

Društveno poduzetništvo u Republici Hrvatskoj

Žgomba, Valentina

Undergraduate thesis / Završni rad

2019

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:137:377856>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-07-12**



Repository / Repozitorij:

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



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

VALENTINA ŽGOMBA

**DRUŠTVENO PODUZETNIŠTVO U REPUBLICI
HRVATSKOJ**

Završni rad

Pula, 2019.

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

VALENTINA ŽGOMBA

**DRUŠTVENO PODUZETNIŠTVO U REPUBLICI
HRVATSKOJ**

Završni rad

JMBAG: 0303049694, redovita studentica

Studijski smjer: Menadžment i poduzetništvo

Predmet: Gospodarstvo Hrvatske

Znanstveno područje: Područje društvenih znanosti

Znanstveno polje: Ekonomija

Znanstvena grana: Organizacija i menadžment

Mentorica: izv. prof. dr. sc. Kristina Afrić Rakitovac

Pula, rujan 2019.

IZJAVA O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI

Ja, dolje potpisana Valentina Žgomba, kandidatkinja za prvostupnika poslovne ekonomije, smjera Menadžment i poduzetništvo ovime izjavljujem da je ovaj Završni rad rezultat isključivo mogega vlastitog rada, da se temelji na mojim istraživanjima te da se oslanja na objavljenu literaturu kao što to pokazuju korištene bilješke i bibliografija. Izjavljujem da niti jedan dio Završnog rada nije napisan na nedozvoljen način, odnosno da je prepisan iz kojega necitiranog rada, te da ikoji dio rada krši bilo čija autorska prava. Izjavljujem, također, da nijedan dio rada nije iskorišten za koji drugi rad pri bilo kojoj drugoj visokoškolskoj, znanstvenoj ili radnoj ustanovi.

Student

U Puli, rujan 2019. godine

IZJAVA

o korištenju autorskog djela

Ja, Valentina Žgomba dajem odobrenje Sveučilištu Jurja Dobrile u Puli, kao nositelju prava iskorištavanja, da moj završni rad pod nazivom „Društveno poduzetništvo u Republici Hrvatskoj“ koristi na način da gore navedeno autorsko djelo, kao cjeloviti tekst trajno objavi u javnoj internetskoj bazi Sveučilišne knjižnice Sveučilišta Jurja Dobrile u Puli te kopira u javnu internetsku bazu završnih radova Nacionalne i sveučilišne knjižnice (stavljanje na raspolaganje javnosti), sve u skladu s Zakonom o autorskom pravu i drugim srodnim pravima i dobrom akademskom praksom, a radi promicanja otvorenoga, slobodnoga pristupa znanstvenim informacijama.

Za korištenje autorskog djela na gore navedeni način ne potražujem naknadu.

U Puli, 24. rujan 2019. godine

Potpis

SADRŽAJ

1. UVOD	1
2. DRUŠTVENO PODUZETNIŠTVO	2
2.1. POJMOVNO ODREĐENJE	3
2.2. USPOREDBA	4
2.3. KLJUČNA NAČELA DRUŠTVENOG PODUZETNIŠTVA	5
2.3.1. Društveno odgovorno poslovanje.....	6
2.3.2. Ekonomska demokracija	7
2.3.3. Sudionička demokracija	7
2.3.4. Održivi razvoj	9
3. DRUŠTVENO PODUZETNIŠTVO U EU	10
4. DRUŠTVENO PODUZETNIŠTVO U REPUBLICI HRVATSKOJ	13
4.1. ZAKONSKI OKVIR	21
4.1.1. Strategija razvoja društvenog poduzetništva u Republici Hrvatskoj.....	22
4.1.2. Pravni oblici djelovanja	24
4.2. SWOT ANALIZA	24
5. PRIMJERI DOBRE PRAKSE	28
5.1. ACT Grupa	28
5.2. Bistro Punkt	29
5.3. Mon Perin d.o.o.	31
6. ZAKLJUČAK	33
7. POPIS LITERATURE	34
8. POPIS TABLICA I GRAFOVA	35
9. SAŽETAK	36
10. SUMMARY	37

1. UVOD

U posljednje vrijeme ekonomija koju je rukvodila ideja profita i potrošnje pod svaku cijenu slomila se zajedno s vrijednostima koje je zagovarala, trke za moći, prestižom, nedostatkom socijale osjetljivosti. Duboka financijska kriza tako je otkrila potrebu za redefiniranjem moralnih vrijednosti u društvu. Zbog toga se pojavljuje pojam društveno poduzetništvo. Republika Hrvatska, kao punopravna članica Europske unije, u obvezi je ispunjavati zajedničke ciljeve Strategije Europa 2020 kombinacijom djelovanja na nacionalnoj razini i razini Europske unije, a od kojih je jedan od pet strateških ciljeva borba protiv siromaštva i socijalne isključenosti. Usvojenom „Strategijom razvoja društvenog poduzetništva za razdoblje od 2015. do 2020. godine“, Republika Hrvatska definirala je svoje gospodarske ciljeve u tom smjeru, prepoznajući društveno poduzetništvo kao novi oblik poduzetničke aktivnosti koji pristupa postojećim društvenim problemima na drugačiji, inovativan način i kombinirajući postojeće resurse potiče zapošljavanje, doprinosi borbi protiv siromaštva, konkurentnosti, očuvanju resursa i povećanju razine kvalitete života pojedinaca te društva u cjelini.

Glavni cilj rada je analizirati stanje društvenog poduzetništva u Republici Hrvatskoj te utvrditi potencijalni utjecaj društvenog poduzetništva na gospodarstvo Republike Hrvatske.

Rad se, uz Uvod i Zaključak, sastoji od četiri poglavlja. U drugom je djelu objašnjena terminologija društvenog poduzetništva te su objašnjena 4 ključna načela društvenog poduzetništva. Treći dio posvećen je društvenom poduzetništvu u Europskoj uniji nakon čega slijedi pregled stanja društvenog poduzetništva u Republici Hrvatskoj. U petom dijelu završnog rada navedena su tri primjera dobre prakse društvenog poduzeća koja djeluju u Republici Hrvatskoj.

U pisanju završnog rada korištene su različite metode: metoda analize, metoda sinteze, metoda komparacije te statističke metode.

2. DRUŠTVENO PODUZETNIŠTVO

Osjećaj nepravde, manjak demokratičnosti, moć i vlasništvo koncentrirano u rukama malog broja osoba, mala mogućnost dolaska do sredstva potrebnih za razvoj vlastitih ideja neki su od razloga koji dovode do društvene uznemirenosti. Zbog toga civilno društvo diljem svijeta uvodi vrijednosti pravednosti, jednakosti i društvene uključenosti ne samo u parlamente već i u radne sredine u kojima se pojam održivosti više ne povezuje samo s ekonomskim uspjehom i nezavisnošću već i sa stvaranjem društvenog bogatstva te odgovornosti prema okolišu. Da bi se taj proces bolje razumio i olakšao, počeo se koristiti novi poslovni model, odnosno društvena poduzeća.¹

Začeci ideje društvenog poduzetništva i prvih zadružnih oblika djelovanja pojavljuju se neposredno nakon engleskog građanskog rata i revolucije (1649. godina) kada osiromašeni seljaci organizirani u skupine „Kopača“ (eng. Diggers) preuzimaju općinsku zemlju koju počinju zajednički obrađivati. Iako kratkog vijeka, pokret Kopača predstavlja jedan od prvih pokušaja zadružnog djelovanja. Kopači su iza sebe ostavili ideju orgnaiziranja pojedinaca u grupe koje povezuju društvene i ekonomske aktivnosti, djeluju po načelu jedna osoba jedan glas i ravnopravno raspodjeljuju raposloživo bogatstvo. Mnogo kasnije počinju se pojavljivati prvi oblici zadruga. Tako 1830. godine nekolicina nezaposlenih mlinara preuzima zapušteni mlin u Hullu da bi osigurali brašno za svoje i druge potrebite obitelji u zajednici.² 1978. godine Pokret za industrijsko zajedničko vlasništvo (ICOM) pri Beechwood College-u u Yorkshiru uspostavlja i definira koncept te osnovnu strukturu društvenih poduzeća. Novi se koncept temeljio na osnovnim pravilima zadrugarstva i zajedničkog vlasništva poduzeća, pri čemu je svaki član imao jedan poslovni udio i time jedan glas u upravljanju poduzećem. Uz navedeno, prirodan je i tzv. Model trostruke bilance po kojem je poduzeće preuzimalo odgovornost ne samo za vlastitu financijsku održivost već i za stvaranje društvenog bogatstva i očuvanje okoliša kroz svoje poslovanje i s obzirom na izvore opskrbe robom. Ovdje treba napomenuti i da su u Velikoj Britaniji pokreti poput Fairtrade-a nastajali upravo iz radničkih zadruga koje su se bavile trgovinom organskom hranom.

¹ F. Spreckley, Priručnik za planiranje društvenog poduzeća, Čakovec/Zagreb, CEDRA Čakovec, 2012., str. 13

² ibidem, str.14

Danas društvena poduzeća simboliziraju djelotvornije i održive organizacije utemeljene na jednakim pravima za ljude, zajednicu i okoliš. Svaka osoba ima jednaka prava u pogledu vlasništva, sudjelovanja, odlučivanja i doprinosa društvenoj i ekološkoj dobrobiti zajednice.³

2.1. POJMOVNO ODREĐENJE

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. Iako se o društvenom poduzetništvu počelo pričati unazad nekoliko desetljeća, praksa društvenog poduzetništva može se prepoznati kroz povijest u različitim oblicima djelovanja, kao preteča onoga što danas razumijemo pod tim terminom, korištenje tržišnih mehanizama za postizanje društvenih ciljeva. Oduvijek su organizacije i pojedinci pokušavali pronaći odgovarajuća rješenja za socijalne i ekonomske probleme u lokalnim zajednicama i društvu.⁴

Društveno poduzeće je oblik komercijalnog poduzeća u kojem su vlasništvo, upravljanje i raspodjela bogatsva ravnomjerno raspoređeni, što u širem kontekstu doprinosi stvaranju pravednijeg društva. Osnovne vrijednosti društvenog poduzeća odnose se na pravičnost u vlasništvu i raspodjeli bogatstva, jednakim mogućnostima sudjelovanja, solidarnosti s ljudima širom svijeta, poštenju u ostvaranju ciljeva, otvorenosti poslovanja te ravnoteži između tržišnog poslovanja, društvene odgovornosti.⁵

Društveni se poduzetnik, dakle, određuje kao nositelj poduzetničke aktivnosti kojem je primarni cilj društveni utjecaj, a ne generiranje dobiti za vlasnike ili dioničare. Djeluje na način da pruža robu ili usluge na tržištu na poduzetnički i inovativan način te koristi ostvarenu dobit primarno za ispunjavanje društvenih ciljeva. Način upravljanja poduzetničkim subjektom je otvorenog tipa te uključuje zaposlenike, korisnike i ostale dionike na koje utječe gospodarska aktivnost poduzetnika. Organizacija za ekonomsku suradnju i razvoj (OECD) definira društveno

³ F. Spreckley op. cit., str. 16

⁴ Strategija razvoja društvenog poduzetništva u Republici Hrvatskoj za razdoblje od 2015. do 2020. godine, 2015. [online]. Dostupno na: <http://www.esf.hr/wordpress/wp-content/uploads/2015/02/Strategija-razvoja-dru%C5%A1tvenog-poduzetni%C5%A1tva-u-RH-za-razdoblje-2015-2020.pdf>

⁵ F. Spreckley, Priručnik za planiranje društvenog poduzeća, Čakovec/Zagreb, CEDRA Čakovec, 2012., str. 17

poduzetništvo kao poduzetništvo koje teži pružanju inovativnih rješenja postojećih društvenih problema te zbog tog razloga često ide ruku pod ruku s procesima društvenih inovacija usmjerenima unapređivanju života ljudi kroz promoviranje društvenih promjena. Društvene inovacije su nove strategije, koncepti, ideje, procesi, proizvodi, usluge, poslovni modeli, alati i metodologije ili kombinacije svega navedenog koje odgovaraju na društvene potrebe ili probleme, a istovremeno stvaraju nove društvene odnose i suradnje.

