

Poticanje razvoja društvenog poduzetništva u Republici Hrvatskoj

Perković, Vesna

Professional thesis / Završni specijalistički

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:137:453403>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-07-17**



Repository / Repozitorij:

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



SVEUČILIŠTE JURJA DOBRILE U PULI
FAKULTET EKONOMIJE I TURIZMA
„DR. MIJO MIRKOVIĆ“
PULA

VESNA PERKOVIĆ

**POTICANJE RAZVOJA DRUŠTVENOG PODUZETNIŠTVA
U REPUBLICI HRVATSKOJ**

POSLIJEDIPLOMSKI SPECIJALISTIČKI RAD

PULA, 2019.

SVEUČILIŠTE JURJA DOBRILE U PULI
FAKULTET EKONOMIJE I TURIZMA
„DR. MIJO MIRKOVIĆ“
PULA

**POTICANJE RAZVOJA DRUŠTVENOG PODUZETNIŠTVA
U REPUBLICI HRVATSKOJ**

POSLIJEDIPLOMSKI SPECIJALISTIČKI RAD

Poslijediplomant: Vesna Perković

Broj indeksa: 000904

Studiji: Europske integracije, regionalni i lokalni ekonomski razvoj

Predsjednik komisije: Izv.prof.dr.sc. Kristina Afrić Rakitovac

Mentor: Izv.prof.dr.sc. Violeta Šugar

Član komisije: Doc.dr.sc. Oliver Radolović

Datum obrane: 11. lipnja 2019.

SADRŽAJ

1. UVOD	3
1.1. Područje istraživanja, hipoteze i ciljevi	5
1.2. Metodologija istraživanja	6
1.3. Struktura rada	7
2. TEORIJSKE OSNOVE I POKAZATELJI ZNAČAJA DRUŠTVENOG PODUZETNIŠTVA	8
2.1. Pojmovno određenje poduzetnika i poduzetništva.....	8
2.1.1. Društveno poduzetništvo i društveni poduzetnici	9
2.1.2. Kriteriji prepoznavanja društvenih poduzetnika	13
2.1.3. Razlike između tradicionalnog i društvenog poduzetništva.....	19
2.2. Povijesni razvoj društvene ekonomije i društvenog poduzetništva	21
2.3. Pokazatelji značaja društvenog poduzetništva	30
2.3.1. Doprinosi društvenog poduzetništva razvoju Europske unije.....	31
2.3.2. Makroekonomski pokazatelji društvenog poduzetništva.....	34
2.3.3. Značaj društvenog poduzetništva za tržište rada Europske unije	38
2.3.4. Financiranje društvenih poduzeća	46
2.3.5. Promidžba, vidljivost i edukacija o društvenom poduzetništvu.....	50
3. PRAVNA REGULACIJA DRUŠTVENOG PODUZETNIŠTVA	52
3.1. Strategija Europa 2020.....	53
3.2. Razvoj i pravna regulativa društvenog poduzetništva u Europskoj uniji.....	56
3.2.1. Nacionalne definicije i koncepti društvenog poduzetništva	58
3.2.2. Procijenjena veličina aktivnosti društvenog poduzetništva u Europi (EU)	60
3.2.3. Politika razvoja društvenog poduzetništva	63
3.2.4. Pravna regulativa društvenog poduzetništva u članicama Europske unije	64
3.3. Primjeri pravnog uređenja društvenog poduzetništva u Europskoj uniji.....	69
3.3.1. Italija.....	69
3.3.2. Velika Britanija	71
3.3.3. Slovenija.....	73
3.4. Strategija razvoja društvenog poduzetništva u Republici Hrvatskoj za razdoblje od 2015. do 2020. godine	74
3.4.1. Evidencija društvenih poduzetnika.....	78
3.4.2. Ciljevi i mjere Strategije.....	79
3.4.3. Financiranje mjera	84
3.4.4. SWOT analiza	85
3.5. Prednosti pravno uređenog oblika i statusa društvenog poduzeća	88
3.6. Porezne olakšice	91
4. PRAVNI OBLICI DJELOVANJA DRUŠTVENIH PODUZEĆA U REPUBLICI HRVATSKOJ	93
4.1. Trgovačka Društva	93
4.1.1. Društvo s ograničenom odgovornošću (d.o.o.)	95

4.1.2.	Jednostavno društvo s ograničenom odgovornošću (j.d.o.o.)	96
4.1.3.	Dioničko društvo (d.d.)	97
4.2.	Zadruga.....	98
4.3.	Obrt.....	100
4.4.	Udruga	101
4.5.	Ustanova	101
5.	REZULTATI ISTRAŽIVANJA.....	103
6.	ZAKLJUČAK.....	109
	LITERATURA.....	109
	12	
	SAŽETAK.....	120
	ŽIVOTOPIS.....	122
	PRILOG.....	127
	POPIS TABLICA.....	128
	POPIS SLIKA.....	129

1. UVOD

Ekonomska i globalna kriza koja je započela 2008. dovela je do kolapsa financijskog sustava te do potrebe redefiniranja moralnih vrijednosti u društvu. Naime, u globalnim je ekonomskim tokovima bila zanemarena vrijednost solidarnosti kao najjače integrativne vrijednosti ljudske zajednice.

Društveno poduzetništvo (engl. *Social Entrepreneurship*), poznato i kao socijalno poduzetništvo, poslovanje je koje povezuje poduzetničku praksu poslovnog svijeta i vrijednosti društvene odgovornosti, zaštite okoliša i mjerenja socioekonomskog učinka (MRMS, 2015.). Društveno poduzetništvo pristupa postojećim društvenim problemima na nov način: provedbom ekonomskih aktivnosti uz inovativno kombiniranje postojećih resursa i stvaranje. Ne stvaraju se samo ekonomske, nego i društvene vrijednosti, a pri čemu uvećanje profita nije isključivi cilj.

Budući da se na ovu temu izraz društveno poduzetništvo koristi u Strategiji razvoja društvenog poduzetništva u Republici Hrvatskoj za razdoblje od 2015. do 2020. (dalje: Strategija) (MRMS, 2015.), dok se literaturi koriste termini „socijalno“ i „društveno“ poduzetništvo za opis istog sektora ekonomije, autorica će u ovom radu nastaviti koristiti izraz društveno poduzetništvo.

Društveno poduzetništvo važno je i kao stabilizacijski čimbenik na tržištu rada te kao čimbenik održivog razvoja zajednice, a čemu u prilog govore podaci kako su upravo društvena poduzeća bila manje ranjiva tijekom svjetske ekonomske krize. Primjerice, u ekonomskom se sektoru Italije, tijekom krize, drastično smanjio broj zaposlenika, no u socijalnim je zadrugama taj broj u 2009. godini uvećan za 2,7% (Petričević, 2012.). 2010. godine je čak 10% ukupnog broja zaposlenih u Italiji, Švedskoj i Francuskoj radilo u sektoru društvenog poduzetništva (Europski parlament, 2016.).

Europska unija prepoznala je značenje i potencijal društvenog poduzetništva te u Strategiji Europa 2020. – Europska strategija za pametan, održiv i uključiv rast koju je donijela Europska komisija 2010. godine (dalje: Strategija Europa 2020.), postavila visoke ekonomske i društvene ciljeve koji se mogu postići, između ostalog, i kroz društveno poduzetništvo (zapošljavanjem mladih ljudi, povećanjem stupnja obrazovanja, zaštite okoliša i dr.)

U Republici Hrvatskoj (dalje: Hrvatska) društveno poduzetništvo još nije regulirano posebnim zakonom. Ono se nalazi u tzv. sivoj zoni, dok su u Europi i svijetu poznati različiti modeli njegova reguliranja (posebnim zakonom (npr. Italija) ili kao dio postojećih pravnih propisa

(npr. Belgija)). Također, važni su i mehanizmi poticajnog okruženja za njegov razvoj, kako na državnoj, tako na regionalnoj i lokanoj razini (povlastice, financiranje, obrazovanje i dr.).

U Hrvatskoj društveno poduzetništvo dobiva na važnosti ulaskom u Europsku uniju. Važnu prekretnicu u razvoju društvenog poduzetništva u Hrvatskoj predstavljalo je usvajanje Strategije razvoja društvenog poduzetništva u Republici Hrvatskoj za razdoblje od 2015. do 2020. (dalje u tekstu: Strategija), i to 2015. na sjednici Vlade Republike Hrvatske. Izradu Strategije iniciralo je Ministarstvo rada i mirovinskoga sustava koje je prepoznalo važnost i potencijal društvenog poduzetništva u poticanju zapošljavanja, pružanju socijalnih usluga i doprinosa socioekonomskom razvoju Hrvatske.

Strategija jasno definira termin društvenog poduzetništva, razvija kriterije za prepoznavanje društvenih poduzetnika te razrađuje mjere i aktivnosti za njihovo buduće poslovanje. Ona predstavlja okvir koji bi mogao omogućiti razvoj sektora društvenog poduzetništva i iskorištavanje njegova punog potencijala. Naime, prepoznato je da je za razvoj društvenog poduzetništva potrebno stvoriti odgovarajući pravni, financijski i institucionalni okvir, kao i sustav mjera i aktivnosti za poticanje poslovanja društvenih poduzetnika.

Uz Ministarstvo rada i mirovinskoga sustava koje je nositelj najvećeg broja aktivnosti, u provedbi sudjeluju i druga tijela državne uprave te organizacije civilnog društva. Strategijom je osigurano 270.650.000,00 kn za razvoj društvenog poduzetništva, od čega je najveći dio sredstava iz Europskog socijalnog fonda. Planirana je provedba aktivnosti od 2015. do 2020. godine, međutim, nisu predviđene sankcije ako se planirane aktivnosti ne provedu u zadanom roku ili se uopće ne provedu.

Nažalost, zasad nema najava o skoroj pripremi nacрта posebnog zakona o društvenom poduzetništvu i njegova upućivanja u saborsku proceduru. Međutim, društveno je poduzetništvo na neki način već integrirano u pozitivno zakonodavstvo Hrvatske koje regulira postojeće poslovne subjekte (zadruge, udruge, društva s ograničenom odgovornošću i dr.).

Unatoč još uvijek slaboj razvijenosti tog sektora u odnosu na isključivo profitno poduzetništvo, interes za takvim djelovanjem postoji, ponajviše u civilnom sektoru koji je dosad bio nositelj većine aktivnosti vezanih uz društveno poduzetništvo. Najbolje primjere društvenih poduzeća razvile su upravo organizacije civilnog društva, a među njima su najveći interes za društveno poduzetništvo pokazale udruge i zadruge. One su važan nositelj društvenog poduzetništva u Hrvatskoj, a njihovo djelovanje podliježe primjeni nekoliko zakona.

Tijekom 2014. završen je projekt mapiranja društvenog poduzetništva na razini Europske unije, zasebno za svaku zemlju članicu. Pritom su analizirani pravni propisi koji uređuju

društveno poduzetništvo u svakoj državi članici te Švicarskoj. Prema bazi podataka koju vodi Udruga za kreativni razvoj – Slap, u Hrvatskoj je 2012. bilo registrirano 40 društvenih poduzetnika, no procjena je da ih je zapravo između 40 i 150 (Europska komisija, 2014.), dok je prema bazi Instituta Ivo Pilar 2014. u Hrvatskoj djelovalo 95 društvenih poduzetnika, a godinu kasnije 90 (Šimleša i suradnici, 2015.).

Navedeni je broj od 90 društvenih poduzetnika neznan u usporedbi s posljednjim poznatim podacima koje se odnose na tzv. tradicionalne poduzetnike koji djeluju npr. u obliku trgovačkih društava, obrta ili zadruga, a čije je osnivanje i djelovanje jasno definirano zakonom (npr. Zakon o trgovačkim društvima, Zakonom o obrtu, Zakon o zadrugama i dr.). Tako je prema posljednjim podacima Državnog zavoda za statistiku, na dan 31. prosinca 2017. u Hrvatskoj bilo registrirano ukupno 77.371 obrta, 144.148 društva s ograničenom odgovornošću, 37.349 jednostavnih društava s ograničenom odgovornošću te 1.302 dioničkih društva, dok je zadruga bilo registrirano 3.594 od kojih je aktivno djelovalo samo 961 (DZS, 2018.).

Usporedbom gore navedenih podataka o broju registriranih poslovnih subjekata u Hrvatskoj, jasno je da u Hrvatskoj postoji interes za poduzetništvom. Naime, vidljivo je da su u Hrvatskoj zakonski uređeni oblici poduzetništva (d.o.o., obrti i dr.) zastupljeni u velikom broju, no od toga je društvenih poduzetnika vrlo malo. Potpora razvoju društvenog poduzetništva u većem broju dao bi jasan institucionalni i zakonski okvir. Stoga je krajnje vrijeme da se na državnoj razini snažnije započne institucionalna i pravna regulacija tog specifičnog instituta čije su pozitivne strane prepoznate u Europskoj uniji.

1.1. Područje istraživanja, hipoteze i ciljevi

Svrha rada je ukazati na potrebu razvoja i poticanja zakonske regulative društvenog poduzetništva te ukazati na njegove pozitivne strane.

Glavni cilj rada je analiza ekonomskog značaja društvenog poduzetništva u zemljama Europske unije, analiza potreba za poticanje razvoja društvenog poduzetništva u Republici Hrvatskoj i Europskoj uniji te analiza regulative i pozitivni primjeri zakonskog uređenja u zemljama Europske unije.

U ovom specijalističkom završnom radu autorica dokazuje sljedeće hipoteze:

H 1: U Republici Hrvatskoj nije prepoznat potencijal društvenog poduzetništva i njegov društveni doprinos,

H 2: Zakonsko reguliranje društvenog poduzetništva temelj je za poticaj njegova razvoja, zapošljavanja i rješavanje određenih društvenih izazova.

Zbog priznatog potencijala za rješavanje određenih socijalnih problema, poput gladi, siromaštva, nezaposlenosti, onečišćenja okoliša i sl., društveno poduzetništvo zaslužuje kompleksnu i dugoročno usmjerenu potporu države, ponajprije uspostavom jasnog zakonodavnog okvira.

U Hrvatskoj je društveno poduzetništvo relativno nov pojam, a razlog tome nepovoljna su politička i gospodarska kretanja u bivšoj državi gdje je poduzetništvo u značajnoj mjeri bilo zapostavljeno, odnosno sve je bilo podređeno društvu. Nepovoljni utjecaji na tržištu, pa potom Domovinski rat, usmjerenost države prema saniranju ratnih šteta i tranzicijski procesi, ostavili su velike izazove u suvremenom društvu te se društveno poduzetništvo u Hrvatskoj počelo pojavljivati tek posljednjih nekoliko godina. Značajniji razvoj društvenog poduzetništva u Hrvatskoj i financijska podrška Europske unije neće biti mogući bez definiranja zakonodavnog i institucionalnog okvira koji bi regulirali taj sektor.

Iako se u Hrvatskoj pojavljuju neki oblici koji djeluju po principu društvenog poduzetništva, npr. zadruge, udruge, ustanove i trgovačka društva, mnogi od njih nemaju jasno razvijene socijalne ciljeve. Zbog toga ne mogu dobiti podršku državnih tijela i europskih institucija.

Društveno poduzetništvo prepoznato je od strane Europske unije jer stvara dodanu vrijednost za lokalnu zajednicu, tj. prepoznaje njezine potrebe i nastoji ih riješiti što je kvalitetnije moguće. U Europskoj uniji postoji rastući trend osnivanja društvenih poduzeća i sve su značajniji njihov pozitivni utjecaji na zapošljavanje te je postalo neophodno analizirati značaj i čimbenike koji potiču daljnji razvoj tog složenog fenomena.

Ovim radom želi se ukazati na potrebu razvoja s naglaskom na poticanje zakonske regulative društvenog poduzetništva te ukazati na njegove pozitivne strane, a što je u razvijenim europskim zemljama već odavno prepoznato.

1.2. Metodologija istraživanja

Pri izradi rada korištene su brojne znanstvene metode u odgovarajućim kombinacijama. U istraživanju je korišten metodološki pristup analize postojećih teorijskih spoznaja nakon čega su postavljene temeljne hipoteze. Nedostatak kvalitetne baze podataka predstavlja značajno

ograničenje prilikom analize važnosti društvenog poduzetništva za gospodarstvo Europske unije, ali i njezinog zakonodavnog okvira. Podaci su prikupljeni na temelju kontakta elektroničkom poštom s nadležnim odjelom pri Ministarstvu rada i mirovinskog sustava (prilog I.), na temelju baza podataka dostupnih na mrežnim stranicama državnih zavoda za statistiku, institucija Europske unije, Eurostata i dr., a analizirane su domaća i strana literatura.

U radu su osobito korištene sljedeće znanstveno – istraživačke metode: deskriptivna, metode analize, sinteze, indukcije, dedukcije, komparacije i grafičkog prikazivanja.

1.3. Struktura rada

Rad je podijeljen u šest poglavlja. Prvo poglavlje odnosi se na uvod u temu društvenog poduzetništva te ima tri potpoglavlja. Ona će pojasniti područje istraživanja, hipoteze i ciljeve, metodologiju istraživanja te strukturu rada. Drugo se poglavlje odnosi na teorijske osnove i pokazatelje značaja društvenog poduzetništva. Samo poglavlje ima tri potpoglavlja koja će pojasniti pojmovno određenje poduzetništva i društvenog poduzetništva te razlike među njima, povijesni razvoj društvene ekonomije i društvenog poduzetništva te, naposljetku, pokazatelje značaja društvenog poduzetništva u Europskoj uniji. Treće poglavlje nosi naziv „Pravna regulacija društvenog poduzetništva“. Unutar ovog poglavlja, a kroz šest potpoglavlja, prikazat će se analiza strategija i zakona koji na razini Europske unije i Republike Hrvatske reguliraju navedeno područje, opisat će se primjeri pravnog uređenja društvenog poduzetništva u Italiji, Velikoj Britaniji i Sloveniji, prikazat će se analiza pravnih oblika djelovanja društvenog poduzetništva u Europskoj uniji te, naposljetku, opisati porezi olakšica koji postoje za društvene poduzetnike u Europskoj uniji. Četvrto poglavlje nosi naziv „Pravni oblici djelovanja društvenih poduzeća u Republici Hrvatskoj“ te se sastoji od pet potpoglavlja. Unutar tog će se poglavlja opisati najčešći pravni oblici društvenih poduzeća u Republici Hrvatskoj (trgovačka društva, zadruge, obrti, udruge, ustanove). U petom poglavlju prikazat će se rezultati provedenog istraživanja, a posljednje, šesto poglavlje, predstavlja zaključno razmatranje na ovu temu.

2. TEORIJSKE OSNOVE I POKAZATELJI ZNAČAJA DRUŠTVENOG PODUZETNIŠTVA

Društveno poduzetništvo relativno je nov i složen pojam u ekonomiji. Može se reći kako je to fenomen koji sve više privlači pažnju zbog svojih učinaka na gospodarstvo i to spajanjem socijalnih i poduzetničkih komponenata. Navedeno dokazuje i rastući trend osnivanja društvenih poduzeća u Europskoj uniji, a nakon globalne krize zabilježen je trend rasta broja zaposlenih u društvenim poduzećima.

„Društvena poduzeća proizvode dobra i usluge u onim društvenim skupinama koje su isključene iz tržišne utakmice, a društvenom poduzetništvu nije cilj isključivo uvećanje profita, pa tako ni raspodjela dobiti, već ispunjenje društvenih zadaća, pomaganje onim skupinama u društvu koji su u riziku od društvene isključenosti.“ (Petričević, 2012., str. 9)

Prema Vidović (2012.), važno je pojam društvenog poduzetništva razlikovati od drugih privatnih inicijativa usmjerenih filantropiji ili pak općem dobru, npr. neprofitne organizacije. Takvi oblici djelovanja imaju istu misiju kao i društveno poduzetništvo – potpomažu socijalno ugrožene skupine, no nemaju karakteristike poduzetništva ili pak državnih socijalnih mehanizama. Za razliku od njih, društveno poduzetništvo vezano je uz ekonomsku aktivnost, a poduzetnici koji se bave ovim oblikom poduzetništva aktivni su sudionici na tržištu, skloni su riziku, a njihovi su motivi usmjereni zadovoljenju društvenih ciljeva.

2.1. Pojmovno određenje poduzetnika i poduzetništva

Postoji više podjela poduzetništva, no kao osnovni oblici mogu se odrediti sljedeći: tradicionalno, korporativno, društveno, obiteljsko, zeleno, poduzetništvo mladih, žena i dr. Iako postoje velike sličnosti među tim oblicima djelovanja, postoje i razlike koje svaki oblik čine svojstvenim.

Poduzetništvo je staro koliko i ljudsko društvo. Pojam se koristi svakodnevno u različite svrhe, a ima opći gospodarski i društveni značaj.

U svojem radu Tkalec (2011.) navodi kako je iz različitih teorija pojma „poduzetništvo“ moguće definirati širi i uži smisao poduzetništva.

Širi smisao: poduzetništvo je svaka aktivnost koja uključuje kreativnost, inovativnost, upornost, dosljednost, razumno preuzimanje rizika, odgovornost, samostalnost i dr.

Uži smisao: proces stvaranja vrijednosti kombinacijom resursa u svrhu iskorištavanja prilika, uz razumno preuzimanje rizika.

Poduzetnik je, prije svega, usmjeren na postizanje dobiti (profita), no osim toga, uspješnog poduzetnika čine mnoge osobine: on mora biti dobar organizator, vođa, inovator te mora biti sklon riziku. Kombinacija tih osobina iznimno utječe na uspjeh ili propast poduzetničkog projekta.

Poduzetništvo nužno ne podrazumijeva gospodarsku aktivnost jer je manifestacija poduzetničkih karakteristika moguća i u društvenim područjima. Osobe mogu biti poduzetne (kreativne, inovativne, sklone timskom radu, odgovorne, samostalne, sklone preuzimati rizik i dr.) i izvan gospodarskih aktivnosti. Ono podrazumijeva potrebu da se radi na drugačiji način. Poduzetništvo podrazumijeva prihvaćanje odgovornosti za vlastite postupke, kako pozitivne, tako i negativne, razvijanje strateške vizije, postavljanje ciljeva i njihovo postizanje te motiviranost za njihov uspjeh. No, uobičajeno je poduzetništvo i poduzetničke aktivnosti izjednačiti s gospodarskim aktivnostima. (Tkalec, 2011.)

Prema Kuvačiću (1997.), poduzetništvo je gospodarska aktivnost privatnih poduzetničkih inicijativa s ciljem ostvarivanja mnoštva općih – društvenih te individualnih – vlastitih interesa.

Poduzetništvo se povezuje s poduzećima u svim sektorima gospodarstva, kako tehnološkim, tako i tradicionalnim, malim i velikim te s različitim vlasničkim strukturama: obiteljskim pogonima, poduzećima uvrštenim na burzama, poduzećima društvene ekonomije (*Social Economy Enterprises*) ili neprofitnim organizacijama koje često obavljaju značajne ekonomske aktivnosti.

Ono pomaže otvaranju novih radnih mjesta i gospodarski rast, od presudnog je značaja za konkurentnost, a razvija osobne potencijale te društvu donosi blagostanje.

Mnoga velika poduzeća usvojila su formalne strategije socijalne odgovornosti poduzeća (*Corporate Social Responsibility*) zbog sve većih očekivanja javnosti u odnosu na utjecaj poslovnih aktivnosti na društvo i okoliš. Tu spada dobrovoljno uvođenje socijalne i ekološke svijesti u poslovanje te odnos sa svim zainteresiranim stranama, kao i spoznaja da odgovorno ponašanje u poslovanju može predstavljati potporu poslovnom uspjehu (Petričević, 2012.).

2.1.1. Društveno poduzetništvo i društveni poduzetnici

Praksa društvenog poduzetništva kroz povijest prepoznaje se u raznim oblicima djelovanja. Naime, oduvijek se nastojalo riješiti socijalne, ekonomske i društvene probleme, no termin društvenog poduzetništva počeo se koristiti tek posljednjih nekoliko desetljeća. No unatoč

tome, društveno je poduzetništvo noviji pojam u ekonomiji, a sama svrha djelovanja je ono što ga definira. Ono se razvilo u vrijeme rastuće svijesti o tome da se količina problema s kojima se današnje društvo susreće teško može riješiti tradicionalnim pristupom, neprofitnim, odnosno filantropskim.

Društveno je poduzetništvo, također, poduzetništvo, no u njemu se preklapa više dimenzija djelovanja. I društveni poduzetnik je sklon riziku, proaktivan i inovativan, ali tradicionalni poduzetnici obično mjere učinkovitost pothvata kroz profit i povrat ulaganja, dok društveni poduzetnici procjenjuju svoj uspjeh i kroz utjecaj na društvene promjene te kroz profit i povrat ulaganja. Dakle, dolazi do primjene poduzetničkih načela s ciljem unaprjeđenja kvalitete života u zajednici i razvijanja odgovornosti pojedinaca, grupa i organizacija.

Važna karakteristika društvenog poduzetništva je da se uočavaju tržišne prilike koje omogućuju kreiranje dodatne društvene vrijednosti svojih klijenata. U praksi se pokazalo da ono ima važnost glede zapošljavanja ranjivih skupina (npr. invalidi, samohrani roditelji, branitelji, djeca i supruge poginulih, roditelji s četvero i više djece, žene žrtve nasilja i traffickinga, bivši zatvorenici i liječeni ovisnici, pripadnici nacionalnih manjina, Romi i dr.), no mogu se ostvariti i drugi interesi zajednice (borba protiv siromaštva, zdravstvena skrb, konkurentnost, očuvanje resursa, zaštita okoliša, kreiranje novih proizvoda, edukacija, inkluzija, očuvanje baštine, bio raznolikost i dr.) što doprinosi unaprjeđenju kvalitete života u zajednici.

Društvenom poduzetništvu, kao novom primjeru poslovanja, cilj je generiranje društvene vrijednosti, a ne profita te rješavanje problema na odgovorniji, inovativniji i poduzetniji način. Društveno poduzetništvo svojim djelovanjem traži suradnju s lokalnim i javnim vlastima te proširuje značenje i praksu demokracije, s obzirom da u procese odlučivanja i rješavanja problema uključuje one koji se suočavaju s različitim društvenim problemima. Također, društveno poduzetništvo utječe na promjenu stavova, ponašanja, zakona, politika i institucija kako bi se razvijale i održavale vrijednosti inkluzije, poštenja, raznolikosti i mogućnosti.

Slika 1. Prikaz društvenog poduzetništva kao multidimenzionalnog modela



Izvor: EFOS (2015.) Društveno poduzetništvo. [Online] Dostupno na: http://www.efos.unios.hr/upravljanje-javnim-i-neprofitnim-organizacijama/wp-content/uploads/sites/441/2013/04/UJNO_drustveno-poduzetnistvo.pdf [Pristupljeno: 12.1.2018.], str. 13

Postoji više definicija društvenog poduzetništva i društvenog poduzetnika, no ne postoji univerzalno prihvaćeno pojmovno određenje.

Europska komisija definira društveno poduzetništvo kao dio šireg ekonomskog sustava koji uključuje subjekte primarno usmjerene ispunjavanju društvenih ciljeva, a karakterizira ih sustav neposrednog sudjelovanja i upravljanja. Nadalje, „Inicijativa za društveno poslovanje“ (2011.) daje definiciju društvenog poduzetnika:

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

Prema Europskom gospodarskom i socijalnom odboru (EGSO), društvenog poduzetnika karakteriziraju društveno-poduzetničke aktivnosti tijekom cjelokupnog životnog ciklusa subjekta (MRMS, 2015.).

Takvim definiranjem društvenog poduzetnika, u širem smislu, državama članicama Europske unije ostavljena je sloboda da termin društvenog poduzetnika prilagode svojim potrebama, ali

uz naglasak na karakteristike koje jasno razgraničuju društvene poduzetnike od ostalih sudionika u ekonomiji.

Također, i drugi znanstvenici i međunarodne institucije definiraju društveno poduzetništvo te u definiciju uključuju problematiku rješavanja društvenih problema i postizanja društvenih ciljeva kao najvažnije karakteristike.

U Hrvatskoj, prije donošenja Strategije, pojmove društvenog poduzetništva i društvenog poduzeća različito se tumačilo, a što je također doprinijelo sporom izgrađivanju institucionalnog okvira koji bi potaknulo njegov razvoj. Naime, društveno poduzetništvo je bilo definirano u „Nacionalnoj strategiji stvaranja poticajnog okruženja za razvoj civilnoga društva (2006.-2011.)“, koju je donijela Vlada 2006. godine, kao „poduzetništvo koje teži stvaranju nove vrijednosti, ali ne profitnog već društvenog tipa te dohodak od poduzetničkih aktivnosti usmjerava na ostvarivanje svoje misije“. U istom dokumentu koji je Vlada donijela za naredno razdoblje od 2012. do 2016. godine, jasnije je definiran taj pojam i to kao „način rješavanja društvenih problema primjenom poduzetničke metode, vodeći računa o održivom razvoju i primjenjujući sustav demokratskog donošenja odluka (uz solidarnost i uzajamnu pomoć)“. (MRMS, 2015.)

Strategija je usvojila pojam društvenog poduzetništva te se pojmom „društveno“ željelo obuhvatiti sve poduzetničke prakse s društvenim ciljem. Naime, smatralo se da pojam socijalno poduzetništvo može imati konotaciju isključive angažiranosti u socijalnoj sferi.

Strategija predstavlja iskorak u procesu razvoja društvenog poduzetništva u Hrvatskoj te, slijedeći europsku praksu, definira društveno poduzetništvo kao:

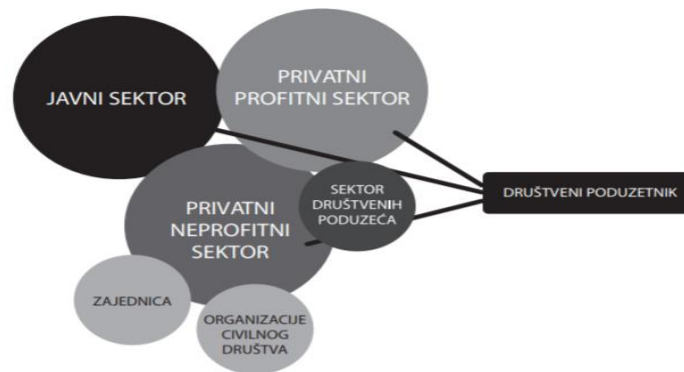
Poslovanje temeljeno na načelima društvene, okolišne i ekonomske održivosti od kojeg se stvorena dobit/višak prihoda u cijelosti ili većim dijelom ulaže u dobrobit zajednice.

Navedenom definicijom su naglašene temeljne odrednice društvenog poduzetništva:

- ispunjavanje društvenih ciljeva
- ulaganje dobiti od društveno-poduzetničkih aktivnosti u daljnje ostvarenje svoje društvene misije (MRMS, 2015.)

Dakle, društveno poduzetništvo karakterizira sljedeće: vrijednosti (etičnost u poslovanju), ravnopravno zadovoljenje društvenih, ekonomskih, i ekoloških ciljeva, ravnopravno zadovoljeni interesi ključnih dionika (osnivači, radnici, kupci i dobavljači) te poduzetništvo (stvora poziciju i ostvaruje dobit na tržištu).

Slika 2. Kontekst djelovanja društvenih poduzeća i društvenih poduzetnika



Izvor: Petričević, T. (2012.) Zakonodavni i institucionalni okvir za razvoj društvenog poduzetništva u jugoistočnoj Europi. [Online] Dostupno na: http://cedra.hr/assets/attach/posts/642/socentlegalsee_hr.pdf [Pristupljeno: 15.11.2017.], str. 40

Petričević (2012.) naglašava da se često izjednačuje značenje društvenih poduzeća i društvenih poduzetnika te ističe da društvena poduzeća primarno (dakle ne isključivo), djeluju u privatnom neprofitnom sektoru (najlakše je sektor društvenih poduzeća shvatiti kao dio privatnog neprofitnog sektora – gdje je taj sektor sve što ne ulazi u javni ili privatni profitni sektor), dok društveni poduzetnici, kao vođe u područjima društvenih promjena, djeluju u privatnom profitnom, javnom i privatnom neprofitnom sektoru, što je vidljivo na Slici 2.

2.1.2. Kriteriji prepoznavanja društvenih poduzetnika

U Hrvatskoj ne postoji općeprihvaćena i službena baza društvenih poduzeća, kao ni ona koja to imaju šanse postati ili žele ići u tom smjeru.

Nastavljajući europsku praksu, Strategija je definirala društveno poduzetništvo, no osim definicije, određeni su i kriteriji za prepoznavanja društvenih poduzetnika, a koji su važni za razlikovanje društvenog poduzetništva (poduzetnika) od tradicionalnog poduzetništva (poduzetnika) (Tablica 4.). Strategija je odredila devet kriterija koje treba analizirati zajedno s definicijom, a sve kako bi se utvrdilo je li poduzetnik ujedno i društveni poduzetnik. Navedeni su kriteriji sukladni kriterijima određenim od strane Europske komisije i Europskog gospodarskog i socijalnog odbora (EGSO).

Prema Strategiji, pravni i poslovni subjekt mora zadovoljiti kumulativno svih devet propisanih kriterija kako bi bio prihvaćen kao društveni poduzetnik i upisan u Evidenciju društvenih poduzetnika (dalje: Evidencija), koja je opisana u poglavlju 3.4.1. ovog rada.

U Strategiji je određeno da društveni poduzetnik može biti fizička ili pravna osoba koja je upisana u Evidenciju društvenih poduzetnika.

Radna skupina Strategije utvrdila je sljedeće kriterije prepoznavanja društvenih 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 planira ostvariti najmanje 25% godišnjeg prihoda ili to 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 kad prestaje obavljati djelatnost, svojim općim aktima ima definiranu obvezu svoju preostalu imovinu (osim uloga u zadrugama), 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 (MRMS, 2015.)

