje uplaćuje svaki član, od kojih svaki ima jedan glas, ili se o njima u svakom slučaju odlučuje putem demokratskih, participativnih procesa. Društvena ekonomija također uključuje privatne, formalno organizirane subjekte s autonomijom odlučivanja i slobodom članstva koji proizvode netržišne usluge za kućanstva i čije viškove, ako ih ima, ne mogu prisvojiti gospodarski subjekti koji ih stvaraju, kontroliraju ili financiraju.” (Chavez i Monzón, 2016:11)

U ovom radu koristit će se pojmovi socijalno i društveno poduzetništvo kao jednoznačnice, razlike tumačenja i korištenja ovih pojmova temelje se u povijesnom kontekstu koji nije predmet ovog rada.

Prema Baturina i Babić (2021) društvena ekonomija može se podijeliti na tržišni, odnosno poduzetnički podsektor te na netržišni, odnosno neprofitni podsektor. Zadruga i društvena poduzeća spadaju u tržišni podsektor, a glavna karakteristika im je što u svojim statutima dozvoljavaju stvaranje profita koji se ponekad distribuira članovima ili se ulaže u daljnji razvoj djelatnosti. Neprofitni podsektor podrazumijeva organizacije civilnog društva čija je glavna karakteristika prema statutu neprofitabilnost. Sljedeća važna razlika je što organizacije civilnog društva ne moraju nužno poštovati načelo demokratskog upravljanja (jedan član, jedan glas).

Temeljni principi organizacija društvene ekonomije su sljedeći: „Primat pojedinca i društvenog cilja nad kapitalom, dobrovoljno i otvoreno članstvo, demokratska kontrola članstva (ne odnosi se na zaklade jer nemaju članova), kombinacija interesa članova/korisnika i/ili općeg interesa, obrana i primjena načela solidarnosti i odgovornosti, autonomno upravljanje i neovisnost o javnim vlastima, većina viškova koristi se za postizanje ciljeva održivog razvoja, usluge od interesa za članove ili općeg interesa.“ (Chavez i Monzón, 2016: 9)

Uz pojam društvena ekonomija javlja se nekoliko srodnih pojmova kao što su dobra ekonomija, solidarna ekonomija i treći sektor koji se u nastavku kratko opisuju radi boljeg razumijevanja.

Dobra ekonomija je ekonomski sustav koji se bavi dobrima i uslugama koje imaju određenu vrijednost za društvo i okoliš, te se fokusira na dugoročno održivo razvijanje i unaprjeđenje kvalitete života ljudi. Cilj dobre ekonomije je stvaranje blagostanja za sve ljude, ne samo za odabranu skupinu, te se fokusira na socijalnu i ekološku održivost.

Solidarna ekonomija se bazira na principu solidarnosti i suradnje, te se fokusira na stvaranje ekonomskih aktivnosti koje su održive i pristupačne za sve članove zajednice. Cilj solidarne ekonomije je stvaranje ekonomskih aktivnosti koje su održive, te se fokusira na socijalnu pravdu i jednakost.

Treći sektor se odnosi na organizacije i aktivnosti koje nisu vezane uz državu ili privredu, te se fokusiraju na rješavanje društvenih problema i unaprjeđenje kvalitete života ljudi. To uključuje neprofitne organizacije, udruge i druge slične organizacije koje se bave socijalnim, kulturnim ili ekološkim pitanjima.

2.1 Društveno poduzetništvo

Postoje različita tumačenja pojma društveno poduzetništvo kao i definiranja samog pojma. U nastavku će se prikazati nekoliko definicija s većom prepoznatljivošću.

OECD definira poduzetništvo kao ljudsko djelovanje u potrazi za stvaranjem vrijednosti identificiranjem i iskorištavanjem novih proizvoda, procesa ili tržišta. Dakle, proces pretvaranja mogućnosti u vrijednost u središtu je poduzetništva i odnosi se na

sve nove osnivače tvrtki, upravitelje malih poduzeća i radnu snagu malih i srednjih poduzeća koja podržavaju uvođenje inovacija. (OECD, 2010:164)

Global Entrepreneurship Monitor (GEM) daje sljedeću definiciju: „Društveno poduzetništvo je poduzetnička aktivnost s izričitim ciljem rješavanja društvenih problema.“ (Terjesen et al., 2012:8)

Društveno poduzetništvo definira se kao dio šireg ekonomskog sustava koji uključuje subjekte primarno usmjerene na ispunjavanje društvenih ciljeva te ih karakterizira sustav neposrednog sudjelovanja i upravljanja. (Vlada RH, 2015:6)

Iz navedenih definicija može se zaključiti kako je društveno poduzetništvo oblik poduzetništva koji se fokusira na rješavanje društvenih problema i unapređenje kvalitete života ljudi, te je usmjereno na pružanje inovativnih rješenja tih problema i promoviranje društvenih promjena. Podrazumijeva pojedince i organizacije koji su uključeni u poduzetničke aktivnosti s društvenim ciljem. Bavi se rješavanjem društvenih i okolišnih problema te se temelji na načelima društvene, okolišne i ekonomske održivosti, a stvorena dobit ili višak prihoda se u cijelosti ili većim dijelom ulaže za dobrobit zajednice.

Postoji više škola misli društvenog poduzetništva. Prva škola misli je ona “ostvarenog prihoda” (eng. earned income) koja se fokusira na strategije ostvarivanja prihoda i tržišne aktivnosti neprofitnih organizacija. “Socijalne inovacije” je druga škola misli u konceptu društvenog poduzetništva, u njoj ključnu ulogu imaju čimbenici promjene, odnosno socijalne inovacije i njihovi inovatori. Društvena poduzeća ove škole su stoga fokusirana na pitanja ishoda i socijalnog/društvenog učinka prije nego na pitanje prihoda. Treći, i u Europi možda najprepoznatljiviji, pristup je onaj Europske istraživačke mreže EMES. (Baturina i Babić, 2021) Europska istraživačka mreža EMES vodeća je istraživačka mreža u području društvenog poduzetništva na našim područjima, stoga će se, sukladno navedenom rad bazirati na EMES-ovoj školi misli.

Prema autorima Baturina i Babić (2021) EMES pristup sadrži tri dimenzije unutar kojih svaka ima nekoliko indikatora. Prva dimenzije je ekonomska koja uključuje:

1. kontinuiranu djelatnost proizvodnje robe i/ili prodaje usluga
2. značajnu razinu ekonomskog rizika
3. minimalni iznos plaćenog rada.

S druge pak strane socijalna dimenzija podrazumijeva:

1. eksplicitan socijalni cilj
2. inicijativu pokrenutu od grupe građana ili civilnog društva
3. ograničenja distribucije profita

Treća dimenzija jest upravljanje koje uključuje:

1. visok stupanj autonomije
2. odlučivanje koje se ne temelji na vlasničkom kapitalu
3. participativnost raznih dionika na koje aktivnost ima učinak.

Navedene dimenzije nisu isključivi kriteriji, no mogu poslužiti kao alat za identificiranje i određenje položaja društvenog poduzeća.

Prema Deffourny i Nyssens (2016.) Baturina i Babić (2021.) definiraju četiri modela društvenog poduzetništva kako slijedi:

1. Model poduzetničkih neprofitnih organizacija (eng. The entrepreneurial non profit (ENP) model) koji uključuje neprofitne organizacije usmjerene na razvoj poduzetničkih strategija koje podupiru njihovu socijalnu misiju.
2. Model društvenih zadruga (eng. The social cooperative (SC) model) koji uključuje zadruge.
3. Model društvenog poslovanja (eng. The social business (SB) model) koji uključuje dioničarska društva koja kombiniraju poslovne aktivnosti s primarnom društvenom misijom.
4. Model društvenog poduzetništva javnog sektora (eng. The public-sector social enterprise (PSE) model) koji uključuje društvena poduzeća osnovana od strane javnih tijela.

Ključna načela djelovanja društvenog poduzetništva jesu društveno odgovorno poslovanje, sudionička demokracija, ekonomska demokracija i održivi razvoj.

Društveno odgovorno poslovanje podrazumijeva da se poduzetničke aktivnosti usmjeravaju na rješavanje društvenih problema i unapređenje kvalitete života ljudi, a ne samo na stvaranje profitabilnih poslova.

Sudionička demokracija podrazumijeva da svi dionici uključeni u poduzetničke aktivnosti imaju jednaka prava i priliku da sudjeluju u odlučivanju o njima.

Ekonomska demokracija podrazumijeva da se odluke donose na način koji je neovisan od vlasničkog kapitala, te da se fokusira na dobrobit svih dionika, a ne samo na financijsku dobit.

Održivi razvoj podrazumijeva da se poduzetničke aktivnosti usmjeravaju na dugoročno održivo razvijanje i unapređenje kvalitete života ljudi, te da se fokusiraju na socijalnu i ekološku održivost.

2.2 Društveno poduzetništvo u Hrvatskoj

U nastavku daje se pregled definiranja pojma društvenog poduzetništva u Hrvatskoj temeljem strateških dokumenata Vlade RH:

Tablica 1 Pregled poimanja društvenog poduzetništva u Hrvatskom jeziku temeljem relevantnih dokumenata

| | |
|---|--|
| Program suradnje Vlade Republike Hrvatske i nevladinog, neprofitnog sektora u Republici Hrvatskoj (Vlada RH, 2000.) | Prvi put se službeno spominje pojam društvenog poduzetništva. |
| Nacionalna strategija stvaranja poticajnog okruženja za razvoj civilnoga društva 2006.-2011. (Vlada RH, 2006.) | Naglašava važnost razvoja društvenog poduzetništva za poboljšanje socijalnog i ekonomskog statusa zajednice. Društveno poduzetništvo je prikazano kao poduzetništvo koje teži stvaranju nove vrijednosti, ali ne profitnog već društvenog tipa te dohodak od poduzetničkih aktivnosti usmjerava na ostvarivanje svoje misije. (Vlada RH, 2015:7) |
| Nacionalna strategija stvaranja poticajnog okruženja za razvoj | Pojam društvenog poduzetništva definiran je jasnije kao način rješavanja društvenih problema primjenom poduzetničke metode, vodeći računa o održivom razvoju i primjenjujući |

| | |
|---|--|
| civilnog društva 2012.-2016. (Vlada RH, 2012.) | sustav demokratskog donošenja odluka (uz solidarnost i uzajamnu pomoć). (Vlada RH, 2015:7) |
| Strategija borbe protiv siromaštva i socijalne isključenosti u Republici Hrvatskoj (2014. do 2020.) (Vlada RH, 2014.) | Navodi poticanje društvenog poduzetništva kao stratešku aktivnost u području zapošljavanja. (Vlada RH, 2015:15) |
| Nacionalna strategija za razvoj društvenog poduzetništva u Republici Hrvatskoj za razdoblje od 2015. – 2020. godine (Vlada RH, 2015.) | Društveno poduzetništvo definira kao „Poslovanje temeljeno na načelima društvene, okolišne i ekonomske održivosti, kod kojeg se stvorena dobit/višk prihoda u cijelosti ili većim dijelom ulaže za dobrobit zajednice“. (Vlada RH, 2015:7) |

Izrada autora prema; Vlada Republike Hrvatske (2015), Strategija razvoja društvenog poduzetništva 2015. - 2020.

Nakon pregleda definiranja pojma društvenog poduzetništva u nastavku daje se prikaz SWOT analize društvenog poduzetništva u Hrvatskoj prilagođen prema dokumentu Strategija razvoja društvenog poduzetništva 2015.-2020. Takav pregled analize snaga, slabosti, mogućnosti i prijetnji koristan je za razumijevanje čimbenika koji utječu na uspjeh razvoja društvenog poduzetništva, ali i identificiranje onih čimbenika koji usporavaju isti.

Tablica 2 SWOT analiza društvenog poduzetništva u Hrvatskoj

| 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. |
| Postojanje različitih inicijativa društvenog poduzetništva u lokalnoj zajednici | Negativne konotacije i vezivanje s razdobljem državne, planirane ekonomije. |
| Duga tradicija zadrugarstva u Republici Hrvatskoj. | Nepostojanje analiza, slabo, premda rastuće, prepoznavanje potencijalnih koristi društvenog poduzetništva za socio-ekonomski razvoj. |
| Postojanje investicijskih potpora za razvoj poduzetništva od strane državnih institucija. | Postojeći sustavi podrške društvenog poduzetništva nemaju javnu institucionalnu podršku na nacionalnim, županijskim i lokalnim |

| | |
|---|---|
| <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>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>Nedovoljna 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>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 (MOGUĆNOSTI) | 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>Novе 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 (ESF+, EaSI).</p> <p>Potrebe za proizvodima i uslugama zbog nedovoljnog angažmana tržišnih i javnih subjekata u slabije razvijenim regijama RH.</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>Nefleksibilnost zakonodavnog okvira za stvaranje poticajnog okruženja za razvoj društvenog poduzetništva.</p> <p>Izostanak suradnje institucija: nacionalnih regionalnih i lokalnih.</p> <p>Nevidljivost ostvarenih pozitivnih efekata poslovanja društvenih poduzetnika</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>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>Razvoj poticajnog okruženja za razvoj malog i srednjeg poduzetništva u RH.</p> <p>Razvijenost sektora civilnog društva u području pružanja socijalnih usluga u zajednici.</p> | |
|---|--|

Prilagodba autora prema; Vlada Republike Hrvatske (2015), Strategija razvoja društvenog poduzetništva 2015. - 2020., str. 40

Uvidom u „snage“ može se zaključiti kako postoji jaka mreža podrške za razvoj društvenog poduzetništva u Hrvatskoj, s različitim organizacijama i inicijativama koje ga promiču i podržavaju. Hrvatska vlada također je poduzela korake kako bi poticala razvoj društvenog poduzetništva, a dostupni su i programi investicijske podrške za razvoj poduzetništva u širem smislu. Osim toga, sektor civilnog društva u Hrvatskoj je dobro razvijen u pogledu pružanja socijalnih usluga, a među nekim poslovnim subjektima postoji interes za društveno odgovorno poslovanje i ulaganje u zajednicu. Ovi čimbenici stvaraju povoljno okruženje za razvoj društvenog poduzetništva u Hrvatskoj.

Pregledom „slabosti“ može se zaključiti kako postoje različiti izazovi s kojima se razvoj društvenog poduzetništva u Hrvatskoj suočava, uključujući nedostatak jasnoće i dosljednosti u razumijevanju koncepta, negativne konotacije povezane s određenim

obicima gospodarske aktivnosti, ograničeno prepoznavanje potencijalnih koristi društvenog poduzetništva, nedostatak potpore javnih institucija i financijskih instrumenata, te različiti nedostaci u vještinama i znanju među društvenim poduzetnicima i općom populacijom. Tu su i problemi sa sustavom javne nabave, zakonodavnim okvirom i dostupnošću podataka o sektoru. Dodatno, obrazovni sustav i sustav socijalne skrbi nisu u potpunosti usklađeni s potrebama tržišta i društva. Ovi izazovi mogu ozbiljno spriječiti rast i utjecaj društvenog poduzetništva u Hrvatskoj.

Prikazane “prilike” upućuju kako je društveno poduzetništvo visoko prepoznato na europskoj razini te da raste svijest o potrebi za alternativnim ekonomskim modelima u Hrvatskoj. Brojne su inovacije u području društvenog poduzetništva na globalnoj razini, s mogućnostima međunarodne suradnje i razmjene informacija te prijenosa znanja u Hrvatsku. Za poticanje društvenog poduzetništva dostupna su i različita institucionalna rješenja i financijska potpora te postoji potražnja za društveno usmjerenim proizvodima i uslugama. Obrazovni sustav ima potencijal za širenje kompetencija društvenog poduzetništva. Također postoji sve veće prepoznavanje važnosti sektora društvenog poduzetništva među državnim tijelima.

Navedene “prijetnje” upućuju kako postoji opasnost zlouporabe pojma društvenog poduzetništva. Često se poistovjećuje s neprofitnim sektorom što dovodi do umanjivanja pozitivnih učinaka društvenog poduzetništva. Mogu postojati administrativne prepreke za razvoj društvenog poduzetništva zbog nedostatka prepoznavanja njegovog potencijala od strane državnih i lokalnih institucija. Pravni okvir je rigidan te postoji nedostatak suradnje među institucijama.

2.3 Društveno poduzeće

Međunarodna organizacija rada (International Labour Organisation - ILO) društvena poduzeća definira kao ona koja imaju primarno socijalnu svrhu koja je jasno navedena kao temeljni cilj; koriste financijski održive poslovne modele s realnim izgledima za stvaranje dostatnih prihoda za premašivanje troškova i značajan udio prihoda od zarade (za razliku od bespovratnih sredstava ili donacija); odgovaraju dionicima s prikladnim mehanizmom kako bi se osigurala odgovornost prema korisnicima te kako bi se izmjerio i pokazao društveni učinak. (ILO, 2017:9)

Prema definiciji društvenog poduzeća iz Inicijative za društveno poduzetništvo (2011) postoje tri dimenzije društvenog poduzeća; poduzetnička, društvena i upravljačka. Poduzetnička dimenzija razlikuje društveno poduzeće od neprofitnih organizacija iz razloga što podrazumijeva redovnu ekonomsku aktivnost. Društvena dimenzija ona je koja društveno poduzeće razlikuje od tradicionalnog iz razloga što je temelj djelovanja ostvarivanje društvene svrhe, a ne profita kao kod tradicionalnog poduzeća. Upravljačka dimenzija koja se temelji na demokratskim i participativnim procesima razlikuje društvena poduzeća od tradicionalnih poduzeća te neprofitnih organizacija.