Društveno poduzetništvo kao novi način poslovanja predstavlja područje preklapanja poduzetničkih praksi iz poslovnog svijeta i vrijednosti usko povezanih s društvenom odgovornošću i načelima zaštite okoliša. Društveno poduzetništvo može značajno doprinijeti ostvarenju strateških ciljeva, posebice društvenoj koheziji, borbi protiv siromaštva i povećanom zapošljavanju, kreiranju novih proizvoda, konkurentnosti, očuvanju resursa, vrednovanju baštine i bioraznolikosti, te unapređenju kvalitete života kroz poslovanje za društvenu dobrobit. Strategija razvoja društvenog poduzetništva 2015.-2020. predstavlja konkretan iskorak u procesu unapređenja društvenog poduzetništva u Hrvatskoj te se njome društveno poduzetništvo definira se kao: Poslovanje temeljeno na načelima društvene, okolišne i ekonomske održivosti, kod kojeg se stvorena dobit/višak prihoda u cijelosti ili većim dijelom ulaže za dobrobit zajednice. Navedenom definicijom pokušale su se naglasiti temeljne odrednice društvenog poduzetništva koje se odnose na ispunjavanje društvenih ciljeva i ulaganje dobiti od društvenopoduzetničkih aktivnosti u daljnje ostvarenje svoje društvene misije.⁶

2.2. USPOREDBA

Društveni poduzetnici imaju iste osobine kao tradicionalni poduzetnici, no razlika je u tome što društveni poduzetnici svoje talente koriste za rješavanje društvenih problema. Kao što tradicionalni poduzetnici traže prilike kako bi ostvarili dobit, tako društveni poduzetnici uočavaju prilike i potrebe za unaprijeđenjem sustava uvođenjem inovativnih pristupa i rješenja s ciljem kreiranja društvene vrijednosti.

⁶ Strategija razvoja društvenog poduzetništva u Republici Hrvatskoj za razdoblje od 2015. do 2020. godine, 2015. [online]. Dostupno na: <http://www.esf.hr/wordpress/wp-content/uploads/2015/02/Strategija-razvoja-dru%C5%A1tvenog-poduzetni%C5%A1tva-u-RH-za-razdoblje-2015-2020.pdf>

U nastavku donosimo tablicu u kojoj možemo vidjeti temeljne razlike poslovanja društvenog i privatnog profitnog poduzeća:

Tablica 1. Usporedba poslovanja društvenog i privatnog poduzeća

DRUŠTVENO PODUZEĆE	PRIVATNO PROFITNO PODUZEĆE
cilj: osnažiti zaposlenike/zajednicu	cilj: nadgledati i kontrolirati zaposlenike
demokratsko donošenje odluka	odlučivanje na temelju količine dionica
odgovornost prema okolišu/ zajednici je temeljno načelo djelovanja	odgovornost prema okolišu/zajednici ne vide kao njihovu odgovornost
provodi financijsku reviziju i mjeri društveni utjecaj	provodi financijsku reviziju
vođeno komercijalnim, društvenim i ekološkim ciljevima	vođeno komercijalnim ciljevima

Izvor: T. Petričević, Poduzetništvo u službi zajednice, Zbornik radova o društvenom poduzetništvu. Nacionalna zaklada za razvoj civilnog društva, Zagreb, 2012., str. 17

Dakle, društveni poduzetnici teže generiranju društvene vrijednosti, dok su tradicionalni poduzetnici usmjereni na profit. „Najmoćnija sila za promjene u svijetu nova je ideja u rukama vodećeg društvenog inovatora/poduzetnika“ rečenica Billa Draytona, osnivača Ashoke⁷ koja sažeto opisuje važnost poduzetnika za rješavanje velikih društvenih problema. Samo poduzetnici imaju volju i upornost potrebnu za transformaciju čitavog sustava. Zadatak društvenog poduzetnika je prepoznati probleme u društvu i pronaći nove načine njihova rješavanja i to promjenom sustava, širenjem rješenja i uvjeravanjem čitavog društva u poduzimanje novih koraka. Možemo reći kako društveni poduzetnici teže mjenjanju zajednica i društva u cijelini.

2.3. KLJUČNA NAČELA DRUŠTVENOG PODUZETNIŠTVA

Nakon kratkog povijesnog prikaza te objašnjena terminologije društvenog poduzetništva potrebno je navesti i ključna načela društvenog poduzetništva. Ukoliko shvaćamo odnos društvenog poduzetništva s vrijednostima koje smatramo ključnim načelima, bit će nam mnogo lakše shvatiti pravu prirodu društvenih poduzeća.

⁷ Ashoka je prva globalna organizacija za promicanje društvenog poduzetništva. Ashoka Global Academy pokazuje i definira kako društveni poduzetnici mogu riješiti probleme na svjetskoj razini, a njezini članovi služe kao arhitekti dinamičnog i konkurentnog građanskog sektora u budućnosti

Ključna načela društvenog poduzetništva jesu: Društveno odgovorno poslovanje, Ekonomska demokracija, Sudionička demokracija i Održivi razvoj.⁸

2.3.1. Društveno odgovorno poslovanje

Društveno odgovorno poslovanje predstavlja ključni dio ideje društvenog poduzetništva. Pa ipak, ono što se danas obično pod tim pojmom podrazumijeva u okvirima suvremene tržišne ekonomije bitno je uži koncept nego što se pod društvenom odgovornošću podrazumijeva u društvenim poduzećima. S toga je vrlo bitno jasno ukazati na razliku kako ne bi došlo do krivog shvaćanja. Društveno odgovorno poslovanje obično predstavlja skup pozitivnih mjera ili politika koje neko poduzeće svjesno usvaja i provodi u cilju javnog interesa zajednice u kojoj djeluje. Pri tome se mora reći da je društvena odgovornost za društvena poduzeća cilj, a za privatna profitna poduzeća tek sredstvo kako bi njime povećala vrijednost svojih proizvoda i usluga na tržištu. To u oba slučaja mogu biti mjere koje promiču odgovornost poduzeća prema okolišu, kupcima, zaposlenicima, dobavljačima i suradnicima, zajednici u kojoj poduzeće posluje i slično. Danas je veći ili manji udio društveno odgovornog poslovanja sastavni dio poslovnih politika gotovo svakog većeg i ozbiljnijeg poduzeća na tržištu. Pa ipak nije svako poduzeće koje primjenjuje mjere društveno odgovornog poslovanja ujedno i društveno poduzeće. Postoji temeljna razlika između društvenih poduzeća u užem smislu te riječi i profitnih poduzeća koje tek primjenjuju (u većoj ili manjoj mjeri) načela društveno odgovornog poslovanja. Profitno usmjerenom poduzeću društveni i okolišni ciljevi, iako vrlo bitni, ipak predstavljaju drugorazredne ili podređene ciljeve u odnosu na stvaranje dobiti. Na isti način stvaranje dobiti za društvena poduzeća vrlo često predstavlja tek podređen cilj u odnosu na postizanje društvenih i okolišnih ciljeva. Dobit kod društvenih poduzeća služi postizanju društvenih i okolišnih ciljeva; a kod profitnih poduzeća društveni i okolišni ciljevi služe povećanju dobiti. Mogli bismo reći da je dobit u društvenim poduzećima tek sredstvo za postizanje društvenih i okolišnih ciljeva, a ne povećanje bogatstva vlasnika.

⁸ Prema: M. Medić, Poduzetništvo u službi zajednice, Zbornik radova o društvenom poduzetništvu. Nacionalna zaklada za razvoj civilnog društva, Zagreb, 2012., str. 21

2.3.2. Ekonomska demokracija

Važan pojam za razumijevanje društvenog poduzetništva je i ekonomska demokracija. Ovaj pojam se još naziva i industrijska demokracija (mada se ne odnosi samo na poduzeća u industrijskim granama proizvodnje). Radi se o pravu zaposlenika nekog poduzeća da njime upravljaju te da sudjeluju u dobiti koju svojim radom stvaraju u tom poduzeću. Ovo se pravo također proteže i na kupce ili na korisnike usluga poduzeća koje primjenjuje načela ekonomske/industrijske demokracije, a u nekim slučajevima i na članove lokalne zajednice koja može biti osnivač nekog društvenog poduzeća. Tako danas u svijetu postoje poduzeća u potpunom ili djelomičnom vlasništvu svojih zaposlenika, korisnika (kupaca) ili članova lokalnih zajednica. Također, neka društvena poduzeća mogu biti u vlasništvu lokalnih zajednica koje su njihovi osnivači. To su vrlo često stambene zadruge, lokalna komunalna poduzeća ili slični oblici poslovnih organizacija. U tom slučaju članovi lokalne zajednice upravljaju poduzećem, a njezina dobit se ulaže u razvojne programe te iste zajednice. Ekonomska demokracija vrlo je bitan i sastavni dio ideje društvenog poduzetništva do te mjere da mnogi od vodećih teoretičara društvenog poduzetništva ekonomsku demokraciju uzimaju kao jednu od ključnih osobina društvenih poduzeća: „Društvenim poduzećem možemo nazvati ono poduzeće koje je u vlasništvu svojih zaposlenika i/ili članova lokalne zajednice, vođeno podjednako društvenim, kao i komercijalnim ciljevima, a upravljano zajednički na demokratskim načelima. Tradicionalni odnos u kojem je „rad u službi kapitala“ s naglaskom na stvaranje i povećanje dobiti iznad bilo koje druge koristi bilo za poduzeće samo ili za zaposlenike, kod društvenih poduzeća se obrće u načelo „kapital u službi rada“ s naglaskom na društvene, okolišne i financijske koristi.“