Kako društveno poduzetništvo određuju tri dimenzije, iste se reflektiraju i u navedenim kriterijima, i to:

- Ekonomska – na koju se odnosi kriteriji broj 3.
- Društvena – na koju se odnosi kriteriji broj 4. i 8.
- Upravljanje na demokratski način - na koju se odnosi kriteriji broj 5., 6., 7. i 9.

Treba napomenuti da je u kriterije iz Strategije integriran demokratski (participativan) princip upravljanja, kao i princip otvorenog članstva (izuzev kriterija 6).

S obzirom da u Hrvatskoj nema još zakona koji uređuje područje društvenog poduzetništva i posebnog pravnog oblika, danas još nije potpuno jasno kako će se pojedini kriteriji tumačiti.

Naime, postavljeni kriteriji prepoznavanja društvenih poduzetnika poprilično su složeni te se, za sada, evidencija društvenih poduzetnika temelji na njihovoj samoidentifikaciji. Također, prema odgovoru nadležnog ministarstva na postavljeni upit putem elektroničke pošte (vidi prilog broj I. na kraju rada) naslućuje se da će Evidencija biti uspostavljena do početka 2019., a članstvo u evidenciji bit će uvjetovano ispunjavanjem nekih (dakle ne svih) od 9 kriterija prepoznavanja koji su definirani u Strategiji. Međutim, Evidencija još nije uspostavljena.

Šimleša i suradnici (2015.) upozoravaju kako bi istovremena primjena svih kriterija u hrvatskom kontekstu mogla biti izazovna. Neki akteri, kao npr. društva s ograničenom odgovornošću, iako dokazano doprinose rješavanju pojedinih društvenih problema, ne zadovoljavaju kriterij demokratskog upravljanja u smislu kriterija broj 7. Nadalje, kriteriji Strategije prihvaćaju model trostruke bilance (*Triple Bottom Line*), odnosno uspjeh organizacije mora biti, osim ekonomski i društveni, ali i okolišni. Naglašena okolišna dimenzija jedna je od posebnosti naše Strategije, a okolišni učinak je teško mjerljiv. Stoga navedeno može biti zapreka prilikom procjene može li se određeni subjekt smatrati društvenim poduzetnikom, posebice zbog samog načina na koji će se to mjeriti. Također, taj uvjet može biti i eliminacijski kriteriji, s obzirom da pojedini subjekti, iako zadovolje sve ostale kriterije osim okolišnog učinka, neće se moći upisati u Evidenciju društvenih poduzetnika.

Jedan od eliminacijskih kriterija može se smatrati kriterij broj 3. definiran Strategijom prema kojem 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. Naime, nejasno je Strategijom određeno treba li ostvariti najmanje 25% godišnjeg prihoda društveni poduzetnik ili samo može planirati ostvariti obavljanjem svoje poduzetničke djelatnosti (Šimleša i suradnici, 2015.).

Kao što je već navedeno, u Hrvatskoj ne postoji općeprihvaćena baza društvenih poduzeća. Prema bazi podataka koju vodi Udruga za kreativan razvoj SLAP, 2012. godine bilo je registrirano 40 društvenih poduzetnika, no procjena je bila da ih je bilo i do 150 (Europska komisija, 2014.). Prema novijem istraživanju Instituta društvenih znanosti Ivo Pilar provedenog u sklopu Projekta iPRESENT 2015, u njihovoj bazi 2013. godine nalazilo se 95 pravnih subjekata (aktera na terenu društvenog poduzetništva), a godinu poslije 90 (Šimleša i suradnici, 2015.). Zbog nepostojanja službene evidencije, navedene podatke o broju društvenih poduzeća koristi i Ministarstvo rada i mirovinskog sustava. Naime, nadležno je ministarstvo na postavljeni upit (prilog I.) odgovorilo kako smatra da je u međuvremenu dio društvenih poduzeća prestao, ali dio i započeo s radom. Stoga trenutno ne postoje službeni podaci o točnom broju aktivnih društvenih poduzeća. Također, iz nadležnog ministarstva u odgovoru na postavljen upit napominju kako u Hrvatskoj svakim danom raste interes za društvenim poduzetništvom kao specifičnim oblikom poslovanja, a time i broj različitih pravnih entiteta koji su na neki način povezani s provođenjem društveno poduzetničkih aktivnosti.

Najveći problem izrade jedinstvene baze aktera društvenog poduzetništva (dalje: baza) Institut Ivo Pilar vidio je u kriterijima prepoznavanja jer se u različitim zemljama, pa čak i u istim kod različitih autora ili institucija, koriste drugačiji kriteriji za klasificiranje nekog pravnog subjekta kao društvenog poduzetnika (Šimleša i suradnici, 2015.).

Zbog izrade navedene baze, Šimleša i suradnici koristili su se sljedećim kriterijima (koji su blaži od kriterija predviđenih u Strategiji):

- pojavljivanje u medijima, znanstvenim radovima ili u javnosti s jasnim određenjem konkretnog aktera o provedbi društvenog poduzetništva
- provedba projekata ili iniciranje pravnih subjekata koji provode društveno poduzetništvo
- bivanje na jednoj od lista ili u bazama koje su do tada u Hrvatskoj izrađene (Šimleša i suradnici, 2015.).

U sklopu navedenog istraživanja Instituta društvenih znanosti Ivo Pilar provedenog u sklopu Projekta iPRESENT 2015, Šimleša i suradnici saželi su najvažnije nalaze o odnosu različitih pravnih oblika koji se pojavljuju u našoj zemlji (udruge, zadruge, trgovačka društva) prema kriterijima Strategije, što je prikazano u Tablici 1.

Razlikuju se tri opcije:

- *izvedivo* u smislu da će kriterij biti uglavnom zadovoljen;

- *izazov* u smislu da je kriterij moguće zadovoljiti, ali će biti potrebno uložiti dodatnu energiju, sredstva, edukaciju ili slično; i
- *teško* u smislu da su vrlo mali izgledi zadovoljenja konkretnog kriterija.

Tablica 1. Sažetak najvažnijih nalaza o odnosu pravnih oblika prema kriterijima Strategije

Kriteriji	Pravni oblici	Udruge	Zadruga	Trgovačka društva
1. Ravnoteža društvenih, okolišnih i ekonomskih ciljeva		Izazov		
2. Ispunjavanje modela trostruke bilance (ekonomski, okolišni i društveni uspjeh)		Izazov		
3. Osigurati 25% ukupnih prihoda obavljanjem poduzetničke djelatnosti		Teško	Izvedivo	Izvedivo
4. Reinvestiranje dobiti		Izvedivo		
5. Otvoreno članstvo/autonomija djelovanja		Izvedivo	Izvedivo	Izazov
6. Nosioци političke vlasti na bilo kojoj razini ne mogu biti isključivi osnivači		Nije primjenjiv kriterij za analizu ovdje		
7. Demokratsko odlučivanje/participacija svih zainteresiranih		Izazov		
8. Mjerenje društvenog utjecaja/revizija		Izazov		
9. Prenosanje imovine i vlasništvo		Izvedivo	Izvedivo	Izazov

Izvor: Šimleša, D., Puđak, J.; Majetić, F., Bušljeta Tonković, A. (2015.) Mapiranje novih obzora: Izvještaj o stanju društvenog poduzetništva u Hrvatskoj. [Online] Dostupno na: <https://www.kulturpunkt.hr/sites/default/files/izvjestaj-mapiranje-novih-obzora.pdf> [Pristupljeno: 14.11.2017.], str. 71

Primjećuje se da će pravnim subjektima biti izazovno zadovoljiti velik broj kriterija, a ponajviše će udrugama (kao organizacijama koje se osnivaju bez namjere stjecanja dobiti) biti teško, odnosno gotovo nemoguće, zadovoljiti kriteriji broj 3. Strategije (prema kojem društveni poduzetnik mora osigurati 25% ukupnih prihoda obavljanjem poduzetničke djelatnosti), dok će svim pravnim oblicima biti izazovno zadovoljiti kriterije pod brojem 1. (ravnoteža društvenih, okolišnih i ekonomskih ciljeva), brojem 2. (ostvarivanje prihoda na tržištu, povoljno utjecati na okoliš, doprinositi unaprjeđenju lokalne zajednice i društva u cjelini), brojem 7. (demokratskog odlučivanja) i brojem 8. (mjerenje društvenog utjecaja).

Također, Strategijom nije određeno kako će se neki kriteriji sagledati i procjenjivati te na osnovu koje će se dokumentacije dokazivati. Naime, postojeći i važeći zakoni u okviru kojih djeluju sadašnja društvena poduzeća u Hrvatskoj (udruge, zadruge i dr.) nisu u suglasju te poslovanje svakog subjekta uređuju se na specifičan i njemu svojstven način. Stoga je jasno kako je potrebno zakonski urediti zaseban pravni oblik za obavljanje društveno-poduzetničkih aktivnosti i primjereno urediti to područje.

U tom kontekstu valja navesti kako je krajem 2017. Ministarstvo rada i mirovinskog sustava pokrenulo savjetovanje o ključnim elementima Poziva na dostavu projektnih prijedloga „Jačanje poslovanja za društveno poduzetništvo – faza I.” u okviru Operativnog programa „Učinkoviti ljudski potencijali 2014. – 2020.“, koji je trebao biti objavljen do konca 2018. godine. Kao prihvatljivi se prijavitelji na natječaj smatraju pravni entiteti koji svoje poslovanje žele ili transferirati na društveno poduzetništvo ili započeti poslovanje prema društveno poduzetničkim principima te postojeća društvena poduzeća koja moraju ispunjavati uvjete iz definicije poduzeća iz Uredbe o općem izuzeću te četiri kriterija definirana Strategijom razvoja društvenog poduzetništva u Republici Hrvatskoj za razdoblje 2015. do 2020., sve kako je prikazano u Tablici 2.

Tablica 2. Kriteriji koje mora zadovoljiti postojeći društveni poduzetnik prilikom prijave na natječaj Ministarstva rada i mirovinskog sustava i propisani dokazi

Kriteriji prepoznavanja	Propisani dokazi
1. 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 unaprjeđenju razvoja lokalne zajednice i društva u cjelini (kriterij br. 2 iz Strategije),	Prijavitelj će ispunjavanje navedenog kriterija dokazati dostavom statuta ili drugog temeljnog akta i zadnjeg Godišnjeg financijskog izvještaja, iz kojeg je vidljivo kako Prijavitelj najmanje godinu dana djeluje kao društveni poduzetnik.
2. 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 (kriterij br. 3 iz Strategije)	Prijavitelj će ispunjavanje navedenog kriterija dokazati dostavom zadnjeg Godišnjeg financijskog izvještaja
3. Društveni poduzetnik najmanje 75% godišnje dobiti, odnosno višak prihoda ostvaren obavljanjem svoje djelatnosti ulaže u ostvarivanje i razvoj ciljeva poslovanja, odnosno djelovanja (kriterij br. 4 iz Strategije)	Prijavitelj će ispunjavanje navedenog kriterija dokazati dostavom Odluke o raspodjeli dobiti za prethodnu godinu.
4. Republika Hrvatska, jedinica lokalne i područne (regionalne) samouprave ili tijelo javne vlasti ne	Prijavitelj će ispunjavanje navedenog kriterija dokazati dostavom osnivačkog akta.

može biti isključivi osnivač društvenog poduzetnika (kriterij br. 6 iz Strategije).	
--	--

Izvor: Izrada autorice prema Ministarstvu rada i mirovinskog sustava (2017.) Savjetovanje o ključnim elementima Poziva na dostavu projektnih prijedloga „Jačanje poslovanja za društveno poduzetništvo – Faza I.“, [Online] dostupno na: <https://esavjetovanja.gov.hr/ECon/MainScreen?entityId=6775> [Pristupljeno: 17.11.2018.]

Iz Tablice 2. proizlazi kako će se od prijavitelja na gore naveden natječaj Ministarstva rada i mirovinskog sustava tražiti ispunjenje manje od polovice Strategijom propisanih kriterija za klasificiranje društvenih poduzetnika, a posebno je važno primijetiti da se ne traži dokazivanje ravnoteže društvenih, okolišnih i ekonomskih ciljeva poslovanja te demokratskog načina odlučivanja, a ti su kriteriji vrlo izazovni za ispunjenje i dokazivanje.

Također, primjećuje se da se kao dokazi ispunjenja kriterija društvenih poduzetnika navode: godišnji financijski izvještaj, statut ili drugi temeljni akt te odluka o raspodjeli dobiti za prethodnu godinu. Navedene dokumente pojedini pravni subjekti moraju temeljem zakona izrađivati radi redovnog poslovanja, stoga navedena četiri kriterija prepoznavanja iz Tablice 2. temeljem propisanih dokaza neće biti teško dokazati.

U svakom slučaju, gore naveden natječaj Ministarstva rada i mirovinskog sustava, tj. drugi Poziv na dostavu projektnih prijedloga “Jačanje poslovanja za društveno poduzetništvo – faza I.”, pokazuje da se na razini nadležnog ministarstva zauzeo stav u pogledu dokazivanja barem četiri kriterija prepoznavanja društvenih poduzetnika te da se ide u smjeru reguliranja cjelokupne problematike dokazivanja svojstva društvenog poduzetnika. Navedeno ulijeva nadu kako će se i nakon donošenja posebnog zakona o društvenom poduzetništvu za dokazivanje kriterija zahtijevati lako dostupna dokumentacija, odnosno da postupak dokazivanja kriterija neće biti kompliciran i da neće stvarati subjektima dodatne nepotrebne troškove.

2.1.3. Razlike između tradicionalnog i društvenog poduzetništva

Društveno poduzetništvo je poduzetništvo, no ta se dva pojma u mnogočemu razlikuju. Iako je izgrađeno na temeljima tradicionalnog poduzetništva, motivi djelovanja su im različiti.

Kod društvenih su poduzetnika prisutne poduzetničke osobine poput iskorištavanja prilika, odlučnost, karizma, inovacije i kreativnost, međutim, oni su također osjetljivi na socijalne i društvene probleme.

Tablica 3. Prikaz sličnosti i razlika između tradicionalnog i društvenog poduzetništva

SLIČNOSTI I RAZLIKE	TRADICIONALNO PODUZETNIŠTVO	DRUŠTVENO PODUZETNIŠTVO
EKONOMSKI CILJ	Stjecanje dohotka – PROFIT	Stjecanje dohotka – ODRŽIVOST
SOCIJALNI CILJ	DOP = PROFIT	Zapošljavanje i zbrinjavanje socijalno isključenih
RASPODJELA DOBITI	96,5-100 % vlasnicima 0 – 3,5 % zajednici	100% zajednici / dionicima (reinvestiranje i novo zapošljavanje)

Izvor: Izrada autorice prema EFOS (2015.) Društveno poduzetništvo. [Online] Dostupno na: http://www.efos.unios.hr/upravljanje-javnim-i-neprofitnim-organizacijama/wp-content/uploads/sites/441/2013/04/UJNO_drustveno-poduzetnistvo.pdf [Pristupljeno: 12.1.2018.]

Iz Tablice 3., proizlazi da za razliku od tradicionalnog poduzetništva kojem je novac najveći motiv djelovanja, kod društvenog je poduzetnika to poboljšanje života drugih ljudi. Također, velika razlika između društvenog i tradicionalno poduzetništva usmjeravanje je profita. Cilj tradicionalnog poduzetništva je postizanje maksimalnog profita, dok je cilj društvenog poduzetništva održiv profit. Velika razlika postoji i kod raspodjele dobiti koja se kod tradicionalnog poduzetništva, gotovo u cijelosti, raspoređuje vlasnicima, dok se kod društvenog poduzetništva u cijelosti reinvestira u zajednicu radi općeg dobra (zapošljavanje, pomoć invalidima i sl.).

Tablica 4. Prikaz razlika između tradicionalnog i društvenog poduzetnika

TRADICIONALNI PODUZETNIK	DRUŠTVENI PODUZETNIK
Uviđa priliku	Uviđa priliku za poboljšanje života drugih ljudi
Preuzima rizik	Preuzima rizik
Prihvaća odgovornost	Prihvaća odgovornost
Zarađuje	Zarađuje kako bi održao misiju
Želi biti bogat	Obogaćuje druge
Štiti intelektualno vlasništvo	Dijeli zaštićeno intelektualno vlasništvo cijele zajednice Teži ka tome da se poveća intelektualno vlasništvo
Neovisan	U ovisnosti sa drugima
Sam svoj šef	Šef svoje sudbine

Zadržava kontrolu	Odriče se kontrole
Pouzdaje se u vlastite vještine i znanje	Pouzdaje se u znanja i iskustva ljudi koji ga okružuju i podupiru
Fokusira se na kratkoročnu financijsku dobit	Fokusira se na dugoročne ciljeve
Ne postoji ograničenje prilikom generiranja ideja	Generiranje ideja je ograničeno misijom
Profit je cilj	Profit je sredstvo
Profit je sredstvo koje se koristi i ulaže kako bi se generiralo još profita	Profit se koristi i ulaže kako bi se pomoglo onom segmentu ljudi kojima je pomoć najpotrebnija

Izvor: EFOS (2015.) Društveno poduzetništvo. [Online] Dostupno na: http://www.efos.unios.hr/upravljanje-javnim-i-neprofitnim-organizacijama/wp-content/uploads/sites/441/2013/04/UJNO_drustveno-poduzetnistvo.pdf [Pristupljeno: 12.1.2018.], str. 6

Iz Tablice 4. može se zaključiti da su obje vrste poduzetništva vođene prilikama, no dok je tradicionalnom poduzetniku profit cilj, društvenom je poduzetniku sredstvo za održavanje misije poboljšanje života drugih ljudi. Nadalje, oba poduzetnika prihvaćaju odgovornost i preuzimaju rizik, ali tradicionalni je poduzetnik fokusiran na kratkoročnu financijsku dobit, dok je društveni poduzetnik fokusiran na dugoročne ciljeve. Također, odluke u tradicionalnom poduzeću donose pojedinci temeljem dionica, odnosno udjela u poduzeću. Upravljačka je struktura, dakle, u pravilu potpuno odvojena od zaposlenika. U društvenom poduzeću odluke se donose demokratski, odnosno radnici se uključuju u procese odlučivanja, što je bitna karakteristika takvog načina poslovanja.

2.2. Povijesni razvoj društvene ekonomije i društvenog poduzetništva

Društvena ekonomija je sektor tržišta koji djeluje između javne i privatne sfere, a njezin razvoj i razvoj samog društvenog poduzetništva bio je specifičan.

Društveno je poduzetništvo jedan od modela koji mobilizira lokalne gospodarske aktivnosti te je važan segment sektora društvene ekonomije (Petričević, 2012.).

Pojam „društvena ekonomija“ prvi put se spominje 1830. u knjizi Charles Dunoyera „Treatise on Social Economy“ (*Rasprava o društvenoj ekonomiji*), u kojoj se autor zalagao za moralniji pristup ekonomiji (Petričević, 2012.)

J.S. Mill (1806. – 1873.) imao je važnu ulogu u razvoju društvene ekonomije. Težio je reformama koje bi bile usmjerene društvenom i ljudskom napretku. Bio je osjetljiv u odnosu

na pitanje socijalne nejednakosti te je zagovarao reforme u vidu stvaranja zadruga među radnicima, ali smatrao je da ne treba ukinuti slobodno tržište (Baccarini, 2013.).

Pojava pučkih udruga i zadruga predstavlja povijesni začetak društvene ekonomije.

Leon Walras, poznati francuski ekonomist iz 19. stoljeća, kao i Mill, smatrao je da zadruge mogu ispuniti važnu funkciju u rješavanju socijalnih sukoba, na način da svijet učine manje kapitalističkim te omogućće uvođenje demokracije u proces proizvodnje (Monzón i Chaves, 2012.). S Walrasom je društvena ekonomija postala dio ekonomske znanosti i područje gospodarske aktivnosti u kojoj su u velikoj mjeri zastupljene zadruge, uzajamna društva i udruge kakve poznajemo danas. Osnovne karakteristike suvremenog koncepta društvene ekonomije zadobile su svoj oblik krajem 19. stoljeća, inspirirane vrijednostima demokratskog udruživanja, uzajamnosti i zadrugarstva (Monzón i Chaves, 2012.).

Stručnjaci navode kako društveni oblici poduzetništva datiraju iz 19. stoljeća kad se javljaju privatne viktorijanske bolnice kao prepoznatljiva ideja društveno – poduzetničkog djelovanja. No, prvi pravi oblik društvenog poduzetništva pojavljuje se u Bangladešu u vidu prve banke za siromašne, Grameen Bank. Organizacija i njen osnivač Muhammed Yunus dobili su Nobelovu nagradu za mir 2006. godine. Radi se o mikrofinancijskoj organizaciji osnovanoj u Bangladešu s ciljem davanja malih zajmova (poznatih i kao mikrokrediti) siromašnim ljudima bez da se traži jamčevina. Sustav se temelji na ideji da siromašni nisu siromašni zbog manjka sposobnosti ili potencijala, već zato što ne mogu ili ne znaju iskoristiti svoje sposobnosti i potencijale. Banka se bavi i razvojnim projektima u tekstilnoj i telekomunikacijskoj industriji te energetici.

U razvijenim se zemljama društveno poduzetništvo javlja već sedamdesetih godina dvadesetog stoljeća u Sjevernoj Americi i Velikoj Britaniji. Općenito se smatra kako je najzaslužniji za početke razvoja društvenog poduzetništva bio Bill Drayton. On je 1980. osnovao zakladu „Ashoka“ koja je napravila put društvenom poduzetništvu na globalnoj razini, a čiji je glavni cilj povezivanje socijalnih poduzetnika iz cijelog svijeta. Već je sljedeće godine u Indiji fondacija dobila i svoje prve članove. Započeli su s godišnjim budžetom od samo 50 tisuća dolara, da bi u 2006. taj iznos bio gotovo 30 milijuna američkih dolara. Zaklada je utemeljena na pretpostavci kako je najučinkovitiji način za promociju pozitivnih društvenih promjena ulaganje u društveno poduzetništvo s inovativnim rješenjima koja su održiva i umnoživa, kako na državnoj, tako i na globalnoj razini. Prema podacima sa službene stranice zaklade, do danas su utemeljeni programi u više od 92 zemlje i podržava se rad više od 3.500 članova. Zaklada upošljava više od 300 osoba u 35 regionalnih ureda po Africi, Sjevernoj i Južnoj Americi, Aziji, Europi i Bliskom Istoku. Financiraju je pojedinci, fondacije

i 'pravi' poduzetnici iz cijeloga svijeta. Ashoka ne prihvaća dotacije od vladinih subjekata, a pojedinačna i institucionalna sredstva fondova osiguravaju dugoročnu stabilnost Ashoka zaklade.

Nakon takve inicijative počele su se otvarati i druge zaklade koju su podupirale društvene poduzetnike tako da su davale novčane potpore ili potpomagale investiranje u društvene poduzetnike početnike čime su, osim velike podrške, postali ogromni promotori društvenog poduzetništva u svijetu.

Prema Cvitanović (2018.), značaj društvenog poduzetništva vidljiv je u osamdesetim godinama prošlog stoljeća jer se nacionalne ekonomije nisu mogle nositi s velikim problemima kao što su dugotrajna nezaposlenost, socijalno isključivanje, siromaštvo, glad, loši životni uvjeti u ruralnim područjima i slično. U Europi se društveno poduzetništvo najprije pojavilo u Italiji te se potom do sredine devedesetih proširilo i na ostale europske zemlje, dok je 1989. u Parizu održana prva konferencija o društvenoj ekonomiji koju je sponzorirala Europska komisija.

Društveno poduzetništvo tijekom njegova razvoja manifestiralo se kroz različite pravne i organizacijske oblike.

Prvi pravno – institucionalni okvir za društveno poduzetništvo formirao se u Italiji krajem osamdesetih godina kad su se pojavili novi zadružni oblici, a najčešći je primarni cilj zadružnog djelovanja bila radna reintegracija. Značajno obilježje tih zadruga bilo je djelovanje za opću korist zajednice, a ne samo na korist svojih članova. Tako je 1991. godine donesen Zakon o socijalnim zadrugama kojim se reguliralo njihovo djelovanje te je predstavljao pionirski zakon o društvenom poduzetništvu. Taj je Zakon određivao dva tipa zadruga – tip A (socijalne zadruge koje pružaju socijalne, zdravstvene, obrazovne usluge) i tip B (zadruge usmjeren na radnu integraciju, posebice osoba lošijih pozicija na tržištu rada i ne mora nužno nuditi socijalne usluge) (Vidović, 2012.).

Procjenjuje se da je 1996. u Italiji bilo 4 000 socijalnih zadruga s više od 100 000 članova, 75 000 zaposlenih i 9 000 volontera. Desetak godina poslije, 2005. godine, djelovalo je 58 000 zadruga, među kojima je bilo 7 568 socijalnih zadruga. Najbrojnije su zadruge tipa A i čine oko 70% socijalnih zadruga (Parun-Kolin, Petrušić, 2007.).

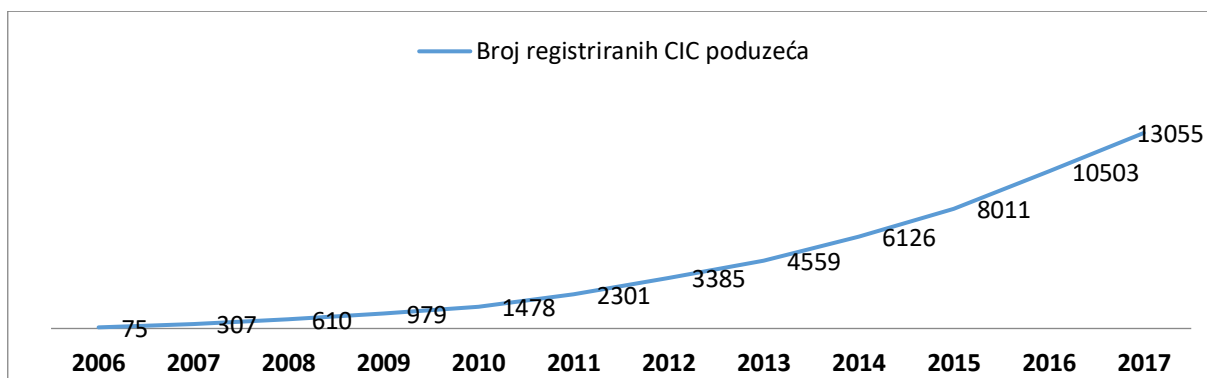
Osim zadruga, i druge su se organizacije u Italiji počele baviti socijalnim poduzetništvom, stoga je 2006. godine donesen Zakon o socijalnim poduzećima koji je regulirao tzv. socijalna poduzeća (*tal. Impresa sociale*). Ovaj je zakon bio „širi“ od prethodnog te je omogućio i drugim pravnim oblicima da postanu društvena poduzeća. Njime su određene i aktivnosti koje su društveno korisne i spadaju u kategoriju djelatnosti društvenog poduzeća, poput pružanja

socijalnih usluga, radne integracije, zaštite okoliša, zdravlja, obrazovanja i sl. (Vidović, 2012.).

Dulje od desetljeća nakon prvog talijanskog zakona, britanska vlada napravila je prve korake u zakonskom reguliranju društvenog poduzetništva i to najsustavnijim zakonskim okvirom kojim se regulira društveno poduzetništvo u Europi. Blairova vlada je 2002. pokrenula Koaliciju za društveno poduzeće i osnovala Odjel za društvena poduzeća (engl. *Social Enterprise Unit*), s namjerom intenzivnije promocije društvenog poduzetništva (Vidović, 2012.). Tako je 2005. donesen zakon koji je regulirao novi pravni oblik (između tradicionalnih poduzeća i dobrotvornog društva), pod nazivom tvrtka za javni interes (engl. *Community Interest Company – CIC*). Ovaj je oblik organizacije, zapravo, društvo s ograničenom odgovornošću, formirano s ciljem korištenja svog profita za postizanje socijalnih ciljeva i ostvarivanje socijalne misije. CIC ima i neka nova i specifična obilježja te mora zadovoljiti određene uvjete.

Prema Vidović (2012.), prije svega, ovo poduzeće treba proći test "javnog interesa" kako bi se utvrdilo da zaista djeluje za opće dobro i u javnom interesu. Profit koji ostvaruje može se među članovima dioničarima raspodijeliti samo u skromnim i ograničenim iznosima, a za razliku od dobrotvornih organizacija, CIC ne podliježe posebnom poreznom sustavu niti ima porezne olakšice. Prema podacima Godišnjeg izvješća iz 2017., broj registriranih CIC poduzeća narastao je za 9% u odnosu na 2016. godinu te je registrirano 2,812 novih CIC poduzeća (GOV UK, 2017.). Svake godine bilježi se rast broja registriranih CIC poduzeća. U 2017. godini u Velikoj Britaniji bilo je više od 13 000 registriranih CIC poduzeća, dok ih je 2005. bilo registrirano samo 75 (GOV UK, 2017.) (Slika 3.). Navedeno ukazuje na velik interes britanskih poduzetnika za djelovanjem u korist zajednice.

Slika 3. Porast broja registriranih CIC poduzeća u Velikoj Britaniji od 2006. do 2017.



Izvor: Izrada autorice prema GOV UK (2017.) Community Interest Companies, Annual Report 2016-2017 [Online] Dostupno na: <https://assets.publishing.service.gov.uk/government>

uploads/system/uploads/attachment_data/file/630211/cic-17-2community-interest-companies-annual-report-2016-2017.pdf [Pristupljeno:12.5.2018.]

Od početka 2016. u Velikoj Britaniji godišnje se ostvarilo više od 420 milijuna funti društvenih ulaganja. Ukupno je uloženo više od 1,5 milijarde funti uloženo kroz više od 3.000 organizacija. A više od 70% ulaganja usmjereno je na društvena poduzeća, uključujući i CIC-ove (GOV UK, 2017.).

Dodana vrijednost CIC – a je pružiti društveni učinak i promjenu u razvoju komercijalno održivog modela. Vidović (2012.), kako je navedeno u radu Defournya i Nyssensa (2008.), objašnjava da CIC predstavlja dobar primjer stvaranja novog pravno-organizacijskog oblika. U nepostojanju zahtjeva za kolektivnom komponentom i otvorenoj mogućnosti da CIC osnuje jedna osoba, vidljiv je utjecaj američkog koncepta društvenog poduzetništva. Za razliku od talijanskog pravnog sustava koji naglašava komponentu suradnje i demokratičnosti u načinu upravljanja, britanski više ističe poslovnu, tržišnu dimenziju društvenog poduzetništva.

Tijekom posljednja dva desetljeća, i druge europske zemlje počele su prepoznavati društveno poduzetništvo kao novi oblik djelovanja te su ga regulirale, bilo promjenom i dopunom postojećih zakona, bilo donošenjem novih. Zakonodavno uređenje društvenog poduzetništva, ne samo da regulira njegovo osnivanje i djelovanje, već priznaje različitost i novine ovog tipa djelovanja u usporedbi s tradicionalnim poduzetništvom.

Ako u pojedinoj zemlji nije reguliran specifičan pravno-organizacijski oblik, društveno poduzetništvo se pojavljuje u različitim oblicima – udrugama, dobrotvornim društvima, organizacijama uzajamne pomoći, socijalnim poduzećima, zakladama, zadrugama, centrima za zapošljavanje i sl. Najčešći oblici u svim zemljama su udruge i zadruge. Izbor organizacijskog oblika najviše ovisi o pravnom okviru pojedine države.

Prema Izvješću Europskog parlamenta *Social Economy* iz 2016. godine, društveno poduzetnička aktivnost se u Europi uglavnom pojavljuje u vidu dva glavna tipa djelatnosti: integracija u tržište rada i usluge socijalne skrbi u zajednici.

Vidović (2012.) navodi da je u pojedinim europskim zemljama društveno poduzetništvo prepoznato kao posebna djelatnost, a u pojedinim su se zemljama razvili zakoni koji reguliraju njegovo djelovanje te javne politike koje usmjeravaju njegov razvoj. Gdje je prepoznat potencijal društvenog poduzetništva u rješavanju pojedinih ekonomskih problema, pokazao se interes za njegovim zakonskim reguliranjem, a daljnje zakonsko reguliranje je doprinijelo njegovoj prepoznatljivosti. Istraživanje Europske istraživačke mreže (EMES)

utvrdilo je kako se u Europi može identificirati preko 40 različitih pravno – organizacijskih oblika koji čine društvenu ekonomiju, a dio njih se odnosi na društveno poduzetništvo.

Društveno poduzetništvo, iako ne formalno, u određenom obliku kao aktivnost u Hrvatskoj datira i prije osamostaljenja. Tradicionalno poduzetništvo se u Hrvatskoj za vrijeme članstva unutar Socijalističke Federativne Republike Jugoslavije (SFRJ) suočavalo s nizom problema. Jugoslavija (SFRJ) je imala specifičan odnos prema poduzetništvu, vlasništvu, samostalnim inicijativama i ostalim značajkama društvenog poduzetništva. Naglasak je bio na kolektivu, a ne na pojedincima, pa je država kontrolirala poduzeća i tržište, postavljala ograničenja tržišnih sloboda te tako otežavala razvoj poduzetništva i društvenog poduzetništva. Unatoč tome, javljali su se neki oblici poduzetništva, posebice mali obrtnici i poduzetnici. Važan dio socijalnog sustava činile su i zaštitne radionice za invalide namijenjene njihovom zapošljavanju koje su se počele organizirati od završetka rata. Radionice su imale važnu ulogu u radnoj i socijalnoj integraciji te su se zadržale do početka tranzicije kad ih je bilo registrirano 3 910 (Vidović, 2012.). Krajem socijalističkog razdoblja postaju vidljiviji i neki drugi oblici društvenog djelovanja, ženski društveni pokreti i samoorganizirane grupe za pružanje pomoći, kao što su humanitarne organizacije za pružanje pomoći siromašnima Crveni križ i Caritas, a Crkva je putem Caritasa dobila prešutan pristanak države za sudjelovanje u podmirenju socijalnih potreba (Vidović, 2012.).