Prema definiciji Europske komisije svaka od navedenih dimenzija sadrži skup minimalnih kriterija koje je potrebno zadovoljiti da bi subjekt bio kategoriziran kao društveno poduzeće. Kriteriji kako slijedi:

- organizacija mora sudjelovati u gospodarskoj aktivnosti: to znači da se mora uključiti u kontinuiranu aktivnost proizvodnje i/ili razmjene dobara i/ili usluga;
- Mora slijediti izričit i primarni društveni cilj: društveni cilj je onaj koji koristi društvu;
- mora imati ograničenja raspodjele dobiti i/ili imovine: svrha takvih ograničenja je dati prioritet društvenom cilju nad stvaranjem profita;
- mora biti neovisan, tj. organizacijski autonoman od države i drugih tradicionalnih profitnih organizacija; i,
- mora imati uključivo upravljanje, tj. biti karakterizirano participativnim i/ili demokratskim procesima donošenja odluka. (Europska komisija, A map od social enterprises and their eco-systems in Europe, 2015:5)

Tablica 3 Usporedba društvenog i privatnog profitnog poduzeća

| Društveno poduzeće | Privatno profitno poduzeće |
|--|--|
| Cilj je osnažiti zaposlenike/zajednicu. | Cilj je nadgledati i kontrolirati zaposlenike. |
| Načelo djelovanja ogleda se kroz demokratsko donošenje odluka i odgovornost prema okolišu/zajednici. | Načelo djelovanja ogleda se kroz odlučivanje na temelju količine dionica, a odgovornost prema okolišu/zajednici ne vide kao njihovu odgovornost. |
| Provodi financijsku reviziju i mjeri društveni utjecaj, a vođeno je | |

| | |
|--|---|
| komercijalnim, društvenim i ekološkim ciljevima. | Provodi financijsku reviziju, a vođeno je samo komercijalnim ciljevima. |
|--|---|

Izvor: Lupšić et al. (2012) Poduzetništvo u službi zajednice: Zbornik radova o društvenom poduzetništvu, Nacionalna zaklada za razvoj civilnoga društva, str. 17

Glavna područja djelovanja društvenih poduzeća, prema Baturina i Babić (2021.), su:

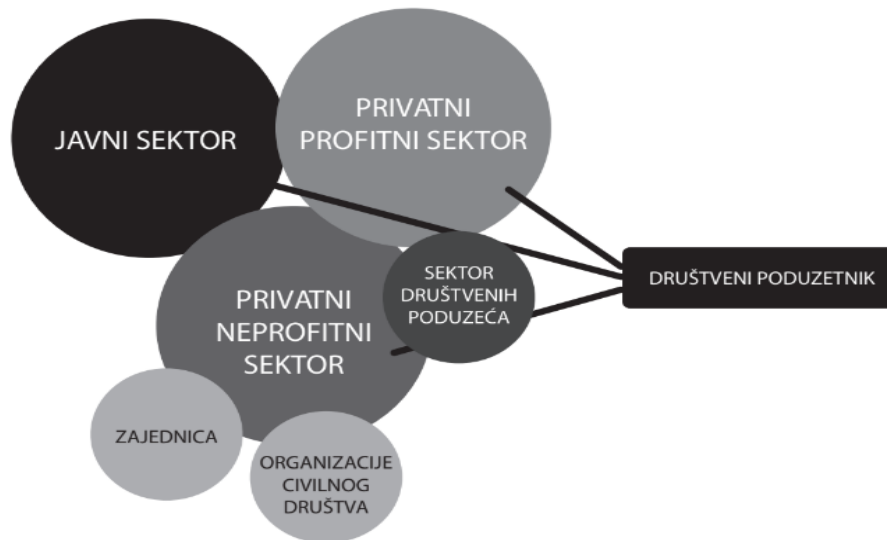
- socijalna i ekonomska integracija isključenih skupina (radna integracija)
- socijalne usluge od općeg interesa (dugotrajna skrb za OSI)
- ostale javne usluge (održavanje javnih površina)
- jačanje demokracije, građanskih prava i digitalne participacije
- okolišne aktivnosti (smanjenje CO₂, OIE)
- prakticiranje solidarnosti sa zemljama u razvoju (fair-trade)

2.4 Društveni poduzetnik

“Društveni poduzetnik je pojedinac, grupa, mreža, organizacija ili savez organizacija koji traže održivu promjenu velikih razmjera kroz razbijanje obrazaca ideja o tome što i/ili kako vlade, neprofitne organizacije i poduzeća rade za rješavanje značajnih društvenih problema.” (Noruzi et al. 2010:5)

“Društveni poduzetnici igraju ulogu pokretača promjena u društvenom sektoru, tako što: usvajaju misiju stvaranja i održavanja društvene vrijednosti (ne samo privatne vrijednosti), prepoznaju i neumoljivo traže nove prilike za služenje toj misiji, uključuju se u proces neprekidnih inovacija, prilagodbu i učenje, hrabro djelovanje bez ograničenja resursima koji su trenutno u rukama, i pokazivanje povećane odgovornosti prema izbornim jedinicama kojima se služi i za ostvarene rezultate. Iako mogu djelovati lokalno, njihove akcije imaju potencijal potaknuti globalna poboljšanja u arenama koje su odabrali, bilo da se radi o obrazovanju, zdravstvenoj skrbi, gospodarskom razvoju, okolišu, umjetnosti ili bilo kojem drugom društvenom području.” (Dees, 2001:4)

Slika 1 Kontekst djelovanja društvenih poduzeća i društvenih poduzetnika



Izvor: Lupšić et al. (2012.) Poduzetništvo u službi zajednice: Zbornik radova o društvenom poduzetništvu, str. 18

„Europska komisija je u svojoj „Inicijativi za društveno poduzetništvo“ (Social Business Initiative) objavljenoj krajem 2011. godine pojmovno definirala koncept društvenog poduzetnika:

1. društveni poduzetnik se određuje kao nositelj poduzetničke aktivnosti kojem je primarni cilj društveni utjecaj, a ne generiranje dobiti za vlasnike ili dioničare;
2. društveni poduzetnik djeluje tako da pruža robu ili usluge na tržištu na poduzetnički i inovativan način te koristi ostvarenu dobit primarno za ispunjavanje društvenih ciljeva;
3. način upravljanja poduzetničkim subjektom je otvorenog tipa te uključuje zaposlenike, korisnike i ostale dionike na koje utječe gospodarska aktivnost poduzetnika.“ (Vlada RH, 2015.)

U nastavku daje se pregled devet kriterija za prepoznavanje društvenog poduzetnika koje je kreirala organizacija EMES.

Tablica 4 Devet kriterija prepoznavanja društvenog poduzetnika istraživačke mreže EMES

| Ekonomska dimenzija | Društvena dimenzija |
|---|--|
| <p>Postojanje djelatnosti proizvodnje i/ili prodaje proizvoda i/ili usluga.</p> <p>Visok stupanj autonomije, što podrazumijeva da organizaciju osniva i njome upravlja skupina pojedinaca, a ne državna institucija ili privatno poduzeće.</p> <p>Preuzimanje značajnog stupnja ekonomskog rizika u aktivnostima u aktivnostima, što podrazumijeva tržišno djelovanje.</p> <p>Minimalna količina plaćenog rada iako unutar organizacije/poduzeća mogu postojati i drugi oblici rada (volonterski, neplaćeni).</p> | <p>Eksplicitni je cilj društvena misija, djelovanje usmjereno na opće dobro zajednice.</p> <p>Inicijativu je pokrenula skupina građana, što podrazumijeva kolektivnu dinamiku koja čini temelj društvenog poduzetništva.</p> <p>Demokratski oblik upravljanja (često temeljeno na načelu jedan član – jedan glas), neovisno o vlasničkoj strukturi.</p> <p>Participativna priroda poslovanja, koja uključuje sudjelovanje različitih dionika (ne samo vlasnika i članova).</p> <p>Ograničena raspodjela profita, čime se limitira individualna akumulacija dobiti.</p> |

Izvor: Živković, Petričević (2019.) Priručnik o društvenom poduzetništvu za poduzetničke potporne institucije, str. 12

Za usporedbu, Strategijom razvoja društvenog poduzetništva u Republici Hrvatskoj za razdoblje od 2015. do 2020. godine je definirano devet kriterija za prepoznavanje društvenog poduzetnika:

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 njihovu 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.“ (Vlada RH, 2015:8)

Može se vidjeti kako su kriteriji iz Strategije bazirani na temeljima postavljenim od strane istraživačke mreže EMES. Kriteriji Strategije ipak su detaljniji i zahtjevnije definirani te ih je samim time teže postići, osobito ukoliko se podrazumijeva da društveno poduzeće mora zadovoljiti sve kriterije kako bi se moglo klasificirati kao takvo na što ukazuje sama Strategijom uputom uz kriterije kako slijedi: „Ispunjavanje svih navedenih kriterija, društveni poduzetnik će dokazivati svojim aktima osnivanja i poslovanja, koje će biti potrebno podnijeti prilikom podnošenja zahtjeva za upis u Evidenciju društvenih poduzetnika. U skladu s prethodno navedenim kriterijima, društveni poduzetnik bit će svaka pravna ili fizička osoba koja će kontinuirano obavljati registriranu gospodarsku djelatnost i svojim trogodišnjim strateškim/poslovnim planom, godišnjim programom rada ili, ukoliko će poslovati dulje od tri godine, dotadašnjim rezultatima moći dokazati da djeluje u skladu s kriterijima za prepoznavanje društvenih poduzetnika. Ukoliko će smatrati da udovoljava svim

prethodno navedenim kriterijima, pravna ili fizička osoba moći će podnijeti zahtjev za upis u Evidenciju društvenih poduzetnika koju će voditi nadležno tijelo, na razdoblje od tri godine, uz obvezu predaje godišnjeg izvještaja o realizaciji godišnjeg programa rada te izvještaja o društvenoj reviziji. Nakon razdoblja od tri godine, moći će obnoviti upis u Evidenciju ili će se brisati iz nje. Evidencija će biti službeni popis društvenih poduzetnika u Republici Hrvatskoj, a vođenje Evidencije definirat će se posebnim propisom o evidenciji. Nadležno tijelo donijet će odluku zadovoljava li društveni poduzetnik uvjete za upis u Evidenciju. Tek po operativnoj uspostavi Evidencije društvenih poduzetnika, ista će služiti kao temelj za prijavljivanje na posebne natječaje i ostvarenje poticaja koji su namijenjeni društvenim poduzetnicima.” (Vlada RH, 2015:9) Iz navedenog može se zaključiti kako je sustav kriterija i njihova ostvarenja postavljen vrlo rigidno što značajno otežava ostvarenje društvenih poduzeća kao takvih. Spomenuta evidencija društvenih poduzetnika do danas nije uspostavljena.

Jednostavniji pristup kriterijima donose autori Monzon i Chaves (2008.) prema kojima su uspostavljena tri kriterija prepoznavanja društvenih poduzetnika kako slijedi:

1. “kriterij neprofitnosti - društvena poduzeća ostvaruju dobit, a o njegovoj raspodjeli odlučuju sami članovi i radnici;
2. kriterij demokratskog upravljanja - nisu sve organizacije civilnog društva i demokratske organizacije;
3. kriterij krajnjih korisnika - organizacije civilnog društva osnivaju se s ciljem zadovoljavanja potreba i pojedinaca i organizacija, najčešće upravo onih koji ih osnivaju i financiraju; društvena poduzeća imaju individualno članstvo i služe zadovoljavanju potreba pojedinaca.” (Živković, Petričević, 2019:12)

Prema autorima Baturina i Babić (2021) Bornstein, 2007. navodi 6 ključnih osobina društvenih poduzetnika:

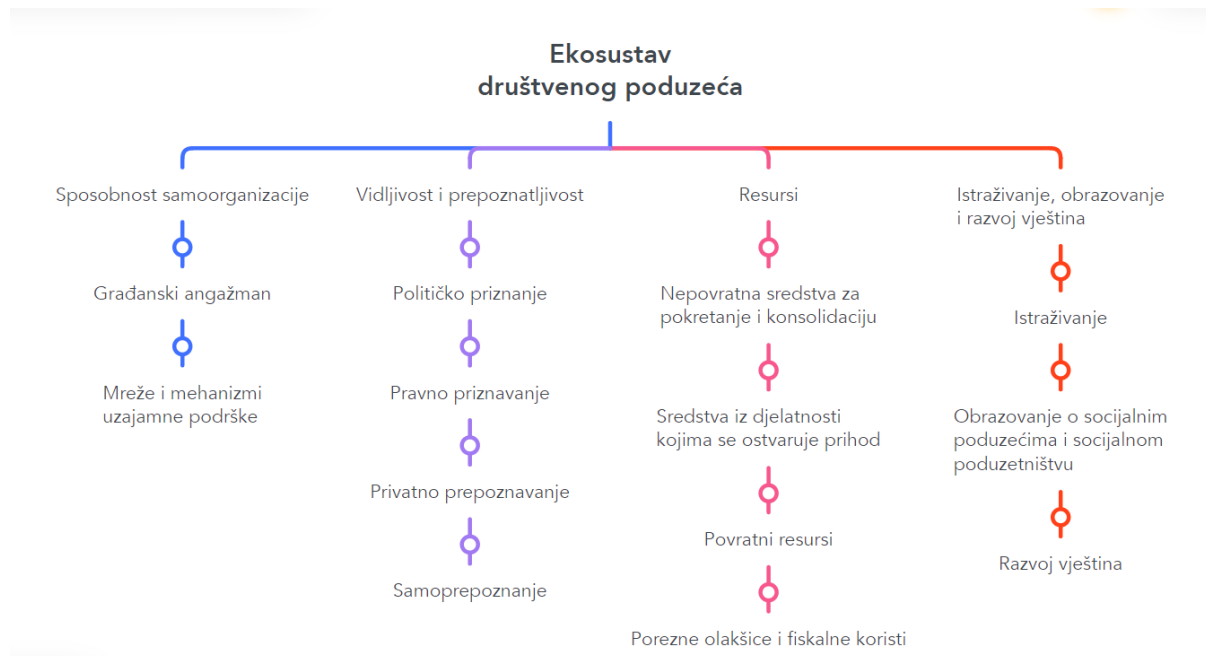
1. Volja za samo disciplinom je stalni proces prilagođavanja okruženju, osobito u naporima za rješavanjem socijalnih problema
2. Volja za dijeljenjem zasluga pri uspješnom rješavanju određenog socijalnog cilja - poduzetnik mora motivirati druge ljude i pritom im odati zaslužen priznanje

3. Volja za "rušenjem" postojećih struktura - poduzetnik određenu socijalnu inovaciju može razviti izvan rigidnih i tromih organizacijskih struktura, no takvu odstupanje često vodi do značajnog poslovnog rizika
4. Volja za prevladavanjem interdisciplinarnih ograničenja - društveni poduzetnici moraju biti neovisni u svojem djelovanju kako bi imali mogućnost kombiniranja resursa i tako uspostavili nove socijalne mreže
5. Volja za radom u tišini - društveni poduzetnici teže promjeni i pri tome je potrebno mnogo vremena kako bi raširili svoju ideju i proveli je, rezultati njihovog dugogodišnjeg djelovanja često nisu podložni kvantificiranju
6. Etika kao pokretač - etični aspekt odražava se u poštenom djelovanju društvenog poduzetnika, a to je ključno pri dobivanju povjerenja i podrške od drugih.

3. Ekosustav društvenih poduzeća

Prema Borzaga i drugima (2020), ekosustav društvenog poduzeća čine sposobnost samoorganiziranja, vidljivost i prepoznatljivost, resursi te istraživanje, obrazovanje i razvoj vještina. U nastavku se daje prilagođeni pregled svih elemenata ekosustava.

Slika 2 Ekosustav društvenog poduzeća



Izrada autora prema; Europska komisija (2020) Social enterprises and their ecosystems in Europe . Comparative synthesis report, str. 49

Na slici 2 može se vidjeti kako je sposobnost samoorganizacije društvenog poduzeća podijeljena na građanski angažman te mreže i mehanizme uzajamne podrške. Vidljivost i prepoznatljivost društvenog poduzeća sačinjeni su od političkog, pravnog i privatnog priznanja te samopriznanja. Resursi društvenog poduzeća dijele se na bespovratna sredstva za pokretanje i konsolidaciju, sredstva iz djelatnosti kojima se ostvaruje prihod, povratne resurse i porezne olakšice te fiskalne koristi.

3.1 Sposobnost samoorganiziranja

Prema Borzaga i drugim autorima (2020), sposobnost organiziranja podrazumijeva građanski angažman te mreže i mehanizme međusobne podrške. Društvena poduzeća često nastaju kao rezultat predanosti grupa građana koji rade kao volonteri

na rješavanju novih potreba i izazova u društvu. Ta poduzeća također imaju potencijal uključiti lokalno stanovništvo u područja kao što su lokalni razvoj, energija i zaštita okoliša. Stupanj sudjelovanja građana u ovim inicijativama općenito je visok i doprinosi njihovom širokom prihvaćanju. Međutim, u nekim su zemljama društvena poduzeća manje razvijena, a dobrovoljni angažman manje je uobičajen zbog čimbenika kao što su niska razina povjerenja, društvene svijesti i aktivizma prema pokretima solidarnosti u široj javnosti. Primjeri tih zemalja uključuju Bugarsku, Češku, Estoniju, Mađarsku i neke južne talijanske regije. (Borzaga et al. 2020:49) Mreže i mehanizmi međusobne podrške odigrali su ključnu ulogu u podržavanju rasta i razvoja društvenih poduzeća u raznim zemljama, uključujući Hrvatsku, Češku, Francusku, Italiju i Španjolsku. Ti mehanizmi, kao što su zadružni pokreti i udruge, pomogli su u legitimizaciji i zagovaranju društvenih poduzeća, kao i u poboljšanju prepoznavanja i svijesti o njima u društvu. Također su se pružale usluge i podrška društvenim poduzećima, uključujući izgradnju kapaciteta i programe obuke. Mreže i mehanizmi uzajamne potpore posebno su važni u zemljama sa slabim ili nepostojećim mrežama, jer je pojava društvenih poduzeća obično sporija i složenija u tim zemljama u usporedbi sa zemljama s jakim mrežama, kao što su Češka, Italija, Luksemburg i Ujedinjeno Kraljevstvo. Glavne uloge ovih mreža su zagovaranje i informiranje o kreiranju politika, poticanje međusobnog učenja i razmjene te pružanje usluga svojim članovima. Organizacije druge razine, konzorciji i krovne organizacije također sve više pružaju usluge poslovne potpore posebno društvenim poduzećima, uključujući mreže koje podržavaju aktivnosti društvenih poduzeća i njihovo pokretanje, rast i replikaciju kroz programe izgradnje kapaciteta i obuke. Primjeri tih zemalja uključuju Belgiju, Finsku, Francusku, Irsku, Italiju, Latviju, Litvu i Španjolsku. (Borzaga et al. 2020:50)

Platforme s više dionika društvenih poduzeća, kao što su austrijski GEMSE i hrvatski SEFOR, imaju potencijal olakšati dijalog i uključiti kreatore politika i druge relevantne aktere u rasprave i međunarodni dijalog. Mehanizmi podrške za društvena poduzeća mogu uključivati i "hardver", kao što su radni prostori i financije, i "softver", kao što su umrežavanje i vidljivost. Same mreže također se mogu smatrati softverom i mogu omogućiti pristup hardverskim poduzetničkim elementima koji su važni za društvena poduzeća. Neformalne mreže postoje u svim zemljama neovisno postoji li visoka ili niska razina institucionalizacije društvenih poduzeća. U nekim zemljama, primjerice Belgiji, Danskoj, Finskoj Francuskoj, Italiji i Švedskoj i Velikoj Britaniji postoji niz mreža

sa svrhom predstavljanja, lobiranja i koordinacije, dok u drugima, kao što su neke zemlje srednje i istočne Europe i jugoistočne Europe, postoji nekoliko posredničkih struktura ili mreža koje predstavljaju ili okupljaju društvena poduzeća što se može okarakterizirati kao nedovoljna podrška. (Borzaga et al. 2020:52)

Međunarodne organizacije poput Ashoke, Zaklade Schwab za društveno poduzetništvo i NESsT-a provode inicijative za izgradnju kapaciteta za društvena poduzeća, dok nacionalne organizacije poput P3-People, Planet i Profit u Češkoj također igraju ulogu u povećanju kapaciteta društvenih poduzeća. Nagrade i priznanja, kao što su "Social Impact Award" u Češkoj i Slovačkoj i "Social Economy Prize" u Belgiji, mogu povećati vidljivost i stvoriti osjećaj zajednice za društvena poduzeća. (Borzaga et al. 2020:53)

3.2 Vidljivost i prepoznatljivost

Prema autorima Borzaga et al (2020.), političko priznanje društvenih poduzeća povećalo se u različitim zemljama tijekom proteklog desetljeća, uključujući zemlje u kojima je društveno poduzetništvo relativno nov koncept. U različitim zemljama do tog se priznavanja došlo u različito vrijeme i putem različitih alata, kao što su stvaranje posebnih odjela ili inicijativa za promicanje društvenih poduzeća ili socijalne ekonomije, reforme ključnih područja u kojima društvena poduzeća posluju te donošenje strategija politike na nacionalnoj ili lokalnoj razini. Neke zemlje, kao što su Danska i Nizozemska, prenijele su definiciju strategija za društvena poduzeća na lokalne vlasti. (Borzaga et al. 2020:53) Primjeri nacionalnih strategija uključuju one u Bugarskoj, Hrvatskoj i Poljskoj. Problem koji se može vidjeti u Hrvatskoj i Danskoj jest značajan pad političke predanosti podršci društvenim poduzećima nakon objave strategija. Zemlje koje nisu članice EU-a poput Albanije, Crne Gore, Sjeverne Makedonije, Srbije i Turske priznale su društvena poduzeća kroz službene političke dokumente i pretpristupne programe financiranja EU-a. (Borzaga et al. 2020:54)

U nekim je zemljama pravno priznavanje društvenih poduzeća uspostavljeno prilagodbom postojećih propisa ili uvođenjem novih shema pravnog statusa/kvalifikacija/akreditacije. Ovi pravni okviri omogućuju definiranje ciljeva, obilježja i područja djelovanja društvenih poduzeća i često se odnose na različite

pravne osobe. Međutim, u drugim zemljama, uključujući Austriju, Estoniju, Njemačku, Nizozemsku i Švedsku, ne postoji poseban zakon za društvena poduzeća. (Borzaga et al. 2020:56). U tim se zemljama društvena poduzeća još uvijek mogu pojaviti u pravnim oblicima koji nisu osmišljeni posebno za njih, poput udruga ili zaklada. Međutim, ti pravni oblici mogu imati ograničenja u privlačenju rizičnog kapitala, moći donošenja odluka i pristupa javnoj nabavi. (Borzaga et al. 2020:57) Osim toga, nedostatak pravnog priznanja također može utjecati na to da javna tijela ne priznaju društvena poduzeća kao legitimne aktere i time mogu spriječiti njihov pristup javnom financiranju ili drugim mjerama potpore.