2.3.3. Sudionička demokracija

Za razliku od ekonomske demokracije koja se odnosi na prava zaposlenika unutar poduzeća da njime upravljaju i sudjeluju u dobiti koju svojim radom stvaraju u tom poduzeću, sudionička demokracija odnosi se na sudjelovanje cijelokupne zajednice, tj. građana u neposredno donošenje odluka u nekom društvenom poduzeću, što bi značilo da je upravo zajednica vlasnik tog poduzeća, odnosno da građani imaju dionička prava. Sudionička demokracija je izravan oblik odlučivanja u kojem građani neposredno sudjeluju u donošenju odluka, za razliku, ili još bolje rečeno kao

kvalitetna nadopuna, predstavničkom obliku demokracije u kojem građani odlučuju preko svojih izabranih političkih predstavnika. Zato se ovaj oblik demokratske prakse naziva još i izravna ili neposredna demokracija. Civilno društvo je naročito od druge polovice 20. stoljeća proizvelo ogroman društveni napredak u smislu prihvaćanja načela izravne demokracije. Postalo je sasvim jasno da sudjelovanje građana samo na izborima nije dovoljno te da građani žele sudjelovati i u procesu odlučivanja na svakodnevnoj osnovi. Pri tome se čini bitnim napomenuti moguće i zanimljive poveznice o odnosu sudioničke demokracije i društvenog poduzetništva. Vrlo se upadljivo nameće pretpostavka koja zaslužuje jedno šire sociološko i ekonomsko istraživanje, a koja nam ukazuje na vrlo izglednu izravnu povezanost tradicionalnih, profitno usmjerenih načina poslovanja, kakve vidimo u klasičnim oblicima profitnih organizacija, s oblicima predstavničke ili političke demokracije. Čini se da je predstavnička demokracija prirodan izraz primarno profitno usmjerenih načina privređivanja koji se odvijaju preko tradicionalno vođenih poduzeća. Ako pri tome uzmemo u obzir činjenicu da se pri takvoj organizaciji poslovanja kreće od načela „rad u službi kapitala“, postaje jasnije da u tako postavljenom društvenom, političkom i ekonomskom sustavu građanin-pojedinac ustvari ne sudjeluje u punom smislu te riječi niti u ekonomskom, a niti u političkom (društvenom) odlučivanju. Čini se da su takvom sustavu mnogo primjereniji posredniji, a ne izravniji oblici odlučivanja, pri čemu zaposlenik na radnom mjestu tek posredno odlučuje o perifernim pitanjima radnih i socijalnih prava putem nekog oblika svojeg posrednog predstavljanja (u najboljem slučaju, a često niti tako). Jednako tako, građanin u političkom životu posredno odlučuje putem svojih izabranih političkih predstavnika na koje, u osnovi između izbora, i nema mnogo utjecaja. Prirodan tijek društvenog razvoja trebao bi biti ukazano razvojem sudioničke demokracije jednako na društvenom kao i na ekonomskom polju. Drugim riječima, već sada se čini da razvoj sudioničke demokracije samo na društvenom i političkom planu neće biti potpun i cjelovit bez njegovog prenošenja i na područje ekonomskih odnosa. U tom smislu se društveno poduzetništvo i društvena poduzeća čine vrlo zanimljivima jer obrću klasičan pristup tržišnog poslovanju u načelo „kapital u službi rada“ te pridonose ekonomskom i socijalnom osnaživanju članova lokalnih zajednica. To se opet ogleda u povećanoj motiviranosti građana za sudjelovanje u procesima političkog i ekonomskog odlučivanja. Zbog toga se društveno poduzetništvo i društvena poduzeća čine vrlo bitnima za daljnji razvoj prakse izravne sudioničke demokracije.

2.3.4. Održivi razvoj

Uloga društvenog poduzetništva u svijetlu istinski održivog razvoja lokalnih zajednica, kao i održivosti globalne zajednice i eko-sustava planete Zemlje, vrlo je značajna. Održivi razvoj je pojam koji označava suvremeni razvojni koncept zasnovan na skladnom usuglašavanju tri važna razvojna načela: tehnološkom napretku, zaštiti okoliša i sudjelovanju građana u odlučivanju. Riječ je o pojmu koji se koristi od konca 1980-ih godina kao okosnica međunarodnih i lokalnih politika razvoja, te nije potrebno dublje ulaziti u njegovo objašnjavanje, jer o toj temi postoje brojni i bogati izvori, osobito vezani za područje zaštite prirode i okoliša. Ono što je bitno napomenuti o odnosu održivog razvoja i društvenog poduzetništva jest da razvojem novih oblika demokratskog odlučivanja na ekonomskom (i socijalnom) području, decentraliziranom i pravednijom raspodjelom dobiti, ekonomskim i socijalnim osnaživanjem lokalnih zajednica, odgovornijim korištenjem prirodnih resursa, većom sklonošću za primjenom čistih tehnologija i obnovljivih izvora energije, društveno poduzetništvo izravno pridonosi održivom razvoju. Tako načelo održivosti predstavlja jednu od ključnih vrijednosti koje su izravno povezane s načelima društvenog poduzetništva.⁹

Dakle, možemo zaključiti kako je društveno odgovorno poslovanje uz ekonomsku i sudioničku demokraciju te održivi razvoj najvažnije načelo društvenog poduzetništva koje predstavlja ključni dio ideje društvenog poduzeća. Društvena odgovornost za društvena je poduzeća cilj postojanja i djelovanja, a uz ekonomsku i sudioničku demokraciju nastoji se stvoriti održiv razvoj lokalne zajednice, što svakako uključuje i ekološki održiv aspekt. Možemo reći kako održivmo razvoju lokalnih zajednica direktno pridonosi postojanje društvenih poduzeća koja isto potiču.

⁹ M. Medić, op. cit., str. 21

3. DRUŠTVENO PODUZETNIŠTVO U EU

Svjetski institut za istraživanje razvojne ekonomije¹ 2000. godine objavio je podatke da je 94% svjetskih prihoda raspodijeljeno na 40% stanovništva Zemlje², dok preostalih 60% mora živjeti od samo 6% svjetskih prihoda. Rezultati novijih istraživanja pokazuju kako zapravo pola svjetskog stanovništva živi s 2 USD dnevno ili manje, dok gotovo milijarda ljudi živi s manje od 1 USD dnevno. U Europskoj uniji 16% stanovništva živi ispod granice siromaštva³, dok se taj postotak povećava kod zemalja koje graniče sa zemljama EU, čak do 50% kod Albanije, Kosova, itd. Svjedoci smo različitih okolišnih i društvenih problema: velike klimatske promjene, prevelika upotreba fosilnih goriva, uništavanje prirode na svim razinama, rast populacije (prema podacima Svjetske banke, 2003. godine na planetu je živjelo 6,3 milijarde ljudi), migracije iz ruralnih u gradske sredine (danas 2/3 populacije živi u gradovima), bolesti (danas 10 milijuna djece godišnje umire od izlječivih bolesti), gladi (u 2011. u Somaliji više od 750 000 stanovnika umire od gladi), ratovi, terorizam, itd. Dosadašnja nastojanja vlada i različitih javnih institucija pokazala su se nedostatnima i neučinkovitima u rješavanju tih problema. Inovativan pristup kroz društveno-ekonomske pothvate neophodan je kako bi se svi raspoloživi resursi iskoristili za nove prilike - generatore zapošljavanja i/ili generatore novih vrijednosti društva. Velika nada za boljitak čovječanstva leži u snazi i učinkovitosti društveno motiviranih i osnaženih pojedinaca koji žive za društvene promjene. Jedan od modela koji mobilizira lokalne gospodarske aktivnosti je društveno poduzetništvo, važan segment sektora društvene ekonomije.¹⁰

Društveno poduzetništvo postaje rastući fenomen na svjetskoj i europskoj gospodarskoj sceni i potvrđuje svoj izravni doprinos ekonomskom razvoju zemlje potičući zapošljavanje i društveni angažman marginaliziranih skupina u poslovnim aktivnostima kojima nije jedini cilj ostvarivanje profita, već omogućavanje sigurnih radnih mjesta, društvene dobrobiti i pozitivnih promjena u društvu, ali i okolišu. Jedan od pet strateških ciljeva Europa 2020 jest borba protiv siromaštva i socijalne isključenosti pa sve važnije svjetske i europske strategije definiraju svoje gospodarske ciljeve u tom smjeru. Na području Europske unije interes za socijalnu ekonomiju pojavio se kada je postalo očito da prevladavajući ekonomski model

¹⁰ T. Petričević, Poduzetništvo u službi zajednice, Zbornik radova o društvenom poduzetništvu. Nacionalna zaklada za razvoj civilnog društva, Zagreb, 2012., str. 11

liberalnog kapitalizma ne može iznaći kvalitetna i održiva rješenja za rastuće probleme kao što su, među ostalima, dugotrajna nezaposlenost, socijalna isključenost i loša kvaliteta života ranjivih i marginaliziranih skupina te nejednak gospodarski razvoj ruralnih i urbanih područja. Recesija i financijska kriza koja je 2008. godine pogodila tržište Europske unije i šire, dodatno je naglasila potrebu za promišljanjem drugačijih modela gospodarskog razvoja. U Europskoj uniji, društveno poduzetništvo ima značajan utjecaj na ukupne društvene i gospodarske prilike, zapošljava više od 14,5 milijuna osoba ili 6,5% ukupne populacije i predstavlja razvojni prioritet i značajnu polugu za poticanje gospodarskog i socijalnog rasta i razvoja.

Nakon više od desetljeća, u Velikoj Britaniji donesen je prema nekima najsustavniji zakonski okvir kojim se regulira društveno poduzetništvo u Europi, konceptualno strukturiran kao kombinacija američkog i europskog. U Velikoj Britaniji društveno poduzetništvo ima dugu tradiciju, registrirano je više od 55 000 društvenih poduzeća koja zapošljavaju više od 475 000 ljudi. Samo tvrtka John Lewis Partnership, koja je veliki britanski lanac ekskluzivnih robnih kuća, zapošljava 76 500 zaposlenika. U listopadu 2016. godine, na konferenciji koja je održana u Zagrebu na temu „Društvena poduzeća za radnu integraciju u Europskoj uniji”, Aida Salamanca, direktorica British Council, naglasila je da je društvena ekonomija jedna uspješna priča u Velikoj Britaniji

i iznijela podatke kako društvena poduzeća godišnje doprinose gospodarstvu zemlje s 55 milijardi funti i da 73% tih tvrtki posluje pozitivno.¹¹

Društveno poduzetništvo može značajno doprinijeti ostvarenju strateških ciljeva, posebice društvenoj koheziji, borbi protiv siromaštva i povećanom zapošljavanju, kreiranju novih proizvoda, konkurentnosti, očuvanju resursa, vrednovanju baštine i bioraznolikosti, te unapređenju kvalitete života kroz poslovanje za društvenu dobrobit. Tako u Nizozemskoj, zemlji sa jednom od najnižih stopa nezaposlenosti u Europi, preko 65% mladih ljudi počinje svoje radno iskustvo stvarati u entitetima socijalne

¹¹ V. Cvitanović, 1. V. Cvitanović, Društveno poduzetništvo kao izravni doprinos ekonomskom razvoju, Veleučilište VERN, Zagreb, 2018.[online] Dostupno na: file:///C:/Users/Valentina/Downloads/knjizni_blok_109_126.pdf

ekonomije koji ih pripremaju za rad i tržište rada na kojemu će biti nazočni po završetku svoga školovanja¹²

Sudjelovanjem na studijskim putovanjima provedenim u sklopu Projekta +Resilient¹³, kojeg provode 14 međunarodnih partnera, a od kojih u Republici Hrvatskoj Zaklada za poticanje partnerstva i razvoja civilnog društva te Istarska Županija, došli smo do saznanja kako je društveno poduzetništvo u Europskoj uniji razvijenije nego u Republici Hrvatskoj, a posebice u gradovima i općinama u kojima je lokalna vlast osviještena o benefitima društvenog poduzetništva, te radi na jačanju i poticanju razvoja istog. Tako u susjednoj Sloveniji imamo odličan primjer osnivanja poljoprivrednih zadruga koje rade na razvoju poljoprivrede u okolini Maribora, a usmjerene su ponajviše na male OPG-ove koji nemaju dovoljno sredstva da samostalno ulažu u velika postrojenja koji zadovoljavaju Europske standarde kako bi mogli proizvoditi eko i bio proizvode za prehranu i higijenu te konkurirati na tržištu. Osim toga, mali OPG-ovi ne mogu zadovoljiti uvjete natječaja Europske unije te je prilika za udruživanjem u Zadruga odlična prilika za korištenjem takvih mogućnosti i ulaganjem u daljnji rast i razvoj.