U Hrvatskoj, također, postoji tradicija kolektivnog poduzetništva putem zadruga. Zadrugarstvo u Hrvatskoj bilježi svoj kontinuitet od 150 godina. Prva zadruga (štedno kreditna zadruga) osnovana je 1862. u Pitomači pod nazivom “Pitomačka zanatnička zadružnica”. Ta zadruga nije prekidala svoju djelatnost te i sada djeluje pod nazivom “Prva obrtna štednokreditna zadruga”. Zadruge su bile snažne gospodarske institucije, zadržavale su stanovništvo na lokalnom području, okupljale pojedince koji imaju zajedničke interese 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 doprinijele uvećanju zaposlenosti, jačale su poziciju i sudjelovanje zaposlenika, suzbijale siromaštvo, snažile ruralni razvoj, osiguravale pravednu raspodjelu, itd. Dakle, promovirale su sve vrijednosti karakteristične i za društveno poduzetništvo. U Hrvatskoj se posebno ističe duga i bogata tradicija učeničkog zadrugarstva u kojima mladi zadrugari stječu prva radna iskustva i vrijednosti kojima rad i solidarnost mogu doprinijeti. Prema Nacionalnoj strategiji stvaranja poticajnog okruženja za razvoj civilnog društva od 2012. do 2016., većinu onoga što u Hrvatskoj smatramo dobrim primjerima društvenog poduzetništva pokrenule su upravo organizacije civilnoga društva (bilo osnivanjem izdvojene pravne osobe, najčešće zadruge ili

trgovačkog društva, bilo organiziranjem društveno – poduzetničke inicijative u okviru djelovanja same organizacije, ali i organiziranjem izobrazbe za pojedince i organizacije koje su zainteresirane za razvoj društvenog poduzetništva). Kao inicijalni problemi za razvoj društvenog poduzetništva bili su nedostatak financijskih sredstava, znanja o pokretanju, upravljanju i održivosti poslovanja, prevelika ovisnost o donacijama i financiranju od strane javnog sektora. Unatoč tome, pojavili su se raznoliki oblici 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) (MRMS, 2015.).

Po završetku Domovinskog rata, u Hrvatskoj su se razvile građanske organizacije. S počecima tranzicije došlo je do pada socijalnih prava i razine socijalnih usluga, što zbog saniranja ratnih šteta, što zbog pada ekonomskih aktivnosti (Vidović, 2012.).

Zakonodavni okvir u kojem se spominje socijalno (društveno) poduzetništvo nastaje 2006., gdje se u sklopu „Nacionalne strategije stvaranja poticajnog okruženja za razvoj civilnog društva 2006. godine do 2011. godine“ jedno poglavlje odnosi na pitanja „socijalne ekonomije i socijalnog poduzetništva“. Na društveno poduzetništvo se u konkretnom primjeru gleda kao na samofinancirajuću djelatnost organizacija civilnog društva pomoću koje se postiže njihova samoodrživost. Godine 2012. Vlada Republike Hrvatske sastavila je „Nacionalnu strategiju stvaranja poticajnog okruženja za razvoj civilnog društva od 2012. do 2016. godine“ u kojoj se nekoliko puta spominje „socijalno poduzetništvo“. Jedan od ciljeva u tom dokumentu je i razvitak socijalnog poduzetništva kao poluge društvenog razvoja i smanjenja siromaštva. Socijalno poduzetništvo, koje se u dokumentu spominje kao i društveno, opisano je kao način rješavanja društvenih problema primjenom poduzetničke metode, vodeći računa o održivom razvoju i primjenjujući sustav demokratskog donošenja odluka (uz solidarnost i uzajamnu pomoć).

Također, društveno je poduzetništvo prepoznato i u Strategiji borbe protiv siromaštva i socijalne isključenosti Republike Hrvatske od 2014. do 2020. gdje se navodi kao mjera: „Po pitanju socijalne integracije uključivanjem u poduzetništvo socijalno ugroženih osoba i osoba s invaliditetom (kao vlasnike gospodarskih subjekata) poticat će se razvoj socijalnih zadruga koje zapošljavaju osobe s umanjenom radnom sposobnošću i uključuju ih u radne i gospodarske procese ili pružaju pomoć osobama u nepovoljnim osobnim, gospodarskim,

socijalnim i drugim okolnostima te ih uključuju u širu društvenu zajednicu.“ (Vlada RH, 2014., str. 21)

Do donošenja Strategije razvoja društvenog poduzetništva u Republici Hrvatskoj za razdoblje od 2015. do 2020., državni dokumenti jedva da su spominjali pojam društvenog poduzetništva, a poticanje njegovog razvoja nije bio prioritet. Međutim, društveno poduzetništvo je integrirano u pozitivno zakonodavstvo Hrvatske koje regulira već postojeće poslovne subjekte (zadruge, udruge, društva s ograničenom odgovornošću i dr.). Sama činjenica što ono nije regulirano posebnim zakonom, velika je prepreka za razvoj društvenog poduzetništva u Hrvatskoj, prvenstveno jer su društveni poduzetnici samim time i dalje nevidljivi na poduzetničkoj sceni zbog čega i kasne razvojne politike na razini države.

Unatoč još uvijek slaboj razvijenosti tog sektora u odnosu prema isključivo profitnom poduzetništvu, interes postoji, poglavito u civilnom sektoru koji je dosad bio nositelj većine aktivnosti za društveno poduzetništvo. Najbolje primjere društvenih poduzeća razvile su upravo organizacije civilnog društva, i to udruge i zadruge, a čije djelovanje podliježe primjeni nekoliko zakona. Također, važan čimbenik razvoja društvenog poduzetništva u samim počecima bile su međunarodne organizacije koje su provodile edukacije, a kasnije su i pojedina hrvatska društvena poduzeća počela povoditi takve aktivnosti (npr. Udruga Slap iz Osijeka). Kasnije je formiran i Forum socijalnih poduzetnika Hrvatske (SEFOR) te potom 2012. godine Cluster za eko-društvene inovacije i razvoj (CEDRA) kojima je cilj bio pružanje potpore društvenim poduzetnicima.

Djelatnosti kojima se bave društvena poduzeća u Hrvatskoj najčešće su pružanje intelektualnih usluga, proizvodna djelatnost, turizam, poljoprivreda, kultura i dr., a nastoje riješiti razne društvene probleme 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 (MRMS, 2015.).

U Hrvatskoj je u ožujku 2011. donesen novi dopunjeni Zakon o zadrugama (NN 34/11) koji u članku 66. definira pravni oblik i djelovanje socijalne zadruge. Time je u Hrvatskoj, dvadeset godina nakon Italije, postavljen okvir za razvoj socijalnog zadrugarstva. Članovi socijalne zadruge mogu biti korisnici i davatelji usluga te radnici zadruge. Prema navedenom zakonu socijalne se zadruge osnivaju radi sljedećega:

- obavljanja djelatnosti kojima se pruža pomoć u zadovoljenju osnovnih životnih potreba socijalno ugroženim, nemoćnim i drugim fizičkim osobama koje one same ili

uz pomoć članova obitelji ne mogu zadovoljiti zbog nepovoljnih osobnih, gospodarskih, socijalnih i drugih okolnosti,

- uključivanja u radne i gospodarske procese osoba s umanjenom radnom sposobnošću i drugih fizičkih osoba koje nemaju dovoljno sredstava za podmirenje osnovnih životnih potreba, a nisu u mogućnosti ostvariti ih svojim radom ili prihodom od imovine ili iz drugih izvora.

Hrvatsko zakonodavstvo, općenito gledajući, ne prepoznaje društveno poduzetništvo kao specifičan pojam. Ipak, zakonski okvir u Hrvatskoj ne sprječava razvoj i poslovanje društvenih poduzetnika. Zakoni koji imaju posebnu važnost za sektor društvenog poduzetništva su:

- Zakon o zadrugama (NN 34/11, 125/13, 76/14),
- Zakon o udrugama (NN 74/14, 70/17),
- Zakon o zakladama i fondacijama (NN 36/95, 64/01),
- Zakon o ustanovama (NN 76/93, 29/97, 47/99, 35/08),
- Zakon o obrtu (NN 143/13)
- 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),
- Zakon o profesionalnoj rehabilitaciji i zapošljavanju osoba s invaliditetom (NN 157/13, 152/14),
- Zakon o javnoj nabavi (NN 120/16),
- Zakon o poticanju razvoja malog gospodarstva (NN 29/02, 63/07, 53/12, 56/13, 121/16)
- Zakon o pravima hrvatskih branitelja iz Domovinskog rata i članova njihovih obitelji (NN 174/04, 92/05, 2/07, 107/07, 65/09, 137/09, 146/10, 55/11, 140/12, 33/13, 148/13, 92/14).

Iako su u Hrvatskoj u posljednje vrijeme počele s radom i prve socijalne zadruge koje rade na principima društvenog poduzetništva (npr. Socijalna zadruga Prijateljica, Socijalna zadruga Contus, Socijalno uslužna zadruga Martinov plašt i dr.), zbog nedostatka odgovarajućeg pravnog, financijskog i institucionalnog okvira za njegov razvoj, puni potencijal društvenog poduzetništva niti danas nije u Hrvatskoj potpuno iskorišten. Time društveni poduzetnici i dalje djeluju u vrlo malom broju te nisu prepoznani njihovi ekonomski učinci.

Europske institucije potaknule su Hrvatsku da u nekoliko zakonskih legislativa i strategija uvrsti društveno poduzetništvo kao važan oblik društvene aktivnosti, ponajviše jer je Hrvatska

od 01. srpnja 2013. postala država članica Europske unije čime je preuzela i obvezu provedbe Strategije Europa 2020. - Europska strategija za pametan, održiv i uključiv rast.

Stoga je 2015. donesena Strategija razvoja društvenog poduzetništva u Hrvatskoj za razdoblje od 2015. do 2020., kao okvir koji omogućuje razvoj sektora društvenog poduzetništva u Hrvatskoj, a njezin cilj definiran je kao: „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.“ (MRMS, 2015., str. 4)

U sklopu Ministarstva rada i mirovinskog sustava, u srpnju 2015. osnovan je Odjel za pripremu i provedbu projekata iz područja društvenog poduzetništva čime je navedeno ministarstvo i službeno postalo odgovorno za razvoj društvenog poduzetništva na institucionalnoj razini. Uz Ministarstvo rada i mirovinskog sustava, u sklopu Strategije, navedene su i druge institucije i državna tijela koja u različitoj mjeri sudjeluju u razvoju i poticanju društvenog poduzetništva u Hrvatskoj, poput Hrvatske banke za obnovu i razvitak, Ministarstva hrvatskih branitelja, Ministarstva za demografiju, obitelj, socijalnu politiku i mlade, Ured za udruge i dr.

2.3. Pokazatelji značaja društvenog poduzetništva

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

- svojim djelovanjem nadopunjuju one usluge od javnog interesa (npr. socijalne usluge) koje javne institucije ili privatna profitna poduzeća nisu u mogućnosti dovoljno kvalitetno obavljati;
- doprinose uravnoteženom korištenju i raspodjeli raspoloživih resursa u korist lokalne zajednice;
- generiraju nova radna mjesta u svojim područjima djelovanja, a neka društvena poduzeća posebno su usmjerena integraciji dugotrajno nezaposlenih na tržište rada;
- potiču društvenu koheziju i pridonose rastu i razvoju društvenog kapitala;
- pružaju podršku institucionalizaciji neformalnih poduzetničkih aktivnosti privatnog profitnog sektora, itd.

Prema Baturini (2018.), u izvješću „Najnovija kretanja u okviru socijalne ekonomije u Europskoj uniji“ koje je za Europski gospodarski i socijalni odbor izradio CIRIEC (*Centre international de recherches et d'information sur l'économie publique, sociale et coopérative*), a objavljen 2017. godine, naglašena je činjenica da je europska socijalna ekonomija iznimno važna u ljudskom i gospodarskom smislu te da je to stvarnost koju društvo i tvorci politika trebaju uzeti u obzir.

Naime, u navedenom Izvješću Europskog gospodarskog i socijalnog odbora (2017.) navodi se da europska društvena ekonomija prema posljednjim poznatim podacima podrazumijeva više od 13,6 milijuna plaćenih radnih mjesta i više od 2,8 milijuna subjekata i poduzeća.

U ovom poglavlju prikazat će se makroekonomski pokazatelji društvenog poduzetništva te značaj koje ono ima za tržište rada Europske unije. Poznati podaci ukazuju na to da društveno poduzetništvo doprinosi pozitivnom razvoju te da ima veliku važnost za gospodarstvo u cjelini.

2.3.1. Doprinosi društvenog poduzetništva razvoju Europske unije

Europska unija neprestano traži nove načine i nova rješenja kako unaprijediti društveno poduzetništvo. Ekspertna skupina Europske komisije za društveno poduzetništvo (*Commission Expert Group on the social business initiative - GECES*) 2016. godine u svojem je izvješću pod nazivom „Društvena poduzeća i društveno gospodarstvo ide naprijed“ (*Social enterprises and the social economy going forward*) utvrdila sljedećih pet pozitivnih doprinosa društvenog poduzetništva za razvoj Europske unije:

1. kvalitetno i uključivo stvaranje i razvoj novih radnih mjesta
2. socijalno uključivanje i smanjenje siromaštva
3. humanitarna kriza, uključivanje i integracija migranata i izbjeglica
4. sve veće teritorijalno i lokalno utemeljeno gospodarstvo
5. ravnopravnost spolova

1. Kvalitetno i uključivo stvaranje i razvoj novih radnih mjesta

GECES (2016.) u svojem Izvješću navodi kako je u financijskoj krizi 2008. u Europskoj uniji izgubljeno oko tri milijuna radnih mjesta. S obzirom da su nova radna mjesta uglavnom stvorena od strane novih dinamičnih poduzeća, uspješan program stvaranja novih radnih mjesta u Europi treba obuhvatiti aktivnosti za poticanje razvoja društvenog poduzetništva i društvenih poduzeća. Naime, na razini Europske unije smatra se da potencijal društvenog

poduzetništva nije u potpunosti iskorišten, s obzirom da je prepoznato da ona imaju moć stvaranja puta novim mogućnostima zapošljavanja na područjima koja nisu iskoristili tradicionalni poduzetnici ili javna poduzeća.

Zbog toga se smatra da društvena ekonomija i društvena poduzeća imaju ključnu ulogu. Činjenica da maksimiziranje profita nije njihova pokretačka snaga omogućuje im da zadrže, pa čak i stvaraju radna mjesta u vremenima kad ih tradicionalne tvrtke ukidaju. Osim toga, mnoga su društvena poduzeća pristupila novim načinima otkrivanja, brige i usklađivanja vještina i talenata radnika s odgovarajućim poslovima, a čime se pridonosi zapošljivosti radne snage.

Primjerice, u Španjolskoj društvena je ekonomija stvorila više od 31.000 poduzeća i 210.000 radnih mjesta u razdoblju od 2008 do 2015. godine. Štoviše, španjolski je program zapošljavanja Lanzaderas, do 2016. godine, pomogao više od 2.500 nezaposlenih ljudi da se osposobe i da rade u timovima za samopomoć (GECES, 2016.).

2. Socijalno uključivanje i smanjenje siromaštva

GECES (2016.) smatra da je društvena ekonomija ključni čimbenik u gospodarstvu i jedinstvenom tržištu Europske unije. Društvena ekonomija i društvena poduzeća pridonose postizanju ciljeva Europske unije za pametnim, održivim i uključivim rastom. Mnoga su takva poduzeća ključni čimbenici u pružanju usluga od općeg interesa građanima, osobito ranjivim osobama. Ova poduzeća zadovoljavaju socijalne potrebe u pogledu pristupa stanovanju, zdravstvenoj zaštiti, pomoći starijim osobama ili osobama s invaliditetom i uključivanja ugroženih skupina u društvo. Također, djeluju i na području skrbi o djeci, pristupu zapošljavanju i obuci, liječenju od ovisnosti te pridonose borbi protiv isključenosti i siromaštva.

3. Humanitarna kriza, uključivanje i integracija migranata i izbjeglica

U Europskoj uniji trenutno se odvija humanitarna kriza i tražitelji azila koji dobiju status izbjeglica susreću se s mnogim preprekama. Osobito se suočavaju s preprekama prilikom integracije u društvo. Izbjeglička kriza još je više naglasila neprimjerenost i neefikasnost tradicionalnih strategija javnih vlasti za rješavanje problema migracija.

Došlo je do izražaja kako poduzetništvo koje djeluje u sektoru društvene ekonomije pridonosi većoj ponudi struktura usmjerenih za ove ranjive skupine i sadrži odgovarajuću razinu skrbi i autonomije. Pozitivni primjeri takvih djelatnosti javljaju se posebice u državama koje su najviše pogođene trenutnom migrantskom krizom. Tako u Italiji mnoge udruge i socijalne

zadruga pružaju pomoć izbjeglicama, ali nude i tečajeve jezika, obuku i stažiranje, poput „Camelota“ (socijalne zadruge osnovane 1999. u Ferrari koja radi na stvaranju modela društva orijentiranog na socijalnu koheziju i smanjenje diskriminacije, a prema podacima s njezinih službene stranice zapošljava i do 500 ljudi). Također, važan primjer je i neprofitna organizacija iz Njemačke „Social Impact GmbH“ koja je osnovana 1994. godine te ima ključnu ulogu u osmišljavanju i provedbi inovativnih programa te start – up podršci za socijalno ugrožene skupine. Djeluje u više gradova diljem Njemačke i razvila je program za migrante koji ima za cilj usmjeriti ih ka samozapošljavanju. Tako npr. u Berlinu olakšava integraciju izbjeglica stavljajući ih u kontakt s lokalnim hotelsko – ugostiteljskim poduzećima koja trebaju radnike (GECES, 2016.).

4. Sve veće teritorijalno i lokalno utemeljeno gospodarstvo

Društvena poduzeća često proizlaze iz inicijativa građana i ona su duboko ukorijenjena na teritorijima na kojima djeluju jer subjekti društvene ekonomije uglavnom traže rješenja za potrebe lokalne zajednice. Društvena poduzeća imaju važnu ulogu za lokalne i regionalne vlasti jer one mogu imati velike koristi od dodane vrijednosti ili novih ideja, pristupa i rješenja za probleme u zajednici.

Lokalne i regionalne vlasti imaju i izravni interes i važnu ulogu u stvaranju povoljnih uvjeta za razvoj društvene ekonomije i društvenih poduzeća na svojim teritorijima. Da bi bile uspješne, politike koje se odnose na društvena poduzeća trebaju biti stvorene u suglasju između poduzetnika i odgovarajuće razine moći (GECES, 2016.).

5. Ravnopravnost spolova

Prema GECES (2016.), vizija i ciljevi društvenih poduzeća često se temelje na vrijednostima kao što su solidarnost i jednakost, stoga društvena poduzeća trebaju podupirati ravnopravnost spolova interno i prema van te moraju predstavljati uzore u tom smislu.

Žene češće imaju više položaje u društvenim poduzećima, nego u tradicionalnim malim i srednjim poduzećima. U Velikoj Britaniji 2015. godine u 40% društvenih poduzeća upravljačku strukturu činile su žene, u usporedbi sa samo 18% u tradicionalnim malim i srednjim poduzećima (GECES, 2016.). Europska unija je od Europske komisije i država članica zatražila da se takav način upravljanja podrži uspostavom mjera usmjerenih poboljšanju pristupa financiranju i jačanju vodstva žena i njihovih menadžerskih vještina. To uključuje povećanje samopouzdanja, provođenje dodatnih istraživanja i prikupljanje više podataka o sudjelovanju žena u društvenoj ekonomiji i društvenim poduzećima.

Ekspertna skupina Europske komisije za društveno poduzetništvo (GECES), osim što je istaknula pet pozitivnih doprinosa društvenog poduzetništva, sastavila je i preporuke, odnosno snažan skup mjera koje treba razmotriti i provoditi, a odnose se na četiri područja:

- 1. Povećanje vidljivosti, priznanja i identiteta** zbog stvaranja ravnopravnog okruženja za razvoj društvenog poduzetništva
- 2. Poboljšanje pristupa financiranju**
- 3. Poboljšanje pravnog uređenja** zbog stvaranja odgovarajućeg zakonskog okvira za europsku društvenu ekonomiju i društvena poduzeća
- 4. Poticanje međunarodnog razvoja i rasta** zbog povećanja sudjelovanja Europske unije u pružanju podrške društvenim poduzećima širom svijeta, posebice u kontekstu ciljeva održivog razvoja Ujedinjenih naroda.

Prema GECES (2016.), navedene preporuke treba provoditi, kako na razini Europske unije, tako i na nacionalnoj i lokalnoj razini, a sve u svrhu poticanja razvoja društvene ekonomije i društvenog poduzetništva. Važno je primijetiti da je naglasak stavljen na poboljšanje pravnog uređenja, a sve u svrhu podizanja svijesti o važnosti društvenog poduzetništva.

2.3.2. Makroekonomski pokazatelji društvenog poduzetništva

Društvena poduzeća pokazala su se vrlo otpornim tijekom posljednje globalne financijske krize. Ona su pokazala sposobnost prevladavanja većih prepreka i apsorpiranja šokova koji utječu npr. na zaposlenost. Stoga je društveno poduzetništvo prepoznato kao jedan od ključnih faktora stvaranja novih radnih mjesta i kao najinovativniji oblik subjekata ekonomije.

Društveno poduzetništvo utemeljeno je na participativnim organizacijskim oblicima (udruge, zadruge, društva uzajamne pomoći i zaklade) s ciljem služenja široj zajednici, a ne primarno stjecanju profita.

Ekspertna skupina za društveno poduzetništvo Europske komisije u svojem izvješću „Društvena poduzeća i društveno gospodarstvo ide naprijed“ (2016.) navodi da dostupni podaci pokazuju kako u Europskoj uniji ima ukupno oko 2 milijuna subjekata društvene ekonomije, što čini oko 10-12% svih europskih poduzeća.

Prema studiji Europskog gospodarskog i socijalnog odbora pod nazivom „Najnovija kretanja u okviru socijalne ekonomije u Europskoj uniji“ objavljenoj 2017. godine, u Europi postoji 2,8 milijuna društvenih poduzeća koja zapošljavaju 13,6 milijuna ljudi, što predstavlja 6,3 % ukupne zaposlenosti i čini 8% BDP-a EU-a (Europski gospodarski i socijalni odbor, 2017.).

Nepostojanje zakonodavnog okvira u svim država članicama Europske unije jedan je od glavnih uzroka nepostojanja preciznih podataka o društvenom poduzetništvu i njegovoj zastupljenosti u privredi pojedine države.

Europska unija (E-28) prostire se na više od 4 milijuna km² i 2017. je godine imala 511.522.671 stanovnika, od čega 250.071.748 muškaraca i 261.450.923 žena (EUROSTAT, 2018.). Najviše stanovnika 2017. godine imala je Njemačka (82.521.653), a slijede je Turska (79.814.871) i Francuska (66.989.083). Najmanje stanovnika imala je Malta i to 460.297 stanovnika. Hrvatska je 2017. godine imala 4.154.213 stanovnika te spada u rjeđe naseljene zemlje Europske unije.

Broj stanovnika Europske unije značajnije se ne mijenja tijekom godina. Pad ukupnog broja stanovnika E-27 zabilježen je prije pristupanja Hrvatske Europskoj uniji i to u 2012. godine kada je iznosio 499.780.521, odnosno za 423.996 stanovnika manje nego u 2011. godini. Međutim, već 2013. godine broj stanovnika E-27 porastao je na 500.852.855 stanovnika (EUROSTAT, 2018.).

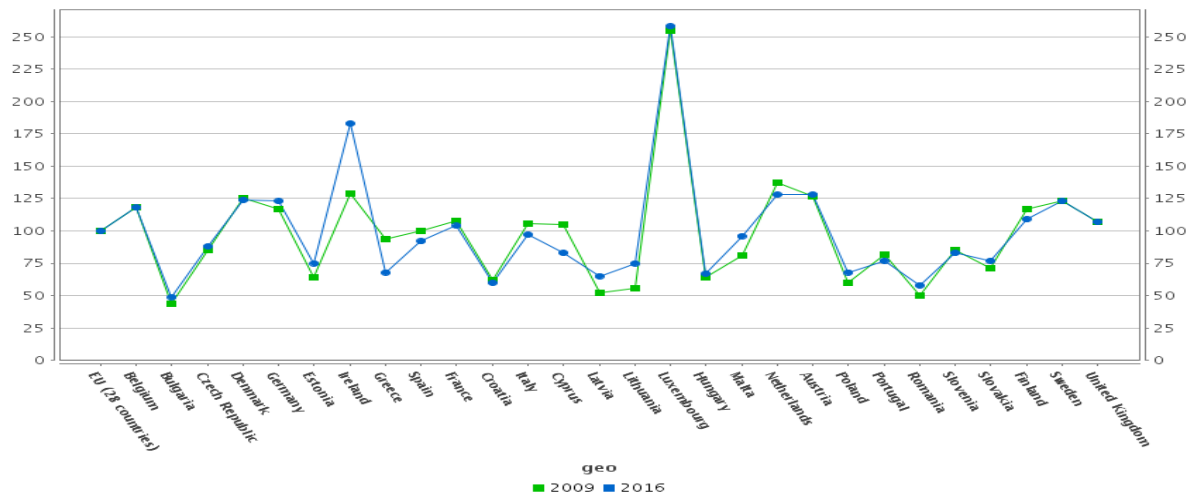
Prema Izvješću o starenju Europske komisije (Ageing Report 2015.), u odnosu na bazu 2013. godinu, na razini Europske unije predviđen je rast populacije do 2060. godine, dok Hrvatska spada u zemlje s izrazito negativnim demografskim trendovima.

Također, stanovništvo Europske unije stari. Stanovništvo starosne skupine od 20 do 64 godine se smanjuje, dok se stanovništvo starosne skupine od 65 do 79 godina te one preko 80 godina povećava, dok je stopa nataliteta od 2008. godine sve niža (Europska komisija, 2014.).

U Europskoj uniji postoje velike razlike u razvijenosti među zemljama članicama. Velike razlike u razvijenosti postoje i među regijama, što prikazuje Slika 4. (Kersan-Škabić, 2012.).

Prema podacima EUROSTAT-a za 2016. o indeksu BDP per capita, najrazvijenija država članica bila je Luksemburg koja je imala najveći BDP per capita (258), zatim su slijedile Irska (183) te Nizozemska i Austrija (128). Najmanji BDP per capita imala je Bugarska (49). Hrvatska je bila pri dnu ljestvice zemalja članica po BDP-u per capita (iako je isti u blagom porastu).

Slika 4. BDP per capita (bruto domaći proizvod po stanovniku) u Europskoj uniji (EU-28=100) u 2009. i 2016. godini



Izvor: Izrada autorice prema podacima EUROSTAT-a (2018.), dostupno na: <https://ec.europa.eu/eurostat> [Pristupljeno:12.1.2018.]

Razlike u razvijenosti država članica postale su sve veće proširenjem Europske unije 2004. te 2007. i 2013. godine. Najbogatije regije nalaze se jedna pored druge i tako čine centar gospodarskih aktivnosti EU – a. Zemlje na periferiji slabije su razvijene i bore se s mnogobrojnim problemima (npr. nezaposlenost, niži životni standard, lošija gospodarska struktura, veća zaduživanja, viša razina siromaštva) (Kersan-Škabić, 2012.).

U 2016. godini u Irskoj zabilježen je najznačajniji porast BDP per capita u odnosu na 2009., a to je zemlja u koju, pored Njemačke, u posljednjim godinama migrira najviše radno sposobnih stanovnika Hrvatske u potrazi za poslom i boljim životom.

U Europi poljoprivredne zadruge imaju ukupni tržišni udio od oko 60% u preradi i marketingu poljoprivrednih proizvoda, a procjenjuje se da je 50% udjela u nabavi sirovina. Europa ima oko 4 200 banaka – kreditnih zadruga sa 63 000 poslovnica. Ove zadruge imaju 50 milijuna članova (oko 10% stanovništva EU-a), 181 milijuna klijenata, 780 000 zaposlenika, 5,65 bilijuna eura imovine i prosječni tržišni udjel od oko 20%. Što se tiče europskog maloprodajnog sektora, 3 200 potrošačkih zadruga zapošljava 400 000 ljudi i ima 29 milijuna članova, 36 000 prodajnih mjesta i 73 milijarde eura prometa (Mićović, 2017.).

Europska komisija na svojim službenim stranicama navodi kako se važnost zadruga vidi iz podataka da u Europskoj uniji postoji 250.000 zadruga koje su u vlasništvu 163 milijuna građana (jedna trećina stanovništva EU) te zapošljavaju 5,4 milijuna ljudi.

Prema izvješću Europske komisije (2015.), udjeli prihoda od tržišta koja ostvaruju društvena poduzeća u državama članicama Europske unije nisu ni približno jednaka. Naime, u zemljama poput Češke, Finske, Francuske, Italije i Velike Britanije, društvena poduzeća ostvaruju većinu prihoda od tržišnih izvora, a osobito od prodaje dobara i usluga javnim vlastima. U nekoliko drugih zemalja za koje su Europskoj komisiji bili dostupni podaci (npr. Austrija i Poljska) pokazalo se da je poduzetnička dimenzija manje snažna u društvenim poduzećima te ona ostvaruju manje od 50% prihoda od tržišnih izvora (Tablica 5.).

Tablica 5. Prihod društvenih poduzeća od tržišta kao udio u ukupnim prihodima

Prihod od tržišta kao udio u prihodima	Primjeri zemalja
Preko 50%	Češka, Finska, Velika Britanija, Italija
Od 35 % do 50 %	Austrija, Belgija, Poljska
Manje od 35%	Mađarska, Irska, Slovačka

Izvor: Izrada autorice prema: Europska komisija (2015.) A map of social enterprises and their eco-systems in Europe [Online] Dostupno na: file:///C:/Users/VESNA/Downloads/Synthesis%20report%20FINAL%20(22).pdf [Pristupljeno:12.10.2017.]

U našoj zemlji Ministarstvo rada i mirovinskog sustava nema novih službenih podataka o godišnjem prihodu društvenih poduzeća.

Kako je ranije navedeno, prema istraživanju Instituta društvenih znanosti Ivo Pilar u njihovoj bazi 2013. godine nalazilo se 95 pravnih subjekata, a godinu poslije njih 90. Od 90 postojećih društvenih poduzeća, najviše ih je djelovalo 2014. godine na području Splitsko – dalmatinske i Osječko – baranjske županije, ukupno više od 34%, dok u čak šest županija nije bilo niti jednog aktera (Karlovačka, Krapinsko – zagorska, Požeško – slavonska, Virovitičko – podravska, Vukovarsko – srijemska, Zadarska) (Šimleša i suradnici, 2015.).

Navedeno je istraživanje provedeno prije donošenja Strategije, odnosno kad nije postojao još nikakav institucionalni okvir koji bi podržao razvoj društvenog poduzetništva, stoga se pretpostavlja da je danas njihov broj veći.

Subjekti upisani u bazu Instituta društvenih znanosti Ivo Pilar ostvarili su 2013. godišnji prihod od 188.282.030,00 kuna, a 2014. bilježio se blagi pad jer je ukupni godišnji prihod 90 zabilježenih subjekata upisanih u navedenu bazu iznosio 178.659.135,00 kuna.

Većina subjekata (81%) imala je 2015. godišnji prihod do 2 milijuna kuna te su udruge imale godišnji prihod gotovo dvostruko veći od zadruga upisanih u njihovu bazu. To su značajni iznosi koji ukazuju na veliki značaj kapaciteta i volje subjekata društvenog poduzetništva u

Hrvatskoj za razvojem i rastom te da društveno poduzetništvo predstavlja sve značajniji čimbenik gospodarskog oporavka (Šimleša i suradnici, 2015.).

Udio prihoda subjekata upisanih u navedenu bazu, dobivenog poduzetničkim aktivnostima, prodajom roba i usluga na tržištu, za 2013. iznosio je 100.856.671,00 kuna, a za 2014. iznosio je 102.600.475,00 kuna, što je značajno više od polovice njihovih ukupnih godišnjih prihoda. Prema provedenom istraživanju, Šimleša i suradnici (2015.) zaključuju kako se u njihovoj bazi nalaze akteri koji nisu isključivo ovisni o donacijama, već imaju ideje i znanje, proizvode i usluge koje mogu ponuditi lokalnoj zajednici i društvu i, što je najvažnije, imaju svoje korisnike.