U posljednjih nekoliko desetljeća uvedeno je mnogo novih zakona i propisa koji su pridonijeli priznavanju i reguliranju društvenih poduzeća u različitim zemljama. Ti su zakoni često uvodili nove pravne oblike, statute i sheme akreditacije za društvena poduzeća te su omogućili kvalifikaciju širokog spektra organizacija koje se bave raznim područjima od općeg interesa kao društvenih poduzeća. Posljednjih godina prisutan je trend uvođenja statusa koji proširuju vrste organizacija i područja djelovanja koje mogu biti prepoznate kao društvena poduzeća, s ciljem bolje valorizacije potencijala civilnog društva za zadovoljavanje potreba zajednica. Također postoji trend prepoznavanja društvenih poduzeća kroz okvirne zakone koji priznaju širi fenomen, poput socijalne ekonomije, solidarne ekonomije ili trećeg sektora. (Borzaga et al. 2020:62)

Nekoliko zemalja vodi javne registre društvenih poduzeća. Švedska vodi popis WISE-ova kojim upravlja Švedska agencija za gospodarski i regionalni razvoj, slovačko Ministarstvo rada, socijalnih pitanja i obitelji vodi registar društvenih poduzeća reguliranih Zakonom o društvenoj ekonomiji i društvenim poduzećima, a Danska nacionalna strategija za društveno poduzetništvo uvela je alat za registraciju pod nazivom "Registrirana društvena poduzeća" (RSV) kao formalnu platformu za dokumentiranje društvenih poduzeća u zemlji. (Borzaga et al. 2020:63) Strategija u Hrvatskoj također je planirala evidenciju društvenih poduzeća, no do danas ona nije izrađena, stoga ne postoji službeni registar društvenih poduzeća u Hrvatskoj.

Privatni programi priznavanja za društvena poduzeća, kao što su oznake i certifikati, sve se više usvajaju u Austriji, Finskoj, Njemačkoj, Poljskoj i Ujedinjenom Kraljevstvu. Društvena poduzeća često koriste ove sheme kako bi signalizirala svoj specifični fokus

i razlikovala se na tržištu, osobito u zemljama u kojima ne postoji posebna zakonska regulativa ili poticaji za društvena poduzeća da se registriraju kao takva. Jedan primjer je oznaka "Social Enterprise Mark" u Finskoj, koja je stvorena 2011. i namijenjena je tvrtkama koje se bave društvenim ili ekološkim problemima i promiču društvene ciljeve. B Corporations, sustav certificiranja temeljen na vanjskom izvješćivanju i nadzoru, također postaje sve popularniji u raznim zemljama EU-a, uključujući Austriju, zemlje Beneluksa, Češku, Dansku, Finsku, Francusku, Njemačku, Grčku, Mađarsku, Irsku, Italiju, Maltu, Norvešku, Poljsku, Portugal, Španjolsku, Švedsku i Tursku. Dok je B korporacija još uvijek relativno malo u većini zemalja, veći je broj u Ujedinjenom Kraljevstvu, Italiji, Nizozemskoj, Francuskoj, Španjolskoj i Njemačkoj. Druge sheme certificiranja koje ne spominju izričito društvena poduzeća, ali imaju za cilj okupiti poduzeća vođena misijom i društveno orijentirana poduzeća koja djeluju u sličnim područjima ili nadahnuta sličnim vrijednostima uključuju Common Good Balance Sheet, Fairtrade, Ecocert, Fair for Life, oznake Svjetske organizacije pravedne trgovine, Transparency International od PHINEO-a (Njemačka), Finansol oznaku od Solidarity Francuska i Financité & FairFin (Belgija). (Borzaga et al. 2020:66)

Samopriznanje društvenih poduzeća u mnogim je zemljama nisko, pri čemu se neka de facto društvena poduzeća nerado identificiraju kao takva, a mnoge organizacije imaju ograničeno razumijevanje o tome što čini društveno poduzeće. Stupanj samopriznanja značajno varira među zemljama, pri čemu je samoprepoznavanje obično jače tamo gdje su se društvena poduzeća i njihove mreže aktivno uključile u proces (npr. Italija), a slabije tamo gdje su reforme i propisi uvedeni odozgo prema dolje (npr. zemlje srednje i istočne Europe). (Borzaga et al. 2020:68) Priznavanje društvenih poduzeća imalo je mješoviti učinak, pri čemu su neke zemlje doživjele pozitivne rezultate poput povećanog broja društvenih poduzeća i poboljšane svijesti o konceptu, dok su druge zabilježile ograničeni uspjeh zbog složenih pravnih oblika i restriktivnih ograničenja. Općenito, priznavanje je bilo najučinkovitije kada uključuje opće priznanje raznolikosti društvenih poduzeća, ne nameće previše ograničenja, nudi fiskalne prednosti i uključuje aktivan angažman zajednice društvenih poduzeća u procesu reforme. Međutim, u nekim je slučajevima priznavanje ograničeno zbog straha od stvaranja nepoštene konkurencije s tradicionalnim poduzećima, te uvođenja opterećujućih administrativnih zahtjeva i premalih poreznih olakšica za društvena poduzeća. (Borzaga et al. 2020:70)

3.3 Resursi društvenih poduzeća

Prema Borzaga i drugim autorima (2020) društvena poduzeća često se suočavaju s poteškoćama u pristupu financijskim izvorima, osobito u fazi pokretanja i rasta. Te su poteškoće posljedica neprofitne prirode društvenih poduzeća, što ih čini manje privlačnima za ulagače koji traže značajne financijske povrate. Društvena poduzeća također se često oslanjaju na kombinaciju javnih resursa, prihoda od prodaje i članarina za pokrivanje operativnih troškova i mogu imati problema s organiziranjem stabilnog protoka tih resursa, što može ugroziti njihov razvoj i sposobnost da adekvatno služe korisnicima. Osim toga, društvena poduzeća mogu imati poteškoća s pristupom financijskim resursima za ulaganja i rast zbog nedostatka značajne (ili bilo kakve) naknade koju mogu ponuditi, kao i nedostatka razumijevanja o osobitostima društvenih poduzeća među tradicionalnim financijskim institucijama. (Borzaga et al. 2020:71) Međutim, financijski ekosustav za društvena poduzeća se poboljšava, uz nove projekte i institucije koje ih podržavaju diljem Europske unije. (Borzaga et al. 2020:72)

Širok je raspon mjera potpore na snazi diljem Europe za pomoć društvenim poduzećima pri pokretanju i širenju. Ove mjere često osiguravaju različite institucije, uključujući ministarstva i lokalne vlasti, javne i privatne financijske institucije, zaklade i mreže društvenih poduzeća ili organizacija društvene ekonomije. Mjere mogu uključivati bespovratna sredstva, subvencije i konzultantske usluge, a mogu biti usmjerene na nova ili postojeća poduzeća. (Borzaga et al. 2020:72) Međutim, učinkovitost i dosljednost ovih mjera uvelike varira, pri čemu neke zemlje imaju velik izbor koherentnih mjera politike (kao što su Nizozemska i Ujedinjeno Kraljevstvo), a druge imaju ograničene programe javne potpore (kao što je Češka Republika i Švedska). U većini zemalja mjere za pokretanje su razvijenije od onih za rast, a samo nekoliko zemalja (kao što je Njemačka) ima ravnotežu između obje vrste mjera. Javne mjere su najčešće, ali privatne institucije također sve više podupiru osnivanje i širenje društvenih poduzeća. (Borzaga et al. 2020:73) U Hrvatskoj nema dostupnih potpora i subvencija tijela javnih vlasti za osnivanje društvenog poduzeća, dok se bez velikih ograničenja mogu ostvariti donacije i druga potpora od privatnih dionika, zaklada i sličnih organizacija druge razine. Uz određena ograničenja može se ostvariti privatna ili javna podrška društvenim poduzećima kroz inkubatore i inovacijske centre. (Borzaga et al. 2020:73)

Javna bespovratna sredstva i subvencije uobičajeni su način na koji vlade podržavaju pokretanje i rast društvenih poduzeća. (Borzaga et al. 2020:73) Te mjere mogu biti u obliku bespovratnih sredstava za osnivanje novih društvenih poduzeća, subvencija ili poreznih izuzeća za poduzeća koja zapošljavaju osobe u nepovoljnom položaju te nagrada za pobjednike natječaja za društveno-poduzetničke ideje te potpore inkubatora. Te se mjere mogu usredotočiti na potporu određenom društvenom pitanju ili izravnu potporu novim društvenim poduzećima. U nekim su zemljama ove mjere usmjerene posebno na društvena poduzeća, dok su u drugima otvorene za bilo koje poduzeće ili organizaciju u socijalnom gospodarstvu ili neprofitnom sektoru. Javna potpora društvenim poduzećima češća je u zemljama s dobro osmišljenim i financiranim politikama za sve oblike poduzetništva, poput Njemačke, Nizozemske i Ujedinjenog Kraljevstva. U drugim zemljama, poput Francuske, Italije i Poljske, javna potpora često je usmjerena prema određenim vrstama subjekata, kao što su udruge ili socijalne zadruge. (Borzaga et al. 2020:74)

Europski strukturni i investicijski fondovi (ESI fondovi) odigrali su značajnu ulogu u podržavanju razvoja i rasta društvenih poduzeća u raznim zemljama. U nekim su slučajevima ESI fondovi bili jedini izvor javne potpore u obliku bespovratnih sredstava za društvena poduzeća, osobito u srednjoj i istočnoj Europi. Mjere potpore za društvena poduzeća često se uspostavljaju i njima se upravlja na nacionalnoj ili lokalnoj razini, a u nekim slučajevima i na jednoj i na drugoj razini. Tu je i prepoznavanje pozitivnog utjecaja ESI fondova u promicanju transnacionalnih partnerstava i širenju inovativnih modela poduzetništva diljem Europske unije. Međutim, bilo je kritika, primjerice u nekim su se zemljama ESI fondovi prvenstveno koristili za potporu razvoju WISE-ova, umjesto svih vrsta društvenih poduzeća. (Borzaga et al. 2020:75)

Privatni doprinosi pokretanju i razvoju društvenih poduzeća uključuju ljudske i financijske resurse. Ovi doprinosi mogu doći od samih osnivača ili od trećih strana, a mogu biti u obliku financijskih sredstava kao što su ulaganja ili zajmovi ili ljudskih resursa kao što je volontiranje. U mnogim slučajevima volonteri su odigrali ključnu ulogu u ranim fazama razvoja društvenih poduzeća, posebno u lobiranju za priznanje i pružanju poduzetničkih vještina. U nekim slučajevima društvena poduzeća mogu se pokrenuti i financijskim sredstvima osnivača koji su radnici ili potrošača zainteresiranih

za određenu djelatnost ili uslugu. Privatni doprinosi također mogu uključivati plaće koje su niže od tržišnih, barem do osnivanja poduzeća. (Borzaga et al 2020:76)

Zaklade, kako tradicionalne tako i one novije, kao što su korporativne i društvene zaklade, sve više pružaju mjere potpore za društvena poduzeća, uključujući bespovratna sredstva i venture filantropiju. Sama društvena poduzeća, drugostupanjska udruženja ili konzorciji društvenih poduzeća te druge organizacije društvene ekonomije također promiču razvoj novih društvenih poduzeća kroz namjenska sredstva. Konvencionalna poduzeća i bankarske grupe također podržavaju društvena poduzeća. (Borzaga et al. 2020:76) Platforme za grupno financiranje, koje omogućuju pojedincima i privatnim poduzećima da doniraju ili ulažu u pokretanje novih društvenih poduzeća, također postaju sve popularnije u nekim zemljama (primjerice Bugarskoj) kao način potpore razvoju društvenih poduzeća. (Borzaga et al. 2020:77)

Društvena poduzeća moraju ostvariti dovoljno prihoda od svojih dobara ili usluga da pokriju troškove proizvodnje i generiraju višak za ulaganja i rast. Često se oslanjaju na kombinaciju tržišnih i netržišnih resursa, uključujući javne potpore i subvencije, donacije, članarine i ugovore s javnim tijelima. Mnoga društvena poduzeća također koriste kombinaciju plaćenih i neplaćenih (volonterskih) ljudskih resursa kako bi održala niske troškove proizvodnje i smanjila potrebu za financijskim resursima. (Borzaga et al. 2020:77)

Društvena poduzeća mogu se svrstati u tri kategorije prema izvorima prihoda. Prvu kategoriju čine društvena poduzeća koja prvenstveno pružaju socijalne, zdravstvene i obrazovne usluge i većinu svojih resursa dobivaju iz javnih subvencija i ugovora. To je uobičajeno u mnogim zemljama Europske unije, uključujući Belgiju, Francusku, Njemačku, Irsku, Italiju i Ujedinjeno Kraljevstvo. U nekim od tih zemalja također postoji značajna privatna potražnja za ovim uslugama. Druga kategorija uključuje društvena poduzeća koja su usmjerena na olakšavanje integracije pojedinaca u nepovoljnom položaju u svijet rada i imaju uravnoteženu kombinaciju privatnih i javnih resursa. To može uključivati privatna sredstva od prodaje dobara i usluga pojedincima i trgovačkim društvima, kao i javne subvencije. U nekim slučajevima, javna sredstva također se mogu dodijeliti ovim društvenim poduzećima kroz ugovore s javnim agencijama za usluge kao što su čišćenje i održavanje. Ova vrsta mješavine resursa uobičajena je u

zemljama srednje i istočne Europe, kao i u Finskoj i Italiji. (Borzaga et al. 2020:81) Treću kategoriju čine društvena poduzeća koja pružaju usluge i dobra široj javnosti, kao što su rekreacijske, sportske, kulturne i neke obrazovne usluge, kao i recikliranje i ekološki poljoprivredni proizvodi. Ta se društvena poduzeća uglavnom oslanjaju na privatna sredstva, koja dolaze iz kombinacije prodaje i članarina. Ove su vrste usluga popularnije u zemljama u kojima pružanje socijalnih usluga već jamče javne ili neprofitne organizacije, a popularnost im raste u drugim zemljama zbog sve veće potražnje. (Borzaga et al. 2020:82)

U Hrvatskoj se društvena poduzeća oslanjaju na javne izvore financiranja, značajno uključujući financiranje u obliku bespovratnih sredstava za zapošljavanje radnika u nepovoljnom položaju u WISE-ima koje nudi Hrvatski zavod za zapošljavanje. Zakon o javnoj nabavi isto tako dopušta mogućnost izdavanja rezerviranih ugovora za neprofitne organizacije u području zdravstvenih, socijalnih i kulturnih usluga. (Borzaga et al. 2020:78)

Glavni načini na koje europske zemlje financiraju pružanje usluga socijalne skrbi privatnih organizacija uključuju:

- pružanje subvencija ili bespovratnih sredstava za pokrivanje dijela ili svih troškova proizvodnje
- Izdavanje bonova korisnicima koje oni mogu potrošiti u akreditiranim ustanovama, uključujući društvena poduzeća
- Plaćanje usluga putem ugovora s organizacijama pružateljima, uključujući društvena poduzeća, koji se mogu potpisati izravno ili putem postupka natječaja koji može biti otvoren ili ograničen na određene pružatelje. (Borzaga et al. 2020:83)

Posljednjih desetljeća većina država članica Europske unije (EU) krenula je prema otvorenijim i transparentnijim postupcima javne nabave, što uključuje kompetitivnu usporedbu između različitih organizacija kako bi se smanjili troškovi i uskladili s pravilima EU-a. (Borzaga et al. 2020:83) Pravila Europske unije o javnoj nabavi, uspostavljena 2014., nude nove mogućnosti za društvena poduzeća i potiču ocjenjivanje ponuda na temelju najboljeg omjera cijene i kvalitete, odnosno "ekonomski najpovoljnije ponude". Ova pravila također pružaju više mogućnosti za rezervirane ugovore i potiču usvajanje društvenih i etičkih klauzula u vezi s radnim

uvjetima i jednakim mogućnostima. O usvajanju i provedbi ovih klauzula odlučuje se na razini zemlje. (Borzaga et al. 2020:84)

Postoje četiri alternativna načina pružanja usluga koji mogu, ali ne moraju uključivati javnu nabavu:

- Bonovi: korisnici mogu potrošiti bonove kod ovlaštenih organizacija, često se koriste za pružanje socijalnih usluga ili poticanje zapošljavanja radnika za kućnu njegu kao što je to primjer u Belgiji, Francuskoj i Njemačkoj.
- Rezervirani kratkoročni ugovori: Ovi ugovori obično traju tri godine i daju se neprofitnim organizacijama za pružanje inovativnih usluga, a prisutni su u Hrvatskoj, Litvi i Latviji.
- Prakse suradnje i zajedničkog planiranja: uključuje javna tijela i pružatelje usluga koji rade zajedno na razvoju usluga, kao što je to slučaj u Austriji, Bugarskoj, Italiji i Malti.
- Ugovaranje s društvenim ishodom: ovo uključuje javnu nabavu usluga gdje se dobavljačeva naknada temelji na rezultatima postignutim pružanjem usluga, što se obično koristi u Finskoj i Ujedinjenom Kraljevstvu. (Borzaga et al. 2020:85)

Zaključno, pravila EU o javnoj nabavi nude nove mogućnosti društvenim poduzećima i potiču ocjenjivanje ponuda na temelju najboljeg omjera cijene i kvalitete, a također dopuštaju uključivanje „socijalnih i etičkih klauzula“ u ugovorima. Međutim, praktična primjena ovih pravila bila je ograničena u mnogim zemljama, često zbog poteškoća u ocjenjivanju kvalitete usluga i društvene vrijednosti koju pružaju, nedostatka informacija i odgovarajućih vještina među javnim službenicima i upraviteljima društvenih poduzeća te veličine ugovora koji otežavaju sudjelovanje malih društvenih poduzeća. (Borzaga et al. 2020:85)

Dodatno, dva su glavna oblika potražnje tradicionalnih poduzeća za društvenim poduzećima: tradicionalna potražnja za proizvodima ili uslugama na ugovornoj osnovi i rastuća potražnja za korporativnim uslugama socijalne skrbi za zaposlenike. U nekim zemljama, poput Hrvatske, Italije i Slovačke, tvrtke s više od određenog broja zaposlenika dužne su zaposliti određeni broj osoba s invaliditetom. Ako ne ispune ovaj

uvjet, moraju ili platiti kaznu ili dokazati da proizvode ili usluge kupuju od društvenih poduzeća, što stvara nova tržišta za društvena poduzeća. (Borzaga et al. 2020:86)

Dostupnost i korištenje povratnih financijskih sredstava društvenim poduzećima značajno varira ovisno o zemlji i stupnju razvoja sektora društvenih poduzeća. U nekim regijama sa sektorima društvenih poduzeća u nastajanju, kao što je srednja i istočna Europa, potražnja i ponuda povratnih sredstava tek se počinju pojavljivati. U regijama s etabliranijim sektorima društvenih poduzeća, kao što su Italija i Ujedinjeno Kraljevstvo, postoji rastuća potražnja za povratnim financijskim sredstvima koja se adekvatno zadovoljavaju iz javnih i privatnih izvora, uključujući specijalizirane financijske institucije i tradicionalne financijske posrednike. U tim zemljama općenito postoji ravnoteža između potražnje i ponude povratnih resursa za društvena poduzeća, s etabliranim i imovinom bogatim poduzećima koja mogu ulagati i rasti. (Borzaga et al. 2020:86) U drugim zemljama potražnja za povratnim financiranjem raste, ali nije jasno kolika je potražnja i je li zadovoljena. Nije uvijek moguće utvrditi odnose li se tvrdnje o nedostatku financijskih sredstava na početno financiranje, stvaranje prihoda ili povratna sredstva. (Borzaga et al. 2020:87)

Program EU-a za zapošljavanje i društvene inovacije (EaSI) uključuje posebnu os za mikrofinanciranje i financiranje društvenih poduzeća, uključujući bespovratna sredstva, tehničku pomoć i povratne financijske instrumente. Podaci iz prve tri godine jamstvenog instrumenta za poticanje ponude kredita društvenim poduzećima pokazuju da postoji značajna potražnja za ovom vrstom financiranja, iako je doseg još uvijek ograničen. (Borzaga et al. 2020:91)

Porezne olakšice često se pružaju poduzećima i organizacijama kako bi se podržao njihov rast i, u slučaju neprofitnih organizacija i društvenih poduzeća, smanjili troškovi proizvodnje i cijene pruženih usluga. Te se koristi razlikuju od zemlje do zemlje i mogu ovisiti o pravnom obliku organizacije, a ne samo o njezinoj aktivnosti. (Borzaga et al. 2020:92) U mnogim je zemljama fiskalni okvir za društvena poduzeća složen i fragmentiran, a samo nekoliko zemalja ima jasne politike koje pružaju specifične i dosljedne poticaje za društvena poduzeća. (Borzaga et al. 2020:93) Prema Borzaga i autorima (2020) četiri su vrste beneficija koje se mogu pružiti društvenim poduzećima:

- Izuzeća od poreza na dobit: Mogu se dodijeliti na zadržanu dobit, koja može biti puna ili podložna ograničenjima, ovisno o zemlji i neprofitnoj prirodi društvenog

poduzeća. S određenim ograničenjima za društvena poduzeća u Hrvatskoj ova vrsta benefita je dostupna.