¹² Ured za udruge Vlade Republike Hrvatske [online] Dostupno na: <http://int.uzuvrh.hr/vijest.aspx?pageID=1&newsID=1533>

¹³ Projekt „+Resilient: Otvoreni Resursi Mediterana za društvene inovacije i društveno odgovorno poduzetništvo“ je odobren za financiranje kroz Program Interreg Mediteran 2014.-2020. iz Europskog fonda za regionalni razvoj i financijska sredstva IPA. Projektom +Resilient umrežit će se 8 mediteranskih zemalja kako bi se potaknula klima inovacija s ciljem jačanja konkurentnosti društveno odgovornih malih i srednjih poduzeća te otvaranje novih radnih mjesta s naglaskom na poduzetnike koje posluju u domeni društvenog poduzetništva

4. DRUŠTVENO PODUZETNIŠTVO U REPUBLICI HRVATSKOJ

Unatoč dugoj tradiciji zadrugarstva u Republici Hrvatskoj, u ovom trenutku još se uvijek ne može se govoriti i o visokoj razvijenosti društvenog poduzetništva u Republici Hrvatskoj. Prve zadruge osnovane su na hrvatskom tlu prije gotovo 150 godina. Zadruge su bile snažne gospodarske institucije, ali i pokret koji je imao utjecaj na politička kretanja. Zadruge su zadržavale stanovništvo na lokalnom području, okupljale pojedince sa zajedničkim interesom i usmjeravale ih na poslovanje kroz sustav. Svi prihodi ostvareni u zadruzi ostajali su njenim članovima, a vrijednosti lokalnoj i životnoj sredini zadrugara. Zadruge su tako doprinijele uvećanju zaposlenosti, jačale poziciju i sudjelovanje zaposlenika, suzbijale siromaštvo, snažile ruralni razvoj, osiguravale pravednu raspodjelu, itd. dakle promovirale sve vrijednosti karakteristične i za društveno poduzetništvo.

Većinu onoga što u Republici Hrvatskoj smatramo dobrim primjerima društvenog poduzetništva pokrenule su upravo organizacije civilnoga društva (bilo osnivanjem izdvojene pravne osobe, najčešće zadruge ili trgovačkog društva, koja svoju dobit vraća OCD-u koji ju je osnovao; bilo organiziranjem društveno-poduzetničke inicijative u okviru djelovanja same organizacije – kao jedne od aktivnosti koju organizacija provodi kako bi osigurala samoodrživost, ali i organiziranjem izobrazbe za pojedince i organizacije koje su zainteresirane za razvoj društvenog poduzetništva)²³. Društveni poduzetnici kao i OCD-ovi se u svom radu suočavaju s teškoćama nedostatnih financijskih sredstava i znanja o pokretanju, upravljanju i održivosti poslovanja, prevelikoj ovisnosti o donacijama i financiranju od strane javnog sektora. Nepovjerljivost ulagača i bankarskog sektora za kreditiranje i zajmove onemogućuje razvoj oba segmenta. Unatoč tome, možemo pratiti raznolike pojavne oblike hrvatskih društvenih poduzetnika - od institucionalnih (razvijena društvena poduzetništva kroz pravni okvir udruga, zadruge, 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).¹⁴

U nastavku se mogu pronaći podaci koji su dobiveni mapiranjem i analizom kroz istraživanje provedeno u sklopu projekta iPRESENT iz 2015. godine, a kojeg je provodio Institut društvenih znanosti Ivo Pilar, Zagreb. Istraživanjem je dovelo do sljedećih podataka: ukupnog broja društvenih poduzeća i raspodjela istih prema pravnim oblicima, godine osnutka, regionalne rasprostranjenosti prema županijama, broj zaposlenih, godišnjih prihoda i kao najvažniji podatak udio prihoda kroz obavljanje poduzetničke aktivnosti.

Tablica 2. Akteri društvenog poduzetništva u Republici Hrvatskoj

Godina	2013	2014
Pravni oblik		
UDRUGE	45	44
ZADRUGE	36	31
TRGOVAČKA DRUŠTVA	13	13
USTANOVE	1	2
UKUPNO:	95	90

Izvor: D. Šimleša, J. Puđak, F. Majetić, A. Bušljeta Tanković, Mapiranje novih obzora: Stanje društvenog poduzetništva u Republici Hrvatskoj 2015., Institut društvenih znanosti Ivo Pilar, Zagreb, 2015., 61.str

Smanjenje broja aktera prema istraživanju provedenog u sklopu projekta iPRESENT, prepisuje se prestanku rada i blokada, uglavnom u području zadruga, obzirom da je zadrugama u Hrvatskoj teže opstati nego udrugama. U nastavku možemo vidjeti kako izgleda udio pravnih oblika društvenih poduzetnika u postocima.

Važno je napomenuti kako niti jedno Ministarstvo ili drugo tijelo Republike Hrvatske ne provodi istraživanja o stanju društvenih poduzeća te ne provodi evidenciju istih, pa tako ne postoje ni redovna i novija istraživanja o društvenim poduzećima. S obzirom na to, teško je ili nemoguće doći do novijih saznanja o društvenom poduzetništvu u Republici Hrvatskoj, a s tim je razlogom proveden intervju s Teodorom Petričevićem,

¹⁴ Strategija razvoja društvenog poduzetništva u Republici Hrvatskoj za razdoblje od 2015. do 2020. godine, 2015. [online]. Dostupno na: <http://www.esf.hr/wordpress/wp-content/uploads/2015/02/Strategija-razvoja-dru%C5%A1tvenog-poduzetni%C5%A1tva-u-RH-za-razdoblje-2015-2020.pdf>

direktorom ACT grupe koji ima više od 15 godina iskustva u organizacijskom razvoju, prikupljanju sredstava i izgradnji kapaciteta organizacija civilnog društva i društvenih poduzeća. Naime, istraživanja s novijim datumom provode upravo pojedinci koji su uvidjeli sve benefite društvenog poduzetništva te rade na jačanju i poticanju istog.

Nastavno intervjuu s Teodorom Petričevićem, direktorom ACT grupe, a koji je proveden prilikom sudjelovanja na radionici “Društveno poduzetništvo – mogućnost realizacije društvenih inovacija” u Puli, 4.6.2019. godine, dolazimo do nekoliko novih saznanja o društvenom poduzetništvu u Republici Hrvatskoj, pa tako i do saznanja o stanju broja društvenih poduzeća u 2018. godini.

Tablica 3. Broj društvenih poduzeća u 2018. godini

PRAVNI OBLIK	BROJ
UDRUGE	441
ZADRUGE	137
ZAKLADE	5
TVRTKE	69
INSTITUCIJE	12
ZAŠTITNE RADIONICE	7
UKUPNO:	671

Izvor: Teodor Petričević, Intervju proveden u lipnju 2019. godine

Nastavno prikazu u tablici broj 3 koja nam prikazuje broj društvenih poduzeća u 2018. godini, donosimo prikaz porasta cjelokupnog broja društvenih poduzeća od 2013. do 2018. godine.

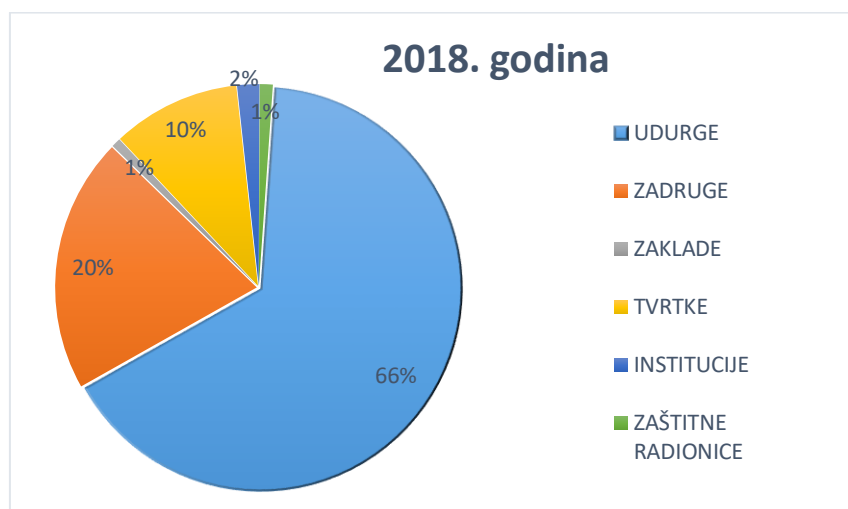
Graf 1. Prikaz porasta broja društvenih poduzeća 2013-2018



Izvor: Teodor Petričević, Intervju proveden u rujnu 2019. godine

Dakle, graf broj 5 prikazuje porast broja društvenih poduzeća u 2018 u usporedbi s 2013. te 2014. godinom. Možemo vidjeti kako je broj porasao za čak 581 društveno poduzeće. No, obzirom da još uvijek ne postoji baza društvenih poduzeća koju evidentira Ministarstvo rada i mirovinskog sustava, koje je kao nositelj aktivnosti izrade evidencije navedeno u Strategiji ne možemo sa sigurnošću tvrditi kako je ovo točan broj. Nastavno na dobiveno saznanje o društvenom poduzetništvu u provedenom intervjuu s Teodorom Petričevićem, zasigurno možemo reći kako broj društvenih poduzeća raste te se svjest o društvenom poduzetništvu i benefitima koje nam društveno poduzetništvo donosi iz godine u godinu raste.

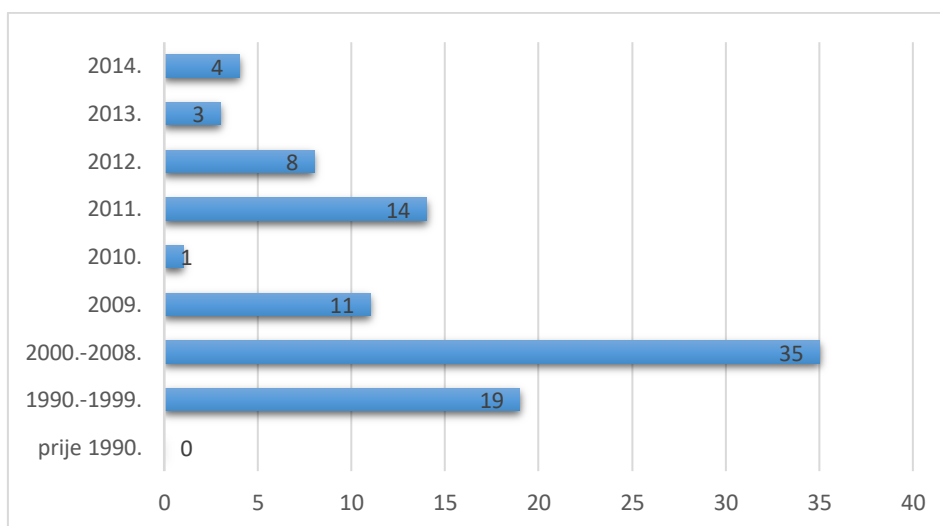
Graf 2. Udio pravnih oblika u društvenom poduzetništvu u Hrvatskoj za 2018. godinu



Izvor: Teodor Petričević, Intervju proveden u lipnju 2019. godine

Graf broj 2 prikazuje nam udio pravnih oblika u društvenom poduzetništvu u Hrvatskoj za 2018. godinu. Možemo vidjeti kako najveći broj čine upravo udruge s čak 66%, te slijede zadruge s 20% i tvrtke s 10% dok zadruge, institucije i zaštitne radionice čine neznatan postotak.