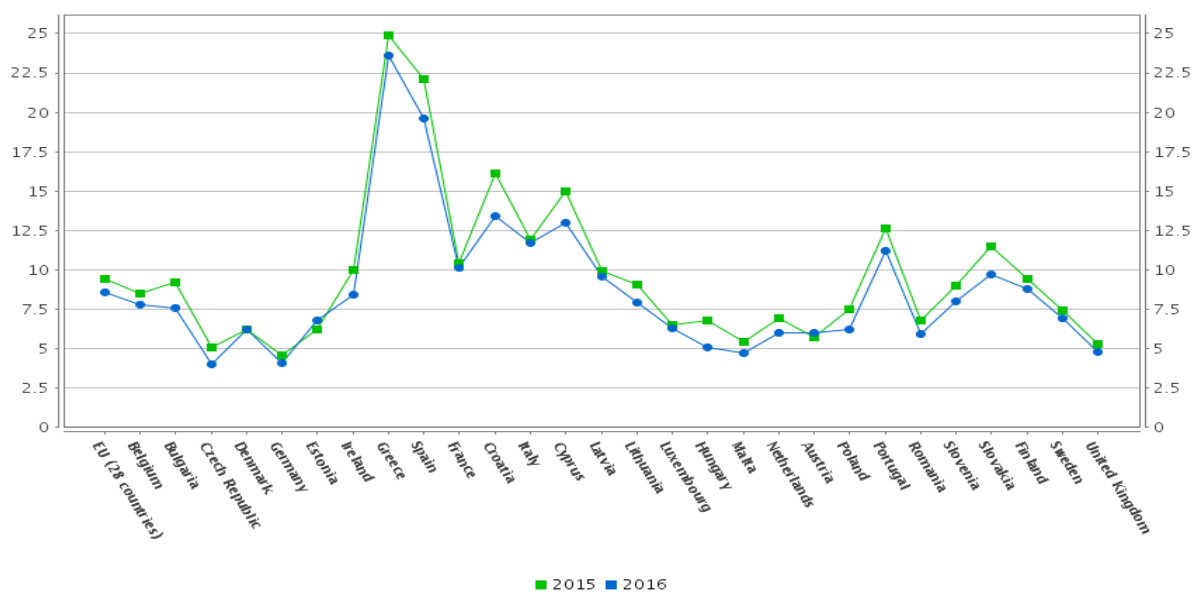
Prema odgovoru Ministarstva rada i mirovinskog sustava na postavljeni upit (Prilog I.), posljednjih godina svjedočimo čitavom spektru različitih aktivnosti kojima se bave društvena poduzeća u Hrvatskoj. Neke od poznatijih su tvornica čokolade Hedona d.o.o. koju je osnovala Udruga osoba s invaliditetom Križevci i koja zapošljava osobe s invaliditetom te socijalna zadruga Humana Nova koja se bavi sakupljanjem i reciklažom odjeće u Čakovcu, Zagrebu, Labinu i Poreču i zapošljava 50 osoba, od čega 26 osoba s invaliditetom. Prema njihovom mišljenju, možda najznačajniji i najutjecajniji predstavnik društvenog poduzetništva je ACT Grupa, odnosno konzorcij koji uključuje niz društvenih poduzeća s različitim djelatnostima. ACT grupa kroz strukturirane i korisnicima prilagođene programe potpore, fokusirane na edukaciju, umrežavanje i financijsku podršku, omogućavaju brz rast poduzeća s pozitivnim društvenim utjecajem te na taj način povećavaju društveni utjecaj i investitora i poduzetnika. Njihova je vizija ekosustav koji omogućuje brzi rast poduzećima s društvenim utjecajem.

2.3.3. Značaj društvenog poduzetništva za tržište rada Europske unije

Broj zaposlenih u subjektima koji se svrstavaju u društvena poduzeća jedan je od najvažnijih podataka za sektor jer upućuje na potencijale i važnost društvenog poduzetništva.

Na Slici 5. prikazana je promjena u stopi nezaposlenosti u zemljama Europske unije u posljednje tri godine. Uočava se da je u 2016. stopa nezaposlenosti na razini Europske unije te u većini zemalja padala u odnosu na 2015. godinu, dok je u Estoniji i Austriji stopa nezaposlenosti blago rasla. Najnižu je stopu nezaposlenosti imala Češka (4%), dok su najviše imale Grčka (23,6%) i Španjolska (19,6 %), što je pet puta više od Češke. Hrvatska je na samom vrhu zemalja članica Europske unije po stopi nezaposlenosti (13,4%).

Slika 5. Stopa nezaposlenosti u Europskoj uniji (EU-28) u 2015. i 2016. godini



Izvor: Izrada autorice prema podacima EUROSTAT-a (2018.), dostupno na: <https://ec.europa.eu/eurostat> [Pristupljeno:12.1.2018.]

Prema podacima EUROSTAT-a u 2016. godini, stopa zaposlenosti stanovništva u Europskoj uniji, u dobi od 20 do 64 godine, bila je 71,1% što predstavlja povećanje sa 70,1% u odnosu na 2015. godinu. To je najveći udio koji je zabilježen od 2002. godine. U usporedbi s drugim velikim gospodarstvima u svijetu, stopa zaposlenosti u Europskoj uniji zaostaje za nekim zemljama poput Japana, Sjedinjenih Država, Rusije i Kine. Značajno niža stopa zaposlenosti zabilježena je za mlađe osobe u dobi od 20 do 29 godina u odnosu na one u dobi od 30 do 54 godine. Ljudi u dobi od 55 do 64 godine također su bili ranjiva skupina na tržištu rada. Iako je njihova stopa zaposlenosti stalno rasla tijekom proteklog desetljeća, ona i dalje ostaje niska u usporedbi s mlađim dobnim skupinama.

Čimbenici koji utječu na integraciju radnika na tržištu rada jesu i razina obrazovanja i zemlja podrijetla. U Europskoj uniji u 2016. zaposlilo se 83,4% osoba s visokim obrazovanjem. Onih s najviše primarnim ili nižim srednjoškolskim obrazovanjem zaposlilo se nešto više od polovice. Stopa zaposlenosti državljana izvan Europske unije (u dobi od 20 do 64 godine) bila je 14,5 postotnih bodova niža od ukupne stope u 2016., dok su najnižu stopu zaposlenosti imali radnici koji su migrirali u Europsku uniju kako bi se priključili svojim obiteljima ili zbog međunarodne zaštite.

Financijska kriza iz 2008. imala je značajan utjecaj na globalno tržište, ali i na tržišta rada Europske unije. Usporen je ekonomski rast, smanjena je potražnja za izvoznim proizvodima,

smanjena je količina proizvodnje, pa samim time i potreba za radnom snagom. Tržišta rada moraju biti efikasna i fleksibilna kako bi omogućila gospodarski rast. Ako je tržište rada nefleksibilno, integracija može rezultirati gubitkom radnih mjesta i smanjenjem gospodarske aktivnosti, stoga se inputi moraju efikasno koristiti i alocirati između proizvodnih grana u zemlji. (Kersan-Škabić, 2012.).

Prema Izvješću Europskog parlamenta iz 2015. o društvenom poduzetništvu i socijalnim inovacijama u borbi protiv nezaposlenosti, u okviru društvene i solidarne ekonomije bilo je zaposleno više od 14 milijuna osoba, što je činilo oko 6,5% radnika u Europskoj uniji (od toga je 70% zaposleno u neprofitnim udrugama, 26% u zadrugama i 3% u udrugama uzajamne pomoći). U Europskoj uniji djelovalo je dva milijuna poduzeća iz područja socijalne/društvene i solidarne ekonomije, odnosno 10 % poduzeća u Uniji, dok je prema prethodno Izvješću Europskog parlamenta iz 2012. u okviru socijalne/društvene ekonomije bilo zaposleno preko 11 milijuna osoba, što je činilo oko 6% radnika u Europskoj uniji, a već je tada djelovalo dva milijuna poduzeća iz područja socijalne ekonomije, što je činilo 10% poduzeća u Uniji.

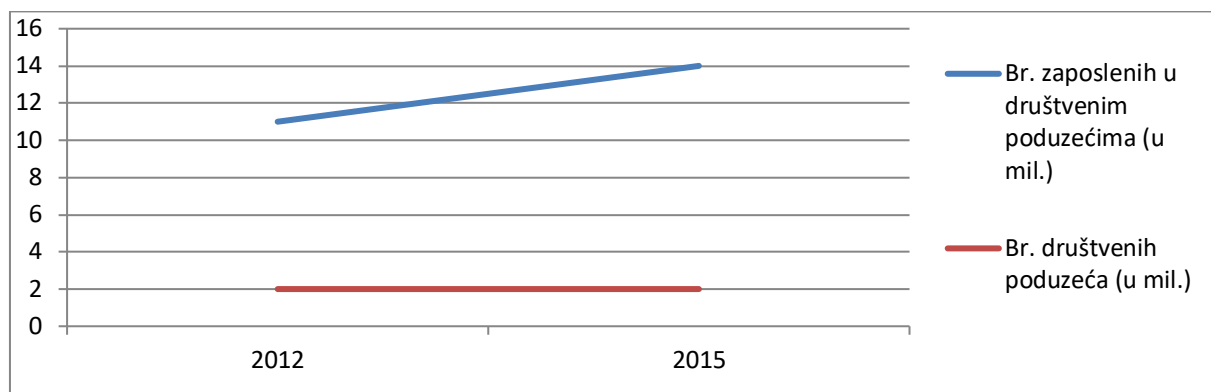
Odnos i kretanje broja društvenih poduzeća i zaposlenosti u društvenim poduzećima u Europskoj uniji, a prema podacima sadržanim u gore navedenim Izvješćima Europskog parlamenta iz 2012. i 2015. Godine, prikazani su u Tablici 6. i na Slici 6.

Tablica 6. Broj društvenih poduzeća i zaposlenost u društvenim poduzećima u Europskoj uniji u 2012. i 2015. godini

Godina	Br. osnovanih društvenih poduzeća	Br. zaposlenih u društvenim poduzećima
2012.	2 milijuna	11 milijuna
2015.	2 milijuna	14 milijuna

Izvor: Izrada autorice prema podacima Europskog Parlamenta (2012.) Izvješće o inicijativi za socijalno poslovanje (2012/2004 (INI)) [Online] Dostupno na: <http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?type=REPORT&reference=A7-2012-0305&language=EN> i Izvješće o socijalnom poduzetništvu i socijalnim inovacijama u borbi protiv nezaposlenosti (2014/2236(INI)) [Online] Dostupno na: http://www.europarl.europa.eu/doceo/document/A-8-2015-0247_HR.html?redirect [Pristupljeno:13.2.2018.]

Slika 6. Kretanje broja društvenih poduzeća i zaposlenosti u društvenim poduzećima u Europskoj uniji prema Izvješćima Europskog parlamenta (iz 2012. i 2015.).



Izvor: Izrada sutorice prema podacima Europskog Parlamenta (2012.) Izvješće o inicijativi za socijalno poslovanje (2012/2004 (INI)) [Online] Dostupno na: <http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?type=REPORT&reference=A7-2012-0305&language=EN> i Izvješće o socijalnom poduzetništvu i socijalnim inovacijama u borbi protiv nezaposlenosti (2014/2236(INI)) [Online] Dostupno na: http://www.europarl.europa.eu/doceo/document/A-8-2015-0247_HR.html?redirect [Pristupljeno:13.2.2018.]

Dakle, zaključuje se da društvena poduzeća znatno doprinose zapošljavanju jer se, iako je broj društvenih poduzeća u promatranom razdoblju ostao isti, unatoč kriznom razdoblju broj zaposlenih u društvenim poduzećima povećao za 27% u periodu od tri godine.

Uzevši u obzir poteškoće pri prikupljanju usporedivih podataka, na razini Europske unije posljednje opsežno istraživanje o društvenom poduzetništvu objavljeno je u Izvješću Europskog gospodarskog i socijalnog odbora iz 2017. godine pod nazivom „Najnovija kretanja u okviru socijalne ekonomije u Europskoj uniji“ (*Recent Evolutions in the Social Economy in the European Union*). Navedeno istraživanje bazirano je na podacima prikupljenim od država članica do 2015. godine.

Tablica 7. Prikaz značaja društvenog poduzetništva u Europskoj uniji

Plaćena radna mjesta u Europi	Zaposleno radno sposobnog stanovništva	Plaćena i neplaćena radna snaga	Volonteri	Članovi zadruga, uzajamnih društava i sl.	Poduzeća društvenog poduzetništva
> 13,6 mil.	6,3 %	19,1 mil.	82,8 mil.	232 mil.	2,8 mil.

Izvor: Izrada autorice prema podacima Europskog gospodarskog i socijalnog odbora (2017.) Najnovija kretanja u okviru socijalne ekonomije u Europskoj uniji. [Online] Dostupno na:

15.2.2018.]

Iz podataka navedenih u Tablici 7. vidljiv je veliki značaj koji društveno poduzetništvo ima na tržište rada Europske unije, pa tako i na njezino gospodarstvo u cjelini. Naime, prema gore navedenom istraživanju u Europskoj uniji postoji 2,8 milijuna društvenih poduzeća te više od 232 milijuna članova zadruga, uzajamnih društava i sličnih subjekata. Subjekti društvene ekonomije zapošljavaju više od 13,6 milijuna ljudi, što predstavlja 6,3 % ukupne zaposlenosti i čini 8% BDP-a EU – a. Društvena ekonomija osigurava zaposlenje za više od 19,1 milijuna radnika (uključujući one plaćene i neplaćene) te uključuje u rad više od 82,8 milijuna volontera (Europski gospodarski i socijalni odbor, 2017.).

Baturina (2018.) naglašava da se prema podacima iz gore navedenog Izvješća Europskog gospodarskog i socijalnog odbora stanje zaposlenosti u društvenim poduzećima razlikuje u pojedinim državama članicama Europske unije. Dok je u zemljama poput Belgije, Italije, Luksemburga, Francuske i Nizozemske u socijalnoj ekonomiji zaposleno između 9 i 10% radno sposobnog stanovništva, u novim državama članicama EU – a kao što su Slovenija, Rumunjska, Malta, Litva, Hrvatska, Cipar i Slovačka socijalna ekonomija i dalje je malen sektor u nastajanju koji zapošljava manje od 2% radno sposobnog stanovništva (Slika 7.)

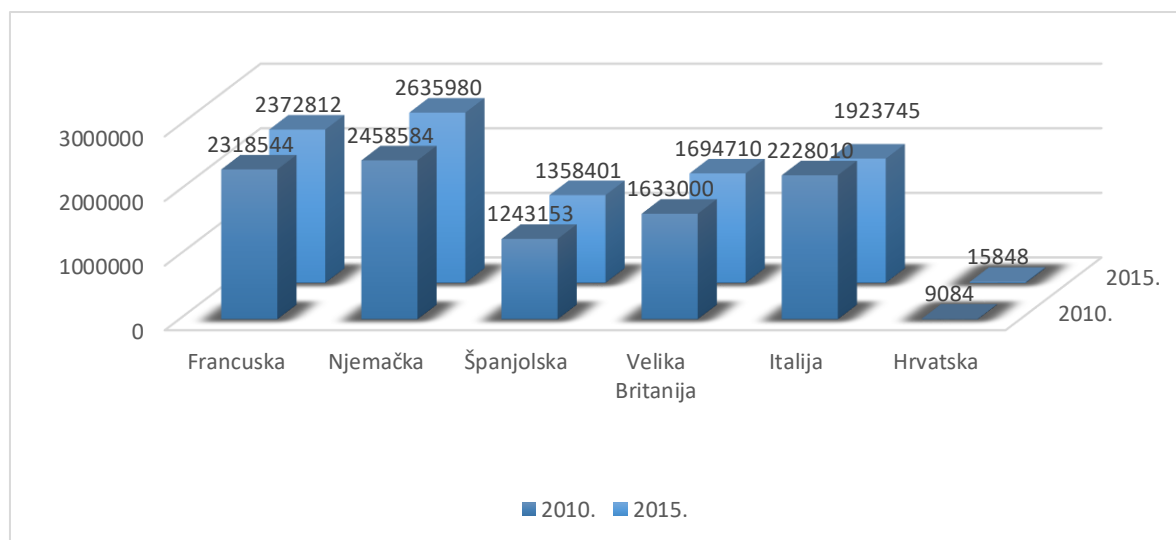
Slika 7. Udio zaposlenosti u društvenom poduzetništvu u državama Europske unije



Izvor: Europski gospodarski i socijalni odbor (2017.) Najnovija kretanja u okviru socijalne ekonomije u Europskoj uniji. [Online] Dostupno na: <https://www.eesc.europa.eu/sites/default/files/files/qe-04-17-875-en-n.pdf> [Pristupljeno: 15.2.2018.], str. 67

Također sa stajališta zaposlenosti, udruge, zaklade i ostali slični oblici i dalje su glavna »skupina« društvenih poduzeća koja obuhvaća većinu subjekata/poduzeća u društvenoj ekonomiji i otprilike 66% radnih mjesta u tom socijalnom sektoru (Baturina, 2018.).

Slika 8. Promjena broja zaposlenih u društvenom poduzetništvu od 2010. do 2015. godine



Izvor: podacima Izrada autorice prema podacima Europskog gospodarskog i socijalnog odbora (2017.) Najnovija kretanja u okviru socijalne ekonomije u Europskoj uniji. [Online] Dostupno na: <https://www.eesc.europa.eu/sites/default/files/files/qe-04-17-875-en-n.pdf> [Pristupljeno: 15.2.2018.]

Slika 8. prikazuje promjenu broja zaposlenih od 2010. do 2015. godine u državama Europske unije s najvećim brojem zaposlenog stanovništva u društvenom poduzetništvu (Francuska, Njemačka, Španjolska, Velika Britanija, Italija) te Hrvatskoj. U svim prikazanim primjerima, osim Italije, tijekom promatranog perioda došlo je do porasta broja zaposlenih u društvenom poduzetništvu. Iako je u Hrvatskoj 2015. godine bilo svega 15.848 zaposlenih, prema navedenim podacima najveći porast zaposlenosti u društvenom poduzetništvu od svih država Europske unije je imala upravo Hrvatska i to za 74,5 %. Navedeno se može objasniti činjenicom da u Hrvatskoj društveno poduzetništvo relativno novi pojam, ali navedeni porast zaposlenosti u tom sektoru svakako ukazuje na činjenicu kako interes za takvom vrstom poduzetništva sve više raste, a tvorcima politika to bi trebao biti znak kako treba uložiti još veći napor da se stvori okvir potreban za daljnji razvoj.

Tablica 8. Tržište rada i socijalni pokazatelji u Republici Hrvatskoj od 2010. do 2015. godine

POKAZATELJI	2010.	2011.	2012.	2013.	2014.	2015.
Stopa zaposlenosti (% stanovništva starosti 20 – 64)	62,1	59,8	58,1	57,2	59,2	60,5
Stopa rasta zaposlenosti (u odnosu na prethodnu godinu)	-3,8	-3,9	-3,6	-2,6	2,7	1,4
Stopa zaposlenosti žena (% ženske populacije starosti 20 – 64)	56,4	53,6	52,6	52,8	54,2	55,9
Stopa zaposlenosti muškaraca (% muške populacije starosti 20 – 64)	67,9	66,1	63,7	61,6	64,2	65,1
Stopa zaposlenosti starih radnika (% populacije starosti 55 – 64 godine)	39,1	38,2	37,5	37,8	36,2	39,3
Stopa nezaposlenosti (% aktivne populacije starosti 15 – 74)	11,7	13,7	16,0	17,3	17,3	16,6
Stopa dugogodišnje nezaposlenosti (12 mjeseci i duže)	6,6	8,4	10,2	11,0	10,1	10,3
Stopa nezaposlenih mladih osoba (starosti 15 – 24 godine)	32,4	36,7	42,1	50,0	45,5	44,6
Stopa osoba na rubu siromaštva i socijalne isključenosti (stopa u ukupnom broju stanovnika)	31,1	32,6	32,6	29,9	29,3	28,5
Stopa djece na rubu siromaštva i socijalne isključenosti (starosti 0 – 17 godina)	29,4	31,1	34,8	29,3	29,0	-

Izvor: Cvitanović, V. (2018.) Društveno poduzetništvo kao izravni doprinos ekonomskom razvoju. *Obrazovanje za poduzetništvo*. [Online] *E4E*, 8 (Special issue/Posebn). str. 109-126. Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/196928> [Pristupljeno: 18.4.2018.], str.44

Tablica 8. prikazuje podatke o kretanjima na tržištu rada Hrvatske nakon početka krize, pa do usvajanja Strategije. Vidljivo je da je stopa zaposlenosti opadala, a da su stope nezaposlenosti rasle, naročito mladih osoba (15-24 godina). Zaposlenost u društvenom poduzetništvu je rasla, kako je navedeno u prethodnom odlomku.

Prema novijem istraživanju Instituta društvenih znanosti Ivo Pilar provedenog u sklopu Projekta iPRESENT 2015, akteri društvenog poduzetništva koji su se nalazili u njihovoj bazi 2013. godine (95) zapošljavali su 784 osobe, a 2014. taj se broj povećao na ukupno 795 zaposlenih osoba u 90 pravnih subjekata. Dakle, postojao je trend rasta broja zaposlenih u subjektima društvenog poduzetništva te je u prosjeku svako poduzeće imalo osam zaposlenih. To na razini države nije bio slučaj. Prema istom istraživanju, manje od petine aktera imalo je više od 10 zaposlenih. Zabrinjavala je niska zaposlenost u zadrugama i to samo 10 posto

zaposlenih u zadrugama u odnosu na ukupan broj od 795 osoba u 2014. godini. Čak 12 zadruga nije imalo ni jednu zaposlenu osobu.

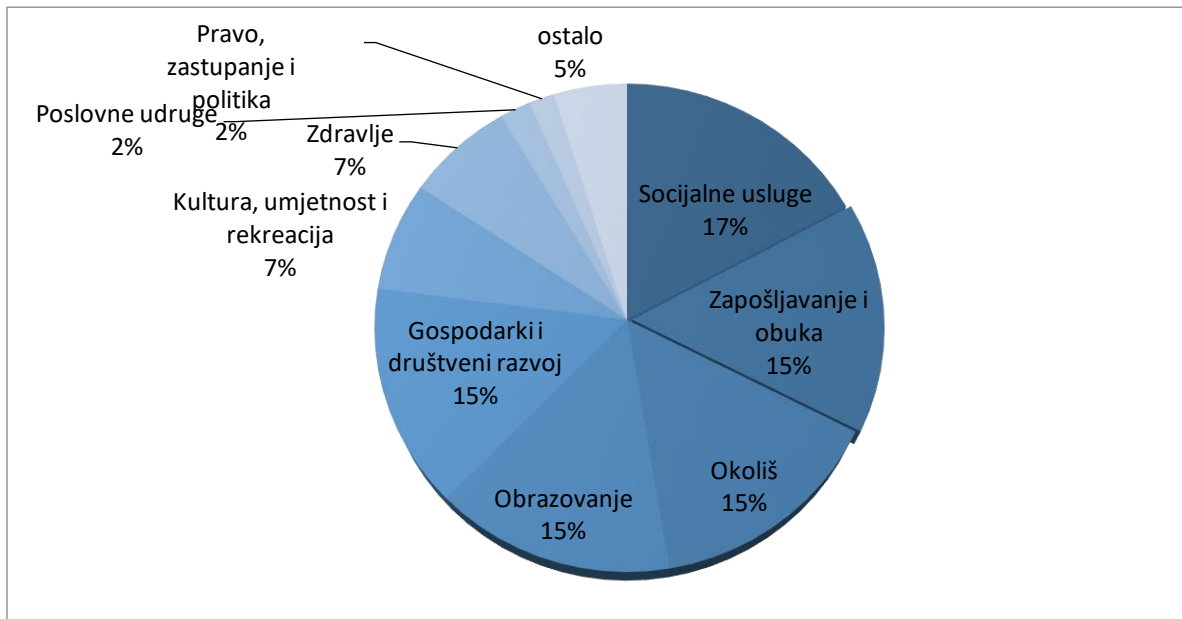
Navedeni se podaci dosta razlikuju od podataka iz Izvješća Europskog gospodarskog i socijalnog odbora iz 2017., a što je rezultat drukčijeg pristupa prikupljanja podataka te nepostojana službenih evidencija društvenog poduzetništva.

Važno je ovdje napomenuti da prema Zakonu o tržištu rada (NN 118/18) nezaposlenom osobom u smislu ovoga Zakona smatra se osoba sposobna ili djelomično sposobna za rad, u dobi od 15 do 65 godina koja nije u radnom odnosu, aktivno traži posao i raspoloživa je za rad, te ako, između ostalog, nema registrirano trgovačko društvo ili drugu pravnu osobu, odnosno nema više od 25% udjela u trgovačkom društvu ili drugoj pravnoj osobi, nije član zadruge, nije predsjednik, član uprave ili izvršni direktor trgovačkog društva, likvidator ili upravitelj zadruge, nema registrirani obrt, slobodno zanimanje ili djelatnost poljoprivrede i šumarstva. Dakle, osnivači zadruga, njihovi upravitelji i osnivači subjekata društvenog poduzetništva koji djeluju pod drugim pravnim oblikom ne smatraju se nezaposlenim osoba u smislu Zakona te ne mogu ostvarivati prava koja su zakonom propisana za nezaposlene osobe iako nisu formalno u radnom odnosu.

Djelatnost društvenih poduzeća nije ograničena na određene sektore djelatnosti. Zapravo, oni poduzimaju raznolike i često inovativne gospodarske aktivnosti, uključujući i stvaranje mreže malih i srednjih poduzeća u proizvodnom sektoru.

Europski parlament u svojem Izvješću *Social economy* iz 2016. godine iznosi kako istraživanja provedena u različitim državama članicama Europske unije (Mađarska, Rumunjska, Španjolska, Švedska i Velika Britanija) pokazuju da je postotak organizacija koje su u posljednjih nekoliko godina uvele nove tržišne ili radikalne inovacije mnogo veći među društvenim pothvatima, nego među usporedivim komercijalnim poduzećima. Razvoj društvenih poduzeća smatra se osobito značajnim u novim područjima, na primjer, pružanje novih oblika obrazovnih, kulturnih, okolišnih i javnih usluga, kao i usluga koje se bave proizvodnjom, distribucijom i potrošnjom hrane. Društvena ekonomija u Europi ima sposobnost prilagodbe svojih proizvodnih aktivnosti koje temelji na postizanju interesa zajednice, a ta fleksibilnost osobito je značajna jer može pomoći u rješavanju strukturnih izazova u vremenima gospodarske krize i doprinijeti postizanju ciljeva održivog rasta koji su postavljeni Strategijom Europa 2020.

Slika 9. Glavni sektori djelovanja društvene ekonomije u Europskoj uniji



Izvor: Izrada autorice prema podacima Europskog parlamenta (2016.) Social Economy [Online] Dostupno na: [http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2016/578969/IPOL_STU\(2016\)578969_EN.pdf](http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2016/578969/IPOL_STU(2016)578969_EN.pdf) [Pristupljeno:10.10.2017.]

Primjećuje se da prvih pet sektora djelovanja društvene ekonomije čini ukupno 75% svih djelatnosti, a najznačajnija je djelatnost socijalnih usluga (16,70%) te potom zapošljavanje i obuka (14,88%).

S obzirom na stanje društvene ekonomije i poduzetništva u Hrvatskoj, Šimleša i suradnici (2015.) smatraju da nema previše smisla uspoređivati stanje u Hrvatskoj s onim u zemljama najrazvijenije uređenih sustava i sektora, primjerice s Italijom ili Velikom Britanijom. Oba sustava plod su duge tradicije razvojnih politika te inicijative odozdo prema gore, a svaki je poseban na svoj način.

2.3.4. Financiranje društvenih poduzeća

Tradicionalna poduzeća prvenstveno se financiraju prihodima od vlastite djelatnosti. U zemljama u kojima nije uspostavljen primjeren zakonodavni i institucionalni okvir za djelovanje društvenih poduzeća vrijedi skoro isto – financiraju se iz vlastitih prihoda od djelatnosti i eventualno donacijama iz međunarodnih i domaćih izvora.

U zemljama s nešto višim stupnjem razvoja društvenog poduzetništva uobičajeno je da se društvena poduzeća potpomažu sufinanciranjem iz javnih izvora, da dobivaju povoljnije

kredite i porezne olakšice te da se potpomažu i drugim financijskim instrumentima. Naime, specifičan društveno – socijalni aspekt koji društvena poduzeća razvijaju, kao što je, primjerice, zapošljavanje socijalno ugroženih skupina, zahtjeva potrebno razumijevanje i poticaj od strane države.

Na razini Europske unije donesen je čitav niz dokumenata koji na različitim razinama prepoznaju i planiraju ulaganje u razvoj društvenog poduzetništva. Sukladno tome, Strategija predviđa cijeli niz mjera i aktivnosti koje su trebale donijeti novine u sustav financiranja društvenog poduzetništva u Hrvatskoj.

Ministarstvo rada i mirovinskog sustava Republike Hrvatske uvidjelo je da su najveće prepreke poslovanju društvenih poduzetnika nedostatak financijskog kapitala, ali i manjak poslovnih vještina društvenih poduzetnika te slaba javna vidljivost društvenog poduzetništva, kao i nedostatak svijesti o društvenom poduzetništvu kao poslovanju koje uz ekonomsku stvara i dodatnu društvenu vrijednost (zapošljavanje ranjivih skupina, pružanje socijalnih usluga, ekološka održivost).

Tako se, primjerice, prema Strategiji već za 1. tromjesečje 2016. planirao razvoj sustava poticaja i olakšica za društvene poduzetnike kao rezultat čega se očekivala izrada plana poticaja i olakšica za društveno poduzetništvo te njihovo ugrađivanje u zakonodavni sustav Hrvatske. Do kraja 2016. očekivala se uspostava jedinstvenog jamstvenog mehanizma/fonda iz kojeg bi se društvenim poduzetnicima dodjeljivale potpore. Krajem 2016. i početkom 2017. očekivala se uspostava okvira za financiranje društvenog poduzetništva, odnosno linija poticaja i kredita za društvene poduzetnike, dok se u cijelom razdoblju trajanja strategije treba kontinuirano pružati podrška razvoju sustava inovativnih financijskih instrumenata za poticanje društvenog poduzetništva i socijalnih inovacija. Međutim, do početka 2019. godine nije provedena ni jedna ključna aktivnost važna za razvoj institucionalnog, zakonodavnog i financijskog okvira društvenog poduzetništva u Hrvatskoj.

Jedan od izvora početnog kapitala društvenih poduzetnika mogla bi biti i potpore za samozapošljavanje koja Hrvatski zavod za zapošljavanje osigurava nezaposlenim osobama koji žele postati poduzetnici, pa tako i društveni poduzetnici i poslovati pod pravnim oblikom obrta ili d.o.o.

Nevezano uz državu, 22. travnja 2014. godine osnovana je Zadruga za etično financiranje (ZEF), a jedan od njezinih ključnih projekata jest osnivanje vlastite financijske institucije, prve Etične banke u Hrvatskoj, koja će biti u stopostotnom vlasništvu Zadruge, odnosno njezinih članova. Etična banka (koja je u osnivanju) služiti će kao financijska poluga za omogućavanje realizacije projekata i životnih potreba njezinih članova u skladu s modelom

etičnog bankarstva. Prema službenim stranicama ZEF-a, Zadruga za etično financiranje bit će jedina vlasnica i stopostotna dioničarka etične banke, a tim će putem i svi članovi Zadruga ujedno biti suvlasnici etične banke. Primarni cilj bit će ulaganje u razvoj zajednice kroz projekte koji su financijski, društveno i okolišno održivi. Etična banka imat će sve standardne bankarske usluge s tim da neće naplaćivati troškove svojih usluga, a kamatne stope će se kretati do 4%.

Smatra se da bi s ovim novinama trebali biti stvoreni uvjeti za pravi zamah društvenog poduzetništva u Hrvatskoj.

Na razini države, posljednjih su se godina počela osiguravati financijska sredstva iz europskih fondova za društvene poduzetnike. U sklopu Operativnog programa "Učinkoviti ljudski potencijali 2014.-2020." i specifičnog cilja 9.v.1 Povećanje broja i održivosti društvenih poduzeća i njihovih zaposlenika, alocirano je 37 milijuna eura (oko 280 milijuna kuna) za financijsku podršku projektima iz područja društvenog poduzetništva (MRMS, 2017.).

Tako je zbog financiranja projekata sredstvima iz Europskog socijalnog fonda 2016. godine objavljen prvi poziv na dostavu projektnih prijedloga „Poticanje društvenog poduzetništva“. Prema odgovoru nadležnog Ministarstva rada i mirovinskog sustava (Prilog I.), ova operacija bila je prvi korak u stvaranju sustavne podrške razvoju društvenog poduzetništva. Uključuje financiranje niza informativnih, promotivnih i edukacijskih aktivnosti kojima će se unaprijediti status društvenog poduzetništva u području vidljivosti i prepoznatljivosti te međusobnog povezivanja. Također, uključuje i financijsku podršku poslovanju postojećim društvenim poduzećima, kao i podupiranje različitih oblika poslovnih aktivnosti organizacija zainteresiranih za otvaranje društvenog poduzeća ili pokretanje društveno-poduzetničke djelatnosti. Po provedbi natječaja u svibnju 2017. godine potpisano je 18 ugovora za dodjelu bespovratnih sredstava ukupne vrijednosti 10.374.993,15 kn sa 10 postojećih i 8 novih društvenih poduzeća i njihovim partnerima. Korisnici sredstava su: Braniteljska zadruga Danica Zagreb, Cluster za eko-društvene inovacije i razvoj CEDRA Split, Zelena energetska zadruga za usluge, Udruga za rehabilitaciju i edukaciju Visoki jablani, Udruga osoba s invaliditetom "Bolje sutra" Grada Koprivnice, Udruga "Veličanka", Udruga osoba s invaliditetom "Sveti Bartolomej" Knin, Nogometni klub Lipik 1925, O.A.Z.A.: Održiva alternativa zajednici, Bjelovarski centar za razvoj civilnoga društva, Udruga osoba s intelektualnim teškoćama Regoč Slavonski Brod, Udruga "Prospero", ACT Konto d.o.o., Pčelarska braniteljska zadruga Tompojevci, Hrvatski crveni križ Gradsko društvo crvenog križa Vrbovec, Studentski poduzetnički inkubator Sveučilišta u Zagrebu, Socijalna zadruga MIVA ART za proizvodnju, trgovinu i usluge i Savez mađarskih udruga (MRMS, 2017.).