- Smanjeni ili ukinuti troškovi socijalnog osiguranja: Ove se beneficije mogu dati društvenim poduzećima koja zapošljavaju osobe u nepovoljnom položaju, a nude se u 16 zemalja, a među njima je i Hrvatska u kategoriji bez ograničenja. (Borzaga et al 2020:93)
- Oslobođenja od ili snižene stope PDV-a: ove pogodnosti mogu se odobriti na temelju pravnog statusa organizacije ili pruženih usluga, a nude se u ograničenom broju zemalja. Društvena poduzeća u Hrvatskoj još uvijek ne mogu ostvariti benefit oslobođenja ili snižene stope PDV-a.
- Porezne olakšice za donatore: Privatni i institucionalni donatori društvenih poduzeća mogu dobiti porezne olakšice u jednoj trećini zemalja. Donatori u Hrvatskoj mogu ostvariti određene porezne olakšice, ali uz ograničenja. (Borzaga et al. 2020:94)

3.4 Istraživanje i obrazovanje

Istraživanje o društvenim poduzećima u Europi postalo je znanstveno područje otkako se pojavilo 1990-ih, ali je i dalje rascjepkano te uglavnom opisno i kategorizirajuće. Uočena je dostupnost različitih programa i alata za podršku osposobljavanju dionika u društvenim poduzećima. (Borzaga et al. 2020:95) Istraživanja su prepoznata kao važna za prepoznavanje društvenih poduzeća, posebice u zemljama srednje i istočne Europe. Međutim, postoji nedostatak povezanosti među tim programima i akterima, što onemogućuje provedbu zajedničkih strategija ili uključivanje dimenzije društvenog poduzetništva u poduzetničko obrazovanje. Dakle, u većini zemalja EU nedostaje konsolidirani program za istraživanje o društvenim poduzećima, a mnogi istraživački projekti oslanjaju se na koncept društvenog poduzetništva koji se razlikuje od definicije koju koristi Inicijativa za društveno poduzetništvo (SBI) ili se posebno usredotočuju na WISE-ove. (Borzaga et al. 2020:96)

Istraživački centri i “think tanks” doprinose rastu istraživanja o društvenom poduzetništvu i povezanim pojavama. Postoje razne strategije za potporu i povezivanje istraživača u području društvenog poduzetništva, uključujući mreže

istraživača i inicijative kao što je COST Action „Jačanje sljedeće generacije istraživača društvenog poduzetništva” (EMPOWER-SE). (Borzaga et al. 2020:96)

Akademski kontekst za istraživanja o društvenim poduzećima često promiče razmjenu i umrežavanje praktičara, kreatora politika i drugih ključnih aktera unutar ekosustava te ima ulogu praćenja sektora koji se organski razvijaju u njihovim zemljama. Kako bi se rezultati akademskog istraživanja podijelili s društvom, uspostavljene su različite inicijative jer postojeći alati i pristupi često nisu primjereni za bilježenje razvoja u području društvenih poduzeća i povezanih pojava. Stoga su za praćenje tog razvoja potrebni novi pristupi, uključujući interdisciplinarnost i nove epistemologije. Međunarodni projekti i inicijative, kao što su „SEFORIS” i „EMPOWER-SE”, omogućuju istraživačima i dionicima koji se bave neakademske istraživanjima interakciju i razmjenu njihovih nalaza. (Borzaga et al. 2020:98)

Studentske inicijative na europskim sveučilištima podupiru osnivanje društvenih poduzeća i pružaju resurse i usluge za pomoć u pokretanju i razvoju tih poduzeća. (Borzaga et al. 2020:98) Nacionalne strategije ili planovi za društvena poduzeća pružaju velike mogućnosti za razvoj društvenih poduzeća te za pokretanje istraživačkih projekata i provođenje savjetodavnih postupaka koji rezultiraju vrijednim istraživanjima. (Borzaga et al. 2020:99)

Obrazovanje i osposobljavanje za društveno poduzetništvo uključeno je u formalno obrazovanje u mnogim državama članicama Europske unije (EU) posljednjih godina, s nastavnim planovima i programima koji su dostupni na različitim razinama i kroz različite metode predavanja. Neke zemlje, poput Belgije, Francuske, Italije i Ujedinjenog Kraljevstva, imaju dugu povijest obrazovanja za društveno poduzetništvo, dok su druge, poput Hrvatske, Češke i Slovenije, nedavno razvile nastavne planove i programe na tu temu. (Borzaga et al. 2020:99) Osim toga, obrazovanje o društvenom poduzetništvu također postaje sve češće u osnovnim i srednjim školama u određenim zemljama, poput Belgije, Njemačke, Španjolske i Velike Britanije. (Borzaga et al. 2020:100)

U Europi postoje različiti programi i inicijative za podršku razvoju društvenih poduzeća kroz obrazovanje i obuku. Ove programe često podupiru privatni financijeri ili javne organizacije kao dio politika razvoja društvenih poduzeća. Programi su usmjereni na pružanje vještina i razvoj umrežavanja za društvene poduzetnike i menadžere,

uključujući poslovni i organizacijski razvoj, komunikaciju i vještine vođenja. Mreže, organizacije za podršku i organizacije druge razine imaju nadzornu ulogu u praćenju i pružanju podrške sektoru te doprinose legitimnosti programa izgradnje kapaciteta i obuke za razvoj društvenog poduzetništva. (Borzaga et al. 2020:100) Osim toga, postoje razne inicijative za pomoć društvenim poduzetnicima u razvoju njihovih poslovnih ideja, uključujući inkubatore i akceleratora koji pružaju savjetovanje i financijska sredstva. Ove inicijative često su podržane javnim potporama ili privatnim institucijama, a neke od bolje etabliranih mogu se djelomično osloniti na prodaju svojih usluga. Inkubatori, zaklade i banke također često podržavaju nova društvena poduzeća kroz natječaje za ideje koji osiguravaju novčane nagrade za pokretanje društvenih poduzeća (primjer Francuska). (Borzaga et al. 2020:101)

3.5 Strateški okvir

Europska komisija (2021) objavila je Akcijski plan za društvenu ekonomiju čiji je cilj podržati rast i razvoj organizacija društvene ekonomije u Europskoj uniji. Akcijski plan usredotočen je na tri glavna područja:

1. stvaranje pravih uvjeta za razvoj društvene ekonomije, kao što su politički i pravni okviri;
2. otvaranje mogućnosti organizacijama društvene ekonomije za pokretanje i širenje, putem inicijativa kao što su financiranje EU-a i financijski proizvodi;
3. prepoznavanje društvene ekonomije i njezinog potencijala kroz komunikaciju i napore u prikupljanju podataka.

Plan također, sukladno trendu EU-a u novom razdoblju, uključuje zelenu i digitalnu tranziciju društvene ekonomije.

3.5.1 Inicijativa za društveno poduzetništvo

Inicijativa za društveno poduzetništvo (Social Business Initiative - SBI) program je koji je Europska Komisija pokrenula 2011. radi potpore razvoju društvenih poduzeća u Europi. Inicijativom se želi poduprijeti razvoj društvenih poduzeća i potaknuti rast

društvene ekonomije, koja je definirana kao sektor gospodarstva koji se temelji na socijalnim i okolišnim ciljevima, a ne na dobiti. Cilj je Inicijative za društveno poduzetništvo promicati razvoj društvenih poduzeća kao načina rješavanja društvenih i ekoloških izazova te doprinijeti stvaranju uključivijeg i održivijeg gospodarstva. To se postiže nizom mjera, uključujući financiranje istraživanja i razvoja, potporu razvoju novih poslovnih modela i promicanje društvenog poduzetništva kao održive mogućnosti za karijeru. Inicijativom se također nastoji stvoriti povoljnije okruženje za društvena poduzeća poboljšanjem pravnog i regulatornog okvira za društveno poduzetništvo te promicanjem svijesti i razumijevanja sektora među donositeljima politika, medijima i širom javnošću.

SBI pruža potporu društvenim poduzećima raznim mjerama, uključujući:

Financiranje: SBI osigurava financijska sredstva za potporu razvoju i rastu društvenih poduzeća putem različitih programa, kao što su Europski socijalni fond (ESF+) i Europski investicijski fond (EIF).

Umrežavanje: SBI pomaže povezati društvena poduzeća međusobno i s drugim dionicima, kao što su kreatori politika, ulagači i akademska zajednica, putem događanja, radionica i internetskih platformi.

Zagovaranje: SBI radi na podizanju svijesti o društvenim poduzećima i njihovom potencijalu da doprinesu postizanju ciljeva održivog razvoja Ujedinjenih naroda (SDG). Također se zalaže za politike koje podupiru razvoj društvenih poduzeća i za povoljnije pravno i regulatorno okruženje za njih.

Zaključno, cilj je Inicijative za društveno poduzetništvo promicati rast i održivost društvenih poduzeća kao sredstva za rješavanje socijalnih i ekoloških izazova i doprinos stvaranju uključivijeg i održivijeg gospodarstva u Europi.

3.5.2 Strategija razvoja društvenog poduzetništva u Republici Hrvatskoj za razdoblje od 2015. do 2020. godine

„Nacionalna strategija za razvoj društvenog poduzetništva definira osnovne ciljeve i aktivnosti za razdoblje 2015.-2020. kako bi se stvorio pravni, financijski i institucionalni

okvir za razvoj društvenog poduzetništva u Republici Hrvatskoj, kao i sustave mjera i aktivnosti za razvoj društvenih poduzetnika.“ (Vlada RH, 2015:4)

„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 na svim razinama radi prepoznavanja važnosti društvenog poduzetništva kao bitne komponente gospodarskog razvitka.“ (Vlada RH, 2015:4)

„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. Posebni ciljevi Strategije jesu:

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.“ (Vlada RH, 2015:20)

„Provedba aktivnosti Strategije predviđena je kroz pet temeljnih mjera:

1. uspostava i unapređenje zakonodavnog i institucionalnog okvira
2. uspostava financijskog okvira
3. promicanje obrazovanja za društveno poduzetništvo
4. osiguranje vidljivosti
5. praćenje provedbe Strategije.“ (Vasseur et al. 2021:43)

Prema Vasseur i autorima (2021) razvidno je kako su produkti aktivnosti imali ograničen utjecaj ili nisu imali utjecaj na razvoj ekosustava društvenog poduzetništva u Hrvatskoj. Naime, mjera uspostava i unapređenje zakonodavnog i institucionalnog okvira te praćenje provedbe Strategije nisu provedene, stoga nisu imale utjecaj na razvoj ekosustava društvenog poduzetništva. Ostale tri mjere; uspostava financijskog okvira, promicanje obrazovanja za društveno poduzetništvo i osiguranje vidljivosti imale su ograničen utjecaj na razvoj ekosustava društvenog poduzetništva u Hrvatskoj.

Iz navedenog može se zaključiti da poduzete mjere za podršku razvoju ekosustava društvenog poduzetništva u Hrvatskoj nisu bile učinkovite te su potrebne učinkovitije mjere i pristupi, odnosno cjelovita provedba zacrtanih mjera.

3.6 Zakonodavni okvir

„Prvi pravno-institucionalni okvir za socijalno (društveno) poduzetništvo u Europi formirao se u Italiji. Još krajem osamdesetih u ovoj su se zemlji pojavili novi zadružni oblici s ciljem adresiranja socijalnih potreba prepoznatih u zajednici. S prepoznavanjem posebnosti ovih zadruga usmjerenih na socijalne ciljeve i širu društvenu korist, 1991. godine donesen je i zakon kojim se regulira njihovo djelovanje. Često se označava i kao pionirski zakon o socijalnom (društvenom) poduzetništvu.” (Vidović, 2012:97) “Više od desetljeća nakon prvog talijanskog zakona, britanska vlada je napravila zakonske korake u reguliranju socijalnog (društvenog) poduzetništva. Po nekima, to je najsustavniji zakonski okvir kojim se regulira socijalno (društveno) poduzetništvo u Europi.” (Vidović, 2012:98)

“Društveno poduzetništvo u Republici Hrvatskoj nije regulirano zasebnim zakonom, već je integrirano u pozitivno zakonodavstvo.” (Lupšić et al, 2012:27)

Hrvatsko zakonodavstvo ne prepoznaje društveno poduzetništvo kao specifični pojam. Ipak, zakonodavni okvir u Hrvatskoj dozvoljava razvoj i poslovanje društvenih poduzetnika. Zakoni koji su u Hrvatskoj relevantni za sektor društvenog poduzetništva su:

- Zakon o zadrugama (NN 34/11, 125/13, 76/14, 114/18, 98/19),

- Zakon o udrugama (NN 74/14, 70/17, 98/19),
- Zakon o zakladama (NN 106/18, 98/19),
- Zakon o ustanovama (NN 76/93, 29/97, 47/99, 35/08, 127/19),
- Zakon o obrtu (NN 143/13, 127/19, 41/20),
- Zakon o trgovačkim društvima (NN 111/93, 34/99, 121/99, 52/00, 118/03, 107/07, 146/08, 137/09, 125/11, 152/11, 111/12, 68/13, 110/15, 40/19, 34/22),
- Zakon o profesionalnoj rehabilitaciji i zapošljavanju osoba s invaliditetom (NN 157/13, 152/14, 39/18, 32/20),
- Zakon o javnoj nabavi (NN 120/16, 114/2022),
- Zakon o poticanju razvoja malog gospodarstva (NN 29/02, 63/07, 53/12, 56/13, 121/16),
- Zakon o hrvatskim braniteljima iz Domovinskog rata i članovima njihovih obitelji (NN 121/17, 98/19, 84/21).

Iz navedenog može se vidjeti kako ne postoji jedinstveni zakon koji bi definirao, odnosno klasificirao društveno poduzetništvo, njegovo djelovanje, kriterije prepoznavanja i tako dalje, a što značajno otežava razvoj društvenog poduzetništva u Hrvatskoj.

“Države članice EU-a mogu se podijeliti u tri glavne skupine, na temelju pravnog okvira u kojem djeluju subjekti socijalne (društvene) ekonomije:

1. prva skupina predstavlja najvišu razinu prihvaćanja društvene ekonomije, gdje su razvijene inicijative usmjerene na stvaranje sveobuhvatnih pravnih okvira društvene ekonomije (npr. Belgija, Irska, Italija, Portugal, Španjolska, Švedska i Francuska);
2. drugu skupinu čine zemlje koje su usvojile neke zakonske odredbe koje pokrivaju organizacije društvene ekonomije, ali koje nisu uspjele razviti sustavni normativni pristup (Velika Britanija, Danska, Finska, Grčka, Poljska, Malta, Bugarska i Luksemburg);

3. treću skupinu čine zemlje s niskom razinom ili nikakvim zakonskim priznavanjem društvene ekonomije, što proizlazi ili iz niske razvijenosti društvene ekonomije ili činjenice da ona nije jasno definirana, zbog drugih razvijenih koncepata koji se preklapaju, kao što je treći sektor (npr. Mađarska, Austrija, Estonija, Njemačka, Litva, Latvija, Češka, Slovenija, Nizozemska, Cipar, Hrvatska, Rumunjska i Slovačka).“ (Europski parlament, 2016:11)

Prema Strategiji „možemo pratiti raznolike pojavne oblike hrvatskih društvenih poduzetnika - od institucionalnih (razvijena društvena poduzetništva kroz pravni okvir udruga, zadruga, trgovačkih društava), do područja koja pokrivaju (pružanje intelektualnih usluga, proizvodna djelatnost, poljoprivreda, turizam, kultura i dr.), načina na koji pridonose rješavanju društvenih problema (zapošljavanjem skupina u riziku od socijalne isključenosti ili pružanjem usluga za socijalno osjetljive skupine, očuvanjem prirodnih resursa, promicanjem regionalnog razvoja i oživljavanjem resursa lokalnih zajednica u kojima djeluju).“ (Vlada RH, 2015:15)

3.6.1 Pravni oblici društvenih poduzeća u Hrvatskoj

„Prema najnovijim istraživanjima, 65% društvenih poduzetnika u Hrvatskoj posluje putem udruge - bilo osnivanjem zasebne pravne osobe, najčešće zadruge ili d.o.o., koja svoju dobit vraća udruzi koja ga je osnovala, ili organiziranjem poslovne aktivnosti unutar neprofitne organizacije.“ (Živković, Petričević, 2019:15) U nastavku se daje pregled mogućih pravnih oblika društvenih poduzeća u Republici Hrvatskoj.

„**Udruga** 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“ (NN 74/14, 70/17, 98/1, 151/22).

Prema Zakonu o udrugama (NN 74/14, 70/17, 98/1, 151/22) djelovanje udruga temelji se na pet načela, a ona su: načelo neovisnosti, načelo javnosti, načelo demokratskog ustroja, načelo neprofitnosti te načelo slobodnog sudjelovanja u javnom životu.

„Načelo neovisnosti – udruga samostalno utvrđuje svoje područje djelovanja, ciljeve i djelatnosti, svoj unutarnji ustroj i samostalno obavlja djelatnosti koje nisu u suprotnosti s Ustavom i zakonom.

Načelo javnosti – javnost rada udruge uređuje se statutom, u skladu sa Zakonom.

Načelo demokratskog ustroja – udrugom upravljaju članovi tako da unutarnji ustroj udruge mora biti zasnovan na načelima demokratskog zastupanja i demokratskog načina očitovanja volje članova.

Načelo neprofitnosti – udruga se ne osniva sa svrhom stjecanja dobiti, ali može obavljati gospodarsku djelatnost, sukladno zakonu i statutu.

Načelo slobodnog sudjelovanja u javnom životu – 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.“ (NN 74/14, 70/17, 98/19, 151/22).

„**Zadruga** je 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 i ostvaruju ciljeve zbog kojih je zadruga osnovana.“ (NN 34/11, 125/13, 76/14, 114/18, 98/19.)

„Zadruga djelovanje temelje na zadružnim vrednotama: samopomoći, odgovornosti, demokratičnosti, ravnopravnosti, pravičnosti i solidarnosti te moralnim vrednotama poštenja, otvorenosti, društvene odgovornosti i skrbi za druge.“ (NN 34/11, 125/13, 76/14, 114/18, 98/19.)