Graf 3. Akteri društvenog poduzetništva prema godini osnutka



Izvor: D. Šimleša, J. Puđak, F. Majetić, A. Bušljeta Tanković, Mapiranje novih obzora: Stanje društvenog poduzetništva u Republici Hrvatskoj 2015., Institut društvenih znanosti Ivo Pilar, Zagreb, 2015., 62.str

Grafikon 3 nam prikazuje broj društvenih poduzeća osnovanih po istraživanim godinama. Možemo vidjeti kako je najveći broj poduzeća osnovan 2011. godine.

Tablica 4. Društveno poduzetništvo po županijama 2014. godine

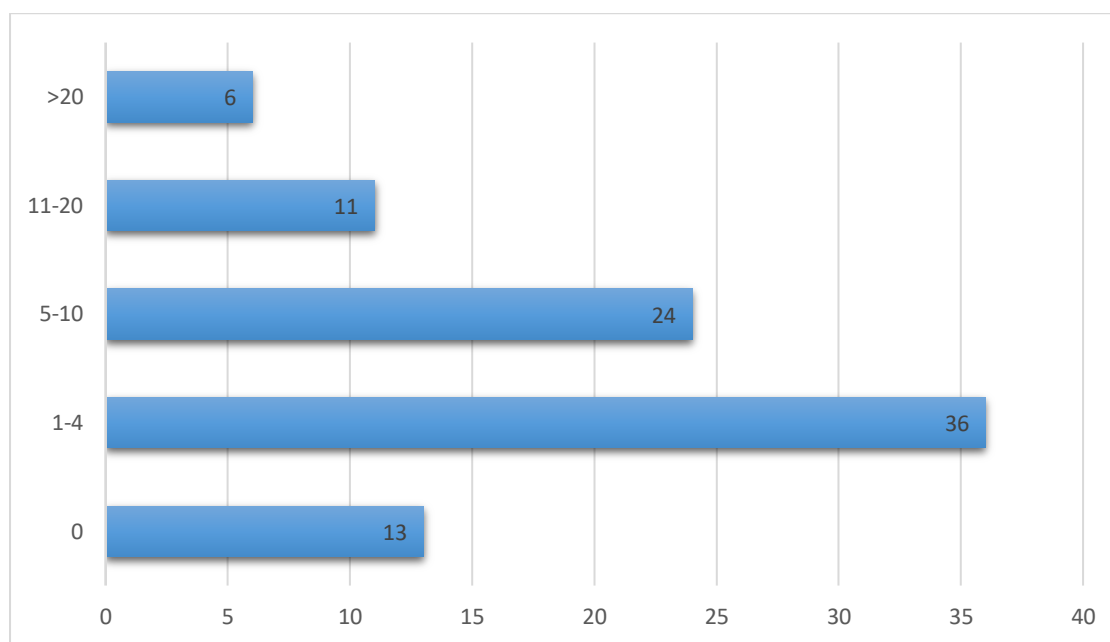
ŽUPANIJA	BROJ	%
Splitsko – dalmatinska	17	18,89%
Osječko branjska	14	15,56%
Grad Zagreb	10	11,11%
Istarska	9	10,00%
Međimurska	8	8,89%
Dubrovačko-neretvanska	6	6,67%
Bjelovarsko - bilogorska	6	6,67%
Šibensko kninska	6	6,67%
Primorsko-goranska	4	4,44%
Varaždinska	3	3,33%
Koprivničko križevačka	2	2,22%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

Izvor: D. Šimleša, J. Puđak, F. Majetić, A. Bušljeta Tanković, Mapiranje novih obzora: Stanje društvenog poduzetništva u Republici Hrvatskoj 2015., Institut društvenih znanosti Ivo Pilar, Zagreb, 2015., 63.str

Teritorijalna pripadnost aktera društvenog poduzetništva daje zanimljivu sliku u kojoj dvije županije, Splitsko-dalmatinska i Osječko-baranjska, okupljaju više od trećine svih upisanih u bazu. Prema Analizi zadružnog saveza (HSZ, 2014.) upravo su te županije vodeće i po broju zadruga u Republici Hrvatskoj. Prema gore navedenoj tablici možemo vidjeti kako čak više od polovine županija ima manje od tri, a zabrinjavajuć je i podatak da šest županija nema ni jednog aktera društvenog poduzetništva.

Kako je već spomenuo, istraživanje Instituta Ivo Pilar iz 2015. godine donosi nam i broj zaposlenih, što je jedan od najbitnijih podataka za sektor jer upućuje na potencijale i važnost društvenog poduzetništva. Akteri društvenog poduzetništva koji su se nalazili bazi Instituta iz 2013. godine zapošljavali su 784 osobe, dok se 2014. godine taj broj povećao na 795 zaposlenih osoba, iako je broj društvenih poduzeća s 2013. godine na 2014. smanjen za 5,26%.

Graf 4. Broj zaposlenih u društvenom poduzetništvu 2014. godine



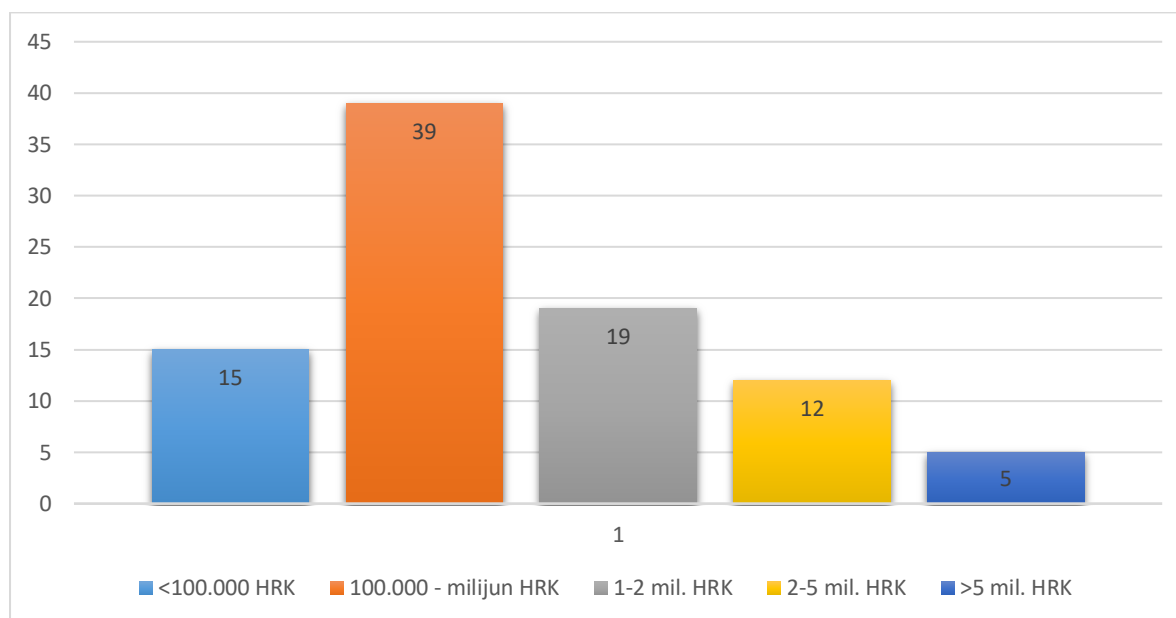
Izvor: D. Šimleša, J. Puđak, F. Majetić, A. Bušljeta Tanković, Mapiranje novih obzora: Stanje društvenog poduzetništva u Republici Hrvatskoj 2015., Institut društvenih znanosti Ivo Pilar, Zagreb, 2015., 63.str

Grafikon 4 nam prikazuje broj zaposlenih osoba prema broju aktera. Možemo vidjeti kako manje od petine aktera (ukupno njih 17) ima više od 10 zaposlenih te pripadaju grupaciji malih poduzeća. Prema istraživanju Instituta, 12 od 13 aktera koji nemaju niti jednog zaposlenog čine zadruge. Zabrinjavajuć je podatak što prema već spomenutom izvještaju Analiza zadružnog sustava (HSZ, 2014) čak 58% zadruga u Republici Hrvatskoj nema ni jednu zaposlenu osobu. Dakle, otvara se pitanje o kapacitetima i mogućnostima koje Zadruge, odnosno takvi poslovni subjekti, imaju za opstanak na tržištu, a obzirom da iste prema podacima iz 2014. godine čine 34,44%, dok prema gore navedenim podacima iz 2018. godine čine 20,42% ukupnog broja društvenih poduzeća. Ovaj podatak možemo povezati i s činjenicom da je u Tablici 2.

najveći broj aktera društvenog poduzetništva smanjen u 2014. godini, a uspoređujući s 2013. godinom, upravo broj Zadruga. Iako smo već u samoj definiciji društvenog poduzetništva zaključili kako prioritet društvenog poduzetništva nije zapošljavanje već ostvarenje društvenog učinka, Zadruga kao poslovni subjekti djeluju na tržištu kao i sva druga poduzeća te je prepreke i izazove teško „prebroditi“ ukoliko ne postoji određena razina profesionalizacije što usko podrazumijeva i zaposlene osobe.