Ministarstvo rada i mirovinskoga sustava u fazi je finalizacije poziva na dostavu projektnih prijedloga "Jačanje poslovanja za društveno poduzetništvo – faza I." u okviru Operativnog programa „Učinkoviti ljudski potencijali 2014. – 2020.“, a koji će vrijediti 40 milijuna kuna. Nakon što poziv bude objavljen, bit će trajno otvoren do iscrpljenja financijskih sredstava, a najkasnije do 31. prosinca 2020. godine.

Pozivom za dostavu projektnih prijedloga "Jačanje poslovanja za društveno poduzetništvo – faza I" financirat će se aktivnosti kojima je cilj rast postojećih društvenih poduzeća u vidu jačanja njihovih kapaciteta, održivosti, konkurentnosti s posebnim naglaskom na poticanje zapošljavanja.

Prihvatljive aktivnosti projekata smatraju se:

1. upravljanje projektom i administracija;
2. jačanje kapaciteta zaposlenika postojećih društvenih poduzeća kroz programe osposobljavanja i usavršavanja (unapređenje profesionalnih i menadžerskih vještina, tehničkog znanja, prodajnih vještina, marketinga i računovodstva, razvoj proizvoda i usluga)
3. otvaranje novih radnih mjesta u postojećim društvenim poduzećima
4. sudjelovanje na sajmovima / izložbama
5. razvoj i unapređenje poslovanja društvenih poduzeća, razvoj proizvoda i usluga
6. promidžba i vidljivost.

Osim već postojećih društvenih poduzeća, Ministarstvo rada i mirovinskoga sustava ovakvim aktivnostima namjerava poduprijeti razvoj društvenog poduzetništva u Hrvatskoj pružajući financijsku podršku razvoju poslovanja i jačanju kapaciteta i subjektima koji se odluče napraviti iskorak i kroz projekt započnu svoje poslovanje u okviru društvenog poduzetništva.

Prema odgovoru Ministarstva rada i mirovinskoga sustava na postavljeni upit (Prilog I.), Ministarstvo hrvatskih branitelja u suradnji s Ministarstvom rada i mirovinskoga sustava priprema otvoreni privremeni Poziv na dostavu projektnih prijedloga "Društveno poduzetništvo hrvatskih branitelja, organizacija civilnog društva i zadruga braniteljske i stradalničke populacije iz Domovinskog rata – Podrška i promocija" za pružanje financijske podrške razvoju društveno-poduzetničkih aktivnosti za braniteljske udruge i zadruge. Vrijednost Poziva bit će oko 23 milijuna kuna. Također, Ministarstvo za demografiju, obitelj, socijalnu politiku i mlade priprema Poziv na dostavu projektnih prijedloga "Društveno poduzetništvo" u vrijednosti 27 milijuna kuna koji će biti usmjeren na veće uključivanje

marginaliziranih skupina u društvu u društveno poduzetništvo. Navedeni pozivi trebali su biti objavljeni tijekom 2018., međutim, još nisu objavljeni.

2.3.5. Promidžba, vidljivost i edukacija o društvenom poduzetništvu

U Hrvatskoj je šira javnost, posebice mladi, još uvijek nedovoljno upoznata s konceptom društvenog poduzetništva. Taj je sektor tek donošenjem Strategije dobio dodatnu pozornost, bez obzira na to što u Hrvatskoj postoji duga i bogata tradicija zadrugarstva. Paralelno s procesom europskih integracija počele su se raditi prve analize zakonodavnog i poreznog okvira, pisali su se stručni članci u časopisima, organizirale su se konferencije, okrugli stolovi na razini ministarstava i, na koncu, osnivala su se prva društvena poduzeća te je država prepoznala važnost društvenog poduzetništva i u nekim svojim strateškim dokumentima.

Nevladine su organizacije uz pomoć međunarodnih organizacija bile pioniri razvoja društvenog poduzetništva u Hrvatskoj. Kasnije je država prepoznala važnost razvoja društvenog poduzetništva, međutim, glavna uloga promicatelja društvenog poduzetništva ostala je na nevladinim organizacijama.

Donošenje Strategije znak je da je država prepoznala važnost i razvojni potencijal društvenog poduzetništva.

Usvajanjem Strategije razvoja društvenog poduzetništva u Republici Hrvatskoj za razdoblje od 2015. do 2020. stvoren je okvir za daljnji razvoj ovog sektora. Jednim od četiri temeljna područja djelovanja označeno je i obrazovanje za društveno poduzetništvo. Konkretno, to se odnosi na jedan od četiri posebna cilja Strategije: promicanje važnosti i uloge društvenog poduzetništva kroz sve oblike obrazovanja.

Za provedbu mjere vezane uz promicanja obrazovanja za društveno poduzetništvo predviđeno je sveukupno devet aktivnosti, a o kojima će biti riječ u poglavlju 3.4. ovog rada.

Kako bi se ovakav trend slabe informiranosti preokrenuo, potrebno je očito više uložiti u promoviranje i edukaciju, kako formalnu, tako i neformalnu, a što bi mladima moglo poslužiti kao inspiracija i za vlastito djelovanje. Također, društveno poduzetništvo trebalo bi naći svoje mjesto u školskom kurikulumu.

Dobra je vijest da je u nekim hrvatskim institucijama visokog obrazovanja društveno poduzetništvo našlo svoje mjesto u nastavnim programima, kao na npr. Ekonomskom fakultetu u Osijeku, Fakultetu ekonomije i turizma “Dr. Mijo Mirković” u Puli, Ekonomskom fakultetu u Zagrebu, Pravnom fakultetu u Zagrebu – Katedra za socijalnu politiku,

Veleučilištu VERN u Zagrebu, Zagrebačkoj školi ekonomije i menadžmenta, Agronomskom fakultetu u Zagrebu i dr.

Također, mnoge organizacije civilnog društva provode edukacije na ovu temu, kao npr. Udruga Slap i Udruga Alfa Albona, dok je Institut društvenih znanosti Ivo Pilar proveo više projekata u sklopu kojih je istraživao ovaj fenomen.

Važno je napomenuti da kako je društveno poduzetništvo tijekom godina jačalo, tako su se i u svijetu počele razvijati istraživački centri koji su primarno bili fokusirani na razvoj društvenog poduzetništva. Među najvažnijima su: Europska istraživačka mreža (*European Research Network*), Kanadski centar za društveno poduzetništvo na Sveučilištu Alberta (*Canadian Centre for Social Entrepreneurship*) i Europska mreže za društveno i ekonomsko istraživanje (*European Network for Social and Economic Research*).

3. PRAVNA REGULACIJA DRUŠTVENOG PODUZETNIŠTVA

Na razini Europske unije nema jedinstvene prakse vezane za pravno uređenje društvenog poduzetništva. Naime, postoje razlike između pojedinih država Europske unije u području definicije (pojmovnog određenja) društvenog poduzetništva, zakonodavnog okvira, porezne politike, financijske podrške, društvenog utjecaja i dr.

Prema Baturini (2013.), Europska komisija već dugi niz godina promovira poticajno zakonodavno okruženje koje uključuje pripremu odgovarajućih zakonodavnih oblika koji će omogućiti regulirano postojanje i nesmetano razvijanje socijalnih poduzeća. Zakonodavni i institucionalni okviri trebaju se pojednostaviti i prilagoditi potrebama društvenih poduzeća.

Postoji nedostatak dostupnosti i dosljednost statističkih podataka o društvenim poduzećima diljem Europe, a sama raznolikost nacionalnih gospodarskih struktura, socijalne skrbi i kulturnih tradicija i zakonskih okvira znači da je mjerenje i usporedba aktivnosti društvenog poduzetništva u Europi izazov.

Europska unija prepoznala je značenje i potencijal društvenog poduzetništva te u Strategiji Europa 2020 postavlja visoke ekonomske i društvene ciljeve koji se mogu postići, između ostalog, i kroz društveno poduzetništvo (zapošljavanje mladih ljudi, povećanje stupnja obrazovanja, zaštite okoliša i dr.).

U Hrvatskoj društveno poduzetništvo nije zakonski regulirano, dok su u Europi i svijetu poznati različiti modeli njegova reguliranja, posebnim zakonom (npr. Italija) ili kao dio postojećih pravnih propisa (npr. Belgija). Također, važni su i mehanizmi poticajnog okruženja za njegov razvoj, kako na državnoj, tako na regionalnoj i lokanoj i razini (povlastice, financiranje, obrazovanje).

Važnu prekretnicu u razvoju društvenog poduzetništva u Hrvatskoj predstavljalo je usvajanje Strategije, a u kojoj je rad na zakonodavnom okviru ocjenjen kao jedan od ključnih izazova za uspjeh čitavog procesa razvoja društvenog poduzetništva.

Naš zakonodavni okvir još uvijek ne poznaje status društvenog poduzeća ili slično te se trenutno mogu primjenjivati zakoni koji uređuju osnivanje i djelovanje drugih pravnih oblika (zadruga, udruga, trgovačkih društava i dr.). Prema Šimleši i suradnicima (2012.), riječ je o previše zakona koji se, svaki na svoj način, odnose na društveno poduzetništvo, a to nerijetko rezultira neusuglašenim pristupom sektoru i nedovoljnom potporom razvojnim potrebama aktera na terenu. Stoga je zaključeno da bi za Hrvatsku bilo bolje, efikasnije i jasnije imati jedinstvenu pravnu regulativnu za društveno poduzeće kao što su učinile neke druge zemlje Europske unije i to Belgija, Finska, Litva i druge (Tablica 13.).

3.1. Strategija Europa 2020

Strategija Europa 2020. desetogodišnja je strategija Europske unije za rast i zapošljavanje. Pokrenuta je 2010. kako bi se stvorili uvjeti za pametan, održiv i uključiv rast. Europa 2020 kao strategija Europske unije slijedi Lisabonsku strategiju (poznatiju kao Lisabonska agenda ili proces) koja je predstavljala strateški razvojni plan Europske unije za razdoblje 2000. do 2010. godine.

Posljednjih je godina diljem Europe veća zainteresiranost za društveno poduzetništvo potaknuta time što se društveno poduzetništvo pokazalo kao važno sredstvo za rješavanje društvenih i ekoloških problema te poticanje inkluzije i rasta. Impuls je, također, došao iz globalne gospodarske krize iz 2009. godine, s obzirom da je tad nezadovoljstvo javnosti s funkcioniranjem globalnog gospodarskog sustava potaknulo interes za inkluzivnije i pluralističke gospodarske sustave. Naknadna provedba mjera štednje – u kontekstu novih i rastućih društvenih potreba – stvorila je izazove i prilike za društveno poduzetništvo u Europi, a Europska unija je prepoznala značenje društvenog poduzetništva kao jednog od modela rješavanja socijalnih i ekonomskih problema.

Na razini Europske unije, 2000. je godine radi promocije socijalnog/društvenog poduzetništva osnovana Stalna europska konferencija zadruga, društava uzajamne pomoći, udruga i zaklada (*European Standing Conference of Co-operatives, Mutual societies, Associations and Foundations; CEP-CMAF*) koja je 2008. godine promijenila ime u Socijalna ekonomija Europe (*Social Economy Europe*).

Prema Vidović (2012.), europski program za poduzetništvo (*European Agenda for Entrepreneurship*) iz 2004. predstavljao je program poticanja poduzetništva i stvaranja povoljnije poduzetničke klime, a spominje i društveno poduzetništvo kao sudionika u pružanju usluga u socijalnom sektoru i alternativu ili nadopunu javnom sektoru.

Takvom razmišljanju posebice su pridonijeli statistički podaci s terena. Naime, postojao je trend povećanje aktera u društvenoj ekonomiji. Već se tada procjenjivalo da je postojalo više od 11 milijuna radnih mjesta unutar područja društvene ekonomije, dok se broj dionika procjenjivao na čak 160 milijuna. To je činilo 6% od ukupne radne populacije Europske unije, a najviše ih je bilo zaposleno u neprofitnim organizacijama i zadrugama (Europski parlament, 2012.). Pritom su se organizacije ili poduzeća društvene ekonomije pojavljivale u gotovo svim sektorima gospodarstva – od bankarstva i osiguranja, preko poljoprivrede, obrtništva, do zdravstvenih i socijalnih usluga (Vidović, 2012.).

Europska unija ulaže velike napore putem svojih politika da se broj nezaposlenih smanji te da se poveća konkurentnost. Upravo se zato Strategijom Europa 2020. istodobno željelo postići dva dugoročna cilja: izlaz iz ekonomske krize i razvoj posredstvom novih tehnologija.

Prema Zriniću i Široli (2014.), iako se u Strategiji Europa 2020. društveno poduzetništvo ili društvena ekonomija tek neznatno izravno problematizira, značajan je fokus stavljen na koncept socijalnih inovacija za najosjetljivije skupine ljudi, posebno kroz osiguranje obrazovanja, treninga i mogućnosti zapošljavanja za hendikepirane skupine kako bi im se osigurala mogućnost potpunog iskorištavanja njihovih potencijala. Prepoznato je da je društveno poduzetništvo jedna od velikih mogućnosti da se zaposli značajan broj mladih ljudi, a da se istodobno realizira i čitav niz društvenih ciljeva.

Strategija Europa 2020. – Europska strategija za pametan, održiv i uključiv rast predlaže tri prioriteta koji se međusobno nadopunjuju:

- Pametan rast: razvijanjem ekonomije utemeljene na znanju i inovaciji.
- Održiv rast: promicanje ekonomije koja učinkovitije iskorištava resurse, koja je zelenija i konkurentnija
- Uključiv rast: njegovanje ekonomije s visokom stopom zaposlenosti koja donosi društvenu i teritorijalnu povezanost.

Društveno poduzetništvo posebno se naslanja na prioritet koji se odnosi na uključiv rast.

Po prvi put Strategija Europa 2020. određuje neke glavne ciljeve, i to:

1. 75 % populacije u dobi između 20- 64 godina trebalo bi biti zaposleno,
2. 3 % BDP-a EU treba investirati u istraživanje i razvoj,
3. treba ispuniti klimatsko-energetske ciljeve „20/20/20“ (uključujući i povećanje do 30% smanjenja emisije ako okolnosti dozvoljavaju),
4. postotak osoba koje rano napuste školovanje trebao bi biti ispod 10%, a najmanje 40% mlađe generacije trebalo bi završiti tercijarni stupanj obrazovanja,
5. 20 milijuna manje ljudi trebalo bi biti u opasnosti od siromaštva.

Države članice Europske unije, pa stoga i Hrvatska, moraju u svoje nacionalne ciljeve (strategije) uvrstiti svih pet glavnih ciljeva uzimajući u obzir svoje polazne situacije i nacionalne okolnosti.

Smjernicama za zapošljavanje koje je Vijeće Europske unije usvojilo u listopadu 2010. predviđena su veća uključenost muškaraca i žena na tržištu rada, smanjenje strukturne nezaposlenosti i promicanje kvalitete radnih mjesta, razvoj stručne radne snage koja odgovara potrebama tržišta rada i promicanje cjeloživotnog obrazovanja, poboljšanje kvalitete i učinkovitosti sustava obrazovanja i izobrazbe na svim razinama i povećanje sudjelovanja u

visokoškolskom ili sličnom obrazovanju te promicanje socijalne uključenosti i borba protiv siromaštva (Vlada RH, 2014.). Deset integriranih smjernica sadrži šest smjernica za širu ekonomsku politiku (članak 121. UFEU-a) i četiri smjernice za zapošljavanje (članak 148. UFEU-a).

U ožujku 2015. Europska komisija objavila je prijedlog revidiranih smjernica pokazujući time snažnu usmjerenost na tržište rada, i to:

- jačanje potražnje za radnom snagom (otvaranje radnih mjesta, oporezivanje rada, određivanje plaća);
- povećanje dostupne radne snage i poboljšanje njihovih vještina (sudjelovanje i razina kvalifikacija; rješavanje strukturnih nedostataka u sustavima obrazovanja i usavršavanja; nezaposlenost kod mladih i dugoročna nezaposlenost);
- poboljšanje funkcioniranja tržišta rada (smanjenje rascjepkanosti tržišta rada; uključenost socijalnih partnera; poboljšanje aktivnih politika za tržište rada; mobilnost radne snage);
- jamčenje pravednosti, borba protiv siromaštva i promicanje jednakih mogućnosti (modernizacija sustava socijalne zaštite, zdravstva i sustava dugoročne njege; ciljne socijalne politike za sprečavanje ranog napuštanja školovanja i socijalne isključenosti).

Jedinstvenim novim Programom Europske unije za zapošljavanje i socijalne inovacije (*EU Programme for Employment and Social Innovation- EaSI*), koji su Vijeće i Parlament EU usvojili 2013. godine, objedinjena su tri postojeća programa:

1. PROGRESS (Program za zapošljavanje i socijalnu solidarnost) čiji je cilj stvaranje analitičkog znanja, podupiranje razmjene informacija i međusobnog učenja;
2. EURES (Europska služba za zapošljavanje) je mreža mobilnosti radne snage koja pruža informacije, smjernice te usluge pri posredovanju i zapošljavanju;
3. mikrofinanciranje i društveno poduzetništvo, koje podrazumijeva pristup mikrofinanciranju za pojedince i mikropoduzeća te izgradnju kapaciteta za pružatelje mikrokredita i jačanje socijalnih poduzeća, tj. poduzeća čiji je glavni cilj socijalne prirode.

Europska komisija (2014.) socijalne inovacije definira kao nove ideje (proizvodi, usluge i modeli) koji istodobno rješavaju društvene izazove, zadovoljavaju socijalne potrebe i stvaraju nove socijalne odnose među skupinama društva.

3.2. Razvoj i pravna regulativa društvenog poduzetništva u Europskoj uniji

Kako bi se popunio jaz u znanju o društvenom poduzetništvu, Europska komisija u travnju 2013. pokrenula je studiju mapiranja društvenih poduzeća i njihovih ekoloških sustava u Europi kao nastavak Inicijative za društveno poslovanje (*Social Business Initiative - SBI*). Studija prikazuje široke obrasce aktivnosti društvenog poduzetništva i ekoloških sustava u 29 europskih zemalja (EU 28 i Švicarska) koristeći zajedničku "operativnu definiciju" i metodologiju istraživanja. Tako je Europska komisija izradila 29 izvješća (za svaku pojedinu državu Europske unije i Švicarsku) te je 2015. izradila Izvješće (o sintezi) Mapiranje društvenih poduzeća i njihovih ekosustava u Europi (*A map of social enterprises and their eco-systems in Europe*) (Europska komisija, 2015.). Navedena studija provedena je prije nego je u Hrvatskoj usvojena Strategija.

Izvješće o sintezi Europske komisije (2015.) povezuje rezultate nalaza pojedinačnih zemalja kako bi se osigurala europska "mapa" ili sažeta slika aktivnosti društvenog poduzetništva i značajke njihovih ekoloških sustava koji su od posebnog interesa za politiku Europske komisije.

Navedena studija opisuje glavna obilježja društvenih poduzeća u 28 država članica Europske unije i Švicarskoj koristeći zajedničku definiciju i pristup. Također, daje pregled ekoloških sustava društvenih poduzeća u različitim zemljama, uključujući čimbenike koji ograničavaju njihov razvoj. Identificirane su prepreke s kojima se suočavaju društvena poduzeća, kao što su loša vidljivost i priznavanje sektora, ograničenja postojećih zakonskih i regulatornih okvira, ograničena financijska sredstva, teški pristup tržištima te nedostatak poslovne podrške i razvojnih struktura, obuke i razvoja radne snage. Studija bilježi rastuću konvergenciju prema definiciji društvenog poduzeća kao autonomne organizacije koja kombinira društvenu svrhu s poduzetničkom aktivnošću (Europska komisija, 2015.). Nakon provedenog istraživanja zaključeno je kako su strukture potpore nedovoljno razvijene i fragmentirane, s izuzetkom Italije, Francuske i Velike Britanije.

Prvi korak Europske komisije bio je razviti operativnu definiciju koja bi se mogla koristiti za:

1. razlikovanje društvenih poduzeća od ostalih poduzeća i tradicionalnih subjekata socijalne ekonomije i
2. za mapiranje rasprostranjenosti društvenih poduzeća i aktivnosti - na dosljedan i koherentan način – u 29 zemalja s različitim gospodarskim i socijalnim kontekstima, tradicijama i putovima razvoja društvenog poduzetništva.

Države članice Europske unije mogu se podijeliti u tri glavne skupine s obzirom na pravni okvir u kojem djeluje društvena ekonomija:

- prva skupina predstavlja *najvišu razinu prihvaćanja društvene ekonomije* gdje su inicijative usmjerene na stvaranje opsežnih pravnih okvira društvene ekonomije (npr. Belgija, Irska, Italija, Portugal, Španjolska, Švedska i Francuska);
- druga skupila obuhvaća *zemlje koje su donijele neke zakonske odredbe* koje se odnose na organizacije društvene ekonomije, ali koje nisu prestale razvijati sustavni normativni pristup (Velika Britanija, Danska, Finska, Grčka, Poljska, Malta, Bugarska i Luksemburg);
- treća se skupina sastoji od *zemalja s niskom razinom ili bez pravnog priznavanja društvene ekonomije*; zbog nižeg stupnja razvoja društvene ekonomije ili zbog činjenice da nije jasno definirana zbog drugih sličnih pojmova kao što su treći sektor (npr. Mađarska, Austrija, Estonija, Njemačka, Litva, Latvija, Češka, Slovenija, Nizozemska Cipar, Hrvatska, Rumunjska i Slovačka) (Europski parlament, 2016.)

U početku su inicijative društvenog poduzetništva uspostavljene koristeći se pravnim oblicima koji su bili dostupni u različitim nacionalnim pravnim sustavima, prvenstveno onim kojima cilj nije postizanje profita, npr. udruge, zaklade i zadruge. Konkretno, društvena poduzeća osnovana su kao udruge u onim zemljama u kojima pravni oblik udruge dopušta određeni stupanj slobode u prodaji roba i usluga na otvorenom tržištu, kao npr. u Francuskoj i Belgiji. U zemljama u kojima su udruge u tom smislu ograničene, poput nekoliko zemalja sjeverne Europe i Italije, društvena poduzeća češće su stvorena pod pravnim oblikom zadruge. U mnogim zemljama (uključujući npr. Austriju, Njemačku i Švedsku) to i dalje vrijedi, s obzirom da društvena poduzeća danas koriste prethodno postojeće zakonske oblike bez ikakvih posebnih izmjena, uključujući pravne oblike koje koriste mala i srednja poduzeća, kao što je društvo s ograničenom odgovornošću. U drugim zemljama, počevši od devedesetih godina, stvoreni su novi pravni oblici prilagodbom modela zadruge (što dovodi do stvaranja socijalnih zadruga) ili uvođenjem pravnih oblika koja mogu biti osnovana od više subjekata i imaju društvenu svrhu. Međutim, čak i tamo gdje postoje specifični pravni oblici koji su uvedeni u vidu društvenih poduzeća, mnoga društvena poduzeća i dalje se javljaju u različitim drugim pravnim oblicima (Europska komisija, 2016.)

Europska komisija zbog izrade studije o društvenom poduzetništvu nije usvojila posebnu definiciju društvenog poduzetništva, već je nastojala "operativizirati" postojeći i

općeprihvaćeni pojam društvenog poduzetništva kako je naveden SBI komunikaciji Europske komisije (Inicijativi za društveno poslovanje), a koja glasi:

„Društveno poduzeće je akter u društvenoj ekonomiji čiji je glavni cilj ostvariti društveni utjecaj, a ne profit za svoje vlasnike ili dioničare. Djeluje pružanjem robe i usluga za tržištu na poduzetnički i inovativan način i koristi svoju dobit prije svega za postizanje društvenih ciljeva. Upravljanje je otvoreno i odgovorno, a upravljanje osobito uključuje zaposlenike, korisnike i dionike na koje utječe njezina gospodarska djelatnost.“ (Europska komisija, 2015., str. 5)

Komisija je u svojem istraživanju koristila pojam "društveno poduzetništvo" za pokrivanje sljedećih vrsta poslovanja:

- one za koje je socijalni ili društveni cilj razlog gospodarske aktivnosti, često u obliku visokog stupnja društvene inovacije,
- one u kojima se profit uglavnom ponovno investira s ciljem postizanja tog društvenog cilja,
- metoda organizacije ili sustav vlasništva odražava njihovu misiju korištenjem demokratskih ili participativnih načela ili usredotočujući se na socijalnu pravdu.

Na taj način pokrivena su tri ključne dimenzije društvenog poduzetništva – poduzetnička, društvena / socijalna i upravljačka.

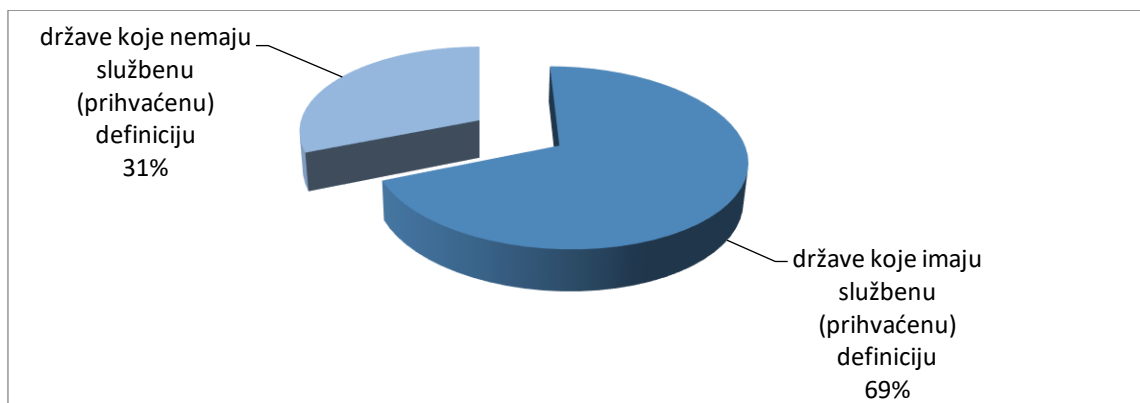
Europska komisija u svojem Izvješće (o sintezi) Mapiranje društvenih poduzeća i njihovih ekosustava u Europi iz 2015. godine utvrdila je da postoji rastući interes i konvergencija gledišta širom Europe u pogledu definiranja obilježja društvenog poduzeća; međutim, ostaju važne razlike, osobito s obzirom na tumačenje i relevantnost "dimenzije upravljanja" društvenog poduzeća. Također, utvrđeno je da se organizacije koje ispunjavaju "operativnu definiciju EU" društvenog poduzetništva mogu naći u svih 29 zemalja – bilo kao dio ili uz nacionalni koncept tumačenja i definiranja „obitelji“ društvenog poduzetništva.

3.2.1. Nacionalne definicije i koncepti društvenog poduzetništva

Posljednjih godina mnoge europske zemlje legalno ili formalno priznale su koncept društvenog poduzetništva. Tako prema Izvješću Europske komisije (2015.) u 20 od 29 zemalja za koje je izrađena studija (Slika 10.), može se naći službena ili neslužbena, ali široko prihvaćena definicija (ili kriteriji koji opisuju društveno poduzetništvo), dok u šest zemalja više prevladava koncept "društvene ekonomije" ili "društvene i solidarne ekonomije". U tim

zemljama, međutim, može se naći službena definicija "entiteta društvenog gospodarstva" koja ima mnogo sličnosti s definicijom društvenog poduzetništva SBI.

Slika 10. Pregled postotka država Europske unije s i bez prihvaćene definicije društvenog poduzetništva



Izvor: Izrada autorice prema: Europska komisija (2015.) A map of social enterprises and their eco-systems in Europe [Online] Dostupno na: <https://ec.europa.eu/social/BlobServlet?docId=12987&langId=en> [Pristupljeno:12.10.2017.]

Službenu definiciju društvenog poduzetništva nemaju sljedeće države: Austrija, Cipar, Njemačka, Češka, Estonija, Mađarska, Luksemburg, Nizozemska, i Švicarska, ali zaključeno je da postoji konsenzus unutar i između zemalja glede širokih svojstava koja definiraju društveno poduzetništvo.

Tablica 9. Kriteriji razilaženja među definicijama društvenog poduzetništva

Kriteriji razilaženja	Primjeri definicija društvenog poduzetništva
Vrlo malo definicija operativizira poduzetničku dimenziju društvenog poduzetništva postavljanjem pragova za generiranje prihoda od tržišnih izvora	<ul style="list-style-type: none"> - Češka definicija navodi da najmanje 10% prihoda društvenog poduzeća treba biti iz tržišnih izvora - prema definiciji Ujedinjenog Kraljevstva, društveno poduzeće mora generirati najmanje 25% svojih prihoda od trgovine - talijanski Zakon o socijalnim poduzećima (Zakon br. 155/2006) propisuje da društveni poduzetnik ex lege mora stvoriti najmanje 70% svojih prihoda od poduzetničkih aktivnosti, tj. proizvodnje i razmjene dobara i usluga koje imaju društvenu korisnost - u Hrvatskoj, u trogodišnjem razdoblju poslovanja najmanje 25% prihoda društvenog poduzetnika trebalo bi se stvoriti iz poduzetničkih aktivnosti,

Tumačenje osnovnog cilja varira	<ul style="list-style-type: none"> - od uskog fokusa na integraciju u tržište rada (npr. Finska, Litva, Poljska, Slovačka i Švedska) - do širih društvenih i ekoloških ciljeva uključujući takva područja kao što su obnovljiva energija i poštena trgovina (npr. Velika Britanija, Grčka)
Primarno društvena svrha nad komercijalnim ciljevima	<ul style="list-style-type: none"> - iznimke u Češkoj, Latviji, Litvi
Raspodjela dobiti	<ul style="list-style-type: none"> - potpuno neprofitno ograničenje raspodjele dobiti (npr. Italija, Poljska) - djelomična neprofitna raspodjela dobiti (npr., Finska, Velika Britanija) - ponovno ulaganje profita nije bitno obilježje društvenih poduzeća (npr. litvanski "Zakon o društvenim poduzećima")
Neovisnost	<ul style="list-style-type: none"> - u većini zemalja, kriterij koji se odnosi na "neovisnost" podrazumijeva se kao "upravljačka autonomija" i / ili "autonomija od države" - samo u Italiji i Portugalu nacionalne definicije naglašavaju autonomiju od države i drugih tradicionalnih profitnih organizacija
Uključivo upravljanje	<ul style="list-style-type: none"> - u nekim zemljama nije nužno osnovna karakteristika društvenog poduzeća (npr. Finska, Irska, Velika Britanija)
Izveštaj o društvenom utjecaju	<ul style="list-style-type: none"> - npr. u Belgiji i Italiji (Zakon o socijalnim poduzećima) definicije dodatno uključuju taj zahtjev

Izvor: Izrada autorice prema: Europska komisija (2015.) A map of social enterprises and their eco-systems in Europe [Online] Dostupno na: <https://ec.europa.eu/social/BlobServlet?docId=12987&langId=en> [Pristupljeno:12.10.2017.]

Europska komisija (2015.) definirala je glavna područja razilaženja među definicijama pojedinih zemalja Europske unije, a koji su prikazani u Tablici 9.

Može se primijetiti da je Hrvatskoj postavljen uvjet da u trogodišnjem razdoblju poslovanja najmanje 25% godišnjeg prihoda društveni poduzetnik planira ostvariti ili ostvaruje obavljanjem svoje poduzetničke djelatnosti. Sličan uvjet je postavljen u Velikoj Britaniji, zemlji s bogatom društveno – poduzetničkom tradicijom. Može se zaključiti da je u Hrvatskoj na taj način postavljen vrlo zahtjevan kriterij za ovu fazu razvoja društvenog poduzetništva.

3.2.2. Procijenjena veličina aktivnosti društvenog poduzetništva u Europi (EU)

U Izvešću Europske komisije (2015.) prikazani su zbirni podaci o društvenim poduzećima koja ispunjavaju EU definiciju poslovanja i nacionalne procjene društvenog poduzetništva za svaku pojedinu državu. Iako te podatke trebali tumačiti s oprezom, u svakom se slučaju

smatraju korisnim za prepoznavanje interesa za društvenim poduzetništvom u pojedinoj državi.

Tablica 10. Procijenjena veličina aktivnosti društvenog poduzetništva diljem Europe

Država	Broj dr. poduzeća koja ispunjavaju EU definiciju	Nacionalne procjene broja društvenih poduzeća
Austrija	~750 (2013)	273 (2013)
Belgija	/	737 ~ 2.000 (2012/13)
Bugarska	200 do 430	46 ~ 5.000 (2014)
Cipar	/	/
Hrvatska	100 do 200	40 (2013) <i>Procjenu izradila Udruga SLAP</i>
Češka	250 - 300 (2013)	283 (2013)
Njemačka	40.000 do 70.000	~ 40.000 do 70.000
Danska	292 (2012)	292 (2012)
Estonija	~ 300 (2012)	400 do 450 (2012)
Finska	~ 2.500 (2009)	5.000 do 13.000 (2011)
Francuska	6.000 do 28.000	315 (2013)
Grčka	225 do 325 (2014)	~57.800 (2012)
Španjolska	~ 8.500 (2012)	44.500 (2013)
Mađarska	~3.000 (2013)	/
Irska	520 (2009)	1.420 (2009)
Italija	~ 40,000 (2013)	11.264 socijalne zadruge (2013) 774 socijalna poduzeća ex lege (2013)
Litva	/	/
Luksemburg	200 do 300 (2014)	200 do 3,000
Latvija	/	133 (2014)
Malta	25 do 50 (2013)	750 (2012)
Nizozemska		4.000 do 5.000 društvenih poduzeća (2010)
Poljska	~ 5.200 (2012)	Nepoznato
Portugal	~ 5.000 (2014)	55.000 (2013)
Rumunjska	~5.600 (2012)	39.347 (2012)
Švedska	~900	94 (2014)
Slovenija	~ 900	46 (2014)

Slovačka	/	271
Velika B.	9.500 do 71.000 (2014)	~ 284.000 (2012)
Švicarska	/	/

Izvor: Europska komisija (2015.) A map of social enterprises and their eco-systems in Europe [Online] Dostupno na: <https://ec.europa.eu/social/BlobServlet?docId=12987&langId=en> [Pristupljeno:12.10.2017.], str. 28

Iako nisu bili poznati podaci na razini svih zemalja članica, iz podataka u Tablici 10., kod pojedinih država ističe se naročito velika razlika između podataka nacionalne procjene broja društvenih poduzeća i broja društvenih poduzeća koji ispunjavaju EU definiciju. Tako u Finskoj, Grčkoj, Španjolskoj, Irskoj, Portugalu, Rumunjskoj i Velikoj Britaniji prema nacionalnoj procjeni djeluje značajno više poduzeća od onih kojih ispunjavaju EU definiciju. To ukazuje na činjenicu da su nacionalne definicije šire koncipirane od EU definicije.