„Odnose među svojim članovima zadruga uređuje na zadružnim načelima:

dragovoljno i otvoreno članstvo – članstvo u zadruzi 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,

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),

gospodarsko sudjelovanje članova zadruge i raspodjela – dužnost članova zadruge je, prema svojim interesima i mogućnostima, sudjelovanje u radu i doprinos razvoju zadruge. Članovi raspoređuju dobit zadruge za jednu ili više sljedećih namjena: razvitak zadruge, porast pričuva, članovima – razmjerno poslovanju sa zadrugom i kao potpora drugim aktivnostima zadruge,

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 zadružne resurse, pod neposrednim nadzorom svojih članova,

obrazovanje, stručno usavršavanje i informiranje članova zadruge – zadruga provodi obrazovanje i stručno usavršavanje svojih članova, izabranih predstavnika, upravitelja i zaposlenika kako bi pridonijeli razvitku svoje zadruge. Ona izvješćuje svoje članove i javnost, posebice mlade ljude o naravi, koristima i prednostima zadrugarstva,

suradnja među zadrugama – zadruga najučinkovitije služe svojim članovima i jačanju zadrurnog sustava povezivanjem i suradnjom na lokalnoj, regionalnoj, nacionalnoj i međunarodnoj razini,

briga za zajednicu – zadruga posluje na način koji pridonosi održivom razvoju okruženja i lokalne zajednice. “ (NN 34/11, 125/13, 76/14, 114/18, 98/19.)

“Imovinu zadruge čine ulozi članova, sredstva stečena obavljanjem djelatnosti i drugim aktivnostima zadruge, te sredstva stečena na druge načine. Imovina zadruge pripada zadrugi, a služi za obavljanje njezinih djelatnosti i podmirenje njezinih obveza.“ (NN 34/11, 125/13, 76/14, 114/18, 98/19.) “U pravnom prometu zadruga odgovara za svoje obveze cijelom svojom imovinom. Zadrugari ne odgovaraju za obveze zadruge, niti obrnuto. Zadrugar će iznimno odgovarati i za obveze zadruge ako zloupotrebljava okolnost načelne neodgovornosti.” (Lupšić et al., 2012:33).

“**Ustanova** se osniva za trajno obavljanje djelatnosti odgoja i obrazovanja, znanosti, kulture, informiranja, športa, tjelesne kulture, tehničke kulture, skrbi o djeci, zdravstva, socijalne skrbi, skrbi o invalidima i druge djelatnosti, ako se ne obavljaju radi stjecanja dobiti.” (NN 76/93) “Ustanova se osniva kao javna ustanova ako je djelatnost ili dio djelatnosti koju obavlja zakonom određena kao javna služba. Javna ustanova može se osnovati i za: 1. Obavljanje djelatnosti ili dijela djelatnosti koje nisu određene kao javna služba, ako se one ne obavljaju na način i pod uvjetima koji su propisani za javnu službu, 2, obavljanje povjerenih poslova državne uprave sukladno zakonu kojim se uređuje sustav državne uprave i posebnom zakonu.” (NN 76/93, 29/97, 47/99, 35/08, 127/19, 151/22)

“**Zaklada** je imovina namijenjena da sama odnosno prihodima što ih stječe trajno služi ostvarivanju neke općekorisne svrhe ili dobrotvorne svrhe. Svrha je zaklade općekorisna odnosno dobrotvorna i ako se tiče samo osoba koje pripadaju određenom pozivu, nacionalnoj, društvenoj, jezičnoj, kulturnoj, znanstvenoj i vjerskoj grupi ili slično, osoba koje povezuju iste zdravstvene, socijalne, kulturne i slične potrebe i interesi odnosno osoba koje žive na određenom području ili su obuhvaćene djelatnošću određene udruge, ustanove ili druge pravne osobe.” (NN 106/18, 98/19, 151/22)

“Zakon o trgovačkim društvima **trgovačka društva** dijeli na društva kapitala i društva osoba. Društva kapitala su društvo s ograničenom odgovornošću (d.o.o.), dioničko društvo (d.d.) i gospodarsko interesno udruženje (g.i.u), dok su društva osoba javno trgovačko društvo (j.t.d.) i komanditno društvo (k.d.). U načelu je osnivanje trgovačkog društva dopušteno svakoj domaćoj ili stranoj pravnoj ili fizičkoj osobi. Sva su trgovačka društva pravne osobe koje svoju pravnu sposobnost stječu upisom u sudski registar.” (Lupšić et al. 2012:30)

Obrti prema Zakonu su “1. slobodni obrti za obavljanje kojih se kao uvjet ne traži ispit o stručnoj osposobljenosti ili majstorski ispit, 2. vezani obrti za obavljanje kojih se kao uvjet traži ispit o stručnoj osposobljenosti, vezani obrti za obavljanje kojih se traži odgovarajuća srednja stručna sprema i vezani obrti za obavljanje kojih se kao uvjet traži majstorski ispit, 3. povlašteni obrti koje obrtnik smije obavljati samo na temelju povlastice, odnosno dozvole koju izdaje nadležno ministarstvo, odnosno drugo tijelo

čija je nadležnost propisana posebnim propisom ovisno o djelatnosti.” (NN 143/13, 127/19, 41/20)

Zaštitna radionica i radni centar definirani su Pravilnikom o zaštitnim radionicama i integrativnim radionicama za zapošljavanje osoba s invaliditetom, a na temelju članka 23. Zakona o profesionalnoj rehabilitaciji i zapošljavanju osoba s invaliditetom (NN 157/13, 152/14 i 39/18, 32/20).

“**Zaštitna radionica** je ustanova ili trgovačko društvo koje osigurava zaštitna radna mjesta za osobe s invaliditetom za koje je nalazom i mišljenjem centra za profesionalnu rehabilitaciju (u daljnjem tekstu: nalaz i mišljenje centra) utvrđeno da su zapošljive na zaštitnim radnim mjestima, a zbog svog invaliditeta mogu postići od 30% do 70% očekivane radne učinkovitosti. Zaštitna radionica mora imati najmanje 5 zaposlenih osoba s invaliditetom na zaštitnim radnim mjestima, a od ukupnog broja zaposlenih najmanje 51% moraju biti osobe s invaliditetom, od čega 20% mora biti zaposleno na zaštitnim radnim mjestima.” (NN 75/18)

“Zaštitnu radionicu mogu pojedinačno ili zajednički osnovati jedinica lokalne i područne (regionalne) samouprave, trgovačko društvo, Hrvatski zavod za zapošljavanje, udruga osoba s invaliditetom, udruga poslodavaca, sindikat, humanitarna udruga, vjerska zajednica ili druga fizička i pravna osoba.” (Lupšić et. al, 2012:36)

“Integrativna radionica je ustanova ili trgovačko društvo koje zapošljava osobe s invaliditetom na temelju nalaza i mišljenja centra. Integrativna radionica mora imati zaposleno najmanje 40% osoba s invaliditetom u odnosu na ukupan broj zaposlenih. Integrativne radionice mogu osigurati i zaštitna radna mjesta za osobe s invaliditetom kojima je nalazom i mišljenjem centra utvrđena zapošljivost na zaštitnom radnom mjestu.” (NN 75/2018)

Tablica 5 Rezultati mapiranja društvenih poduzetnika u Hrvatskoj (2018.)

| | |
|---|-----|
| Udruge koje djeluju za opće dobro i imaju registriranu gospodarsku djelatnost | 441 |
| Socijalne zadruge (uključujući 87 braniteljskih zadruga) | 112 |
| Zadruge s društvenom misijom | 25 |

| | |
|---|----|
| Privatne zaklade koje obavljaju gospodarsku djelatnost | 5 |
| Trgovačka društva osnovana od strane udruga | 65 |
| Druga trgovačka društva s društvenom svrhom, koja posluju kao neprofitne organizacije | 4 |
| Ustanove s društvenom svrhom u vlasništvu udruga | 12 |
| Zaštitne radionice | 7 |

Izvor: Živković i Petričević (2019) Priručnik o društvenom poduzetništvu za poduzetničke potporne institucije, str. 17

Iz Tablice 5 vidljivo je kako su udruge i zadruge najzastupljeniji pravni oblik društvenih poduzeća koji djeluje u Hrvatskoj. Po brojnosti slijede trgovačka društva te ustanove i zaštitne radionice kojih je značajno manje.

3.6.2 Javna nabava

„Jedan od ključnih zakona za razvoj sektora društvenog poduzetništva je Zakon o javnoj nabavi (NN 120/2016, 114/22), koji je stupio na snagu početkom 2017. godine. Ovim zakonom usvojeni su svi ključni elementi propisani Direktivom Europskog parlamenta i Vijeća o javnoj nabavi (Direktiva 2014/24 / EU). Članak 51. regulira „rezervirane ugovore“ za organizacije koje u postupcima javne nabave žele dati prioritet određenim vrstama subjekata, npr. društvenim poduzećima za radnu integraciju (eng. WISE - Work Integration Social Enterprise), a ne samo zaštitnim radionicama (kao što je bila praksa prije transponiranja Direktive u nacionalno zakonodavstvo). Osim mogućnosti “rezerviranih ugovora”, zakon propisuje posebne propise za ugovaranje “socijalnih i drugih posebnih usluga” (članci 323. do 331. Zakona o javnoj nabavi). Među ostalim, te usluge uključuju usluge socijalne skrbi, zdravstvene zaštite, obrazovanja, kulturne programe ili druge usluge od općeg interesa. Zakon također definira i novu mogućnost definiranja kriterija za odabir ekonomski najpovoljnije ponude (ENP), što omogućuje različito ponderiranje kriterija cijene spram drugih, kvalitativnih, kriterija.” (Živković, Petričević, 2019:15)

3.6.3 Društvena poduzeća za radnu integraciju

“U mnogim europskim zemljama, osim stvaranja novih pravnih oblika ili okvira, 1990-ih su se razvili posebni javni programi usmjereni na područje radne integracije. Društvena poduzeća mogu biti aktivna u širokom spektru aktivnosti, budući da se "društvena svrha" kojoj teže mogu odnositi na mnoga različita područja. Međutim, od sredine 1990-ih jedna glavna vrsta društvenih poduzeća dominantna je diljem Europe, a to su "društvena poduzeća radne integracije" (WISE). Glavni cilj društvenih poduzeća za radnu integraciju je pomoći niskokvalificiranim nezaposlenim osobama koje su u opasnosti od trajnog isključenja s tržišta rada i integraciju tih osoba u rad i društvo kroz produktivnu aktivnost. To je čak u nekoliko slučajeva dovelo do toga da se koncept društvenog poduzeća sustavno povezuje s takvim inicijativama za otvaranje radnih mjesta.” (Defourny, Nyssens, 2010:2)

“Društvena poduzeća za radnu integraciju (eng. Work Integration Social Enterprise - WISE) specifični su model društveno-poduzetničkih pothvata. Iako čine manjinu europskih društvenih poduzeća, imala su i još uvijek imaju značajnu ulogu u razvoju učinkovitih i održivih modela i alata radne integracije društveno isključenih skupina. U Hrvatskoj društvena poduzeća za radnu integraciju čine manje od 5% ukupnog broja društvenih poduzeća. Društvena poduzeća za radnu integraciju intenzivno se razvijaju u nekim europskim zemljama posljednjih 50-ak godina. Inicijative najčešće kreću od organizacija civilnog društva i društvenih aktivista koji su potaknuti niskim razinama društvene i radne uključenosti društveno isključenih skupina. Iste od sedamdesetih godina prošlog stoljeća, naročito u skandinavskim i zapadnoeuropskim zemljama, bivaju prepoznate od strane donosioca odluka kao alat implementacija mjera aktivne politike zapošljavanja dugotrajno nezaposlenih osoba. Francuska, Španjolska, Belgija, Portugal, Italija, Švedska i Velika Britanija europske su zemlje koje su prepoznale društvena poduzeća za radnu integraciju kao učinkovite instrumente društvene i ekonomske politike te daju ogromnu institucionalnu i financijsku podršku njihovom razvoju.” (Živković i Petričević, 2019:54)

Najpoznatiji primjer društvenog poduzeća za radnu integraciju u Hrvatskoj je Socijalna zadruga Humana Nova. “Humana Nova društveno je poduzeće koje djeluje na 3 područja: okolišnom, društvenom i ekonomskom. Zapošljavaju 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. Vodeći je hrvatski primjer društvenog poduzeća za radnu integraciju i ponovnu uporabu, prepoznat i u široj regiji. Zadruga svojim djelovanjem doprinosi izgradnji tolerantnih društvenih odnosa i uravnoteženom korištenju resursa. Njihove vrijednosti su zajedništvo, suradnja i uzajamnost, kvaliteta i profesionalnost, liderstvo, hrabrost, održivost (ekonomska, društvena i ekološka), stjecanje novih vještina te ugodno i motivirajuće radno okruženje na prvom mjestu.” (<https://humananova.org/onama/>, pristupljeno 23.2.2023.) Drugi poznati primjeri društvenih poduzeća za radnu integraciju u Hrvatskoj jesu Punkt d.o.o., Hedona d.o.o., Socijalna zadruga Neos, KopriVITA d.o.o, Zaštitna radionica Tekop Nova.

3.7 Financijski okvir

Nastavno na poglavlje Resursi društvenih poduzeća koje govori o nedostatku specijaliziranih financijskih institucija i problemima društvenih poduzeća s pristupom financijskim resursima te njihovom velikom oslanjanju na kombinaciju javnih sredstava, u nastavku se daje pregled oblika i tokova financiranja koja stoje društvenim poduzetnicima na raspolaganju, iza čega slijedi pregled izvora financiranja društvenih poduzeća u Hrvatskoj. Zbog svoje neprofitne prirode, društvena poduzeća često se oslanjaju na kombinaciju javnih resursa, prihoda od prodaje ili članarina što ih čini manje privlačnima za investitore koji traže značajne financijske povrate. U cijeloj je Europi na snazi širok raspon mjera potpore za pomoć društvenim poduzećima pri pokretanju i širenju, koje često pružaju razne institucije, uključujući ministarstva i lokalne vlasti, javne i privatne financijske institucije, zaklade i mreže društvenih poduzeća ili organizacija društvene ekonomije. Financijski ekosustav za društvena poduzeća se poboljšava, s novim projektima i institucijama koje ih podupiru diljem Europske unije.

“Trenutno, većina razvojnih sredstava za društvena poduzeća dolazi od vlade ili privatnih i javnih donatora, no ti izvori financiranja nisu ni sigurni ni održivi (sredstva iz Europskih strukturnih i investicijskih fondova). Hrvatska banka za obnovu i razvoj (HBOR) i Hrvatska agencija za mala i srednja poduzeća, inovacije i ulaganja (HAMAG BICRO) ključne su nacionalne institucije koje pružaju financiranje razvoja poduzetnika, ali te institucije ne nude financijske proizvode isključivo krojene za društvena

poduzeća. Specijalizirane financijske institucije koje podržavaju društvena poduzeća trenutno nisu prisutna na hrvatskom tržištu kapitala.” (Živković, Petričević, 2021:20)

Prema Europskoj komisiji (2015) prihodi društvenih poduzeća koji proizlaze iz tržišnih izvora variraju od zemlje do zemlje i od organizacijskog oblika:

- “U zemljama kao što su Češka, Finska, Francuska, Italija i Ujedinjeno Kraljevstvo, društvena poduzeća većinu svojih prihoda ostvaruju iz tržišnih izvora, a posebno od prodaje dobara i usluga javnim tijelima. U nekoliko drugih zemalja za koje su podaci dostupni (npr. Austrija i Poljska), utvrđeno je da je poduzetnička dimenzija manje jaka s društvenim poduzećima koja ostvaruju manje od 50 posto svojih prihoda iz tržišnih izvora;
- Također se čini da postoji jaka korelacija između organizacijskog/pravnog oblika kojeg je usvojilo društveno poduzeće i razine prihoda ostvarenog iz tržišnih izvora. Institucionalno priznati oblici društvenih poduzeća i WISE (koji se međusobno ne isključuju) obično su više tržišno orijentirani od de facto društvenih poduzeća koja su proizašla iz tradicionalnijeg neprofitnog sektora (tj. udruga, zaklada i dobrovoljnih organizacija).” (Europska komisija, 2015:11)

“Izvješća zemalja pokazuju da financiranje iz javnog sektora dominira izvorima prihoda društvenih poduzeća, odražavajući velikim dijelom njihove misije i usmjerenost aktivnosti kao što je radna integracija i pružanje socijalnih usluga. Na primjer, procjenjuje se da 45 posto društvenih poduzeća u Italiji kao glavne klijente imaju javna tijela. U Ujedinjenom Kraljevstvu 52 posto društvenih poduzeća ostvaruje određeni prihod od javnog sektora, a 23 posto ih opisuje da im je to glavni ili jedini izvor prihoda.” (Europska komisija, 2015:11)

3.7.1 Oblici financiranja društvenih poduzeća

Društvena poduzeća mogu se financirati bespovratnim sredstvima iz nacionalnih i europskih izvora te dužničkim ili vlasničkim kapitalom, a sve češći oblik financiranja hibridnog je karaktera. U nastavku daje se pregled oblika financiranja društvenih poduzeća.

Tablica 6 Oblici financiranja društvenih poduzeća

| Oblik financiranja | Implikacije za društvene ulagatelje i donatore |
|---------------------|--|
| Bespovratna potpora | <p>Prednosti:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Mogućnost određivanja namjenskog korištenja sredstava <p>Nedostaci:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Mogućnost stvaranja ovisnosti društvenog poduzeća o potporama, ako mu nije osigurana odgovarajuća nefinancijska podrška za jačanje financijske održivosti i organizacijske otpornosti - Nedostatak poticaja društvenom poduzeću da maksimizira učinkovitost korištenja sredstava, skalira poslovanje i postigne održivost -Nema financijskog povrata ni u slučaju da društveno poduzeće počne ostvarivati prihode - Dodjeljivanje bespovratnih potpora profitnim poduzećima može dovesti do poremećaja na tržištu |
| Dužnički kapital | <p>Prednosti:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Manje rizičan oblik ulaganja u usporedbi s vlasničkim kapitalom, s obzirom na to da donosi predvidljiv povrat u definiranom vremenskom razdoblju - Instrumenti dužničkog kapitala uzrokuju samo ograničenu izloženost ulagatelja kada su osigurani kolateralima <p>Nedostaci:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Nepostojanje kontrole nad odlukama poduzeća -U ranim fazama razvoja organizacije često nisu u mogućnosti ponuditi kolaterale |
| Vlasnički kapital | <p>Prednosti:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Sudjelovanje u dijeljenju profita poduzeća -Pravo glasa i kontrola nad strateškim smjerom poduzeća, što omogućava upravljanje korištenjem sredstava za specifične svrhe <p>Nedostaci:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Dijeljenje rizika i obveza poduzeća -Mogućnost ulagatelja za izlaskom iz vlasništva ovisi o rezultatima poslovanja poduzeća i ograničena je na nelikvidno, sekundarno tržište - U slučaju stečaja ili likvidacije ulagatelji u vlasnički kapital zadnji se |

| | |
|---|---|
| | isplaćuju - Složeniji proces strukturiranja i provedbe financiranja |
| Alternativno/ hibridno financiranje | Prednosti: -Premošćivanje nedostataka bespovratnih potpora te dužničkog i vlasničkog kapitala - Dijeljenje rizika s poduzećem i ostalim ulagateljima - Fleksibilnost u strukturi - Mogućnost konverzije dužničkog kapitala u vlasnički -Tokovi prihoda mogu se koristiti kao instrument osiguranja - Povećanje mogućnosti za veće iznose te diversifikaciju izvora financiranja Nedostaci: - Ograničena prava - Složeniji proces strukturiranja i provedbe financiranja - Mogućnost konverzije dužničkog kapitala u vlasnički - Tokovi prihoda mogu se koristiti kao instrument osiguranja - Povećanje mogućnosti za veće iznose te diversifikaciju izvora financiranja |

Izvor: Živković, Petričević, T. (2019) Priručnik o društvenom poduzetništvu za poduzetničke potporne institucije, str. 39

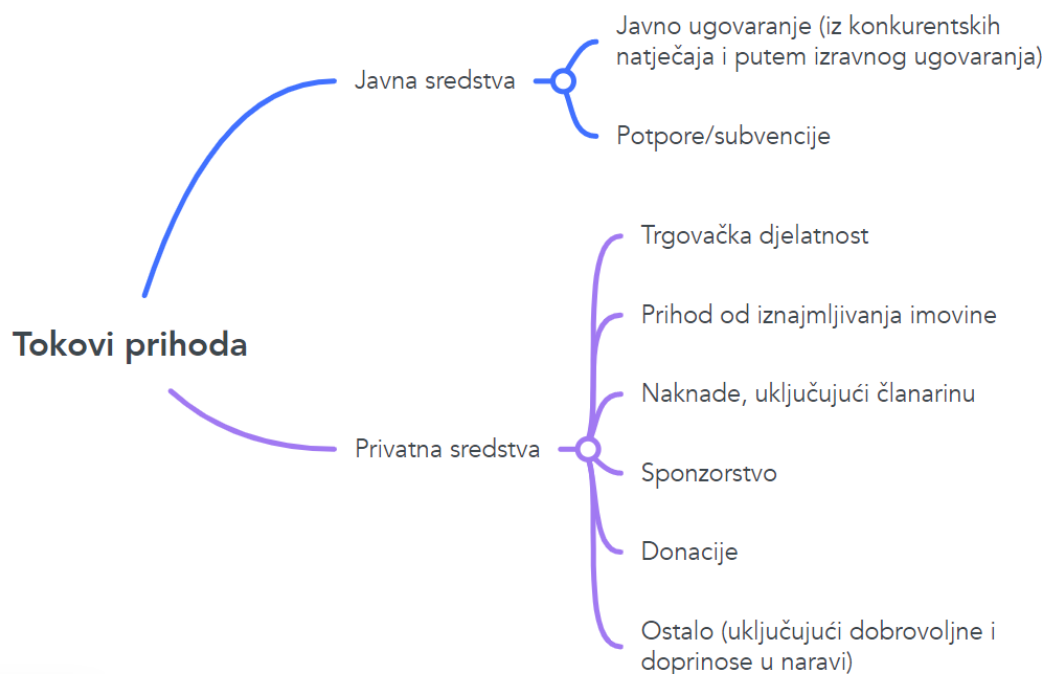
Bespovratna potpora predstavlja financijsku pomoć koja se dodjeljuje organizaciji bez očekivanja financijskog povrata. To može biti korisno za organizacije koje se bore za održivost ili razvoj određenih projekata, ali postoji rizik od stvaranja ovisnosti o potporama i nedostatka poticaja za maksimiziranje učinkovitosti i postizanje održivosti. Dužnički kapital predstavlja oblik ulaganja u kojem ulagatelj dobiva određenu kamatnu stopu i povrat svojih sredstava u definiranom vremenskom razdoblju, ali nema kontrolu nad odlukama poduzeća. Vlasnički kapital omogućava ulagateljima sudjelovanje u dijeljenju profita poduzeća i pravo glasa i kontrolu nad strateškim smjerom poduzeća, ali također podrazumijeva dijeljenje rizika i obveza poduzeća te ovisnost o rezultatima poslovanja poduzeća. Alternativno ili hibridno financiranje predstavlja kombinaciju više oblika financiranja, što omogućava premošćivanje nedostataka pojedinačnih oblika financiranja te fleksibilnost u strukturiranju. Prema autorima Živković, Petričević (2019) diversifikacija izvora financiranja može doprinijeti dugoročnoj održivosti i rastu

društvenog poduzetništva. Međutim, takvo financiranje također može biti složenije za strukturiranje i provedbu te ograničiti prava ulagatelja.