Prema istraživanju Instituta, ukupni ostvareni prihodi društvenih poduzeća u 2013. godine iznosio je 188.282.030,00 kuna, dok se 2014. godine bilježi blagi pad te ukupan godišnji prihod iznosi 178.659.135,00 kuna. To nisu više mali iznosi i predstavljaju značajne kapacitete i zalag aktera društvenog poduzetništva.¹⁵

Graf 5. Godišnji prihod aktera društvenog poduzetništva



Izvor: D. Šimleša, J. Puđak, F. Majetić, A. Bušljeta Tanković, Mapiranje novih obzora: Stanje društvenog poduzetništva u Republici Hrvatskoj 2015., Institut društvenih znanosti Ivo Pilar, Zagreb, 2015., 66.str

Vidimo da većina aktera ima godišnji prihod do 2 milijuna kuna. No, i ovdje se ponavlja situacija slična prethodnoj temi, pa udruge imaju godišnji prihod gotovo dvostruko veći od zadruga upisanih u bazu. Ono što poziva na dodatan komentar jest prvi stupac u kojem se vidi kako svaki šesti akter društvenog poduzetništva ima

¹⁵ D. Šimleša, J. Puđak, F. Majetić, A. Bušljeta Tanković, Mapiranje novih obzora: Stanje društvenog poduzetništva u Republici Hrvatskoj 2015., Institut društvenih znanosti Ivo Pilar, Zagreb, 2015., 66.str

godišnji prihod manji od 100.000,00 kuna što je zaista nevelik iznos. Taj podatak, kao i prethodni o broju zaposlenih, može se gledati dvojako: ili kao znak slabosti zbog malih ekonomskih indikatora ili kao znak inovativnosti i maštovitosti da se i s malim sredstvima djeluje prema ispunjenu društvenih ciljeva i zadovoljavaju potrebe korisnika i lokalne zajednice. Radi se uglavnom o manjim organizacijama lokalnog karaktera koje ipak ispunjavaju svoju ulogu važnih aktera u smanjenju siromaštva i marginaliziranosti te jačanju socijalne kohezije i solidarnosti. Bez obzira na to što bespogovorno zagovaramo jačanje ekonomske pozicije i financijske potpore sektoru i akterima društvene ekonomije, potrebno je ostati otvoren i za manje (ne)formalne oblike provođenja poduzetničkih ideja i aktivizma, lokalne akcije direktnog pomaganja i volontiranja.¹⁶

4.1. ZAKONSKI OKVIR

Hrvatsko društvo već godinama osjeća posljedice svjetske gospodarske krize koja još od 2008. godine snažno utječe ne samo na gospodarske nego i na ostale segmente života. Uz promjene načina i procesa poslovanja koji su usko povezani s (ne) prilagođavanjem tržišta rada, obilježenog kontinuiranim rastom nezaposlenosti, nužno dolazi do preispitivanja uobičajenih tržišnih postulata i to ne samo u okviru ekonomske politike nego i do snažne potrebe uvažavanja pojedinca kao nositelja promjene, a u skladu s potrebom jačanja društvene, odnosno socijalne svijesti, te osvješćivanja uloge okolišnog i održivog razvoja. Europska unija je prepoznala značenje društvenog poduzetništva kao jednog od ključnih elementa u prevladavanju trenutačnih socijalnih i ekonomskih problema. Društveno poduzetništvo naslanja se na Strategiju Europa 2020, posebno na prioritet koji se odnosi na uključiv rast. 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.

¹⁶ D. Šimleša, J. Puđak, F. Majetić, A. Bušljeta Tanković, op. cit., str. 66.

4.1.1. Strategija razvoja društvenog poduzetništva u Republici Hrvatskoj

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.

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:

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.

Nacionalna strategija sastoji se od ukupno 5 mjera kako slijedi:

Mjera 1. Uspostava i unapređenje zakonodavnog i institucionalnog okvira za razvoj društvenog poduzetništva

Mjera 2. Uspostava financijskog okvira za učinkovit rad društvenih poduzetnika

Mjera 3. Promicanje važnosti i uloge društvenog poduzetništva kroz sve oblike obrazovanja

Mjera 4. Osiguranje vidljivosti uloge i mogućnosti društvenog poduzetništva u Republici Hrvatskoj i informiranje opće javnosti o temama u vezi s društvenim poduzetništvom

Mjera 5. Praćenje provedbe Strategije¹⁷

Nacionalna strategija za razvoj društvenog poduzetništva ustvrdila je 9 kriterija prepoznavanja društvenih poduzetnika:

- Društveni poduzetnik ostvaruje ravnotežu društvenih, okolišnih i ekonomskih ciljeva poslovanja.
- 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.
- 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.
- Društveni poduzetnik najmanje 75% godišnje dobiti, odnosno višak prihoda ostvaren obavljanjem svoje djelatnosti ulaže u ostvarivanje i razvoj ciljeva poslovanja, odnosno djelovanja.
- Društvenog poduzetnika odlikuje dobrovoljno i otvoreno članstvo te autonomija poslovanja, odnosno djelovanja.
- Republika Hrvatska, jedinica lokalne i područne (regionalne) samouprave ili tijelo javne vlasti ne može biti isključivi osnivač društvenog poduzetnika.
- 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.

¹⁷ Strategija razvoja društvenog poduzetništva u Republici Hrvatskoj za razdoblje od 2015. do 2020. godine, 2015. [online]. Dostupno na: <http://www.esf.hr/wordpress/wp-content/uploads/2015/02/Strategija-razvoja-dru%C5%A1tvenog-poduzetni%C5%A1tva-u-RH-za-razdoblje-2015-2020.pdf>

- 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.
- 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.

4.1.2. Pravni oblici djelovanja

Problem neusklađenosti definicija društvenog poduzetništva, društvenih poduzeća postoji u cijelom svijetu što dovodi do problematike prilikom cjelokupnog obuhvata društvenih poduzeća u istraživanjima. Unatoč tome, iz različitih istraživanja možemo vidjeti kako su najčešći oblici djelovanja društvenih poduzeća u središnjoj i istočnoj Europi socijalne zadruge, udruženja građana i fondacije.

Dakle, pravni oblici djelovanja društvenih poduzeća u Republici Hrvatskoj jesu sljedeći:

- Trgovačka društva: Društvo s ograničenom odgovornošću (d.o.o.) i Dioničko društvo (d.d.)
- Zadruga
- Obrt
- Udruga
- Zaštitna radionica i radni centar

4.2. SWOT ANALIZA

U SWOT analizi su predstavljene istaknute snage i slabosti sektora društvenog poduzetništva te istaknute mogućnosti i prijetnje iz okruženja koje su izvučene iz SWOT analize u Nacionalnoj strategiji razvoja društvenog poduzetništva u Republici Hrvatskoj, a koje se odnose i na današnje stanje društvenog poduzetništva u Republici Hrvatskoj. Svi elementi analize prikupljeni su od dionika tj. članova Radne skupine za izradu Strategije. Analiza je bila polazna točka u osmišljavanju mjera i aktivnosti Strategije.

Tablica 5. SWOT analiza društvenog poduzetništva u Republici Hrvatskoj

SNAGE	SLABOSTI
<p>Postojanje podrške razvoju unutar samog sektora društvenog poduzetništva (mreže CEDRA HR, SEFOR, ZEF), temeljene na inicijativi iz civilnog društva • Duga tradicija zadrugarstva u Republici Hrvatskoj • Postojanje organizacija koje su u mogućnosti poticati i promicati društveno poduzetništvo (regionalne razvojne agencije, društvenopoduzetničke mreže, zaklade, Regionalni centri podrške i županijske suradne organizacije) • Postojanje investicijskih potpora za razvoj poduzetništva od strane državnih institucija (Poduzetnički impuls) • Razvoj poticajnog okruženja za razvoj malog i srednjeg poduzetništva u Republici Hrvatskoj (Strategija razvoja poduzetništva 2013.-2020.)</p>	<p>Nejasno i neusuglašeno razumijevanje društvenog poduzetništva među dionicima • Nepostojanje analiza • Postojeći sustavi podrške društvenog poduzetništva nemaju javnu institucionalnu podršku na nacionalnim, županijskim i lokalnim razinama pa se značajna količina resursa troši na pribavljanje sredstava za održivost sustava • Manjak kvalitetnog i jasnog zakonodavnog okvira vezanog uz društveno poduzetništvo • Manjak financijskih instrumenata dostupnih potencijalnim društvenim poduzetnicima • Nerazvijeni mehanizmi dokumentiranja i statističkog praćenja društvenog poduzetništva • Manjak jasnih i pouzdanih podataka o veličini i utjecaju sektora društvenog poduzetništva • Kašnjenja i nekoherentnost reforme sustava socijalne skrbi, uključujući i razvoj socijalnih usluga u zajednici • Neusklađenost sustava obrazovanja s potrebama tržišta rada • Nepostojanje nacionalnog sustava i metodologije za mjerenje utjecaja društvenih poduzetnika</p>
<p>MOGUĆNOSTI</p>	<p>PRIJETNJE</p>
<p>• Pojačana svijest dionika o potrebi promišljanja alternativnih ekonomskih modela zbog krize liberalnog kapitalizma • Veliki raspon inovacija u području društvenog poduzetništva širom svijeta • Dostupna međunarodna suradnja i razmjena informacija • Nove suradnje, međusektorska umrežavanja i partnerstva na svim razinama • Rastuća svjesnost o važnosti sektora društvenog poduzetništva kod JLRS</p>	<p>• Moguće administrativne prepreke zbog neprepoznavanja punog potencijala društvenog poduzetništva od strane državnih/javnih institucija i regionalnih/lokalnih zajednica • Nefleksibilnost zakonodavnog okvira za stvaranje poticajnog okruženja za razvoj društvenog poduzetništva • Izostanak suradnje institucija: nacionalnih-regionalnih-lokalnih • Nevidljivost ostvarenih pozitivnih efekata poslovanja društvenih poduzetnika</p>

Izrada autorice prema: Strategija razvoja društvenog poduzetništva u Republici Hrvatskoj za razdoblje od 2015. do 2020. godine [online]. Dostupno na: <http://www.esf.hr/wordpress/wp-content/uploads/2015/02/Strategija-razvoja-dru%C5%A1tvenog-poduzetni%C5%A1tva-u-RH-za-razdoblje-2015-2020.pdf>

Kvalitetniji pristup financijskim instrumentima na tržištu kapitala, kao jedno od najvažnijih područja za razvoj sektora društvenog poduzetništva, Europska komisija je odlučila potaknuti kroz uspostavljanje regulatornog okvira za fondove za društvena ulaganja. Dokument „European Social Entrepreneurship Funds – EuSEF“ usvojen je s ciljem jednostavnije identifikacije financijskih fondova usmjerenih na ulaganje u društvene poduzetnike. Navedeni fondovi će imati obvezu ulaganja 70% financijskog kapitala u razvoj i podržavanje društvenog poduzetništva. Aktivnosti usmjerene razvoju društvenog poduzetništva su predviđene i unutar Strukturnih fondova Europske unije, tj. Europskog socijalnog fonda (ESF) i Europskog fonda za regionalni razvoj (EFRR). Unutar EFRR-a, kroz investicijski prioritet 9.3. Podrška društvenim poduzetnicima potiče se kvalitetniji pristup financijskim instrumentima i podizanje infrastrukturnih kapaciteta, dok se kroz ESF, tj. investicijski prioritet 9.8. Promocija socijalne ekonomije i društvenog poduzetništva potiču aktivnosti vidljivosti i podizanja kapaciteta društvenih poduzetnika u svim aspektima poslovanja. U procesu programiranja za strukturne fondove, odlučeno je da investicijski prioritet 9.8. Promocija socijalne ekonomije i društvenog poduzetništva objedini aktivnosti predviđene za financiranje kroz ESF i EFRR, te je postao sastavni dio Operativnog programa Učinkoviti ljudski potencijali 2014.-2020. Uz Strukturne fondove, temelj za ispunjavanje strateških ciljeva vezanih uz zapošljavanje i socijalno uključivanje tvori i program Europske unije za zapošljavanje i socijalne inovacije (EaSI) 2014.-2020. Program integrira i proširuje tri postojeća programa: (1) Progress (Program za zapošljavanje i socijalnu solidarnost), (2) EURES (Mreža javnih zavoda za zapošljavanje u partnerstvu s Europskom komisijom) i (3) Mikrofinancijski instrument „Progress“. Progress program će u razdoblju 2014.-2020. nastaviti s dosadašnjim aktivnostima razvoja i koordinacije politika Europske unije kroz analize i razmjenu iskustava, te će imati poseban proračun za socijalne inovacije i razvoj socijalnih politika. Mikrofinancijski instrument „Progress“ se proširuje i na sektor društvenog poduzetništva, te će se kroz njega financirati jačanje kapaciteta financijskih institucija,

ojačati potpora pružateljima kredita i podržati razvoj društvenog poduzetništva kroz lakši pristup financijama. Za potrebe podrške sektora društvenog poduzetništva alocirano je 85 milijuna EUR.