U Velikoj Britaniji prema nacionalnoj procjeni djeluje 284.000 društvenih poduzeća, dok EU definiciju ispunjava od 9.500 do 71.000 društvenih poduzeća. U Portugalu prema nacionalnoj procjeni djeluje 55.000 društvenih poduzeća za razliku od 5.000 poduzeća koja ispunjavaju EU definiciju.

Italija i Španjolska, kao razvijene i najnaseljenije države Europske unije gdje sektor društvenog poduzetništva u potpunosti institucionaliziran, nalaze se u samom vrhu po broju društvenih poduzeća koji ispunjavaju EU definiciju, dok se Hrvatska nalazi na samom dnu ljestvice po broju društvenih poduzeća.

Kao iznimku od navedene tvrdnje valja uočiti razliku u broju procijenjenih društvenih poduzeća u Hrvatskoj i Rumunjskoj. Naime, obje države pripadaju slabije razvijenim zemljama Europske unije te nemaju u potpunosti razvijenu politiku razvoja društvenog poduzetništva. Međutim, prema procjeni 2012. u Rumunjskoj je djelovalo čak 39.947 društvenih poduzeća.

Također, u Njemačkoj je (koja spada među najrazvijenije članice Europske unije te ima vrlo nisku stopu nezaposlenosti) prema procjenama 2014. djelovalo od 40.000 do 70.000 društvenih poduzeća, a u toj državi ne postoji posebni zakon o društvenom poduzetništvu, pa ni formalna definicija.

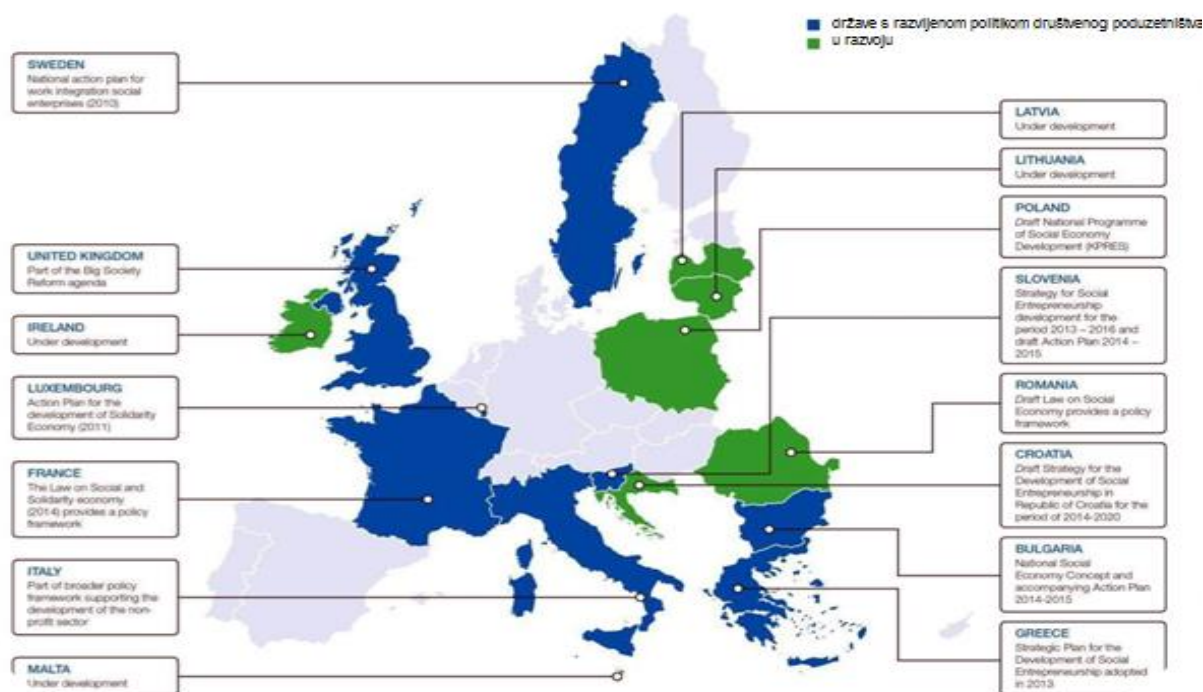
3.2.3. Politika razvoja društvenog poduzetništva

Vlade diljem svijeta poduzimaju različite mjere u okviru svojih javnih politika kako bi promicale poduzetništvo s obzirom da se poduzetništvu pripisuje veliki značaj u pokretanju i održavanju gospodarskog rasta i razvoja.

Zbog toga se ne smije zanemariti i politika razvoja društvenog poduzetništva jer zbog svojih društvenih ciljeva, društveni je poduzetnik prirodan saveznik tijelima državne vlasti i lokalne samouprave u ostvarenju niza društvenih ciljeva (MRMS, 2015.).

Prema Izvješću o sintezi Europske komisije (2015.), 22 od 29 europskih zemalja nemaju specifične politike usmjerene uređenju društvenog poduzetništva, iako je sedam zemalja u procesu razvoja takve politike, a među njima je i Hrvatska.

Slika 11. Zemlje s politikama usmjerenim uređenju društvenog poduzetništva



Izvor: Europska komisija (2015.) A map of social enterprises and their eco-systems in Europe [Online] Dostupno na: <https://ec.europa.eu/social/BlobServlet?docId=12987&langId=en> [Pristupljeno:12.10.2017.], str. 50

Samo sedam zemalja Europske unije (označene plavom bojom na Slici 11. – Bugarska, Francuska, Italija, Luksemburg, Slovenija, Švedska i Ujedinjeno Kraljevstvo) imaju uspostavljen okvir politike za poticanje i podršku razvoju društvenog poduzetništva, dok je u sedam država takva politika još u razvoju (označene zelenom bojom na Slici 11. Irska, Malta Latvija, Litva, Poljska, Rumunjska i Hrvatska).

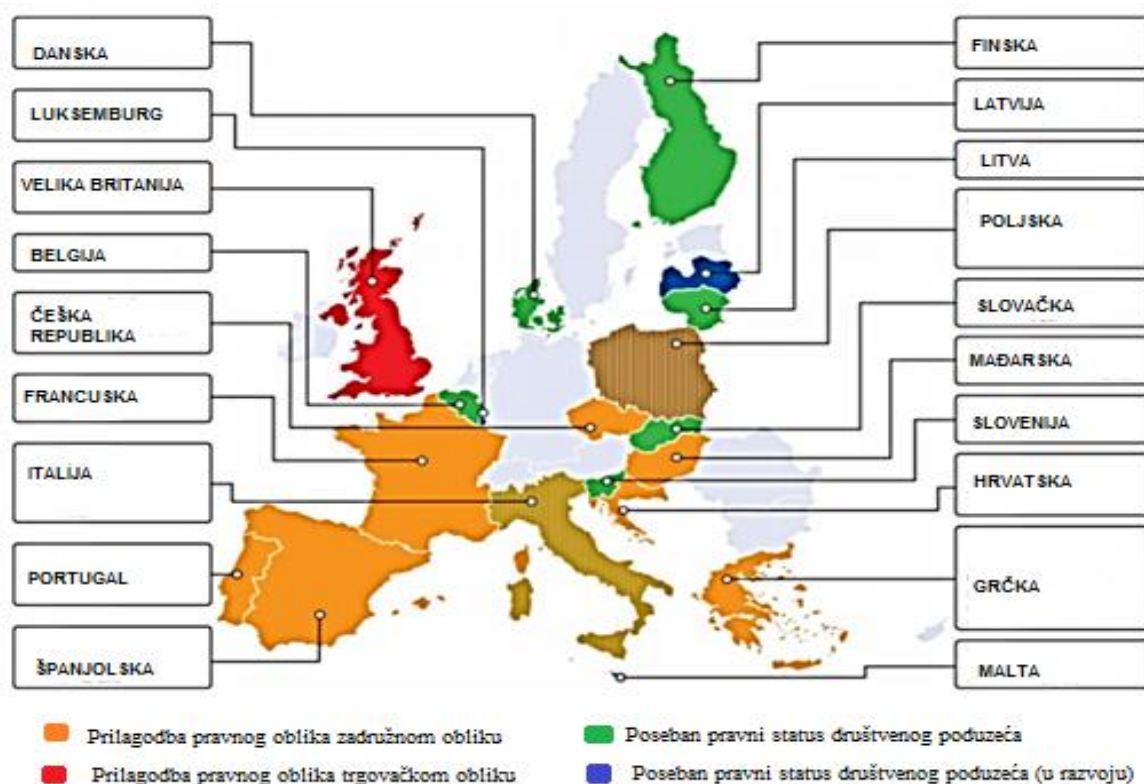
3.2.4. Pravna regulativa društvenog poduzetništva u članicama Europske unije

Prema provedenom istraživanju Europske komisije (2015.), šesnaest europskih zemalja ima neki oblik zakona koji prepoznaje i regulira aktivnost društvenog poduzetništva.

Zemlje s posebnim pravnim oblicima ili statusima za društvena poduzeća mogu se podijeliti u četiri grupe, i to na sljedeći način:

1. Prilagodba pravnog oblika zadružnom obliku – Italija, Poljska, Portugal, Španjolska, Francuska, Češka, Mađarska, Hrvatska i Grčka (označeno narančastom bojom na Slici 12.)
2. Prilagodba pravnog oblika trgovačkom obliku – Velika Britanija (označeno crvenom bojom na Slici 12.)
3. Poseban pravni status društvenog poduzeća – Italija, Finska, Danska, Belgija, Slovenija, Slovačka, Litva (označeno zelenom bojom na Slici 12.)
4. Poseban pravni status društvenog poduzeća (u razvoju) (Luksemburg, Malta i Latvija) (označeno plavom bojom na Slici 12.)

Slika 12. Zemlje Europske unije s posebnim pravnim oblicima ili statusima za društveno poduzetništvo



Izvor: Europska komisija (2015.) A map of social enterprises and their eco-systems in Europe [Online] Dostupno na: <https://ec.europa.eu/social/BlobServlet?docId=12987&langId=en> [Pristupljeno:12.10.2017.], str. 52

Pet zemalja uvelo je nove zakonske oblike za društveno poduzetništvo prilagođavanjem ili krojenjem postojećih pravnih oblika. Tako je u četiri zemlje (Francuska, Grčka, Italija i Poljska) stvoren poseban, novi pravni oblik za društveno poduzetništvo prilagođavanjem zadružnog pravnog oblika. Osim toga, pet zemalja priznaje socijalne zadruge (ili socijalnu namjenu zadruga) u svojim postojećim zakonskim propisima koji uređuju zadruge. To su: Hrvatska, Češka, Mađarska, Portugal i Španjolska, dok je Velika Britanija razvila pravni oblik koji koriste društvena poduzeća (*Community Interest Company*) koji se posebno prilagođava obrascima trgovačkih društava, koji je opisan u poglavlju 2.3. ovog rada.

Na slici 12. posebno su istaknute Italija i Poljska, i to iz razloga što je Italija jedina europska zemlja s oba zakona i to o socijalnim zadrugama (pravni oblik) kao i Zakonom o socijalnim poduzećima (pravni status) te je označena zelenom i narančastom bojom. Poljska ima specifičan pravni oblik za društvena poduzeća (socijalne zadruge), a u izradi je i nacrt zakona koji predlaže stvaranje pravnog statusa društvenog poduzeća pa je označena narančastom i plavom bojom.

Zakoni o društvenom poduzetništvu u Finskoj, Litvi i Slovačkoj usko se odnose na radnu integraciju, a u Njemačkoj ne postoji poseban zakon o društvenom poduzetništvu, čak ni formalna definicija te nema planova za uvođenje takvih akata u bliskoj budućnosti.

Tablica 11. prikazuje 16 država članica te nazive pravnih akata kojima su uređeni pravni statusi, odnosno pravni oblici djelovanja društvenih poduzeća. Također, za pojedine je države poznat broj organizacija koje djeluju pod priznatim pravnim statusom, odnosno pravnim oblikom društvenog poduzetništva u toj državi.

Tablica 11. Pravni oblici i pravni akti o društvenom poduzetništvu u zemljama Europske unije

Država	Zakon/pravni akt	Godina usvajanja	Pravni status	Pravni oblik	Br. organizacija registrirano pod pravni oblik/status
Belgija	Poduzeće za postizanje socijalnog cilja (uređeno člancima 661-669 Belgijskog kodeksa tvrtki) - <i>Belgian Companies Code</i>	1995	X		736 (2013)
Hrvatska	Socijalne zadruge osnovane prema novom Zakonu o zadrugama	2011		X	nepoznato

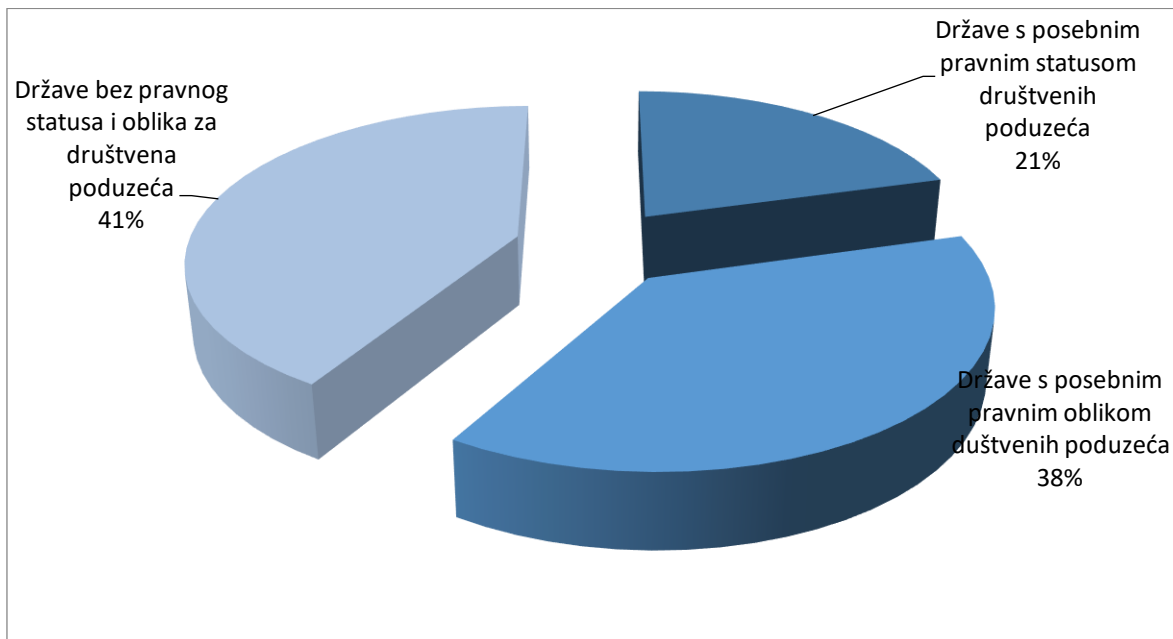
Češka	Socijalna zadruga osnovana prema Zakonu o trgovačkim društvima br. 90/2012 Coll - <i>Commercial Corporations Act n. 90/2012 Coll</i>	2014		X	nepoznato
Danska	LOV nr 711 od 25/06/2014 Lov om registrerede socialøkonomiske virksomheder [Zakon o registriranim društvenim poduzećima]	2014	X		nepoznato
Finska	Zakon o društvenom poduzetništvu (1351/2003)- <i>Act on Social Enterprise (1351/2003)</i>	2004	X		154 (2009)
Francuska	<i>Société coopérative d'intérêt collectif (SCIC)</i> - Francuska je prilagodila svoju postojeću zadružnu povelju (Zakon br 47-1775 od rujna 1947.) uvođenjem posebnih odredaba o SCIC-a tj. Zadružno društvo kolektivnog interesa (<i>Société Cooperative d'Interet Collectifs</i>)	2001		X	266 (2012)
Grčka	Zakon 4019/2011 o društvenoj ekonomiji i društvenom poduzetništvu -osnivanjem socijalnih zadruga (Koin.S.Ep.)	2011		X	530 (2014)
	Zakon 2716/99 (članak 12.) o osnivanju socijalnih zadruga s ograničenom odgovornošću (Koi.S.P.E.)	1999		X	10 (2014)
Madarska	Socijalne zadruge (definirane prema Zakonu X. 2006. o zadrugama)	2006		X	490 (2013)
Italija	Zakon o socijalnim zadrugama (381/1991)- <i>Law on social cooperatives</i>	1991		X	<u>11,264 (2013)</u>
	Zakon o socijalnim poduzećima (155/2006.)- <i>Law on social enterprises</i>	2006	X		<u>774 (2013)</u>
Litva	Zakon o društvenim poduzećima (IX-2251)- <i>Law on Social Enterprises</i>	2004	X		133 (2014)
Poljska	Zakon o socijalnim zadrugama- <i>Act</i>	2006		X	~ 900 (2014)

	<i>on Social Cooperatives</i>				
Portugal	Zadruga socijalne solidarnosti pod Kodeksom o zadrugama (Zakon br. 51/96)- <i>Cooperative Code</i>	1997		X	108 (2014)
Slovačka	Zakon br. 5/2004 o uslugama zapošljavanja - <i>Employment Services</i>	2008	X		94 (2014)
Slovenija	Zakon o socijalnom poduzetništvu (20/2011)- <i>Act on Social Entrepreneurship</i>	2011	X		33 (2013)
Španjolska	Zadruga za socijalnu inicijativu- <i>Social initiative cooperative</i>	1999		X	566 (2009)
Velika Britanija	Zakon o Tvrtki javnog interesa (CIC)- <i>The Community Interest Company (CIC) Regulations</i>	2005		X	9,545 (2014)

Izvor: Europska komisija (2015.) A map of social enterprises and their eco-systems in Europe [Online] Dostupno na: <https://ec.europa.eu/social/BlobServlet?docId=12987&langId=en> [Pristupljeno:12.10.2017.], str. 54

Prema podacima iz Tablice 11., proizlazi da među državama koje imaju zakonski reguliran pravni status društvenog poduzetništva po broju osnovanih poduzeća prednjače Italija, koja je predmetni zakon donijela 2006., te Belgija, koja je to područje zakonski uredila davne 1995. godine. Među državama koje imaju zakonski reguliran pravni oblik društvenog poduzetništva po broju osnovanih društava, također, na prvom je mjestu Italija (11.264) te, potom, Velika Britanija (9.545). Kao što je već navedeno, Italija je Zakon o socijalnim zadrugama donijela davne 1991., a Velika Britanija je impuls razvoju društvenog poduzetništva dala donošenjem Zakonom o Tvrtki javnog interesa (CIC) 2005. godine. Time su Italija i Velika Britanija dokazale da su države s najrazvijenijom tradicijom društvenog poduzetništva.

Slika 13. Udio država članica Europske unije s i bez uređenog pravnog oblika/statusa društvenog poduzeća



Izvor: Izrada autorice prema podacima Europske komisije (2015.) A map of social enterprises and their eco-systems in Europe [Online] Dostupno na: <https://ec.europa.eu/social/BlobServlet?docId=12987&langId=en> [Pristupljeno:12.10.2017.]

Prema iznesenim podacima može se zaključiti da samo sedam država članica Europske unije – zajedno s Italijom (25%) ima pravno uređen status društvenih poduzeća, dok njih 10 – zajedno s Italijom (36%) ima reguliran poseban pravni oblik. Nadalje, čak 43% država članica nema zakonom uređen niti pravni status, niti pravni oblik subjekata društvenog poduzetništva (Slika 13.).

U pojedinim državama, unatoč zakonskoj regulaciji, osnovano je znatno manje takvih društava (npr. Slovenija), no svakako treba primijetiti da se u većini primjera radi o troznamenkastom broju osnovanih poduzeća, dok se u Hrvatskoj može još uvijek govoriti o 90 poduzetnika koji djeluju po društveno poduzetničkim principima. Stoga su navedeni podaci jasan znak da zakonska regulativa doprinosi prepoznatljivosti i razvoju društvenog poduzetništva.

3.3. Primjeri pravnog uređenja društvenog poduzetništva u Europskoj uniji

3.3.1. Italija

U Italiji je socijalna / društvena ekonomija priznata Ustavom. Naime, talijanski Ustav štiti i promiče prava i načela koja čine temelje društvene ekonomije (jednako socijalno dostojanstvo građana, pravo na rad, pravo na udruživanje, itd.).

Socijalna / društvena ekonomija, također, naziva se neprofitnim sektorom, a ista se u Italiji sastoji od organizacija koje imaju formalni ustav i demokratske i samoupravne strukture, privatne su naravi, ne raspodjeljuju dobiti dioničarima i rukovoditeljima, članstvo je dobrovoljno i koriste određene količine slobodne radne snage. Takve organizacije najčešće imaju sljedeće oblike: socijalna zadruga, udruga, zaklada i odbor (Europski parlament, 2016.).

I. Socijalne zadruge (*Società cooperative*) su pravne osobe uređene člancima 2511 – 2548 Talijanskog građanskog zakonika (*Codice civile*), kojim se utvrđuje da je zadruga neovisno udruženje čiji se članovi okupljaju kako bi zadovoljili svoje vlastite ekonomske, društvene i kulturne potrebe kroz osnivanje udruženja koje karakterizira imovina u zajedničkom vlasništvu i demokratska kontrola. Moguće je podijeliti zadruge u sektore ili područja djelovanja, iako nije lako kategorizirati takvu raznoliku pojavu u unaprijed utvrđene sheme. Talijansko Ministarstvo rada dijeli zadruge koje postoje u Italiji u osam kategorija: potrošačke, proizvodne, radne, poljoprivredne, stambene, ribolovne, mješovite i socijalne zadruge (Europski parlament, 2016.).

Talijanski Zakon br. 381 iz 1991. godine priznaje specifičnu vrstu zadruge, socijalnu zadrugu, a nju karakterizira ostvarivanje ciljeva od općeg interesa zajednice. Postoje dva različita podtipa socijalne zadruge:

- tip A za socijalne, zdravstvene i obrazovne usluge i
- tip B za radnu integraciju

Do sada je osnovano više od 12.000 socijalnih zadruga, a njihov broj se povećao za 17% u periodu nakon krize od 2007. do 2011. godine. Kao i u drugim zemljama, mnoge neprofitne organizacije i zaklade koje se bave trgovinom na taj su način postale društvena poduzeća (Europska komisija, 2014.).

II. Udruge su uređene člancima od 14. do 42. Talijanskog građanskog zakonika. Udruge su neprofitne organizacije osnovane od strane fizičkih ili pravnih osoba koje dijele zajednički cilj. Postoje dvije vrste udruga:

- nepriznate, za koje nije potrebno javno odobrenje i nisu pravne osobe ili

- priznate, one koje su dobile odobrenje države. Imaju pravni status, imovinsku autonomiju i ograničenu odgovornost administratora. One mogu prihvatiti ostavštine i donacije.

III. Zaklade su institucije sastavljene od imovine koja je unaprijed određena za određenu svrhu, odnosno osnivač ju je povjerio za ostvarivanje cilja javne dobrobiti. Svrha zaklade se utvrđuje aktom o osnivanju, a može biti osnovana i oporukom. Zaklada ima svoju pravnu osobnost i uređena je Talijanskim građanskim zakonikom (članci 14-42).

Također, postoje posebne kategorije neprofitnih organizacija, poput neprofitne organizacije za društvene ciljeve – ONLUS (*Organizzazioni Non Lucrative di Utilità Sociale*). Zakonodavna uredba br. 460 iz 1997. godine uređuje ONLUS kao posebnu kategoriju neprofitnih tijela primjenjivih na socijalne zadruge, volonterske i nevladine organizacije. Ukoliko je organizacija priznata, kao ONLUS, uživa prednosti vezane uz porezni režim (porezne olakšice, oslobođenje plaćanja taksi, poreza na donacije, poreza na emisije i lokalnih poreza), kao i njihovi donatori kojima se donacije priznaju kao porezne olakšice. ONLUS organizacije kategorija su neprofitnih tijela, fiskalne jedinice koje još nisu definirane u građanskom pravu. ONLUS može biti u pravnom obliku: socijalna zadruga (Zakon od 08.11.1991, broj 381); volonterska organizacija (Zakon od 11.08.1992, broj 266) i nevladina udruga (čl. 28, Zakon od 26.02.1987, broj 49) (Europski Parlament, 2016.).

Naposljetku, Zakon br. 155 iz 2006. godine uredio je novu vrstu ekonomskog subjekta i to socijalno poduzeće. Do 2015. godine bilo ih je osnovano 774 (Europska komisija, 2015.), međutim, očekivalo se puno više prilikom donošenja tog Zakona.

Taj je zakon utvrdio zahtjeve koje određeno poduzeće mora ispuniti kako bi se moglo označiti kao socijalno poduzeće. Kriteriji prepoznavanja koje uvodi ovaj zakon jesu: privatna priroda organizacije, obavljanje poduzetničke aktivnosti usmjerene na proizvodnju društvenih dobara i usluga, nepostojanje cilja stjecanja dobiti i cilj djelovanja u promicanju zajedničkih interesa (Europski parlament, 2016.).

Treba napomenuti da socijalna poduzeća nisu novi pravni oblik niti nova vrsta organizacije. Bez obzira na njihovu unutarnju strukturu, u tu novu zakonsku kategoriju mogu biti uključene sve organizacije koje zadovoljavaju kriterije određene Zakonom br. 155 iz 2006. godine.

Članak 2082. Talijanskoga građanskog zakonika primjenjuje se na talijanska socijalna poduzeća čije djelatnosti moraju biti produktivne, profesionalne, ekonomske i organizirane.

Istodobno, djelovanje mora isporučiti društveni rezultat koji se može podijeliti u dvije kategorije, sektorsku i radnu integraciju.

- Sektorska: poslovanje pruža društvenu korist (i stoga je društveno poduzetništvo) ako spada u određene sektore (socijalna skrb, zdravstvo, obrazovanje, kultura, zaštita okoliša, razvoj kulturne baštine, socijalni turizam, akademsko obrazovanje, istraživanje i isporuku kulturne usluge, izvanškolske izobrazbe, podrška društvenim poduzećima);
- Integracija u rad: neovisno o sektorima, poslovanje je društveno poduzetništvo ako je najmanje 30% zaposlenog osoblja u nepovoljnom položaju (marginalizirane skupine, invalidi, starije osobe i dr.).

U prosincu 2012. godine, u Italiji je predložena izmjena zakona vezano uz financijsku preraspodjelu dobiti za socijalna poduzeća, međutim, ista nije usvojena (Europski parlament, 2016.).

Iako u Italiji na nacionalnoj razini ne postoji podupiruća infrastruktura, ona postoji na lokalnim i regionalnim razinama te kod krovnih udruga (Europska komisija 2014). Stoga u Italiji pojam "društveno poduzetništvo" podsjeća na pravni "brend" koji sve organizacije mogu dobiti i koristiti na tržištu (članak 1. stavak 1. i članak 7. Zakona br. 155 iz 2006) (Europski Parlament, 2016.).

3.3.2. Velika Britanija

U Velikoj Britaniji stvoren je jedan od najrazvijenijih sveobuhvatnih sustava za potporu društvenog poduzetništva. Koncept društvene ekonomije nije jako naglašen u vladinim politikama, ali sve je veći interes za društvena poduzeća i za tržište socijalnih investicija. Strategija vlade je da se olakša osnivanje društvenih poduzeća i njegovo poslovanje s državom te da se olakša unošenje resursa u sektor društvenog poduzetništva. U Velikoj Britaniji akteri društvene ekonomije nisu ograničeni na određeni pravni oblik. Umjesto toga organizacije mogu odabrati model koji najbolje odgovara njihovim potrebama. Društvena ekonomija u Velikoj Britaniji obuhvaća dobrotvorne organizacije, dobrotvorne trustove i zaklade, međutim, zadruge i udruge uzajamne pomoći i društvena poduzeća predstavljaju glavne nositelje društvene ekonomije.

Prema procjenama, u Velikoj Britaniji 2014. je godine postojalo otprilike 70.000 društvenih poduzeća koja su zapošljavala gotovo milijun ljudi (Europska komisija 2014.).

Prema Izvješću o sintezi Europske komisije (2015.), mogući pravni oblici djelovanja društvenih poduzeća u Velikoj Britaniji su sljedeći:

Dioničko društvo (*Company Limited by Shares - CLS*) – to je najčešći pravni oblik među poduzećima. CLS se može prilagoditi društvenim poduzećima navodeći njihovu društvenu misiju u temeljenim dokumentima uz planove za ulaganje njihove dobit.

Društvo s ograničenom odgovornošću (*Company Limited By Guarantee - CLG*) – ove tvrtke imaju članove, a ne dioničare; članovi ne posjeduju dionice i stoga ne mogu profitirati od povećane vrijednosti tvrtke. Ovo je najčešći pravni oblik za društvena poduzeća, a 51% društvenih poduzeća strukturirano je korištenjem ovog modela.

Tvrtka javnog interesa (*Community Interest Company - CIC*) – uvedena 2005. godine, ova pravna struktura specifična je za društvena poduzeća, ali se temelji na strukturi ograničenoj udjelima / dionicama ili jamstvom. Vlada je posebno kreirala ovaj model zbog priznanja društvenih poduzeća. CIC mora služiti interesu zajednice i imovina mora biti zadržana unutar tvrtke u svrhu interesa zajednice. CIC – ovi dionička društva mogu raspodijeliti određeni dio dobiti. U 2013. godini 17% CLG-ova i CLS-a također su bili CIC. CIC predstavlja dobar primjer stvaranja novog pravno-organizacijskog oblika te je o njemu već bilo govora u poglavlju 2.3. ovog rada.

Industrijsko i uslužno društvo (*Industrial And Provident Societies - IPS*) – 19% društvenih poduzeća koristilo je ovaj pravni oblik, i to naročito za zajednička dobrotvorna udruženja, kao i za osnivanje potrošačkih, poljoprivrednih i stambenih zadruga. 2014. godine ta vrsta poduzeća preimenovana je u Co – operative and Community Benefit Societies.

Dobrotvorna organizacija (*Charitable Incorporated Organisation - CIO*) – novi je oblik pravne osobe namijenjen neprofitnim organizacijama u Ujedinjenom Kraljevstvu. Ako dobrotvorna organizacija želi biti aktivna, ali ne želi poslovati kao tvrtka, može odlučiti postati CIO. Na taj način im se pružaju neke od prednosti koje inače uživaju tvrtke, ali se ne moraju registrirati kod registra tvrtki.

Trgovac pojedinac (*Sole Trade*) ili **partnerstvo** (*Partnership*)

Također, Velika Britanija nedavno je odobrila niz mjera za poboljšanje pristupa financijskim sredstvima subjektima društvene ekonomije, a Parlament u Velikoj Britaniji usvojio je i Zakon o financiranju 2014. kojim se uvodi porez na društvena ulaganja (30%), s ciljem poticanja ulaganja u društvena poduzeća i druge društveno vođene organizacije, nudeći porezne olakšice za investitore koji žele iskoristiti svoj kapital kako bi ostvarili socijalne i financijske rezultate (Europski Parlament, 2016.).

3.3.3. Slovenija

Slovenija, kao bivša jugoslavenska republika poput Hrvatske, prošla je sličan put razvoja nevladinog sektora i sektora društvene / socijalne ekonomije. Prije ekonomske krize, Slovenija je imala stabilnu razinu rasta, s visokom stopom zaposlenosti i relativno niskom nezaposlenošću. No, sve se to promijenilo nastankom krize, a nezaposlenost i isključenost postali su politička pitanja. Na taj su način pojačane brojne politike aktivnog zapošljavanja, a glavne su ciljne skupine bile: nedovoljno kvalificirane osobe, stariji radnici i mladi koji prvi put traže posao. Za potonje, specifični programi uključuju: razvijanje vještina mladih osoba koje nisu u sustavu obrazovanja, zaposlenja ili obuke, praksa i naukovanje, subvencije za posao i programe mentorstva (Europska komisija, 2014.).

Slovenski Zakon o socijalnom poduzetništvu iz 2011. godine (Zakon o socijalnom podjetništvu, Uradni list RS, št. 20/11, 90/14 – ZDU-II in 13/18) određuje definiciju, ciljeve, načela i aktivnosti socijalnog/društvenog poduzeća u Sloveniji, a zakonski status društvenog poduzeća mogu steći pravni oblici koji ispunjavaju propisane uvjete.

Slično kao i u Italiji, Zakon predviđa dvije vrste društvenog poduzeća:

1. tip A - koji obavlja (jednu ili više) aktivnosti društvenog poduzetništva. Predviđa registraciju tvrtki za proizvodnju i prodaju u kojem se, osim vlasnika, u prvoj godini zapošljava još jedan djelatnik, druge godine, također, još jedan i tako dalje.
2. tip B - koji mogu sudjelovati u bilo kojoj drugoj vrsti poslovanja, ali su orijentirani na zapošljavanje osoba iz najranjivijih ili ugroženih skupina (osobe s posebnim potrebama).