3.7.2 Tokovi financiranja

Društvena poduzeća obično stvaraju prihod iz mješavine izvora, uključujući tržišne izvore kao što je prodaja dobara i usluga javnom ili privatnom sektoru i netržišne izvore kao što su državne subvencije i potpore, privatne donacije i doprinosi u naturi kao što su volontiranja. Neki specifični izvori prihoda za društvena poduzeća uključuju prihode od javnih ugovora, izravnih bespovratnih sredstava i subvencija, tržišnih prihoda iz privatnih izvora, članarina i donacija te prihoda od iznajmljivanja imovine ili drugih nenovčanih oblika prihoda. U nastavku daje se pregled tokova financiranja društvenih poduzeća.

Slika 3 Tokovi financiranja društvenih poduzeća



Izvor: Izrada autora prema; Europska Komisija. (2015). A map of social enterprises and their eco-systems in Europe: Synthesis report.

- “Prihod koji proizlazi iz javnih ugovora: Ugovor društvenog poduzeća s javnim tijelima i agencijama za primanje naknada za definirane usluge (kvazi-tržišta). Struktura tih plaćanja može biti prilično različita, varirajući od izravnih plaćanja javnih tijela do sustava socijalne sigurnosti, sustava vaučera ili neizravnih plaćanja putem posrednika treće strane;
- Izravna bespovratna sredstva/subvencije: koje društvenim poduzećima daju javna tijela, npr. bespovratna sredstva za specifične aktivnosti temeljene na projektima, subvencije za zapošljavanje često se stavljaju na raspolaganje WISE-u kao „naknada” za zapošljavanje osoba sa smanjenom radnom sposobnošću i za posljedični pad produktivnosti;
- Tržišni prihodi koji potječu iz privatnih izvora: putem prodaje dobara i usluga drugim poduzećima i krajnjim potrošačima;
- Članarine, donacije i sponzorstva; i
- Ostali oblici prihoda uključuju prihod od iznajmljivanja imovine, novčane nagrade ili prihod od dodijeljene imovine i nenovčane oblike kao što su donacije u naturi (npr. stara IT oprema, hrana ili građevinski materijal). Osobito vrijeme volontiranja ostalo je važan izvor prihoda u naturi.” (Europska komisija, 2015:37)

3.7.3 Izvori financiranja društvenih poduzeća u Hrvatskoj

Za društvena poduzeća u Hrvatskoj dostupni su različiti izvori financiranja, uključujući EU fondove, nacionalne razvojne financijske institucije, pružatelje dužničkog kapitala poput poslovnih banaka i specijaliziranih financijskih institucija, pružatelje dioničkog kapitala poput investicijskih fondova i mreža poslovnih anđela te platforme za grupno financiranje. U tabličnom prikazu u nastavku daje se pregled izvora financiranja društvenih poduzeća u Hrvatskoj.

Tablica 7 Izvori financiranja društvenih poduzeća u Hrvatskoj

| | |
|-------------------------------------|---|
| EU i nacionalni izvori financiranja | Fondovi EU: Europski socijalni fond + Europski fond za regionalni razvoj Kohezijski fond |
|-------------------------------------|---|

| | |
|----------------------------------|--|
| | <p>Europski fond za pravednu tranziciju</p> <p>Program Učinkoviti ljudski potencijali 2021.- 2027</p> <p>Program Konkurentnost i kohezija 2011. - 2027.</p> <p>Integrirani teritorijalni program 2021.-2027.</p> <p>Nacionalni plan oporavka i otpornosti</p> <p>Programi EU:</p> <p>Program EU-a za zapošljavanje i društvene inovacije (EaSI)</p> <p>Program Erasmus+</p> <p>Program Europske snage solidarnosti</p> <p>Program Obzor Europa</p> <p>Program jedinstvenog tržišta</p> <p>Programi Interreg (EURO-Med, ADRION, Central Europe...)</p> <p>Nacionalne razvojne financijske institucije:</p> <p>HBOR</p> <p>HAMAG-BICRO</p> |
| Pružatelji dužničkog kapitala | <p>Komercijalne banke s programima društveno odgovornog bankarstva:</p> <p>Erste Bank</p> <p>UniCredit</p> <p>Specijalizirane financijske institucije:</p> <p>Zadruga za etično financiranje</p> <p>Towarzystwo Inwestycji Społeczno Ekonomicznych S.A., Poland (TISE)</p> |
| Pružatelji vlasničkog kapitala | <p>Specijalizirani investicijski fondovi:</p> <p>FeelsGood Impact Fund</p> <p>Regionalni fondovi koji ulažu u društvena poduzeća:</p> <p>Mreže poslovnih anđela</p> <p>World Business Angels Forum (WBAF)</p> <p>Hrvatska mreža poslovnih anđela (CRANE)</p> <p>Zagrebačka burza</p> <p>Trgovinska platforma Progress</p> |
| Platforme za grupno financiranje | <p>Donacijsko grupno financiranje npr. GoFundMe, Generosity</p> <p>Nagradbeno grupno financiranje npr. Kickstarter, Indiegogo</p> <p>Posudbeno grupno financiranje npr. Kiva, Zopa</p> |

| | |
|-----------------------------------|--|
| | Ulagateljsko grupno financiranje npr. Funderbeam, Crowdcube |
| Ostali izvori financijske podrške | Inkubacijski i akceleracijski programi poduzetničkih potpornih institucija Zavod za vještačenje, profesionalnu rehabilitaciju i zapošljavanje osoba s invaliditetom Hrvatski zavod za zapošljavanje Nacionalna zaklada za razvoj civilnog društva Zaklada Reach for Change Korporacije s programima društveno odgovornog poslovanja |

Izrada autora prema; Živković, Petričević (2019) Priručnik o društvenom poduzetništvu za poduzetničke potporne institucije, str. 41

“Nedostatak pristupa financijama i dalje se smatra jednom od najznačajnijih prepreka za pokretanje, održivost i rast društvenih poduzeća u Hrvatskoj. Među ključnim izazovima na strani potražnje i ponude na financijskom tržištu društvena poduzeća posebno ističu činjenicu da donatori i investitori najčešće ne razumiju njihovu misiju i poslovne modele. Čini se da postoji i neusklađenost između ponude (dostupnost većih sredstava) i potražnje (društvena poduzeća koja traže financiranje manjeg opsega). Iako sada postoje neki dužnički financijski instrumenti koji bi mogli biti prikladni za društvena poduzeća, oni su još uvijek skupi i neprilagođeni potrebama društvenih poduzetnika. Slijedom toga, današnja praksa jest da društvena poduzeća imaju poprilično zatvoren pristup financiranju iz vanjskih izvora.” (Živković, Petričević, 2019:19)

Tablica 8 Porezne intervencije za pomoć razvoju društvenih poduzeća u Hrvatskoj

| Smanjene stope socijalnih osiguranja | Porezne olakšice i niže porezne stope | Smanjene stope poreza privatnim i/ili institucionalnim donatorima |
|---|--|---|
| Poslodavci mogu primiti subvencije za zapošljavanje osoba s invaliditetom (OSI). Poslodavci mogu biti | Neprofitne organizacije oslobođene su poreza na dodanu vrijednost ako njihov godišnji prihod | Pojedinci i poduzeća mogu umanjiti poreznu osnovicu za donacije neprofitnim |

| | | |
|--|--|---|
| subvencionirani za troškove prilagodbe radnog mjesta za OSI i druge troškove povezane sa zapošljavanjem OSI-a. | (prihod od gospodarskih djelatnosti) ne prelazi 300.000 kuna. Neprofitne organizacije koje ne obavljaju gospodarsku djelatnost nisu obvezne plaćati porez na dobit. | organizacijama u iznosu do 2% godišnjeg prihoda |
|--|--|---|

Izvor: Živković, Petričević (2019) Priručnik o društvenom poduzetništvu za poduzetničke potporne institucije, str. 19

U tablici 8 prikazane su porezne intervencije koje mogu pomoći razvoju ekosustava društvenog poduzetništva, a prema Vidović (2018), odnosno Živković i Petričević (2019). Nastavno na izvore financiranja, društvena poduzeća u Hrvatskoj mogu imati pravo na smanjene doprinose za socijalno osiguranje i subvencije za zapošljavanje osoba s invaliditetom, kao i na oslobođenje od poreza i smanjene porezne stope za neprofitne organizacije.

3.8 Institucionalni okvir

Uzevši u obzir nedovoljnu razinu razvijenosti znanja i vještina iz područja upravljanja, financiranja te promicanja društveno-poduzetničkih aktivnosti, poduzetničke potporne institucije (razvojne agencije, poduzetnički centri i CEDRA HR) imaju značajnu ulogu u razvoju sektora društvenog poduzetništva u Republici Hrvatskoj. (Vlada RH, 2015.)

Tablica 9 Institucionalni okvir društvenog poduzetništva

| Kategorija aktera | Naziv |
|-------------------|--|
| Kreatori politika | Ministarstvo rada i mirovinskog sustava Ministarstvo za demografiju, obitelj, mlade i socijalnu politiku Ministarstvo gospodarstva, poduzetništva i obrta Nacionalna zaklada za razvoj civilnog društva Hrvatska agencija za malo i srednje poduzetništvo, inovacije i investicije (HAMAG-BICRO) |

| | |
|--------------------------------------|--|
| | <p>Hrvatski zavod za zapošljavanje</p> <p>Vladin Ured za udruge</p> <p>Hrvatski centar za zadružno poduzetništvo</p> <p>Ministarstvo hrvatskih branitelja</p> <p>Ministarstvo regionalnog razvoja i fondova Europske unije</p> <p>Lokalne vlasti - sporadično</p> |
| Istraživanje i obrazovanje | <p>Institut društvenih znanosti Ivo Pilar</p> <p>Studijski centar socijalnog rada Pravnog fakulteta Sveučilišta u Zagrebu</p> <p>Edukacijsko-rehabilitacijski fakultet Sveučilišta u Zagrebu</p> <p>Sveučilište VERN</p> <p>Fakultet političkih znanosti Sveučilišta u Zagrebu</p> <p>Ekonomski fakultet Sveučilišta u Splitu</p> <p>Sveučilište Jurja Dobrile u Puli</p> <p>Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu Sveučilišta u Rijeci</p> <p>Agronomski fakultet Sveučilišta u Zagrebu</p> |
| Mreže i potporne strukture | <p>Hrvatska mreža društvenih poduzetnika (HMDP)</p> <p>ACT Grupa</p> <p>CEDRA HR (Cedra Split, udruga "Slap")</p> <p>Impact Hub Zagreb</p> |
| Financijske institucije i posrednici | <p>Erste Stiftung (Erste banka)</p> <p>Zagrebačka banka (Zaklada UniCredit)</p> <p>Zadruga za etično financiranje</p> |

Izvor: Vidović (2019) Social Enterprises and Their Ecosystems in Europe: Country Report Croatia.

U tablici 9 su prikazane najvažnije institucije i strateški dokumenti koji na neki način djeluju kao dio ekosustava društvenog poduzetništva. Može se uočiti nekoliko ključnih institucija kao što su razna ministarstva, HAMAG BICRO i Nacionalna zaklada. „Pri tome je bitno uočiti kako raspon uključenih institucija pokriva glavninu relevantnih resornih sektora što pokazuje značajnu razinu prepoznavanja hibridne prirode

socijalnog (društvenog) poduzetništva, kao i potrebe za međusektorskom suradnjom u stvaranju okvira za njegov razvoj.“ (Vidović, 2012:193)

„Akademska zajednica u Republici Hrvatskoj je u posljednjih nekoliko godina prepoznala društveno poduzetništvo kao dio sveukupnih gospodarskih i društvenih aktivnosti te ga uvrstila u svoje kurikulume: Ekonomski fakultet u Zagrebu i Osijeku, Zagrebačka škola za ekonomiju i menadžment, VERN, Pravni fakultet u Zagrebu, Agronomski fakultet u Zagrebu, Učiteljska Akademija u Zagrebu.“ (Vlada RH, 2015:16)
Dodatno, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli na diplomskom studiju poslovne ekonomije Fakulteta ekonomije i turizma “Dr. Mijo Mirković” od akademske godine 2020./2021. provodi kolegij Društvene inovacije i poduzetništvo kojim osvještavaju i educiraju studente o predmetnoj temi.

Danas, uz akademske napore, postoji sve više kraćih ili specifičnih modula edukacije namijenjenih društvenom poduzetništvu. Obično oni bivaju realizirani kroz projekte financirane iz Europskog socijalnog fonda. Primjer takve edukacije koja kroz seriju od deset videa obrađuje glavne teme društvenog poduzetništva jest kroz projekt “E učenje o društvenom poduzetništvu”. „Projektom „E-učenje o društvenom poduzetništvu“ želi se riješiti problem nedovoljne informiranosti o društvenom poduzetništvu i mogućnostima zapošljavanja osoba s invaliditetom. Cilj ovog projekta jest razviti mobilnu aplikaciju i Online tečaj o društvenom poduzetništvu za aktivno socijalno uključivanje i povećanje zapošljivosti ranjivih skupina (mladih i osoba s invaliditetom) te provedba kampanje o podizanje svijesti poslodavca o mogućnostima zapošljavanja osoba s invaliditetom.“ (<https://www.odp-liznjan.hr/oprojektu.html>, pristupljeno 18.12.2022.)

Potporne strukture društvenom poduzetništvu u EU

U nastavku daje se pregled glavnih potpornih struktura društvenom poduzetništvu u Europskoj uniji, a prema sažetom izvješću Europske komisije (2020). Potporne strukture podijeljene su u kategorije kako slijedi: donositelji i oblikovatelji politika, pružatelji financijskih usluga, specijalizirane potporne mreže i krovne organizacije, istraživačke mreže te zagovaračke i sektorske mreže.

Donositelji i oblikovatelji politika jesu: Europska komisija, Europski parlament, Europski gospodarski i socijalni odbor, Organizacija za gospodarsku suradnju i razvoj (OECD).

Pružatelji financijskih potpora jesu: Europski investicijski fond (EIF), Europska udruga poduzetničke filantropije (EVPA), Globalna akcijska zajednica za ulaganja s učinkom (Toniic) i Mreža ulaganja s globalnim učinkom (GIIN).

„EIF kao dio grupe Europske investicijske banke (EIB) je specijalizirani davatelj financijskih sredstava malim i srednjim poduzećima (MSP), a nedavno i društvenim poduzećima diljem Europe.“ (Europska komisija, 2015:77)

„EVPA je mreža od više od 160 članova iz fondova poduzetničke filantropije, zaklada za dodjelu bespovratnih sredstava, privatnih dioničkih društava i profesionalnih uslužnih poduzeća, savjetnika za filantropiju i poslovnih škola iz 22 zemlje obvezala se na provedbu i promicanje velikih bespovratnih sredstava i socijalnih ulaganja u Europi.“ (Europska komisija, 2015:77)

„Toniic je globalna mreža zainteresiranih ulagača, pojedinaca i institucija s članovima u više od 20 zemalja.“ (Europska komisija, 2015:78)

„GIIN je globalna mreža zajednice za ulaganje s utjecajem (vlasnici imovine i upravitelji imovinom) i pružatelja usluga uključenih u ulaganje s utjecajem.“ (Europska komisija, 2015:78)

Specijalizirane potporne mreže i krovne organizacije jesu: Ashoka, NESsT, Impact Hub, Oksigen, Social Impact Lab i Mreža za društveno poduzetništvo SEN.

„Ashoka je međunarodna neprofitna organizacija koja podupire vodeće društvene poduzetnike kroz potporu poslovnom razvoju i olakšava pristup financiranju (putem Ashoka Support mreže) te pomaže u povećanju njihovog utjecaja na globalnoj razini. Ashoka trenutačno posluje u više od 70 zemalja diljem svijeta.“ (Europska komisija, 2015:78)

„NESsT podupire razvoj društvenih poduzeća diljem srednje i istočne Europe i Latinske Amerike pružanjem stručnih usluga i potpore, uključujući financijsku potporu i potporu spremnosti za ulaganja.“ (Europska komisija, 2015:78)

„Impact Hub globalna je zajednica "pojedinaca, organizacija i poduzeća" koja želi ostvariti društveni utjecaj. U svijetu postoji 61 „Impact Hub“, uključujući 8 država članica EU-a. Impact Hub-ovi osiguravaju fizičke i virtualne radne prostore, organiziraju događaje i radionice za poticanje suradničkog učenja i vode stipendiju Impact Hub Fellowship koja je tematska poduzetnička nagrada i jednogodišnji program inkubacije.“ (Europska komisija, 2015:78)

„Oksigen se sastoji od neovisnih organizacija čiji je cilj stimuliranje društvenog poduzetništva kroz financiranje, specijalističku potporu, istraživanje i savjetovanje.“ (Europska komisija, 2015:78)

„Social Impact Lab“ je platforma za društvene poduzetnike, freelancere i društvena poduzeća. Laboratorij nudi ekosustav za društvene poduzetnike: fizički prostor za rad, umrežavanje i razmjenu, poslovne savjete i podršku pri pokretanju poduzeća. Trenutno u Njemačkoj rade četiri laboratorija.“ (Europska komisija, 2015:78)

„SEN je mreža za učenje koju promiču upravljačka tijela Europskog socijalnog fonda iz devet država članica i regija EU-a, a koja razmjenjuje znanje i iskustvo te razmjenjuje dobru praksu kako bi razvila sveobuhvatno okruženje za potporu društvenim poduzećima financiranjem iz ESF-a.“ (Europska komisija, 2015:78)

Istraživačke mreže su: Europska istraživačka mreža EMES, Europski istraživački institut za zadruge i društvena poduzeća (EURICSE) i Međunarodni centar za istraživanje i informiranje o javnom, socijalnom i kooperativnom gospodarstvu (CERIEC).