5. PRIMJERI DOBRE PRAKSE

U nastavku dovodimo pregled dva primjera uspješnih društvenih poduzeća u Republici Hrvatskoj, koji nam ugovore da se unatoč preprekama i lošeg poznavanja terminologije, društveno poduzetništvo u Republici Hrvatskoj ipak razvija te postoji. Teo Petričević, direktor ACT Grupe, jedan je od vodećih osoba u Republici Hrvatskoj koji uvleike širi svijest o društvenom poduzetništvu i društvenim inovacijama koje su usko vezane uz društveno poduzetništvo, a koji svoje znanje sa zadovoljstvom dijeli i s drugim osobama. Tako je, upravo na jednoj radionici o društvenom poduzetništvu vođenom od strane t. Petričevića, Danijela Kasumović maružin dobila dovoljno znanja i informacija kako bi poreknula sovje društveno poduzeće – Bisto Punkt. Osim primjera društvenih poduzeća koji su osnovani od strane entuzijasta – privantih osoba, imamo i Mon Perin d.o.o., durštveno poduzeće u vlasništvu lokalne zajednice.

5.1. ACT Grupa

ACT djeluje kao udruga čije je temeljno usmjerenje razvoj civilnog društva i zajednice kroz društveno poduzetničke aktivnosti. Autonomni centar ACT je do sada pružio pomoć pri osnivanju nekoliko društvenih poduzeća od kojih ističemo Autonomni centar ACT, ACT Printlab, ACT Konto, CEDRA Čakovec, Socijalnu zadruga Humana Nova, Centar za pomoć u kući Međimurske županije, Socijalnu poljoprivrednu zadrugu Domaći vrt i ACT Press.

ACT Grupa je zajednica stvaratelja promjena koja jača ekosustav impact ekonomije u Hrvatskoj i regiji srednje i istočne Europe. Kroz strukturirane i korisnicima prilagođene programe potpore fokusirane na edukaciju, umrežavanje i financijsku podršku, omogućavaju brzi rast poduzeća s pozitivnim društvenim utjecajem. Povećavaju društveni utjecaj i investitora i poduzetnika. Vizija ACT Grupe je ekosustav koji omogućuje brzi rast poduzećima s društvenim utjecajem. Svoje korisnike želi potaknuti da budu inovativni, da razmišljaju van okvira, da budu fokusirani i ustrajni, da brinu za ljude, za svoj tim, da njeguju pitanje zašto rade poduzetnički pothvat, imaju jaki utjecaj i agilni proaktivni pristup, da budu spremni na neuspjeh kao način učenja.

ACT Grupa je dobitnica više domaćih i međunarodnih nagrada i priznanja te članica nekoliko europskih i globalnih mreža za podršku društvenim i impact poduzećima.

Razvoj i utjecaj ACT Grupe tijekom (prvih) 15 godina djelovanja opisuje knjiga "Pank poduzetnici", autora Roberta Posavca - prva hrvatska knjiga o društvenoj ekonomiji, razvoju neprofitnih poduzeća te profitnih poduzeća sa snažnim društvenim utjecajem. Priča donosi trenutke uspjeha i ponosa, ali i niz događaja koji se nisu trebali dogoditi, no koji vjerno i otvoreno govore o pogreškama do kojih može doći u poslovanju, posebno upravljanju.

Jedno od uspješnih poduzećam, Socijalna zadruga Humana Nova zapošljava 50 osoba, od čega 26 osoba s invaliditetom, 11 osoba starijih od 50 godina, 1 visoko obrazovana mlada dizajnerica tekstila (kojoj je to prvo zaposlenje), 10 osoba mlađih od 30 godina, jedna osoba pripadnik nacionalne manjine, 4 dugotrajno nezaposlene mlade majke, 2 branitelja, te upravitelji stručnjak u području gospodarenja otpadom, ekonomist i sociolog. Vizija je Socijalne zadruga Humana Nova je postati lider društvenog poduzetništva, prepoznat u široj regiji te da svojim djelovanjem aktivno i izravno doprinese izgradnji društva tolerancije i suradnje te pomogne socijalno isključenim osobama i njihovim obiteljima unaprijediti njihovo samopouzdanje i kvalitetu života.¹⁸

ACT Printlab kaodruštveno poduzeće u vlasništvu udruge, motivirano je iniciranjem/stvaranjem socijalnih/društvenih promjena, a ne maksimiziranjem dobiti. Godišnjim natječajem za donacije udrugama, natječajem za usluge, sustavom nagradnih bodova za klijente, sufinanciranjem razvojnih projekata Autonomnog centra - ACT, vraćaju zajednici ono što je u njih uložila. Misija ACT Printlab-a d.o.o. je postati neprofitno društveno poduzeće, grafički i web dizajn studio, koji partnerima nudi profesionalne, kvalitetne, inovativne proizvode i usluge koji prate/odgovaraju potrebama partnera (i zajednice). Vizija je postati vodeće društveno poduzeće na području grafičkog i web dizajna u RH i zemljama u okruženju.¹⁹

5.2. Bistro Punkt

Punkt je društvo s ograničenom odgovornošću koje se nalazi u Puli, Istra. Tvrtka djeluje na području pripreme i cateringa hrane zapošljavanjem osoba s invaliditetom te je osnovan 2016. godine, nakon čega su početkom 2017. godine otvorena i vrata restorana. Unatoč relativno kratkom vijeku života, Punkt je već pokazao pozitivne

¹⁸ Socijalna zadruga Humana Nova [online] Dostupno na: <https://www.humananova.org/hr/about/>

¹⁹ ACT Printlab [online] Dostupno na: <http://www.printlab.hr/web/hr/>

trendove rasta zaposlenosti i financijske održivosti. Tako je u 2 godine broj zaposlenih s dvoje povećan na čak 11, od kojih je 7 zaposlenih s posebnim potrebama, što čini gotovo 70%. Za razliku od uobičajenih trendova u hrvatskim društvenim poduzećima, ovo je društveno poduzeće osnovala jedna fizička osoba, Danijela Kasumović Maružin, koja je više od 10 godina bila zaposlena u Školi za odgoj i obrazovanje u Puli, školi za osobe s invaliditetom. Bila je uključena u tečajeve vezane uz prehrambene usluge i poljoprivredu, kao i u vođenju školske zadruge. Tamo je skupila bogato iskustvo u radu s mladima s invaliditetom i svjedočila kako im je još uvijek teško zaposliti se. Postala je svjesna da, unatoč obrazovanju i naporima škola i struka koji stvaraju kvalificirane i zapošljive mlade osobe s invaliditetom, u vanjskom svijetu i na tržištu još uvijek postoje mnoge prepreke. Provedenim istraživanjima došla je do zaključka kako većina poslodavaca nije spremno i ne želi zaposliti takve osobe, no istaknuli su spremnost i volju na korištenje usluga koje pružaju osobe s posebnim potrebama. Jedan od glavnih motiva pokretanja društvenog poduzeća bilo je uočeno vrlo loše psihičko stanje osoba s posebnim potrebama, koje je razvijeno prilikom izostanka psihološke i društvene dimenzije u njihovim životima. Bivši su učenici razvijali znakove depresije, psihoze, neki od njih imali su problema s alkoholom te prostitucijom, s toga je snažno motivirana i iskusna, odlučila je pokrenuti društveno poduzeće i pružiti njihovim učenicima priliku za zapošljavanje i integraciju. Način stvaranja poduzeća u ovom je slučaju također bio posve drugačiji - nije ga pokretalo nikakvo financiranje niti ga je podržao vanjski donator. Danijela je uz potporu svoga muža uložila svu ušteđevinu, odnosno vlastiti kapital u pokretanje društvenog poduzeća.

Glavna svrha tvrtke je zapošljavanje osoba s invaliditetom, prije svega mladih koji napuštaju specijalno strukovno obrazovanje. Glavne poslovne aktivnosti u kojima Punkt posluje su priprema hrane, posluživanje hrane i ugostiteljstvo. U restoranu je zaposlen profesionalni kuhar. Uz glavne poslovne aktivnosti, Punkt uzgaja nekoliko biljaka i ljekovitog bilja i pruža priliku za dodatne aktivnosti socijalizacije i integracije osoba s invaliditetom.

Prilikom intervjua provedenog u rujnu 2019. godine, a u svrhu izrade ovog Završnog rada, Danijela Kasumović Maružin istaknula je kako je osim zapošljavanja osoba s posebnim potrebama, društveno poduzeće pokrenula i s ciljem senzibilizacije lokalne sredine. Tako je u budućem periodu jedan od ciljeva pokrenuti i „Senzorni vrt“ koji bi

služio za senzibilizaciju djece od malih nogu. Obzirom da su sva radna mjesta u Bistrou Punkt popunjena, cilj je i pokrenuti proizvodnju Ekološku proizvodnju voća i povrća s ciljem dodatnog zapošljavanja osoba s posebnim potrebama, a što gđa. Danijela navodi kao glavni motiv postojanja Bistroua Punkt.

Danijela Kasumović Maružin navodi i prepreke s kojima se susreće prilikom poslovanja. Naime, prilikom same ideje o pokretanju društvenog poduzeća, a o kojem je više znanja dobila upravo na radionici Teodora Petričevića, navodi kako terminologija „Društveno poduzetništvo“ ljudima te zaposlenicima u javnim službama – Porezna uprava, Zavod za zapošljavanje i sl. nije poznata te pravni termin društvenog poduzeća još uvijek, unatoč postojanju Strategije o razvoju društvenog poduzetništva, ne postoji. Na veliko zadovoljstvo i inicijativu, odnosno zamolbu upućenu Gradu Puli od strane osnivačice Bistroua Punkt, ove su godine mjere natječaja koji su bili zatvoreni za ugostiteljstvo i poljoprivredu otvorene za zapošljavanje osoba s invaliditetom, što je otvorilo mogućnost zapošljavanja dodatne 2 osobe.

Unatoč preprekama, Danijela Kasumović Maružin posluje s „pozitivnom nulom“ uz stalna ulaganja u proširenje pogona te zapošljavanje novih osoba.