Sukladno navedenom Zakonu, svaka privatna pravna osoba može se smatrati društvenim poduzećem, pod uvjetom da nije utemeljena samo u svrhu ostvarivanja dobiti i ne raspodjeljuje dobit, osim u ograničenom opsegu u skladu sa Zakonom.

Ipak, prema nacionalnoj procjeni u Sloveniji, 2014. bilo je registrirano svega 46 društvenih poduzeća tog pravnog oblika od procijenjenih 900 društvenih poduzetnika koji ispunjavaju kriterije europske definicije. Prema Europskoj komisiji (2014.), razlog tome je vjerojatno to što je društvenim poduzetnicima (uključujući one koji sponzoriraju nevladine organizacije) nedostajalo poduzetničkih / marketinških vještina, a široj javnosti nedostaju svijest i znanje o društvenom poduzetništvu što rezultira nedostatkom inicijativa od dna prema gore. Također, postoje teškoće na tržištima na kojima dominira siva ekonomija, teškoće u integraciji ljudi u kontekstu nefleksibilnih aktivnih politika tržišta rada i problemi sa sustavom potpore –

nedostatak financijskih inicijativa, teškoće u koordiniranju odgovornosti između raznih vladinih tijela, nedovoljna potpora drugih ministarstava i općinske uprave (uključujući pristup tržištima javne nabave) i nedovoljan broj osoblja za potporu. Pored toga, zaključeno je da je legislativa prekomjerno stroga vezana uz zadržavanje statusa društvenog poduzeća, uključujući područja dopuštenog poslovanja, a što bi trebalo prilagoditi kako bi se podupiralo sve oblike društvenog poduzetništva (Europska komisija, 2014.).

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

Nakon razdoblja bliske suradnje Ministarstva rada i mirovinskoga sustava, Ministarstva socijalne politike i mladih te Ureda za udruge sa socijalnim/društvenim poduzetnicima, prilikom provedbe IV komponente IPA, Operativnog programa „Razvoj ljudskih potencijala“ 2007.-2013., tijela državne vlasti upozнала su se sa specifičnim potrebama i problemima s kojima se susreću društveni poduzetnici.

Šimleša i dr. (2015.) navode da se prva javna zamisao o potrebi izrade Strategije¹, kao sustavne politike poticanja društvenog poduzetništva, javila davne 2009., a pravi zagovarački proces počeo je ozbiljnijim predstavljanjem razloga i potreba za izradu strateškog dokumenta početkom 2011. godine.

Ministarstvo rada i mirovinskoga sustava Republike Hrvatske iniciralo je izradu same Strategije, kao strateškog državnog dokumenta.

Vlada Republike Hrvatske na sjednici održanoj 25. travnja 2013. donijela je Odluku o osnivanju Radne skupine za izradu strategije socijalnog / društvenog poduzetništva u Republici Hrvatskoj za razdoblje od 2014. do 2020. godine. Odluka je službeno nadopunjena Rješenjem o imenovanju predsjednika, zamjenice predsjednika i članova Radne skupine donesenim na sjednici Vlade Republike Hrvatske održanoj 18. srpnja 2013. godine.

Članovi Radne skupine koji su izradili strategiju bili su predstavnici tijela državne i javne vlasti, akademske zajednice, socijalnih partnera, strukovnih organizacija, regionalnih razvojnih agencija i organizacija civilnog društva. Prvi sastanak radne skupine održao se 22. svibnja 2013., a radna skupina sastojala se od 44 člana, a po potrebi bili su pozivani i vanjski stručnjaci kako bi sudjelovali u specifičnim raspravama.

¹ **Strategija** dolazi od starogrčke riječi *stratēgos* i doslovno znači "vođenje vojske" (grč. *stratos* : vojska, *ago*: voditi, *strategos* : vojskovođa). Vremenom je izgubljeno to prvobitno značenje, i koristi se da bi se označilo postupanje usmjereno ka ostvarivanju određenog cilja nakon dužeg planiranja.

Tijekom 2013. održana su ukupno četiri sastanka radne skupine u punom sastavu (22. svibnja, 10. lipnja, 2. srpnja i 14. listopada) te je održano nekoliko užih sastanaka na kojima su se pripremali radni dokumenti nužni za izradu Strategije i na kojima je sudjelovao manji krug dionika (Ministarstvo rada i mirovinskoga sustava, Ministarstvo socijalne politike i mladih, Ministarstvo poduzetništva i obrta te predstavnici civilnoga društva). Tijekom 2014. održana su dva sastanka Radne skupine u punom sastavu (28. veljače i 9. rujna) te je tijekom ožujka i travnja 2014. provedena javna rasprava. 27. veljače 2015. održan je sedmi sastanak Radne skupine na kojem je usuglašen konačni nacrt Strategije.

Vlada Republike Hrvatske na 226. sjednici održanoj 30. travnja 2015. godine usvojila je Strategiju razvoja društvenog poduzetništva u Republici Hrvatskoj za razdoblje od 2015. do 2020. godine u tekstu koji je dostavilo Ministarstvo rada i mirovinskoga sustava aktom Klase: 023-01/13-01/137, Urbroja: 524-06-01-01-02/1-15-51, od 15. travnja 2015. godine.

Strategija razvoja društvenog poduzetništva jasno definira termin društvenog poduzetništva, razvija kriterije za prepoznavanje društvenih poduzetnika te razrađuje mjere i aktivnosti za njihovo buduće poslovanje.

Kao najvažnija područja djelovanja za razvoj društvenog poduzetništva u Strategiji prepoznati su:

- zakonodavni i institucionalni okvir,
- financijski okvir,
- obrazovanje i
- vidljivost.

Strategija ima sedam poglavlja. Prvo i drugo poglavlje (Uvod i Pojmovi i definicije) obrađuju temu razvoja društvenog poduzetništva u Europi i Republici Hrvatskoj te metodologiju izrade Strategije. Treće poglavlje predstavlja ciljeve Strategije, dok četvrto poglavlje iznosi mjere i planirane aktivnosti potrebne za razvoj društvenog poduzetništva. Peto poglavlje iznosi SWOT² analizu koja ukazuje na osnovne snage i slabosti u provedbi Strategije. Šesto poglavlje Strategije daje pregled financiranja odnosno planiranih sredstava za razvoj društvenog poduzetništva u Republici Hrvatskoj od 2015. do 2020. godine, dok se u sedmom poglavlju navode članovi radnih skupina koji su radili na izradi Strategije.

² SWOT analiza je jedan od instrumenata kojima se može poslužiti u kreiranju strategije. Ovo je kvalitativna analitička metoda koja kroz 4 čimbenika nastoji prikazati snage, slabosti, prilike i prijetnje određene pojave ili situacije. Međutim, treba uzeti u obzir da se radi o subjektivnoj metodi.

Strategijom je predviđeno da će provedbom iste upravljati tijelo (definirano kao tijelo sektorski nadležno za društveno poduzetništvo), dok je Vlada Republike Hrvatske trebala uspostaviti Savjet za razvoj društvenog poduzetništva koji bi se sastajao dva puta godišnje te uz obvezu praćenja provedbe strategije, trebao bi raspravljati i donositi strateške preporuke za razvoj društvenog poduzetništva. Savjet će činiti predstavnici relevantnih tijela državne uprave, socijalnih partnera, organizacija civilnog društva i ostalih dionika. Prema podacima sa službenih internetskih stranica Vlade Republike Hrvatske navedeni Savjet do početka 2019. godine nije još uspostavljen.

Vlada Republike Hrvatske u svibnju 2015. godine donijela je Uredbu o izmjenama i dopunama Uredbe o unutarnjem ustrojstvu Ministarstva rada i mirovinskoga sustava (NN 60/15), te su na taj način stvorene pretpostavke za ustrojavanje tijela pri Ministarstvu rada i mirovinskog sustava nadležnog za razvoj društvenog poduzetništva. Naime, osnovan je Odjel za pripremu i provedbu projekata iz područja društvenog poduzetništva.

Novom Uredbom o unutarnjem ustrojstvu Ministarstva rada i mirovinskoga sustava (NN 21/17) u ožujku 2017. godine Vlada RH napravljen je novi pomak te je osnovana Služba za pripremu i provedbu projekata u području tržišta rada i društvenog poduzetništva, a u kojoj se ustrojen odjel pod nešto drugačijim imenom od prethodnog i to Odjel za pripremu projekata iz područja društvenog poduzetništva (iste nadležnosti kao i prethodno navedeni odjel).

Uredbom o izmjenama i dopunama Uredbe o unutarnjem ustrojstvu Ministarstva rada i mirovinskoga sustava (NN 80/18) u rujnu 2018. Godine, Vlada je oformila Sektor za pripremu i provedbu projekata operativnih programa u sklopu kojeg je ustrojena Služba za upravljanje projektima u području tržišta rada i društvenog poduzetništva te Odjel za projekte iz područja društvenog poduzetništva, a čije su nadležnosti prikazane u Tablici 12.

Tablica 12. Nadležnosti Službe za upravljanje projektima u području tržišta rada i društvenog poduzetništva i Odjela za projekte iz područja društvenog poduzetništva pri MRMS

Ustrojstvena jedinica MRMS	Nadležnost
Služba za upravljanje projektima u području tržišta rada i društvenog poduzetništva	Koordinira, upravlja i kontrolira poslovne procese u Službi, priprema priručnike o internim procedurama i obavlja stručne, administrativne i druge poslove koji se odnose na koordinaciju, praćenje i planiranje vezano uz pripremu i provedbu projekata iz područja ulaganja iz tržišta rada i društvenog poduzetništva, odobrava projektnu dokumentaciju, koordinira pripremu, provjerava kvalitetu te odobrava natječajnu dokumentaciju za otvorene Pozive na dostavu projektnih prijedloga iz područja ulaganja u nadležnosti Ministarstva u okviru Prioritetne osi 1. i 2. (specifičnih ciljeva 9.i.1, 9.v.1) Operativnog programa

	Učinkoviti ljudski potencijali 2014. – 2020. (OPULJP), objavljuje Pozive tijelima koji će se financirati kao izravna dodjela sredstava u okviru Prioritetne osi 1. OPULJP-a i u dijelu nadležnosti za specifični cilj 9.i.1. i 9.v.1. u okviru Prioritetne osi 2. OPULJP-a, koordinira pripremu i objavljuje Pozive za dostavu projekata u okviru Transnacionalne suradnje u području zapošljavanja, tržišta rada i društvenog poduzetništva te obavlja i druge poslove u okviru svog djelokruga.
Odjela za projekte iz područja društvenog poduzetništva	Obavlja stručne i administrativne poslove vezane uz razvoj i uspostavu sustava za društveno poduzetništvo u području institucionalnog i zakonodavnog okvira, uspostavlja i vodi evidenciju društvenih poduzetnika, provodi aktivnosti vezane uz promicanje i vidljivost društvenog poduzetništva, koordinira obrazovne aktivnosti u području društvenog poduzetništva, prati provedbu Strategije razvoja društvenog poduzetništva 2015. – 2020., sudjeluje u izradi kriterija odabira, sudjeluje u izradi projektne i natječajne dokumentaciju te priprema i objavljuje otvorene Pozive iz područja društvenog poduzetništva Prioritetne osi 2., specifičnog cilja 9.v.1. Operativnog programa Učinkoviti ljudski potencijali 2014. – 2020., objavljuje Pozive tijelima koji će se financirati kao izravna dodjela sredstava u okviru specifičnog cilja 9.v.1. u okviru Prioritetne osi 2., objavljuje Pozive za dostavu projekata u okviru Transnacionalne suradnje u području društvenog poduzetništva, sudjeluje u odborima za ocjenjivanje za otvorene i izravne postupke dodjele sredstava, sudjeluje u praćenju projekata, te obavlja i druge poslove u okviru svog djelokruga.

Izvor: Izrada autorice prema: Vlada RH (2018.), Uredba o izmjenama i dopunama Uredbe o unutarnjem ustrojstvu Ministarstva rada i mirovinskoga sustava (NN 80/18) [Online] dostupno na: https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2018_09_80_1609.html

Strategija propisuje da će svrhu praćenja provedbe strategije tijelo nadležno za upravljanje provedbom Strategije (sada Odjela za projekte iz područja društvenog poduzetništva) svake godine sastavljati izvješća o provedbi. Periodična evaluacija provedbe strategije trebala se obaviti u prvom tromjesečju 2017. godine. Na temelju rezultata evaluacija, u drugom tromjesečju 2017. trebao se usvojiti revidirani plan aktivnosti Strategije za preostalo razdoblje. Naposljetku, u prvom tromjesečju 2020. godine treba se obaviti završna evaluacija provedbe koja će poslužiti za pripremu i usvajanje nove Strategije razvoja društvenog poduzetništva za razdoblje nakon 2020. godine. Prema podacima sa službenih internetskih stranica Ministarstva rada i mirovinskog sustava, nema podataka jesu li navedena izvješća i evaluacije napravljene.

Provođenje strateških aktivnosti Strategija je planirala već od jeseni 2015. godine. Uz Ministarstvo rada i mirovinskoga sustava koji je nositelj najvećeg broja aktivnosti, u provedbi

su trebala sudjelovati i druga tijela državne uprave te organizacije civilnog društva. Za razvoj društvenog poduzetništva i provedbu potrebnih aktivnosti Strategijom je predviđeno da će se utrošiti 270.650.000,00 kn, od čega je najveći dio sredstava iz Europskog socijalnog fonda, a ostatak iz proračuna Republike Hrvatske (MRMS, 2015.). Javnosti nije poznato koliko je sredstava do sada ukupno utrošeno i dodijeljeno putem natječaja radi provedbe mjera i razvoja društvenog poduzetništva.

Ministarstvo rada i mirovinskog sustava nositelj je cijele Strategije, a mjere i aktivnosti Strategije su uključene u Operativni program Učinkoviti ljudski potencijali 2014. – 2020. pod specifičnim ciljem 9.v.1 Povećanje broja i održivosti društvenih poduzeća i njihovih zaposlenika (Europski socijalni fond).

3.4.1. Evidencija društvenih poduzetnika

Prema Strategiji, Evidenciju društvenih poduzetnika kao službenog i jedinstvenog popisa društvenih poduzetnika u Hrvatskoj, vodit će nadležno tijelo (Odjel za projekte iz područja društvenog poduzetništva). Njezina je uspostava važna kako bi se znalo tko točno zadovoljava kriterije i tko je društveni poduzetnik u pravom smislu. Naime, ista će služiti kao temelj za prijavljivanje na posebne natječaje i ostvarenje poticaja koji su namijenjeni društvenim poduzetnicima.

Evidencija je trebala biti uspostavljena u drugom tromjesečju 2016., zajedno s razradom kriterija i pravila prepoznavanja društvenih poduzetnika (aktivnost 1.5 Strategije). Nositelj navedene aktivnosti je Ministarstvo rada i mirovinskog sustava, a do dana pisanja ovog rada (početak 2019.) ista nije uspostavljena, a niti je vođenje Evidencije definirano posebnim propisom o evidenciji.

Međutim, prema odgovoru dobivenom od Ministarstva rada i mirovinskog sustava na postavljeni upit (Prilog I), uspostava Evidencije planira se provesti u sklopu izravne dodjele sredstava pod nazivom "Uspostava institucionalnog i zakonodavnog okvira za razvoj društvenog poduzetništva". U pitanju je aktivnost koju je trebala krajem 2018., odnosno početkom 2019. provesti Ministarstvo rada i mirovinskoga sustava.

Strategija, također, određuje uvjete upisa u Evidenciju. Naime, da bi se upisao u Evidenciju društveni poduzetnik morat će ispunjavati svih devet kriterija prepoznavanja navedenih u poglavlju 2.1.2. ovog rada, a isto će dokazivati prilažući uz zahtjev za upis akte o osnivanju i poslovanju. 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.

Prema Strategiji, nadležno će tijelo nakon provjere uvjeta donijeti odluku zadovoljava li društveni poduzetnik uvjete za upis u Evidenciju.

Upis će se vršiti 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 se brisati iz nje.

Prema Strategiji, samo osobe koje su registrirane u Evidenciji društvenih poduzetnika imaju pravo prijavljivanja na natječaje i stjecanje prava na poticaje namijenjene društvenim poduzetnicima.

Na upit postavljen Ministarstvu rada i mirovinskog sustava o uspostavi Evidencije društvenih poduzetnika (Prilog I), dobiven je odgovor kako će članstvo u navedenoj evidenciji, po njezinoj konačnoj uspostavi, biti uvjetovano ispunjavanjem nekih od devet kriterija (dakle, ne svih) za prepoznavanje društvenih poduzetnika, što ukazuje na svijest institucija o složenosti kriterija propisanih Strategijom.

3.4.2. Ciljevi i mjere Strategije

Strategija razvoja društvenog poduzetništva u Republici Hrvatskoj u razdoblju od 2015. do 2020. ima jasno definiran opći i četiri posebna cilja te mjere i aktivnosti za njihovo provođenje.

Opći cilj Strategije određen je kao „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.,, (MRMS, 2015.)

Osim općeg cilja, posebni ciljevi Strategije su sljedeći:

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.

Oko ta četiri posebna cilja Strategije razvijene su mjere i aktivnosti za njihovu realizaciju te one čine njezin nosivi stup. Svaka pojedina aktivnost ima naveden rok do kojeg nositelj mora istu izvršiti te su navedeni pokazatelji koji dokazuju da je aktivnost izvršena (npr. izrađena preliminarna baza postojećih društvenih poduzetnika, identificirane potrebe hrvatskih društvenih poduzetnika i dr.)

Strategija navodi da područja institucionalnog i zakonodavnog okvira, financijskog okvira, obrazovanja te vidljivosti aktera na terenu, pokrivaju trenutačno najvažnije točke djelovanja i potrebe stvaranja uravnoteženog razvoja kako bi svi uključeni mogli doći u priliku pridonositi realizaciji nekim dijelovima općeg cilja (Šimleša i szradnici, 2015.).

Za svaki poseban cilj Strategije predviđena je po jedna mjera, a za ispunjenje svake od njih – 28 aktivnosti. Dodatna, peta mjera, predviđena je za praćenje provedbe Strategije.

Provođenje strateških aktivnosti bilo je isplanirano već od jeseni 2015. godine.

Na postavljen upit Ministarstvu rada i mirovinskog sustava (Prilog I) predviđa li se kako će do 2020. godine biti provedene sve aktivnosti i mjere predviđene Strategijom, dobiven je odgovor da su neke od navedenih aktivnosti već provedene (bez specifikacije koje su to aktivnosti), dok su neke još uvijek u fazi pripreme i njihova provedba predstoji. S obzirom da je regulacija društvenog poduzetništva na institucionalnoj razini tek u fazi uspostave, prema mišljenju ministarstva neće biti moguće provesti sve aktivnosti definirane Strategijom do 2020. godine.

Međutim, pozitivnu stranu vide u tome što će se s obzirom na stečena znanja i iskustva, kreiranje Strategije za provedbeno razdoblje od 2020. godine usmjeriti i na implementaciju aktivnosti koje nije bilo moguće provesti u razdoblju od 2015. do 2020. godine.

Mjere i aktivnosti predviđene Strategijom su sljedeće:

I. Prva mjera - Uspostava i unapređenje zakonodavnog i institucionalnog okvira za razvoj društvenog poduzetništva, predviđa devet aktivnosti, i to:

1. Uspostava institucionalne jedinice i suradničkih odnosa s drugim institucijama s ciljem učinkovite pripreme i provedbe javnih politika namijenjenih razvoju i praćenju društvenog poduzetništva
2. Dubinska analiza potreba postojećih društvenih poduzetnika

3. Dubinska analiza postojećeg zakonodavnog okvira kao podloga za iniciranje usklađenih zakonodavnih promjena s ciljem stvaranja poticajnog okruženja za razvoj društvenog poduzetništva
4. Razvoj sustava poticaja i olakšica za društvene poduzetnike na temelju preporuka proizašlih iz analize zakonodavnog okvira i analize potreba
5. Uspostava jedinstvene evidencije društvenih poduzetnika, razrada kriterija i pravila prepoznavanja društvenih poduzetnika
6. Osiguranje povoljnih uvjeta za korištenje neiskorištenih javnih prostornih resursa (poslovnih, građevinskih, poljoprivrednih) diljem Republike Hrvatske te kroz osiguranje odgovarajućih izvora financiranja za potrebe prilagodbe, uređenja i opremanja infrastrukture za društveno-poduzetničke aktivnosti
7. Razvoj i sustavna podrška djelovanju nacionalnih potpornih mehanizama za razvoj društvenog poduzetništva
8. Potpore za kvantitativna i kvalitativna znanstvena i stručna istraživanja društvenog poduzetništva
9. Razvoj i primjena metodologije za praćenje i vrednovanje društvenog, ekonomskog i okolišnog utjecaja društvenog poduzetništva

Nositelj svih navedenih aktivnosti je MRMS, uz razne sunositelje koji sudjeluju u financiranju aktivnosti. Mjere su financirane iz sredstava MRMS, ESF, Državnog proračuna, MORHA, Ministarstva reg. razvoja i fondova EU, Europskog fonda za reg. razvoj, Ureda za udruge, OCD-A te organizacija civilnog društva.

Sredstva osigurana za ovu namjenu iznose ukupno 17,900,000 kn, a rok provedbe pojedinih mjera je od 2015. do 2020. godine.

II. Druga mjera - Uspostava financijskog okvira za učinkovit rad društvenih poduzetnika, predviđa pet aktivnosti i to:

1. Razvoj i uspostava jedinstvenog jamstvenog mehanizma / fonda kojim bi se ulagačima smanjili rizici, a društvenim poduzetnicima olakšao pristup tržištu kapitala
2. Sustavna financijska potpora razvoju sektora društvenog poduzetništva kroz europske fondove i programe, uz proračunsko sufinanciranje
3. Uspostava okvira za financiranje društvenog poduzetništva
4. Podrška razvoju sustava inovativnih financijskih instrumenata za poticanje društvenog poduzetništva i socijalnih inovacija

5. Dodjela bespovratnih sredstava društvenim poduzetnicima za zapošljavanje teže zapošljivih skupina, razvoj i unapređenje socijalnih usluga, ulaganja u socijalne inovacije, suupravljanja javnim dobrima u lokalnoj zajednici i razvoja solidarne razmjene

Nositelj aktivnosti je MRMS, osim treće mjere čiji je nositelj Banka za obnovu i razvoj, sve uz razne sunositelje koji sudjeluju u financiranju aktivnosti. Mjere su financirane iz sredstava MRMS, ESF, Ministarstva poduzetnosti i obrta, Ministarstva branitelja, EuSEF, Državnog proračuna, MORHA, Ministarstva reg. razvoja i fondova EU, Europskog fonda za reg. razvoj, Ureda za udruge i OCD-a.

Sredstva osigurana za ovu namjenu iznose 160,850,000,00 kn. To čini 60% ukupnih sredstava te je na taj način istaknuta važnost ove mjere, a rok provedbe pojedinih mjera je od 2015. pa do 2020. godine.

III. Treća mjera - *Promicanje važnosti i uloge društvenog poduzetništva kroz sve oblike obrazovanja*, predviđa devet aktivnosti, i to:

1. Podrška obrazovnim ustanovama koje provode različite oblike društvenog poduzetništva (učeničko zadrugarstvo, vježbeničke tvrtke, projekti u partnerstvu s prevoditelj ima društvenog poduzetništva)
2. Poticanje projekata koji promiču cjeloživotno učenje pomoću obrazovnih programa temeljenih na ishodima učenja među kojima je i društveno poduzetništvo
3. Potpora promociji društvenog poduzetništva kroz natječaje za ustanove obrazovanja na svim razinama
4. Potpore razvoju, uvođenju i replikaciji/skaliranju inovativnih obrazovnih programa s ciljem poticanja razvoja društvenog poduzetništva i socijalnih inovacija u ustanovama obrazovanja
5. Potpore za tiskano i multimedijско/web informiranje za potrebe izobrazbe u području društvenog poduzetništva
6. Pružanje potpore stručnom usavršavanju nastavnika u stjecanju kompetencija za društveno poduzetništvo
7. Poticanje osposobljavanja odraslih za potrebe društvenog poduzetništva
8. Razvoj i provedba informiranja i izobrazbe djelatnika javnog i civilnog sektora (državne uprave, lokalne i područne (regionalne) samouprave, HZZ-a, CZSS-a, LPZ/, LAG – ova, Sveučilišta) o mogućnostima i modelima razvoja i podrške društvenog poduzetništva na nacionalnim, županijskim i lokalnim razinama

9. Financijsko i porezno opismenjavanje za društvene poduzetnike

Nositelj aktivnosti je MRMS, osim treće mjere čiji je nositelj Ministarstvo financija, sve uz razne sunositelje koji sudjeluju u financiranju aktivnosti. Mjere su financirane iz sredstava MRMS, ESF, Ministarstvo poduzetnosti i obrta, Ministarstvo branitelja, EuSEF, Državnog proračuna, MORHA, Ministarstva reg. razvoja i fondova EU, Europskog fonda za reg. razvoj, Ureda za udruge, OCD.

Sredstva osigurana za ovu namjenu iznose 69,000,000,00 kn, a rok provedbe pojedinih mjera je od 2015. do 2020. godine.

IV. Četvrta mjera - Osiguranje vidljivosti uloge i mogućnosti društvenog poduzetništva u Republici Hrvatskoj i informiranje opće javnosti o temama u vezi s društvenim poduzetništvom, predviđa pet aktivnosti i to:

1. Informiranje medija i javnosti o mogućnostima i važnosti razvoja društvenog poduzetništva
2. Promocija primjera dobre prakse društvenih poduzetnika kroz organizaciju javnih događanja
3. Potpore inicijativama i projektima koji promiču društveno poduzetništvo u zajednici kroz (su)financiranje troškova produkcije promotivnih materijala i multimedijalnog prikaza društvenog poduzetništva
4. Poticanje pojedinačnih i zajedničkih nastupa društvenih poduzetnika na tržištu te potporu izgradnji zajedničkih proizvoda i usluga
5. Promocija deklaracija i oznaka na proizvodima i uslugama s dodatnom društvenom i ekološkom vrijednosti (eko-oznake Europske unije Ecolabel, EMAS)

Nositelj aktivnosti je MRMS, sve uz razne sunositelje koji sudjeluju u financiranju aktivnosti. Mjere su financirane iz sredstava MRMS, ESF, Ministarstva poduzetnosti i obrta, Ministarstva branitelja, EuSEF, Državnog proračuna, MORHA, Ministarstva reg. razvoja i fondova EU, Europskog fonda za reg. razvoj, Ureda za udruge, OCD.

Sredstva osigurana za ovu namjenu iznose 16,500,000,00 kn, a rok provedbe pojedinih mjera je od 2015. do 2020. godine.

V. Peta mjera – Praćenje provedbe strategije, predviđa tri aktivnosti, i to:

4. Osnivanje i rad Savjeta za razvoj društvenog poduzetništva
5. Praćenje provedbe Programa financiranja društvenog poduzetništva iz ESF-a

6. Evaluacije provedbe Strategije razvoja društvenog poduzetništva u Republici Hrvatskoj 2015. – 2020.

Nositelj aktivnosti je MRMS, osim mjere broj dva čiji je nositelj sektorsko tijelo za provedbu Strategije, sektorsko tijelo za ESF – društveno poduzetništvo i Savjet za razvoj društvenog poduzetništva.

Sredstva osigurana za ovu namjenu iznose 400,000,00 kn, a rok provedbe pojedinih mjera je od 2015. do 2020. godine.

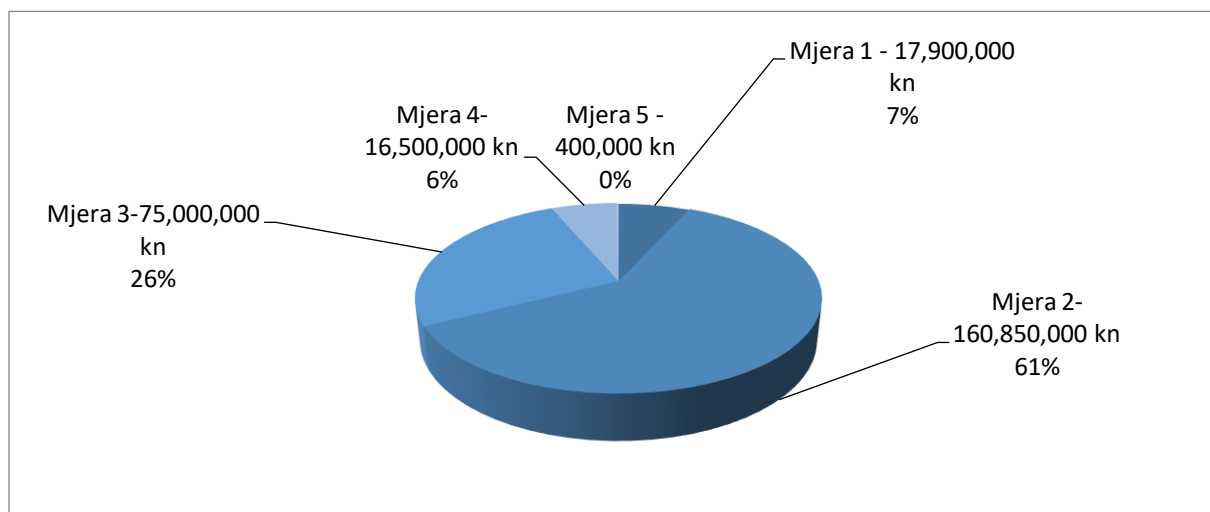
3.4.3. Financiranje mjera

Kao što je već navedeno, ukupna svota potrebna za ostvarenje svih aktivnosti predviđenih Strategijom je vrlo značajnih 270.650,000,00 kn, od čega će se većina namiriti preko EU fondova, posebno Europskog društvenog fonda (ESF, a onda i Europskog fonda za razvoj regija (ERDF). Nema javno dostupnih podataka koliko je sredstava do sada uloženo za provedbu aktivnosti.

Šimleša i suradnici (2015.) navode kako je važno primijetiti da na financijska sredstva namijenjena za mjeru broj dva – na Poboljšanje dostupnosti financijskih instrumenata namijenjenih društvenim poduzetnicima otpada najveći iznos, više od 60% ukupno namijenjenih sredstava. Tako se pokazuje da postoji spremnost ispunjavanjem mjera Strategije riješiti jedan od najvećih problema društvenih poduzeća, a to je financijska potpora pokretanju društveno poslovne ideje i potom razvijanju novih proizvoda i usluga.

Po iznosu namijenjenih sredstava, druga po redu je mjera broj tri – Promicanje važnosti i uloge društvenog poduzetništva kroz sve oblike obrazovanja kojoj je namijenjeno 26% ukupnih sredstava, što dokazuje važnost obrazovanja o društvenom poduzetništvu kao pretpostavci njegova razvoja i promocije u javnosti (Slika 14.).

Slika 14. Pregled udjela namijenjenih financijskih sredstva po pojedinoj mjeri Strategije (u postocima)



Izvor: Izrada autorice prema MRMS (2015.), 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> [Pristupljeno: 1.10.2017.]

Za ispunjenje aktivnosti za ostale tri mjere namijenjeno je manje novca, ali to ne znači da su te mjere manje važne. Tek provedbom svih mjera moći će se sustavno utjecati da pozitivan razvoj društvenog poduzetništva.

3.4.4. SWOT analiza

Prilikom izrade Strategije izrađena je i SWOT analiza koja je bila polazna točka u osmišljavanju mjera i aktivnosti Strategije. Tom su analizom temeljito analizirani razvojni koncept i potencijalna predviđanja koje sa sobom nosi implementacija Strategije razvoja društvenog poduzetništva u Hrvatskoj.

U SWOT analizi predstavljene su snage i slabosti sektora društvenog poduzetništva te mogućnosti i prijetnje iz okruženja. Svi elementi analize prikupljeni su od dionika tj. članova Radne skupine za izradu Strategije.

SWOT analiza predstavlja važnu kariku analitičkog procesa svakog projekta jer pruža informacije o organizaciji i projektnom timu. Ova analitička metoda često se primjenjuje zbog svoje jednostavnosti koja omogućuje kvalitetno strateško planiranje razvoja projekata i samih organizacija.

SWOT analiza jedan je od instrumenata kojima se može poslužiti u kreiranju strategije. Ovo je kvalitativna analitička metoda koja kroz četiri čimbenika nastoji prikazati snage, slabosti, prilike i prijetnje određene pojave ili situacije. Međutim, treba uzeti u obzir da se radi o subjektivnoj metodi.

Važan segment analize je i kvalitetna usporedba s konkurencijom kako bi se precizno ocijenila sadašnja pozicija organizacije i projektnog tima. Koristi SWOT analize u pripremi i provedbi projekata su višestruke, s time da je u svakom projektu ona temelj na kojemu se grade daljnje aktivnosti i postižu rezultati uz efikasnu uporabu resursa i optimizaciju procesa implementacije.