„EMES je vodeća europska istraživačka mreža o društvenom poduzetništvu koja okuplja 13 uspostavljenih sveučilišnih istraživačkih centara i preko 100 pojedinačnih istraživača iz 30 zemalja svijeta nastoji postupno izgraditi korpus teorijskog i empirijskog znanja, pluralistički u disciplinama i metodologiji, oko pitanja „trećeg sektora“ s posebnim naglaskom na europski kontekst.“ (Europska komisija, 2015:79)

„EURICSE je istraživački centar osmišljen za promicanje razvoja znanja i inovacija za područje zadruga, društvenih poduzeća, zajedničkih i neprofitnih organizacija s fokusom na sve oblike privatnih organizacija i poduzeća koja teže drugim svrhama osim profita, karakteriziraju ih participativni modeli upravljanja i usvajaju razvojni pristup koji spaja društveno i ekonomsko blagostanje. Glavne djelatnosti su joj istraživanje; osposobljavanje mladih istraživača menadžera društvenih poduzeća i zadruga; konzultantske usluge i širenje rezultata istraživanja.“ (Europska komisija, 2015:79)

„CERIEC je nevladina međunarodna znanstvena organizacija koja se sastoji od pojedinačnih i kolektivnih članova iz zemalja koje provode i promiču istraživanja u područjima javnih usluga, društvenih poduzeća i društvene ekonomije.“ (Europska komisija, 2015:79)

Zagovaračke i sektorske mreže jesu: EUCLID mreža, Europska mreža poduzeća za socijalnu integraciju ENSIE i DIESIS mreža.

„EUCLID je mreža aktera civilnog društva posvećena pomoći u izgradnji poticajnog okruženja za učinkovito djelovanje civilnog društva. Također pruža platformu za zagovaranje okupljajući stručnost svojih članova i kontakata o specifičnim sveobuhvatnim pitanjima i koristeći to za razvoj korisnih preporuka za donositelje politika na nacionalnoj i razini EU.“ (Europska komisija, 2015:79)

„ENSIE je europska platforma za predstavljanje, suradnju, razvoj i zagovaranje 26 nacionalnih i regionalnih mreža i saveza poduzeća socijalne integracije, koja predstavljaju 20 zemalja Europske unije.“ (Europska komisija, 2015:79)

„DIESIS mreža podupire razvoj društvene ekonomije, a posebno zadruga, društvenih poduzeća i poduzeća u vlasništvu radnika u Europi osposobljavanjem, projektiranjem, konzultantskim i savjetodavnim uslugama, tehničkom pomoći i istraživanjem.“ (Europska komisija, 2015:79)

4. Izazovi razvoja društvenog poduzetništva u Hrvatskoj

Provedeno je istraživanje mišljenja i stavova 48 ispitanika, relevantnih stručnjaka za područje društvenog poduzetništva u Hrvatskoj. Upitnik je bio sastavljen od dvanaest tvrdnji na koje su ispitanici imali mogućnost odgovora Likertovom skalom. Istraživanje je provedeno u razdoblju od 30. siječnja do 10. veljače 2022. godine pomoću servisa Google obrasci, upitnik se nalazi u prilogu ovog rada. Tvrdnje u upitniku sukladne su tezama koje je autor postavio, a odnose se na institucionalni i financijski okvir razvoja društvenog poduzetništva u Hrvatskoj. Teze su sljedeće:

H1: Nedovoljna institucionalna podrška otežava razvoj društvenog poduzetništva u Hrvatskoj

H2: Postojeći financijski okvir nedostatan je za razvoj društvenog poduzetništva u Hrvatskoj

Analiza rezultata provedenog istraživanja daje se u nastavku.

Tablica 10 Analiza rezultata provedenog istraživanja

| TVRDNJA (IZ UPITNIKA) | N | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | Ar. sred. | St. dev. | Var. |
|---|----|---|----|----|----|----|-----------|----------|------|
| Jedinstveni zakon o društvenom poduzetništvu uvelike bi olakšao razvoj društvenog poduzetništva u Hrvatskoj. | 48 | 0 | 2 | 14 | 16 | 16 | 3,96 | 1,73 | 0,79 |
| Podrška kreatora politika (ministarstva Vlade RH, prvenstveno MROSP-a) nedostatna je za razvoj društvenog poduzetništva u Hrvatskoj. | 48 | 0 | 2 | 6 | 10 | 30 | 4,42 | 1,58 | 0,74 |
| Nepostojanje nastavka Strategije za razvoj društvenog poduzetništva otežava razvoj istoga. | 48 | 2 | 0 | 6 | 19 | 21 | 4,19 | 1,58 | 0,90 |
| Nepostojanje evidencije društvenih poduzeća u Hrvatskoj (neostvareno iz Strategije razvoja društvenog poduzetništva '15.-'20.) otežava razvoj društvenog poduzetništva u Hrvatskoj. | 48 | 0 | 5 | 7 | 14 | 22 | 4,10 | 1,84 | 1,01 |
| Postojeće aktivnosti organizacija za obrazovanje i istraživanje nedostatne su za razvoj društvenog poduzetništva u Hrvatskoj. | 48 | 0 | 10 | 14 | 14 | 10 | 3,50 | 1,97 | 1,08 |
| Postojeće mreže i potporne institucije nedostatne su za razvoj društvenog poduzetništva u Hrvatskoj. | 48 | 0 | 10 | 8 | 12 | 18 | 3,79 | 2,13 | 1,33 |

| | | | | | | | | | |
|---|----|---|---|----|----|----|------|------|------|
| Postojeći izvori EU financiranja nedostadni su za razvoj društvenog poduzetništva u Hrvatskoj. | 48 | 4 | 6 | 14 | 14 | 10 | 3,42 | 2,06 | 1,41 |
| Postojeći izvori financiranja društvenih poduzeća od strane HBOR-a i HAMAG-BICRO-a nedostadni su za razvoj društvenog poduzetništva u Hrvatskoj. | 48 | 0 | 4 | 13 | 19 | 12 | 3,81 | 1,72 | 0,82 |
| Postojeći izvori pružatelja dužničkog kapitala nedostadni su za razvoj društvenog poduzetništva u Hrvatskoj? (Erste Bank, UniCredit, Zadruga za etično financiranje...) | 48 | 0 | 4 | 21 | 9 | 14 | 3,69 | 1,94 | 0,96 |
| Postojeći izvori pružatelja vlasničkog kapitala nedostadni su za razvoj društvenog poduzetništva u Hrvatskoj (FeelsGood Impact Fund, World Business Angels Forum (WBAF), Hrvatska mreža poslovnih anđela (CRANE)) | 48 | 0 | 4 | 20 | 12 | 12 | 3,67 | 1,85 | 0,89 |
| Postojeći financijski okvir za financiranje društvenih poduzeća u Hrvatskoj u cijelosti nedostatan za razvoj društvenog poduzetništva. | 48 | 0 | 6 | 10 | 16 | 16 | 3,88 | 1,89 | 1,03 |
| Postojeća znanja potencijalnih društvenih poduzetnika nedostatna su za financiranje društvenih poduzeća putem platformi za grupno financiranje. | 48 | 2 | 2 | 16 | 18 | 10 | 3,67 | 1,75 | 0,97 |

Aritmetička sredina svih odgovora, odnosno sumarna prosječna ocjena iznosi 3,84 što se može tumačiti kao većinsko slaganje ispitanika s postavljenim tvrdnjama te upućuje na potvrđivanje postavljenih hipoteza.

Na tvrdnju da nepostojanje nastavka Strategije za razvoj društvenog poduzetništva otežava razvoj istoga u Hrvatskoj 40 ispitanika (83,33%) složilo se je s tvrdnjom, dajući odgovore slažem se ili u potpunosti se slažem. Tek šest ispitanika nije se opredijelilo po pitanju navedene tvrdnje dok je samo dvoje ispitanika izrazilo neslaganja s tvrdnjom odgovorivši u potpunosti se ne slažem. Navedeno potvrđuje kako je izostanak Strategije zaista veliki nedostatak razvoju društvenog poduzetništva u Hrvatskoj.

Nastavno, tvrdnju da izostanak evidencije društvenih poduzeća u Hrvatskoj otežava razvoj društvenog poduzetništva smatra 36 ispitanika (75%) dajući odgovore slažem se ili u potpunosti se slažem. Tek pet ispitanika nije se složilo s tvrdnjom, dok je sedam ispitanika odgovorilo niti se slažem niti se ne slažem. Navedeno upućuje kako

ispitanici evidenciju društvenih poduzeća smatraju važnom te je vide kao potencijal za poboljšanje pozicije društvenih poduzeća.

Tvrđnju da bi jedinstveni zakon o društvenom poduzetništvu olakšao razvoj društvenog poduzetništva podržalo je 32 ispitanika (66,67%) dajući odgovore slažem se ili u potpunosti se slažem. Neopredijeljeno mišljenje izrazilo je četrnaest ispitanika, a tek dvoje nije se složilo s tvrdnjom. Navedeno upućuje kako bi postojanje jedinstvenog zakona potencijalno olakšalo razvoj društvenog poduzetništva u Hrvatskoj, no ne mora značiti da je ključni faktor razvoju.

Tvrđnju da je podrška kreatora politika (ministarstava Vlade RH, prvenstveno MROSP-a) nedostatna za razvoj društvenog poduzetništva u Hrvatskoj podržalo je 40 ispitanika (83,33%), od toga je trideset ispitanika izjavilo da se u potpunosti slažu s tvrdnjom. Tek dvoje ispitanika nije se složilo s tvrdnjom, dok je šest ispitanika izrazilo neopredijeljen stav. Navedeno upućuje na snažan izostanak kreatora politika kao top-down pokretača promjena i razvoja.

Sve prikazane tvrdnje, počevši od Strategije, evidencije društvenih poduzeća i nepostojanja zakona potvrđene su iznad prikazanom tvrdnjom o izostanku podrške kreatora politika. Navedena situacija zabrinjavajuća je ukoliko postane trend te ukazuje na nužnost donošenja promjena kako bi se stvorili uvjeti za rast i razvoj društvenog poduzetništva u zemlji, a gledajući kroz perspektivu institucionalne podrške.

Dodatno, na tvrdnju da su postojeće mreže i potporne institucije nedostatne za razvoj društvenog poduzetništva u Hrvatskoj 30 ispitanika (62,5%) dalo je odgovor slažem se ili u potpunosti se slažem, dok je osam ispitanika dalo neopredijeljen odgovor, a deset ispitanika nije se složilo s tvrdnjom. Ova tvrdnja u istraživanju dala je najviše odgovora ne slažem se u omjeru na odgovore slažem se što se može tumačiti kako su aktivnosti potpornih institucija i aktera u mrežama prepoznate i pozitivno utječu na razvoj društvenog poduzetništva u Hrvatskoj. Ipak, više od pola ispitanika to smatra nedostatnim što upućuje na potrebu dodatnog osnaživanja i tog segmenta podrške razvoju društvenog poduzetništva.

Tvrđnju da su postojeće aktivnosti organizacija za obrazovanje i istraživanje nedostatne su za razvoj društvenog poduzetništva u Hrvatskoj podržalo je pola

ispitanika (50%), dok je veći dio ostalih, odnosno četrnaest ispitanika izjavilo niti se slažem niti se ne slažem, a deset je ispitanika izrazilo neslaganje. Iz navedenog se može vidjeti kako je segment obrazovanja i istraživanja isto tako nedovoljan za kvalitetnu podršku razvoju društvenog poduzetništva, a osobito je važan segment na kojem se temelje potencijali i znanja budućih društvenih poduzetnika.

Ukratko, rezultati istraživanja dijela institucionalne podrške otkrivaju da su glavne prepreke razvoju društvenog poduzetništva u Hrvatskoj nepostojanje Strategije i jedinstvenog zakona i neadekvatna podrška države. Nadalje, sudionici smatraju da su postojeće mreže i potporne institucije također nedostatne za razvoj društvenog poduzetništva isto kao i aktivnosti organizacija za obrazovanje i istraživanje. Sve u svemu, ovi nalazi upućuju na snažnu potrebu za poboljšanom institucionalnom podrškom i povoljnijim okruženjem za društveno poduzetništvo u Hrvatskoj. Isto tako, potvrđuju autorovu hipotezu H1 kako nedovoljna institucionalna podrška otežava razvoj društvenog poduzetništva u Hrvatskoj.

Istraživanje stavova o financijskom okviru autor ispituje kroz nekoliko tvrdnji vezanih uz različite postojeće izvore financiranja (potencijalnih) društvenih poduzeća. Tvrdnju da su postojeći izvori financiranja društvenih poduzeća od strane HBOR-a i HAMAG-BICRO-a nedostatni za razvoj društvenog poduzetništva u Hrvatskoj podržao je 31 ispitanik (64,58%) dajući odgovore slažem se ili u potpunosti se slažem. Tek četvero ispitanika odgovorilo je ne slažem se dok je trinaest ispitanika izrazilo neopredijeljen stav. Navedeno upućuje kako su postojeći izvori financiranja iz HBOR-a i HAMAG-BICRO-a prepoznati, ali nedovoljno snažni za uspješno podržavanje i poticanje razvoja društvenih poduzeća.

Tvrdnju da su postojeći izvori pružatelja dužničkog kapitala nedostatni za razvoj društvenog poduzetništva u Hrvatskoj podržalo je 23 (47,92%) ispitanika dajući odgovore slažem se ili u potpunosti se slažem. Skoro jednak broj ispitanika, točnije 21 ispitanik (43,75%) odgovorio je niti se slažem niti se ne slažem dok je samo četvero ispitanika izrazilo neslaganje s tvrdnjom. Tvrdnju da su postojeći izvori pružatelja vlasničkog kapitala nedostatni za razvoj društvenog poduzetništva u Hrvatskoj podržala je polovica ispitanika, dok je dvadeset drugih ispitanika odgovorilo niti se slažem niti se ne slažem, a samo četvero ispitanika nije se složilo. Zanimljiv je visok postotak ispitanika koji su na prethodne dvije tvrdnje odgovorili s niti se slažem niti se

ne slažem. Razloga tome može biti više, nedovoljno prilagođeni instrumenti financiranja, previsoke kamate, ili pak s druge strane neupućenost potencijalnih društvenih poduzetnika o postojanju svih izvora financiranja. Može se zaključiti kako su izvori vlasničkog i dužničkog kapitala nedostatni razvoju društvenog poduzetništva u Hrvatskoj, stoga treba djelovati na izgradnji i jačanju istih. Isto tako može se uvidjeti i potreba za približavanjem postojećih izvora financiranja potencijalnim društvenim poduzetnicima kroz dodatne prilagodbe modelu poslovanja.

Tvrđnju da su postojeći izvori EU financiranja nedostatni za razvoj društvenog poduzetništva u Hrvatskoj podržalo je pola ispitanika. Tek deset ispitanika misli suprotno, odnosno smatra kako su postojeći izvori EU financiranja dostatni za razvoj društvenog poduzetništva dok je četrnaest ispitanika izrazilo neopredijeljen stav. Navedeno potvrđuje kako su postojeći izvori nedostatni. Skoro trećina ispitanika koji su neopredijeljeni po tom pitanju ukazuje na potrebu promocije, približavanja i dodatnog prilagođavanja izvora EU financiranja potrebama društvenih poduzeća, ali s druge strane i na jačanju kapaciteta potencijalnih društvenih poduzetnika koji se mogu financirati iz EU fondova.

Tvrđnju da su postojeća znanja potencijalnih društvenih poduzetnika nedostatna za financiranje društvenih poduzeća putem platformi za grupno financiranje podržalo je 28 ispitanika (58,33%) ispitanika, dok je samo četvero ispitanika odgovorilo ne slažem se ili uopće se ne slažem. Može se vidjeti kako je potencijal grupnog financiranja za društvene poduzetnike u Hrvatskoj nešto čemu se težim, ali još nije dosegnuto. Može se usporediti s tvrdnjom o nedostatnom obrazovanju koju je podržalo pola ispitanika što upućuje na velik nedostatak u kapacitetima potencijalnih društvenih poduzetnika.

Zaključno, tvrdnju da je postojeći financijski okvir za financiranje društvenih poduzeća u Hrvatskoj u cijelosti nedostatan za razvoj društvenog poduzetništva podržalo je 32 ispitanika (66,67%) dok se samo šest ispitanika nije složilo, odnosno odgovorili su ne slažem se. Navedeni odgovori dodatno potvrđuju iznad prikazane segmente financijskog okvira koji su ocijenjeni nedostatnima u sličnim omjerima kao i cijeli financijski okvir, a što potvrđuje autorovu hipotezu H2 kako je postojeći financijski okvir nedostatan za razvoj društvenog poduzetništva u Hrvatskoj. Zaključak istraživanja ukazuje na to da postoji potreba za poboljšanjem institucionalne i financijske podrške za razvoj društvenog poduzetništva u Hrvatskoj.

„Opstanak i rast društvenog poduzeća ograničen je unutarnjim čimbenicima kao što su nedostatak održivih poslovnih modela (osobito u slučaju društvenih poduzeća tradicionalnog neprofitnog podrijetla), veliko oslanjanje na javni sektor kao izvor prihoda, nedostatak poslovnog duha/poduzetničkog duha i menadžerskih i profesionalnih vještina/kompetencija potrebnih za povećanje aktivnosti.“ (Europska komisija, 2015:20)

U Hrvatskoj, osim iznad navedenih, ističe se izazov razvoja društvenog poduzetništva, a to je nepostojanje jedinstvenog zakonskog okvira kojim bi se isto reguliralo. Uz to, financiranje društvenih poduzeća je nedovoljno kontinuirano, a veliki postotak financira se iz fondova EU-a, što ne osigurava održivost takvih poduzeća. Javni pozivi za dodjelu bespovratnih sredstava su rigidni i zahtijevaju prilagođavanje društvenih poduzeća samim pozivima, dok administracija za dobivanje poticaja zahtijeva veliki napor od društvenih poduzetnika. Dodatno, osjeti se nedostatak stručnog osoblja i podrške od strane institucija koji također predstavljaju izazove za razvoj društvenog poduzetništva u Hrvatskoj.

Nastavno na sve navedeno, autor postavlja dva pitanja Ministarstvu rada, mirovinskog sustava, obitelji i socijalne politike kao jednom od glavnih dionika institucionalnog okvira za razvoj društvenog poduzetništva u Hrvatskoj upravo o temama ispitanim kroz istraživanje. Pitanja su kako slijedi: Planira li se izrada jedinstvenog zakona o društvenom poduzetništvu u Republici Hrvatskoj? Planira li se izrada nove strategije razvoja društvenog poduzetništva u Republici Hrvatskoj ili svojevrsnog nastavka poput akcijskih planova?

Dobiveni odgovor na prvo pitanje poziva se na ESF+ i Kohezijsku politiku 2021.-2027. kroz koju se planiraju financirati aktivnosti razvoja sektora društvenog poduzetništva u Hrvatskoj. Odgovor jasno kazuje kako trenutno nije u planu izrada novog zakona ni strategije, no indicira na osnivanje institucionalne jedinice u Ministarstvu (u 2023. godini) koja će biti zadužena za razvoj društvenog poduzetništva u RH. Jedan od prvih zadataka jedinice trebao bi biti uspostava okvira kroz analizu i pripremu zakonodavnih/strateških akata koji će omogućiti identifikaciju, te nastaviti razvijati i financirati taj sektor ekonomije u RH. Dodatno, ključni zadatak jedinice bit će uspostava zakonodavnog okvira za društveno poduzetništvo u Hrvatskoj. Osim navedenog iz odgovora Ministarstva može se prepoznati kako se putem bespovratnih

sredstava planiraju financirati subjekti koji namjeravaju započeti poslovanje prema društveno-poduzetničkim principima te postojeća društvena poduzeća putem financijskih instrumenata (u obliku zajmova) za održavanje i unaprjeđenje poslovanja. Isto tako, razvoj sektora društvenog poduzetništva poticat će jačanjem poduzetničkih potpornih institucija, te provedbom obrazovno-promotivnih aktivnosti s ciljem šireg informiranja javnosti o mogućnostima društvenog poduzetništva. Navedene aktivnosti Ministarstva sukladne su potrebama koje su prikazane kroz istraživanje stoga dolaze kao odgovor na problem. Ključan faktor predmetnih aktivnosti je vrijeme provedbe istih. Uz novu financijsku omotnicu i agilniji pristup, podrška razvoju društvenog poduzetništva u Hrvatskoj može se podići na višu, efektivniju razinu.