5.3. Mon Perin d.o.o.

Mon Perin d.o.o. je primjer društvenog poduzeća u vlasništvu lokalne zajednice.²⁰ Poduzeće je nastalo i djeluje u maloj istarskoj općini Bale ili Valle kao pokušaj lokalnih općinskih vlasti da stvori lokalno poduzeće koje će aktivno gospodariti turističkim resursima, poticati lokalno zapošljavanje i dobit reinvestirati u zajednicu u kojoj se i stvara. Općina Bale-Valle je bila jedna od najsiromašnijih u Istri. Za razliku od ostalih istarskih općina, turizam u njoj nije bio osobito razvijen. Na području općine su postojala samo dva autokampa koja su se svake godine davala u najam poduzećima koje su ih koristile samo u doba ljetne sezone. Zahvaljujući svojem zaostajanju u turističkom razvoju, općina Bale je sačuvala jednu od posljednjih netaknutih obala Istre, a jedini kapaciteti koji su na tom dijelu obale bili izgrađeni su bila dva spomenuta auto kampa. Općinske su vlasti 2005. godine donijele odluku o osnivanju poduzeća Mon Perin d.o.o. pri čemu su pozvale sve građane Bala da

²⁰ Prema: M. Medić, Poduzetništvo u službi zajednice, Zbornik radova o društvenom poduzetništvu. Nacionalna zaklada za razvoj civilnog društva, Zagreb, 2012., str. 70

postanu suvlasnici poduzeća. Ulagački udjeli su ograničeni na iznose do 50.000 kuna. Ovom mjerom se nastojalo spriječiti da malobrojni bogati pojedinci posjeduju većinski vlasnički udio u poduzeću. Također je mogućnost dokapitalizacije poduzeća ponuđena samo žiteljima općine Bale. Na poziv općine se odazvao veliki broj građana Bala, pa su tako sada uz općinu Bale suvlasnici poduzeća Mon Perin d.o.o. i lokalni žitelji. Ujedno su raskinute koncesije s poduzećima koje su upravljale kampovima San Polo i Colone te su kampovi dani na upravljanje novoosnovanom poduzeću u vlasništvu lokalne zajednice. Pri tome valja istaknuti da je prihod koji ostvaruje općina Bale od koncesija na kampove porastao s 250.000 kn, koliko su godišnje za najam kampova plaćali koncesionari do 2005. godine, na 2,5 milijuna kuna koliko sada u općinski proračun uplaćuje poduzeće Mon Perin d.o.o. Osim kampova općina Bale je poduzeću Mon Perin d.o.o. dala na upravljanje i poslovne prostore u samom mjestu Bale. Tu priča ne završava, jer da bismo razumjeli svjetonazor iz kojega u općini Bale izniče ideja o zajedničkom upravljanju i korištenju lokalnih gospodarskih kapaciteta, moramo razumjeti otvorenost lokalnih vlasti za razvoj modela sudioničke demokracije u praksi. Općina Bale je jedna od rijetkih općina u Hrvatskoj u kojoj se sve važnije odluke općinskih tijela donose javno u lokalnoj sportskoj dvorani. Pri tome svi žitelji imaju pravo sudjelovati u raspravi i na licu mjesta nadzirati odluke koje donose općinski vijećnici. Nikakva agresivna apartmanizacija i izgradnja velikih hotela, golf igrališta i marina ne dolazi u obzir za stanovnike Bala. U službu održivog turizma skladno su stavljene i stare istarske farme (stancije) u unutrašnjosti općine. Na njime se sada razvijaju smještajni kapaciteti za elitni turizam jer pored vlastite poljoprivredne proizvodnje ove stancije gostima nude vrhunski smještaj, bazene i ostale sadržaje. Svim ovim kapacitetima upravlja poduzeće Mon Perin d.o.o.

6. ZAKLJUČAK

Tržišni i ekonomski procesi u Republici Hrvatskoj još su uvijek u početnim fazama razvoja pa je vezano uz to u počecima razvoja i društveno poduzetništvo. Iako u Hrvatskoj postoji duga tradicija zadrugarstva, starija od 150 godina, još uvijek ne postoji visoka razvijenost društvenog poduzetništva. Strategija za razvoj društvenog poduzetništva kao jedan od prvih koraka provedbe navodi uspostavu registra ili popisa društvenih poduzeća, odnosno jedinstvene evidencije društvenih poduzetnika. Unatoč tome, isto još uvijek nije učinjeno iako je rok za isto bilo 2. tromjesečje 2016. godine, a pravni termin društvenog poduzeća još uvijek ne postoji. Osim toga, saznanje i terminologija društvenog poduzetništva još je uvijek nepoznanica velikom broju građana, pa samim time i predstavnicima lokalnih, regionalnih pa i nacionalnih vlasti od kojih i bez kojih se ne može govoriti o značajnijem razvoju i jačanju društvenog poduzetništva. Nastavno provedenom intervjuu s osnivačicom Bistrea Punkt, a koja je prilikom pokretanja društvenog poduzeća u Zavodu za zapošljavanje uočila letak o poticanju žena poduzetnica i društvenog poduzetništva, naišla na čuđenje i nepoznavanje terminologije od strane zaposlenica Zavoda za zapošljavanje, a koje bi navedenu mjeru trebale znati i predstaviti.

Obzirom da se sama Strategija ne provodi prema predviđenom, još uvijek ne možemo govoriti o značajnijem utjecaju i razvoju društvenog poduzetništva na gospodarstvo Republike Hrvatske. U usporedbi s 2013. godinom, broj društvenih poduzeća je u 2018. godini s 95 porasao na čak 671 što je dobar pokazatelj širenja svijesti o važnosti društvenog poduzetništva, no još uvijek nedovoljno razvijenoj, a da bi ostavilo značajniji utjecaj na gospodarstvo Republike Hrvatske. Možemo zaključiti kako društveni poduzetnici u Hrvatskoj većinom djeluju kao organizacije civilnoga društva. Iako sada ne možemo govoriti o značajnom utjecaju na cjelokupno gospodarstvo Republike Hrvatske, svakako veliki utjecaj društvena poduzeća ostavljaju u svojim lokalnim zajednicama u kojima djeluju jer „Najmoćnija sila za promjene u svijetu nova je ideja u rukama vodećeg društvenog inovatora/poduzetnika“ Bill Drayton, osnivač Ashoke²¹.

²¹ Ashoka je prva globalna organizacija za promicanje društvenog poduzetništva. Ashoka Global Academy pokazuje i definira kako društveni poduzetnici mogu riješiti probleme na svjetskoj razini, a njezini članovi služe kao arhitekti dinamičnog i konkurentnog građanskog sektora u budućnosti

7. POPIS LITERATURE

1. ACT Printlab [online] Dostupno na: <http://www.printlab.hr/web/hr/> (pristupljeno 15. rujna 2019. godine)
2. Medić, M., Poduzetništvo u službi zajednice, Zbornik radova o društvenom poduzetništvu. Nacionalna zaklada za razvoj civilnog društva, Zagreb, 2012.
3. Petričević, T., Poduzetništvo u službi zajednice, Zbornik radova o društvenom poduzetništvu. Nacionalna zaklada za razvoj civilnog društva, Zagreb, 2012. str
4. Poduzetništvo u službi zajednice, Zbornik radova o društvenom poduzetništvu. Nacionalna zaklada za razvoj civilnog društva, Zagreb, 2012 [online] Dostupno na: https://zaklada.civilnodrustvo.hr/upload/File/hr/izdavastvo/digitalna_zbirka/poduzetnistvo_u_sluzbi_zajednice.pdf (pristupljeno 10. rujna 2019.)
5. Socijalna zadruha Humana Nova [online] Dostupno na: <https://www.humananova.org/hr/about/> (pristupljeno 15. rujna 2019.)
6. Spreckley, F., Priručnik za planiranje društvenog poduzeća, Čakovec/Zagreb, CEDRA Čakovec
7. Strategija razvoja društvenog poduzetništva u Republici Hrvatskoj za razdoblje 2015. – 2020. godine [online] Dostupno na: <http://www.esf.hr/wordpress/wp-content/uploads/2015/02/Strategija-razvoja-dru%C5%A1tvenog-poduzetni%C5%A1tva-u-RH-za-razdoblje-2015-2020.pdf> (pristupljeno 25. kolovoza 2019)
8. Šimleša, D., Puđak, J., Majetić, F., Bušljeta Tanković, A., Mapiranje novih obzora: Stanje društvenog poduzetništva u Republici Hrvatskoj 2015., Institut društvenih znanosti Ivo Pilar, Zagreb, 2015. [online] Dostupno na: <https://www.pilar.hr/wp-content/uploads/2018/01/mapiranje.pdf> (pristupljeno 10. rujna 2019.)
9. V. Cvitanović, Društveno poduzetništvo kao izravni doprinos ekonomskom razvoju, Veleučilište VERN, Zagreb, 2018.[online] Dostupno na: file:///C:/Users/Valentina/Downloads/knjizni_blok_109_126.pdf (pristupljeno 25 kolovoza 2019.)

8. POPIS TABLICA I GRAFOVA

POPIS TABLICA

Tablica 1. Usporedba poslovanja društvenog i privatnog poduzeća

Tablica 2. Akteri društvenog poduzetništva u Republici Hrvatskoj

Tablica 3. Broj društvenih poduzeća u 2018. godini

Tablica 4. Društveno poduzetništvo po županijama 2014. godine

Tablica 5. SWOT analiza društvenog poduzetništva u Republici Hrvatskoj

POPIS GRAFOVA

Graf 1. Prikaz porasta broja društvenih poduzeća 2013-2018

Graf 2. Udio pravnih oblika u društvenom poduzetništvu u Hrvatskoj za 2018. godinu

Graf 3. Akteri društvenog poduzetništva prema godini osnutka

Graf 4. Broj zaposlenih u društvenom poduzetništvu 2014. godine

9. SAŽETAK

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. Iako se o društvenom poduzetništvu počelo pričati unazad nekoliko desetljeća, praksa društvenog poduzetništva može se prepoznati kroz povijest u različitim oblicima djelovanja, kao preteča onoga što danas razumijemo pod tim terminom, korištenje tržišnih mehanizama za postizanje društvenih ciljeva. Oduvijek su organizacije i pojedinci pokušavali pronaći odgovarajuća rješenja za socijalne i ekonomske probleme u lokalnim zajednicama i društvu

Svrha rada je napraviti pregled stanja društvenog poduzetništva u Republici Hrvatskoj te potencijalni utjecaja na gospodarstvo Hrvatske.

Analizom dostupnih podataka ustanovljeno je razvijanje i jačanje društvenog poduzetništva u Republici Hrvatskoj, no za sada isto nema veći utjecaj na gospodarstvo Repbulike Hrvatske.

Ključne riječi: Društveno poduzetništvo, Društveno poduzetništvo u Republici Hrvatskoj, Strategija razvoja društvenog poduzetništva u Republici Hrvatskoj 2015.-2020.

10. SUMMARY

Social entrepreneurship is defined as part of a broader economic system that includes entities primarily focused on meeting social goals and is characterized by a system of direct participation and governance. Although social entrepreneurship has been talked about for several decades, the practice of social entrepreneurship can be recognized throughout history in various forms of action, as a precursor of what we today understand by this term, the use of market mechanisms to achieve social goals. Organizations and individuals have always sought to find appropriate solutions to social and economic problems in local communities and society

The purpose of this work is to review the state of social entrepreneurship in the Republic of Croatia and the potential impact on the Croatian economy.

The analysis of available data has revealed the development and strengthening of local entrepreneurship in the Republic of Croatia, but so far it has no major impact on the economy of the Republic of Croatia.

Keywords: Social Entrepreneurship, Social Entrepreneurship in the Republic of Croatia, Social Entrepreneurship Development Strategy in the Republic of Croatia 2015-2020