5. Zaključak

Društveno poduzetništvo javilo se kao prijeko potreban odgovor na potrebe današnjeg društva i ekonomije. Sve veći društveni jaz, dublja ekonomska nejednakost i slični fenomeni otvaraju prilike za društveno-poduzetničke aktivnosti. Područje socijalne uključenosti koje se provlači kroz javne politike i sve se više ističe jedan je od ključnih segmenata kojem društveno poduzetništvo značajno doprinosi. Europska unija daje vrlo dobre primjere uspješnih društvenih poduzeća i njihovih pozitivnih učinaka na lokalnu i regionalnu zajednicu. Ovaj rad daje presjek europskog i hrvatskog ekosustava društvenog poduzetništva gdje se lako mogu uočiti sličnosti. Dodirne točke najviše se pronalaze u izazovima razvoja sektora i sustavima podrške istome. Hrvatska svojim razvojem kaska, tako je i područje društvenog poduzetništva postalo tema tek kroz zadnjih dvadesetak godina. Situacija se može gledati kao nepovoljna, no daje vrlo dobre prilike za prijenos znanja, iskustva i uspješnih modela iz europskih zemalja u Hrvatsku, a pogotovo s današnjom razinom povezanosti i umreženosti. Tema ovog rada bila je istražiti izazove razvoja društvenog poduzetništva kako bi se ukazalo na slabije točke i indiciralo kojim djelovanjima bi se podrška razvoju tog sektora unaprijedila. Istraživanje je provedeno među stručnjacima koji su svojim znanjima i djelovanjem doprinijeli razvoju sektora u Hrvatskoj, njih više desetaka, od kojih je 48 pristupilo istraživanju. Provedeno istraživanje potvrdilo je postavljene hipoteze, nedovoljna institucionalna podrška otežava razvoj društvenog poduzetništva u Hrvatskoj te je postojeći financijski okvir nedostatan za razvoj društvenog poduzetništva u Hrvatskoj. Istraživanje potvrđuje autorovo iskustvo na temelju kojeg je navedene hipoteze i pretpostavio. Volontiranjem, djelovanjem u zajednici i civilnome sektoru imao je prilike upoznati se s nekolicinom društvenih poduzetnika u Hrvatskoj i Europi, čuti njihove priče i uvidjeti kakvo je djelovanje društvenih poduzetnika, posebice izazova s kojima se susreću, gdje se pronalazi razlog istraživanja upravo ove teme. Zaključci istraživanja ukazuju na potrebu djelovanja u više segmenata podrške razvoju sektoru. Obrazovanje i istraživanje treba podići na višu razinu u smislu broja i obujma aktivnosti. Prisutno je obrazovanje o društvenom poduzetništvu na visokoškolskim institucijama, no i mlađe generacije treba senzibilizirati o temi i od ranije dobi primjerima podučavati o dobrobitima društvenog poduzetništva. Potrebno je više poticati javni diskurs o toj temi, organizirati više sajmova društvenih poduzetnika i marketinški unaprijediti govor o društvenom poduzetništvu. Djelovanje

institucija nedostatan je, stoga je potrebno educirati i senzibilizirati djelatnike javne uprave i kreatore politika tako da ih se uključuje u procese o društvenom poduzetništvu. Educiranjem unutarnjih struktura institucija moći će se postići strukturne promjene koje rezultiraju senzibiliziranim pristupom, većim brojem rezerviranih ugovora ili uvriježenom praksom prednosti javne nabave društvenim poduzetnicima što su poželjne pojave za razvoj sektora. Isto tako, treba zagovarati administrativno rasterećenje i djelovati u smjeru ubrzanja institucionalnih procesa, kako na razini cijele zemlje tako i u području podrške razvoju društvenog poduzetništva. Potrebna je predanost vladajućih razina zadanim planovima i strategijama, provedbi i evaluaciji istih. Vidi se kroz primjer protekle Strategije kako u Hrvatskoj to nije slučaj, stoga je u novom financijskom okviru europskog financiranja mogućnost ponovnog zajedničkog i agilnijeg kretanja u tom smjeru. Upravo na navedeno upućuje i odgovor Ministarstva rada, obitelji i socijalne politike dobiven kroz istraživanje. Uz to usko se veže i financijski okvir koji je nedostatan i po prioritiziranju rješavanja problematika u hrvatskom kontekstu nema veliku prednost. Važno je zato i po pitanju financiranja društvenih poduzeća, postojećih ili onih u nastanku iskoristiti prilike koje se nude kroz novu financijsku perspektivu. Općenito, najviše odgovora na izazove razvoja društvenog poduzetništva moguće je trenutno pronaći u europskom financiranju. Uz, to važno je unaprijediti unutarnji sistem koji će lakše apsorbirati potreban novac za podršku razvoju društvenog poduzetništva u Hrvatskoj. S druge pak strane paralelno treba osvještavati i potrošače koji su velik faktor održivosti društvenih poduzeća. Zaključno, izazovi razvoja društvenog poduzetništva u Hrvatskoj su brojni i može se reći kako se razvoj odvija vrlo sporo. Ipak, temeljitim djelovanjem svih dionika ekosustava može se postići značajni napredak koji će rezultirati desecima novih, održivih društveno-poduzetničkih pothvata i poduzeća s potencijalom rasta koji će ujedno značiti i viši stupanj razvijenosti sektora društvenog poduzetništva u Hrvatskoj.

Literatura

Knjige i publikacije:

1. Baturina D. i Babić Z. (2021) *Socijalna ekonomija i socijalno poduzetništvo*. Zagreb: Pravni fakultet Sveučilišta u Zagrebu
2. Europska Komisija (2013) *Social Europe guide: Social economy and social entrepreneurship, volume 4*. Luxembourg: Publications Office of the European Union.
3. Europska Komisija (2015) *A map of social enterprises and their eco-systems in Europe: Synthesis report*. Luxembourg: Publications Office of the European Union.
4. Europska komisija (2020) *Social enterprises and their ecosystems in Europe. Comparative synthesis report*. Authors: Carlo Borzaga, Giulia Galera, Barbara Franchini, Stefania Chiomento, Rocío Nogales and Chiara Carini. Luxembourg: Publications Office of the European Union.
5. Europski parlament (2016) *Social economy [Study]*. Brussels: Policy Department A: Economic and Scientific Policy, Directorate General for Internal Policies.
6. International Labour Organization (2017) *Promoting social entrepreneurship and social capital*. Geneva: International Labour Organization.
7. Lupšić, D., Bajok, I., Medić, M., Glavina Petričević, S., Petričević, T., Fruchterman, J. (2012) *Poduzetništvo u službi zajednice: Zbornik radova o društvenom poduzetništvu*. Zagreb: Nacionalna zaklada za razvoj civilnoga društva
8. Mónzon, J.L. i Chaves, R. (2016) *Recent Evolutions of the Social Economy in the European Union*. Brussels: European Economic and Social Committee.
9. OECD (2010) *SMEs, Entrepreneurship and Innovation*. Pristupljeno s <https://www.oecd.org/cfe/smesentrepreneurshipandinnovation.htm#pub>
10. Terjesen, S., Lepoutre, J., Justo, R., Bosma, N., & Global Entrepreneurship Research Association (GERA). (2012) *Global Entrepreneurship Monitor:2009*

Report on Social Entrepreneurship. Babson College, Babson Park, MA, United States; Universidad del Desarrollo, Santiago, Chile; London Business School, London, United Kingdom.

11. Vasseur T., Hazl V., Petričević T., Jug V., Šeler Sarajlić I. (2021) Vrednovanje djelotvornosti, učinkovitosti i učinka operativnog programa učinkoviti ljudski potencijali 2014. – 2020. grupa 7: Vrednovanje društvenog poduzetništva; Završno izvješće o provedenom vrednovanju. Zagreb, Croatia: WYG Savjetovanje d.o.o.
12. Vidović, D. (2019) Social Enterprises and Their Ecosystems in Europe: Country Report Croatia. Luxembourg: Publications Office of the European Union.
13. Živković, S. i Petričević, T. (2019) Priručnik o društvenom poduzetništvu za poduzetničke potporne institucije. Zagreb, Croatia: WYG Savjetovanje d.o.o.

Znanstveni članci:

1. Dees, J. G. (2001) The Meaning of "Social Entrepreneurship"
2. Defourny J. i Nyssens ,M. (2010) "Social Enterprise", in K. Hart, J.-L. Laville & D. Cattani, eds., The Human Economy: A Citizen's Guide, Polity Press, Cambridge, pp. 284-292.
3. Noruzi, M. R., Westover, J. H., & Rahimi, G. R. (2010) An Exploration of Social Entrepreneurship in the Entrepreneurship Era. Asian Social Science, 6(6)

Web izvori:

1. <https://www.odp-liznjan.hr/oprojektu.html> (18. prosinca 2022.)
2. <https://humananova.org/o-nama/> (23. veljače 2023.)

Ostali izvori:

1. Europska Komisija (2011), Social Business Initiative: Creating a favourable climate for social enterprises, key stakeholders in the social economy and innovation, Brussels.
2. Europska komisija (2021), Building an economy for people: An action plan for the social economy. Bruxelles

3. Pravilnik o zaštitnim radionicama i integrativnim radionicama za zapošljavanje osoba s invaliditetom (NN 75/2018), <https://www.zakon.hr/cms.htm?id=31495>
4. Vidović, D. (2012) Socijalno poduzetništvo u Hrvatskoj. Doktorska disertacija. Zagreb: Filozofski fakultet, Sveučilište u Zagrebu
5. Vlada Republike Hrvatske (2000.), Program suradnje Vlade Republike Hrvatske i nevladinog, neprofitnog sektora u Republici Hrvatskoj
6. Vlada Republike Hrvatske (2006), Nacionalna strategija stvaranja poticajnog okruženja za razvoj civilnog društva (2006. - 2011.)
7. Vlada Republike Hrvatske (2012), Nacionalna strategija za stvaranje poticajnog okruženja za razvoj civilnog društva (2012. – 2016.)
8. Vlada Republike Hrvatske (2014.), Strategija borbe protiv siromaštva i socijalne isključenosti u Republici Hrvatskoj (2014. do 2020.)
9. Vlada Republike Hrvatske (2015), Strategija razvoja društvenog poduzetništva 2015. - 2020.
10. Zakon o javnoj nabavi (NN 120/16, 114/22), <https://www.zakon.hr/z/223/Zakon-o-javnoj-nabavi>
11. Zakon o obrtu (NN 143/13, 127/19, 41/20), <https://www.zakon.hr/z/297/Zakon-o-obrtu>
12. Zakon o profesionalnoj rehabilitaciji i zapošljavanju osoba s invaliditetom (NN 157/13, 152/14, 39/18, 32/20), <https://www.zakon.hr/z/493/Zakon-o-profesionalnoj-rehabilitaciji-i-zapo%C5%A1ljava-nju-osoba-s-invaliditetom>
13. Zakon o trgovačkim društvima (NN 111/93, 34/99, 121/99, 52/00, 118/03, 107/07, 146/08, 137/09, 125/11, 152/11, 111/12, 68/13, 110/15, 40/19, 34/22, 114/22), <https://www.zakon.hr/z/546/Zakon-o-trgova%C4%8Dkim-dru%C5%A1tvima>
14. Zakon o udrugama (NN 74/14, 70/17, 98/19, 151/22), <https://www.zakon.hr/z/64/Zakon-o-udrugama>
15. Zakon o ustanovama (NN 76/93, 29/97, 47/99, 35/08, 127/19, 151/22), <https://www.zakon.hr/z/313/Zakon-o-ustanovama>

16. Zakon o zadrugama (NN 34/11, 125/13, 76/14, 114/18, 98/19),
<https://www.zakon.hr/z/458/Zakon-o-zadrugama>
17. Zakon o zakladama (NN 106/18, 98/19, 151/22),
<https://www.zakon.hr/z/1435/Zakon-o-zakladama>

Sažetak

Društveno poduzetništvo nastalo je kao nužan odgovor na potrebe današnjeg društva i gospodarstva. Diplomski rad bavi se društvenim poduzetništvom u Hrvatskoj, te njegovim izazovima razvoja. Definiiraju se pojam društvene ekonomije i njemu srodni pojmovi, kao i principi društvene ekonomije. Definiira se i pojam društvenog poduzetništva, dimenzije i načela istog te se daje prikaz SWOT analize sektora u Hrvatskoj. Također se definiira pojam društvenog poduzeća te se daje prikaz razlika u odnosu na tradicionalna poduzeća, uz glavna područja njihova djelovanja. Prikazuju se ekosustav društvenih poduzeća u Europi i Hrvatskoj, kriteriji za prepoznavanje društvenih poduzeća, strateški okvir, zakonodavni okvir, financijski okvir, te institucionalni okvir društvenog poduzetništva u Hrvatskoj. Provedeno istraživanje potvrdilo je postavljene hipoteze, nedovoljna institucionalna podrška otežava razvoj društvenog poduzetništva u Hrvatskoj te je postojeći financijski okvir nedostatan za razvoj društvenog poduzetništva u Hrvatskoj. Istraživanjem se potvrđuje kako je potrebno uložiti veće napore u sustav podrške razvoju društvenom poduzetništvu, posebice u institucionalni i financijski okvir podrške. Rad zaključuje kako društveno poduzetništvo može igrati ključnu ulogu u rješavanju izazova siromaštva, socijalne nejednakosti, klimatskih promjena i društvene nepravde te da posjeduje vrijedan potencijal za stvaranje vrijednosti za zajednicu i gospodarstvo.

Ključne riječi: društvena ekonomija, društveno poduzetništvo, društveno poduzeće, ekosustav društvenog poduzeća, institucionalni i financijski okvir razvoja društvenog poduzetništva

Summary

Social entrepreneurship has emerged as a necessary response to the needs of today's society and economy. The thesis deals with social entrepreneurship in Croatia and its development challenges. The concept of social economy and its related concepts, as well as the principles of social economy, are defined. The concept of social entrepreneurship, dimensions and principles thereof are also defined and the SWOT analysis of the sector in Croatia is presented. It also defines the concept of social enterprise, and gives an overview of differences from traditional enterprises along the main areas of their activity. Social enterprise ecosystem in Europe and Croatia, criteria for identifying social enterprises, strategic framework, legislative framework, financial framework, and institutional framework of social entrepreneurship in Croatia are presented. The conducted research confirmed the hypotheses, insufficient institutional support hinders the development of social entrepreneurship in Croatia and the existing financial framework is insufficient for the development of social entrepreneurship in Croatia. The research confirms the need for greater efforts in the development support system for social entrepreneurship, especially in the institutional and financial support framework. The paper concludes that social entrepreneurship can play a key role in addressing the challenges of poverty, social inequality, climate change and social injustice, and that it has valuable potential to create values for the community and the economy.

Keywords: social economy, social entrepreneurship, social enterprise, social enterprise ecosystem, institutional and financial framework for the development of social entrepreneurship

Popis tablica

| | |
|--|----|
| Tablica 1 Pregled poimanja društvenog poduzetništva u Hrvatskom jeziku temeljem relevantnih dokumenata | 7 |
| Tablica 2 SWOT analiza društvenog poduzetništva u Hrvatskoj..... | 8 |
| Tablica 3 Usporedba društvenog i privatnog profitnog poduzeća | 13 |
| Tablica 4 Devet kriterija prepoznavanja društvenog poduzetnika istraživačke mreže EMES | 16 |
| Tablica 5 Rezultati mapiranja društvenih poduzetnika u Hrvatskoj (2018.)..... | 42 |
| Tablica 6 Oblici financiranja društvenih poduzeća..... | 47 |
| Tablica 7 Izvori financiranja društvenih poduzeća u Hrvatskoj..... | 50 |
| Tablica 8 Porezne intervencije za pomoć razvoju društvenih poduzeća u Hrvatskoj | 52 |
| Tablica 9 Institucionalni okvir društvenog poduzetništva..... | 53 |
| Tablica 10 Analiza rezultata provedenog istraživanja | 59 |

Popis slika

| | |
|--|----|
| Slika 1 Kontekst djelovanja društvenih poduzeća i društvenih poduzetnika | 15 |
| Slika 2 Ekosustav društvenog poduzeća..... | 20 |
| Slika 3 Tokovi financiranja društvenih poduzeća | 49 |

Prilog

Upitnik - društveno poduzetništvo u Hrvatskoj

Ocjene od 1 do 5 predstavljaju izjave odgovora kako slijedi:

- 1 - Uopće se ne slažem
- 2 - Ne slažem se
- 3 - Niti se slažem niti se ne slažem
- 4 - Slažem se
- 5 - U potpunosti se slažem

Jedinstveni zakon o društvenom poduzetništvu uvelike bi olakšao razvoj društvenog poduzetništva u Hrvatskoj.

Uopće se ne slažem 1 2 3 4 5 U potpunosti se slažem

Podrška kreatora politika (ministarstava Vlade RH, prvenstveno MROSP-a) nedostatna je za razvoj društvenog poduzetništva u Hrvatskoj.

Uopće se ne slažem 1 2 3 4 5 U potpunosti se slažem

Nepostojanje nastavka Strategije za razvoj društvenog poduzetništva otežava razvoj istoga.

Uopće se ne slažem 1 2 3 4 5 U potpunosti se slažem

Nepostojanje evidencije društvenih poduzeća u Hrvatskoj (neostvareno iz Strategije razvoja društvenog poduzetništva '15.-'20.) otežava razvoj društvenog poduzetništva u Hrvatskoj.

Uopće se ne slažem 1 2 3 4 5 U potpunosti se slažem

Postojeće aktivnosti organizacija za obrazovanje i istraživanje nedostatne su za razvoj društvenog poduzetništva u Hrvatskoj.

Uopće se ne slažem 1 2 3 4 5 U potpunosti se slažem

Postojeće mreže i potporne institucije nedostatne su za razvoj društvenog poduzetništva u Hrvatskoj.

Uopće se ne slažem 1 2 3 4 5 U potpunosti se slažem

Postojeći izvori EU financiranja nedostadni su za razvoj društvenog poduzetništva u Hrvatskoj.

Uopće se ne slažem 1 2 3 4 5 U potpunosti se slažem

Postojeći izvori financiranja društvenih poduzeća od strane HBOR-a i HAMAG-BICRO-a nedostadni su za razvoj društvenog poduzetništva u Hrvatskoj.

Uopće se ne slažem 1 2 3 4 5 U potpunosti se slažem

Postojeći izvori pružatelja dužničkog kapitala nedostadni su za razvoj društvenog poduzetništva u Hrvatskoj. (Erste Bank, UniCredit, Zadruga za etično financiranje...)

Uopće se ne slažem 1 2 3 4 5 U potpunosti se slažem

Postojeći izvori pružatelja vlasničkog kapitala nedostadni su za razvoj društvenog poduzetništva u Hrvatskoj. (FeelsGood Impact Fund, World Business Angels Forum (WBAF), Hrvatska mreža poslovnih anđela (CRANE))

Uopće se ne slažem 1 2 3 4 5 U potpunosti se slažem

Postojeći financijski okvir za financiranje društvenih poduzeća u Hrvatskoj u cijelosti nedostatan za razvoj društvenog poduzetništva.

Uopće se ne slažem 1 2 3 4 5 U potpunosti se slažem

Postojeća znanja potencijalnih društvenih poduzetnika nedostatna su za financiranje društvenih poduzeća putem platformi za grupno financiranje.

Uopće se ne slažem 1 2 3 4 5 U potpunosti se slažem