Tablica 13. SWOT analiza Strategije razvoja društvenog poduzetništva u Republici Hrvatskoj

SNAGE	SLABOSTI
<ul style="list-style-type: none"> • Postojanje podrške razvoju unutar samog sektora društvenog poduzetništva (mreže CEDRA.HR, SEFOR, ZEF) temeljene na inicijativi iz civilnog društva • Postojanje različitih inicijativa društvenog poduzetništva u lokalnoj zajednici • Duga tradicija zadugarstva u Republici Hrvatskoj • Poticanje društveno-poduzetničkih inicijativa organizacija civilnog društva od strane državne vlasti kroz postojeću Nacionalnu strategiju stvaranja poticajnog okruženja za razvoj civilnoga društva od 2012. do 2016. godine • 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.) • Razvijenost sektora civilnog društva u području pružanja socijalnih usluga u zajednici • Postojanje interesa za razvoj društveno odgovornog 	<ul style="list-style-type: none"> • Nejasno i neusuglašeno razumijevanje društvenog poduzetništva među dionicima • Negativne konotacije komunalnih i neprofitnih oblika gospodarskog djelovanja koje se proglašava neproduktivnim i neopravdanim i veže ih se s razdobljem državne planirane ekonomije • Nepostojanje analiza, slabo, premda rastuće, prepoznavanje potencijalnih koristi društvenog poduzetništva za socio-ekonomski razvoj • 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 (kredit, jamstveni fondovi, društveno odgovorno investiranje, zakladništvo) • Niska poželjnost društvenih poduzetnika kao klijenata financijskih institucija zbog manjka poslovnog iskustva i vještina te nedostatka kolaterala/zaloga za financiranje • Manjak vidljivosti društveno i okolišno odgovornih proizvoda i usluga na tržištu

<p>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>	<ul style="list-style-type: none"> • Nedostatno osjetljiv sustav javne nabave na kvalitetu i odgovornost (pozitivne društvene, ekološke i ekonomske učinke) proizvoda i usluga • Nerazvijeni mehanizmi dokumentiranja i statističkog praćenja društvenog poduzetništva • Manjak jasnih i pouzdanih podataka o veličini i utjecaju sektora društvenog poduzetništva • Slaba razvijenost i umreženost regionalnih i lokalnih centara potpore društvenim poduzetnicima • Nedovoljno stručna upravljačka struktura unutar sektora (društvenog) poduzetništva • Manjak poslovnih vještina kod postojećih i potencijalnih društvenih poduzetnika • Slaba uključenost u međunarodne poslovne i suradničke mreže društvenih poduzetnika (klasteri, razmjena znanja) • Malen i nepovezan korpus znanja i programa izobrazbe za društveno poduzetništvo u formalnom obrazovnom sustavu • Kašnjenja i nekoherentnost reforme sustava socijalne skrbi, uključujući i razvoj socijalnih usluga u zajednici • Slabo razvijen koncept društvenog poduzetništva u kontekstu zapošljavanja socijalno ugroženih i marginaliziranih skupina (socijalnog zapošljavanja) • Neusklađenost sustava obrazovanja s potrebama tržišta rada • Nepostojanje nacionalnog sustava i metodologije za mjerenje utjecaja društvenih poduzetnika • Slabi kapaciteti dionika za ugradnju društvenih/okolišnih kriterija u svoje procese upravljanja
MOGUĆNOSTI	PRIJETNJE
<ul style="list-style-type: none"> • Visoka razina prepoznatljivosti društvenog poduzetništva na europskoj razini • Pojačana svijest dionika o potrebi promišljanja alternativnih ekonomskih modela zbog krize liberalnog kapitalizma • Veliki raspon inovacija u području društvenog poduzetništva širom svijeta i kod nas s ubrzanom 	<ul style="list-style-type: none"> • Zlouporaba koncepta društvenog poduzetništva za aktivnosti koje nisu u skladu s njegovim načelima i vrijednostima • Izjednačavanje društvenog poduzetništva s neprofitnim sektorom • Moguće administrativne prepreke zbog neprepoznavanja punog potencijala društvenog

<p>razmjenom informacija</p> <ul style="list-style-type: none"> • Dostupna i brza međunarodna suradnja i razmjena informacija i znanja • Nove suradnje, međusektorska umrežavanja i partnerstva na lokalnoj, regionalnoj, nacionalnoj i međunarodnoj razini • Sve veći raspon institucionalnih rješenja za poticaj društvenog poduzetništva širom Europske unije i svijeta • Sustavna financijska potpora razvoju društvenog poduzetništva kroz europske fondove i programe (Europski socijalni fond, Europski program za socijalne promjene i inovacije) • Potrebe za proizvodima i uslugama zbog nedovoljnog angažmana tržišnih i javnih subjekata u slabije razvijenim regijama Republike Hrvatske • Razvijen sustav obrazovnih ustanova i programa kao potencijalna mreža za širenje društvenopoduzetničkih kompetencija • Perspektive reforme sustava socijalne skrbi, u smjeru decentralizacije i lokalizacije pružanja socijalnih usluga • Rastuća svjesnost o važnosti sektora društvenog poduzetništva kod državnih, regionalnih i lokalnih institucija 	<p>poduzetništva od strane državnih/javnih institucija i regionalnih/lokalnih zajednica</p> <ul style="list-style-type: none"> • Nefleksibilnost zakonodavnog okvira za stvaranje poticajnog okruženja za razvoj društvenog poduzetništva • Izostanak suradnje institucija: nacionalnih-regionalnih-lokalnih • Nevidljivost ostvarenih pozitivnih efekata poslovanja društvenih poduzetnika
--	--

Izvor: MRMS (2015.), 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> [Pristupljeno: 1.10.2017.], str. 40

3.5. Prednosti pravno uređenog oblika i statusa društvenog poduzeća

Sektor društvenog poduzetništva čine raznovrsne proizvodno – poslovne organizacije koje nisu osnovane s motivom stjecanja profita, nego zbog rješavanja određenog društvenog problema ili zbog poticanja održivog lokalnog razvoja. One se pojavljuju u različitim oblicima: kao udruge, socijalne zadruge, poslovni inkubatori, ali i kao standardna društva sa ograničenom odgovornošću. Koji će oblik preuzeti ovisi o specifičnim okolnostima u različitim zemljama, o tome postoji li poseban zakon ili nacionalna strategija koja regulira

njihovo osnivanje i poslovanje, kakva je tradicija solidarnog organiziranja u ekonomskim aktivnostima, kakve mjere financijske podrške postoje i sl.

Europska komisija (2015.) analizirala je pravne oblike koje najčešće koriste društvena poduzeća u svakoj od 29 zemalja obuhvaćenih istraživanjem. Iako postoji velik broj pravnih oblika koja se primjenjuju u društvenom poduzetništvu, oblici koji se primjenjuju najčešće mogu se svrstati u četiri široke kategorije:

- **neprofitne strukture kao što su udruge, zaklade i institucije** – koje mogu biti demokratske ili pak kontrolirane od strane menadžera te ne raspodjeljivati dobit u društvene svrhe. U 23 zemlje, pravni oblik udruge jedan je od tri najčešće korištenih pravnih oblika, a pravni oblik zaklade najčešće se koristi za društvena poduzeća u 12 zemalja;
- **zadruga** – koje su u pravilu u vlasništvu i nadzirane na demokratski način od strane članova, dobit od aktivnosti trgovanja raspodjeljuju članovima i mogu imati društvenu namjenu predviđenu statutom ili na temelju naravi same zadruge. U 15 zemalja, zadruga je među tri najčešće korištena pravna oblika za društvena poduzeća (bez zemalja s pravno priznatim prilagodbama zadružnog pravnog oblika).
- **Poseban pravni oblik društvenog poduzeća** – takav oblik obično karakteriziraju pravno priznate prilagodbe (promjene) nekog osnovnog pravnog oblika, a te prilagodbe su zakonom propisane te čine pravni oblik prikladan za korištenje za društvena poduzeća.
- **Dionička društva** – takva društva u pravilu posjeduju i kontroliraju dioničari na temelju udjela i mogu trgovati radi postizanja nekog društvenog cilja. Takav pravni oblik društva u 18 zemalja jedan je od tri najčešće korištenih pravnih oblika za društveno poduzetništvo.

Prema novijem istraživanju Instituta društvenih znanosti Ivo Pilar, provedenog u sklopu projekta Projekt iPRESENT 2015, pojavni oblici djelovanja društvenih poduzeća u Hrvatskoj gotovo potpuno se manifestiraju u tri pravna oblika, a to su udruge (48,9 %), zadruga (34,44 %) i trgovačka društva (14,4 %).

Tablica 14. Subjekti društvenog poduzetništva u Republici Hrvatskoj u 2013. i 2014. godini

Pravni oblik \ Godina	2013.	2014.
Udruge	45	44
Zadruge	36	31
Trgovačka društva	13	13
Ustanove	1	2
UKUPNO	95	90

Izvor: Šimleša, D., Puđak, J.; Majetić, F., Bušljeta Tonković, A. (2015.) Mapiranje novih obzora: Izvještaj o stanju društvenog poduzetništva u Hrvatskoj. [Online] Dostupno na: <https://www.kulturpunkt.hr/sites/default/files/izvjestaj-mapiranje-novih-obzora.pdf> [Pristupljeno:14.11.2017.], str. 61

Prema provedenom istraživanju, smanjenje broja subjekata u 2014. godini rezultat je ekonomskih razloga (prestanka rada i blokada), uglavnom u području zadruga kojima je u Hrvatskoj teže opstati nego udrugama. Od ukupnog broja zadruga, više od polovice su socijalne zadruge (Šimleša i suradnici, 2015.)

U mnogim dokumentima, pa tako i u našoj Strategiji, pravno uređenje oblika društvenih poduzeća navedeno je kao jedan od osnovnih uvjeta za razvoj tog sektora. Postoje razni argumenti koji to potkrepljuju pa se u Izvješću Europske komisije iz 2015. navodi:

- uređeni pravni oblici / statusi društvenih poduzeća važni su zbog identificiranja specifičnosti takvih poduzeća i pridonose njihovom jasnom, preciznom i lako prepoznatljivom identitetu;
- priznavanje oblika društvenog poduzeća omogućava stvarateljima politika da izrade i provode specifične javne mjere za društvena poduzeća ili društvene investitore, uključujući i mjere koje obuhvaćaju porezne olakšice ili su vezane za javnu nabavu;
- da se na taj način sprječava zlouporaba obilježja društvenog poduzeća od strane društva koja to nisu;

Prema Europskoj komisiji, pravno uređenje oblika društvenog poduzeća omogućuje jasno postavljanje granica između društvenog poduzeća i drugih pojmova, a može imati i prednosti i mane. U svakom slučaju, zakon koji uređuje oblik društvenog poduzetništva ne bi smio biti restriktivan te bi trebao nuditi fiskalne prednosti ili druge pogodnosti za društvena poduzeća, pri čemu bi se trebali spriječiti velika administrativna opterećenja i troškovi, što se u Italiji prigovara Zakonu o socijalnim poduzećima iz 2006. godine. Naime, Zakon nije polučio željeni utjecaj na razvoj sektora.

Također, pristup zakonodavnom uređenju društvenog poduzetništva trebao bi se temeljiti na razmatranju nacionalnih konteksta i tradicija.

3.6. Porezne olakšice

Vrlo je malo zemalja s poreznim olakšicama posebno namijenjenim socijalnim poduzećima. Šimleša i suradnici (2015.) navode da većina država Europske unije nema uređenu politiku poreznog rasterećenja, olakšica i subvencija za društvena poduzeća ili aktere koji su nositelji takvih ideja i projekata. Ako porezne olakšice postoje, rezervirane su za neprofitne organizacije, od čega neke koje provode društveno poduzetničke projekte imaju koristi, ali to ima veze sa statusom konkretnih pravnih subjekata. Grčka ima znatne porezne olakšice za dva tipa socijalnih zadruga i to je regulirano zakonima. Tako Koin.S.Ep.s imaju pravo na subvencije za zapošljavanje putem programa Grčki javnog zavoda za zapošljavanje, dok Koi.S.P.E. imaju pravo na razne porezne olakšice i poticaje, kao npr. izuzeće od poreza na dohodak, općinskih i drugih poreza (osim PDV-a), subvencije za zapošljavanje stručnjaka za mentalno zdravlje, povoljan status u vezi s izradom projekata i usluga od strane pravnih osoba javnog prava i lokalnih vlasti i dr. (Europska komisija, 2016.). Poljska i Slovenija imaju blage oblike potpore u obliku neplaćanja određenih troškova u prvim godinama rada, registracije i slično. U Hrvatskoj je u Strategiji kao aktivnost navedena bolja uređenost porezne politike u svrhu podrške društvenim poduzećima.

Naime, trebalo bi porezno rastereti društvenog poduzetnika koji svoju dobit reinvestira u ostvarenje svoje misije te unapređuje kvalitetu života zajednice i društva u cjelini, u odnosu na poduzetnika koji sebi isplaćuje cijelu svoju dobit. Također je važno poboljšati sustav javne nabave kako bi više bio orijentiran prema društveno korisnim održivim poduzećima i akterima.

Društvena poduzeća općenito se oporezuju prema njihovom temeljnom pravnom obliku, dok u nekim zemljama porezni sustav varira na regionalnoj ili lokalnoj razini. Europska komisija (2015.) je na temelju analize ustanovila da su među zemljama članicama prisutni sljedeći oblici poreznog rasterećenja:

- porezne olakšice za određene oblike neprofitnih organizacija
- porezne olakšice za integracijska poduzeća / WISE, ako taj koncept postoji;
- porezne olakšice za provođenje određenih oblika aktivnosti;

U nekoliko zemalja Europske unije pravno priznata društvena poduzeća imaju pravo na niz poreznih olakšica, kao što su oblici poreznih olakšica za zadruge, porezna olakšica na imovinske transakcije, oslobađanje od lokalnih ili općinskih poreza. Manje od 50% zemalja Europske unije koje imaju pravno uređen status ili oblik društvenog poduzetništva, zakonima priznaju porezne olakšice ili oslobođenje od drugih davanja za svoja društvena poduzeća. Tako Belgija, Hrvatska, Češka, Danska, Francuska, Mađarska, Velika Britanija, Slovenija, Italija (za društvena poduzeća) svojim zakonima kojima uređuju oblike ili statute poduzeća koja djeluju po načelima društvenih poduzeća uopće ne predviđaju nikakve porezne olakšice ili oslobođenje od drugih davanja.

Velik broj zemalja, uključujući Austriju, Belgiju, Hrvatsku, Dansku, Francusku, Latviju, Poljsku, Rumunjsku, Sloveniju i Švicarsku, u svojim izvješćima Europskoj komisiji je navelo da ne postoje dovoljni porezni poticaji za osnivanje i rast društvenih poduzeća, bilo kojeg oblika (Europska komisija, 2016.).

Posebno treba naglasiti da u Francuskoj i Velikoj Britaniji postoje olakšice za investitore u određena društvena poduzeća. U Francuskoj, individualni ulagači u SCIC mogu odbiti od poreza na dohodak do 25% vrijednosti ulaganja. U Velikoj Britaniji, pojedinci mogu odbiti od poreza na dohodak 30% vrijednosti ulaganja u dobrotvorna, društveno korisna društva ili zadruge (Europska komisija, 2016.).

Osim toga, u Italiji porezni obveznici putem fiskalne mjere pod nazivom 5X1000 (*5 per mille*) mogu svojom odlukom prilikom prijave poreza prenijeti određen iznos svojeg poreza na dohodak u korist društvenih poduzeća koje svake godine identificira Ministarstvo financija i sastavlja popis. To je mjera dostupna svim poreznim obveznicima u Italiji te se na taj način dio poreza na dohodak umjesto u državni proračun uplaćuje subjektima koji djeluju na području društvenih interesa (npr. za ONLUS).

4. PRAVNI OBLICI DJELOVANJA DRUŠTVENIH PODUZEĆA U REPUBLICI HRVATSKOJ

U Hrvatskoj, društveno se poduzetništvo veže ponajviše uz organizacije civilnog društva i neprofitne organizacije, odnosno udruge i zadruge. U nedostatku općenite definicije društvenog poduzetništva, teško je podvesti društvena poduzeća pod određene oblike. Svaka država Europske unije ima različiti gospodarski i socijalni sustav, tradiciju i putove razvoja društvenog poduzetništva.

U okviru postojećeg zakonodavstva u Hrvatskoj, društveno – poduzetničkom djelatnošću se može baviti u obliku: trgovačkog društva, udruge, zadruge, obrta, ustanove i dr. Dakle, određeni pravni oblik nije uvjet za obavljanje društveno – poduzetničke djelatnosti. Prema posljednjem istraživanju Instituta za društvene znanosti Ivo Pilar 2015. godine, čak 83% društvenih poduzeća u Hrvatskoj činile su udruge i zadruge, a novijih podataka nema. Društvenim poduzetništvom se mogu baviti i poduzetnici pojedinci, odnosno trgovačka društva, međutim, taj je oblik društvenog poduzetništva slabo razvijen.

U Hrvatskoj postoji velik interes za poduzetništvom općenito. Prema podacima Državnog zavoda za statistiku u Hrvatskoj, na dan 31. prosinca 2017. bilo je registrirano ukupno 254.776 pravnih osoba, od toga 150.401 aktivnih. Najviše pravnih osoba bilo je registrirano u obliku trgovačkih društava (184.258), potom u obliku ustanova, tijela, udruga, fondova i organizacija (66.924) (DZS, 2018.).

Unutar ovog poglavlja, bit će predstavljeni mogući pravni oblici djelovanja društvenih poduzeća u Hrvatskoj, s naglaskom na njihove karakteristike te uočene nedostatke koji bi mogli otežati poslovanje po društveno poduzetničkim načelima.

4.1. Trgovačka društva

Trgovačka društva imaju važnu ulogu za hrvatsko poduzetništvo općenito. Međutim, prema istraživanju Šimleše i suradnika (2015.), svega 13 trgovačkih društava 2014. godine se bavilo društvenim poduzetništvom.

Prema Zakonu 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), trgovačko se društvo definira kao pravna osoba čiji su osnivanje i ustroj određeni tim Zakonom, a mogu se osnovati za obavljanje gospodarske ili bilo koje druge djelatnosti. Trgovačko društvo je trgovac, neovisno o tome obavlja li gospodarsku ili neku drugu djelatnost.

Trgovačko društvo ima tvrtku, odnosno ime pod kojim trgovačko društvo posluje i pod kojim sudjeluje u pravnom prometu.

Postoji pet oblika trgovačkih društava koja se dijele na:

- **društva kapitala** - dioničko društvo i društvo s ograničenom odgovornošću
- **društva osoba** - javno trgovačko društvo, komanditno društvo i gospodarsko interesno udruženje

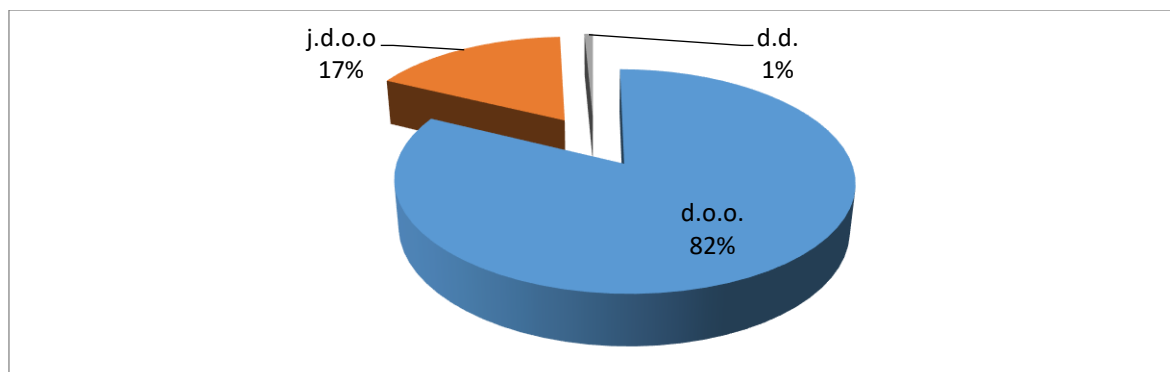
Trgovačko društvo svojstvo pravne osobe stječe upisom u sudski registar, a gubi svojstvo pravne osobe brisanjem iz sudskog registra. Sudski registar je javna knjiga koja sadrži podatke i isprave o subjektima upisa za koje je upis u registar propisan zakonom, a vode ga trgovački sudovi.

U pravnom prometu, trgovačko društvo može stjecati prava i preuzimati obveze, može biti vlasnikom pokretnih i nepokretnih stvari te može tužiti i biti tuženo pred državnim ili izbranim sudom i sudjelovati u drugim postupcima, a odgovara za svoje obveze cijelom svojom imovinom.

Članovi javnoga trgovačkoga društva i komplementari u komanditnome društvu odgovaraju za obveze društva osobno, solidarno i neograničeno cijelom svojom imovinom, dok članovi društva s ograničenom odgovornošću, dioničari dioničkoga društva i komanditori u komanditnom društvu u načelu ne odgovaraju za obveze društva.

Troškovi, trajanje i jednostavnost samog postupka osnivanja najvažniji su čimbenici pri donošenju odluke poduzetnika o osnivanju određenog oblika trgovačkog društva.

Slika 15. Pravni oblici trgovačkih društava u Republici Hrvatskoj u 2017. godini



Izvor: Izrada autorice prema podacima: Državni zavod za statistiku (2018.) Statistički ljetopis Republike Hrvatske za 2017. [Online] Dostupno na: https://www.dzs.hr/Hrv_Eng/ljetopis/2017/sljh2017.pdf [Pristupljeno: 12.3.2018.]

Društvo s ograničenom odgovornošću najčešći je oblik trgovačkog društva u Hrvatskoj te je na dan 31. prosinca 2017. bilo registrirano 144.148 društva s ograničenom odgovornošću, dok je jednostavnih društava s ograničenom odgovornošću bilo 37.349. U Hrvatskoj se najrjeđe osnivaju i najmanje djeluje dioničkih društava te ih je u navedenom periodu bilo registrirano 1.302 (DZS, 2018.).

4.1.1. Društvo s ograničenom odgovornošću (d.o.o.)

Društvo s ograničenom odgovornošću (d.o.o.) najčešći je oblik trgovačkog društva u Hrvatskoj koji se bira prilikom organiziranja malih i srednjih poduzeća. Prednost ovog oblika organiziranja znatno je manja razina formalnosti procedura i unutrašnje organizacije u funkcioniranju društva u odnosu na dioničarsko društvo. Prema Lupšić (2012.), to je ujedno jedan od najčešći oblik trgovačkog društva koje osnivaju udruge koje se bave društvenim poduzetništvom, a čemu je razlog lakše poslovanje kao d.o.o., nego kao zadruga.

Prema Zakonu o trgovačkim društvima, ono se definira kao trgovačko društvo u koje jedna ili više pravnih ili fizičkih osoba ulažu temeljne uloge s kojima sudjeluju u unaprijed dogovorenom temeljnom kapitalu. Društvo mogu osnovati jedna ili više osoba. Ulozi ne moraju biti jednaki, a osnivač može kod osnivanja društva preuzeti više poslovnih udjela. Ukupan iznos svih uloga mora odgovarati iznosu temeljnog kapitala društva. Poslovni udjeli se ne mogu izraziti u vrijednosnim papirima.

Karakteristike društva s ograničenom odgovornošću jesu sljedeće:

- članovi ne odgovaraju za obveze društva,
- ako temeljni ulog u društvo ne unese onaj tko je na to obvezan niti to društvo može nadoknaditi prodajom poslovnoga udjela, drugi su članovi društva dužni u društvo uplatiti iznos koji nedostaje srazmjerno svojim poslovnim udjelima u društvu,
- društvo se osniva na temelju ugovora kojega sklapaju osnivači (društveni ugovor). Svi osnivači moraju potpisati društveni ugovor koji se sklapa u obliku javnobilježničke isprave.
- članovi društva odgovaraju za obveze društva u visini svojih udjela,
- prema Zakonu o trgovačkim društvima, najmanji temeljni kapital za osnivanje društva s ograničenom odgovornošću je 20.000 kuna, a najmanji iznos temeljnog uloga je 200 kuna.

- obvezatna tijela društva su uprava i skupština društva. Fakultativno društva mogu statutom urediti i postojanje nadzornog odbora, dok je u određenim slučajevima nadzorni odbor obavezan (moraju ga imati samo ako im godišnji broj zaposlenih prelazi 300 ili im je propisano posebnim zakonom).

U odnosu na obrt (npr. vezani obrt), ovaj oblik poslovanja popularniji je jer za osnivanje društva s ograničenom odgovornošću nije potrebna odgovarajuća stručna sprema kao niti zanimanje i iskustvo. Za otvaranje d.o.o. – a često se odlučuju osobe koje nemaju zadovoljavajuću stručnu spremlu za otvaranje obrta. Društvo s ograničenom odgovornošću poseban je pravni subjekt neovisno o osnivačima gdje, ako kojim slučajem poslovanje ne ide dobro, osnivač gubi početni kapital koji je uložio, dok pritom neće ostati bez nekog drugog dijela imovine. U obrtu, obrtnik za obveze sam odgovara i to svojom vlastitom imovinom. Tu se prije svega radi o jednom obliku samozapošljavanja.

U odnosu na dioničko društvo ovaj oblik poslovanja popularniji je jer temeljni kapital iznosi najmanje 20.000,00 kn.

Prema Šimleši i suradnicima (2015.), prema trenutačno važećem Zakonu o trgovačkim društvima u Hrvatskoj mnoga načela društvenog poduzetništva predstavljaju izazov za d.o.o. kao pravni subjekt, od demokratskog upravljanja i participacije do odnosa prema višku prihoda. Većina udruga koje su osnivale trgovačka društva vezala su njihov status za sebe tako da se sav višak profita reinvestira u „majku osnivačicu“ ili ide za potrebe lokalne zajednice. U tom smislu potreban je detaljniji uvid i praćenje razvoja poslovanja jer je u suprotnom teško procijeniti koliko se tu radi o produženoj ruci samofinanciranja, a koliko o društvenom poduzetništvu.

4.1.2. Jednostavno društvo s ograničenom odgovornošću (j.d.o.o.)

Jednostavno društvo s ograničenom odgovornošću (j.d.o.o.) je inačica klasičnog društva s ograničenom odgovornošću (d.o.o.), a glavni cilj uvođenja j.d.o.o.-a je bio olakšanje ulaska u poduzetničke pothvate uz znatno manje troškove osnivanja društva.

Izmjenama i dopunama Zakona o trgovačkim društvima (NN 111/12) i to odredbama čl. 387. st. 2. i čl. 390a. uređeno je osnivanje tog oblika poslovanja. J.d.o.o. mogu osnovati najviše tri osobe i samo jedna osoba može biti član uprave. Najniži iznos temeljnog kapitala je 10,00 kn, a mora u cijelosti biti plaćenu u novcu dok najniži nominalni iznos poslovnog udjela može iznositi 1,00 kn. J.d.o.o. mora imati zakonske rezerve u koje se mora unijeti 1/4 iznosa dobiti društva iskazane u godišnjim financijskim izvješćima umanjene za iznos gubitka

iz prethodne godine, a rezerve se smiju upotrijebiti samu u tri slučaja predviđena zakonom. Kada iznos temeljnog kapitala dosegne iznos od 20.000,00 kn, takvo društvo prestaje biti jednostavno i na njega se primjenjuju pravila koja vrijede za klasični d.o.o., s tim da društvo može zadržati tvrtku jednostavnog društva s ograničenoj odgovornošću.

Međutim, prilikom povećanja temeljnog kapitala j.d.o.o. mora provesti reviziju koja stoji približno 4.000,00 kn. Dakle, jedino ako poduzetnik ne misli poslovati s gubitkom, osnivanjem jednostavnog d.o.o. – a samo se prolongira neizbježan trošak.

4.1.3. Dioničko društvo (d.d.)

Kao što je ranije navedeno, dionička društva su rijetki oblik trgovačkih društava u Hrvatskoj. Dioničko društvo je međunarodno vrlo značajan, a u pojedinim državama prevladavajući oblik organizacije gospodarskih subjekata, s obzirom da se na taj način mogu prikupiti značajna sredstva za velike projekte.

Prema Zakonu o trgovačkim društvima, dioničko društvo je oblik trgovačkog društva u kojemu članovi (dioničari) sudjeluju s ulozima u temeljnome kapitalu podijeljenom na dionice. Dioničko društvo može imati i samo jednog dioničara, a dioničari ne odgovaraju za obveze društva.

Dioničko društvo (d.d.) je trgovačko društvo i pravna osoba kod kojeg je kapital društva podijeljen na jednake dijelove (dionice). U Hrvatskoj minimalni temeljni kapital iznosi 200.000 kuna.

Dioničko društvo kao sastavni dio unutarnjeg ustrojstva ima: upravu, nadzorni odbor i skupštinu.

Jedno od najznačajnijih svojstava ovog načina organiziranja gospodarskog subjekta je da je temeljni kapital društva podijeljen na vrijednosno jednake dijelove, tako da su sve dionice iste vrijednosti, a da dioničari garantiraju za poslovanje društva samo do iznosa vrijednosti vlastitih dionica. U pravilu, dionice mogu mijenjati vlasnika, bilo darivanjem ili najčešće prodajom.

Društvo može izdati dionice s nominalnim iznosom ili bez tog iznosa, ali u oba slučaja je najmanja iznos dionice 10,00 kn. Dionica je ulog, odnosno dio temeljnog kapitala s kojim dioničar sudjeluje u društvu. Odluku o izdavanju dionica donosi glavna skupština ili osnivači društva u skladu sa statutom koji je temeljni akt društva.

4.2. Zadruga

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

Jedan od oblika jesu i socijalne zadruge kojima je glavni cilj omogućiti ravnopravan položaj na tržištu rada onima koji ga drugačije ne mogu ostvariti. Prema Lupšić (2012.), iako je zadrugarstvo u svijetu općenito okrenuto zadovoljavanju ekonomskih, socijalnih i kulturalnih potreba zadrugara, socijalno zadrugarstvo čak u najvećoj mjeri sadrži i humanitarne karakteristike.

Zadrugarom mogu postati potpuno poslovno sposobne fizičke i pravne osobe, a osnovati je može najmanje sedam osoba. Zadruga je osnovana trenutkom potpisa izjave osnivača o prihvatanju pravila zadruge na osnivačkoj skupštini, a svojstvo pravne osobe stječe upisom u sudski registar mjesno nadležnog trgovačkog suda. Zadrugar se upisuje u imenik članova zadruge. Član zadruge može biti samo osoba koja neposredno sudjeluje u radu zadruge, koja posluje putem zadruge ili koristi njezine usluge ili na drugi način neposredno sudjeluje u ostvarenju ciljeva zbog kojih je zadruga osnovana. Član zadruge ne može prenijeti svoje članstvo na drugu osobu.

Dakle, zadruga je zakonom regulirana kao kolektivno tijelo osnovano od strane minimalno sedam osoba.

Imovinu zadruge čine uložci članova, sredstva stečena obavljanjem djelatnosti i drugim aktivnostima zadruge te sredstva stečena na druge načine. Imovina zadruge pripada zadruzi, a služi za obavljanje njezinih djelatnosti i podmirenje njezinih obveza. 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.

Najviše tijelo zadruge je Skupština koju čine svi zadrugari. Svaki od njih ima jedan glas i odluke se donose na demokratski način, obično natpolovičnom većinom glasova. Također, zadruga mora imati i nadzorni odbor od najmanje tri člana te upravitelja. U zadruzi koja ima manje od dvadeset članova, poslove nadzornog odbora može obavljati skupština zadruge.

Upravitelj / uprava zadruge vodi poslovanje zadruge tako što provodi odluke Skupštine, zastupa i predstavlja zadrugu, a poslovne odluke koje spadaju u djelokrug redovitog

poslovanja upravitelj donosi samostalno. Upravitelj također ima obavezu ustrojiti, voditi i trajno čuvati Imenik zadrugara.

Zadruga može obavljati svaku djelatnost za koju ispunjava propisane uvjete.

Svrha zadruge je ostvarivanje i promicanje gospodarskih interesa članova zadruge, a ne stjecanje profita, kao što je slučaj u društvima kapitala. U društvima kapitala maksimalizira se rezultat poslovanja, a u zadrugama rezultat svakog člana – zadrugara.

Zadruge su gospodarski subjekti koji se od ostalih pravnih subjekata razlikuju i po funkcioniranju po međunarodnim zadružnim načelima koja su usvojena na Generalnoj skupštini Međunarodnog zadružnog saveza održanoj 1995. u Manchesteru: dragovoljno i otvoreno članstvo, demokratska kontrola od strane članova, gospodarsko sudjelovanje članova, samostalnost i neovisnost, obrazovanje, stručno usavršavanje i informiranje članova, suradnja među zadrugama i briga za lokalnu zajednicu.

Prema Šimleši i suradnicima (2015.), sedam zadružnih načela kojih se zadruge u svojem radu trebaju pridržavati, a koje su integrirane u Zakon o zadrugama, još su više u skladu s načelima društvenog poduzetništva.

Dakle, zadruga je zakonom regulirana kao kolektivno tijelo, osnovano od strane minimalno sedam osoba te se odluke donose na demokratski način od strane svih članova zadruge, a što je također u skladu s kriterijima prepoznavanja iz Strategije.

Iako su zadruge u Hrvatskoj nekada bile vrlo rasprostranjene, prema posljednjim podacima Državnog zavoda za statistiku na dan 31. prosinca 2017. u Hrvatskoj bilo registrirano 3.594 zadruga, a od toga je aktivno djelovalo samo 961 (DZS, 2018.).

Hrvatski centar za zadružno poduzetništvo posljednje je objavio Godišnje izvješće o stanju zadružnog poduzetništva za 2016. godinu s podacima na dan 31.12.2016. godine, a noviji opsežnih podataka nema. Prema tom Izvješću, u Hrvatskoj je 2016. godine bilo evidentirano 1.218 aktivnih zadruga koje su ukupno uprihodile 1.627.127.978,00 kn. Ukupan prihod zadruga iznosio je 0,5 % bruto domaćeg proizvoda Hrvatske. Zadruge su u 2016. godini u Hrvatskoj okupljale ukupno 20.483 zadrugara te zapošljavale 2.595 osoba. Zadruge su bile rasprostranjene u svim gospodarskim sektorima, najveći broj zadruga, njih 501, pripadalo je sektoru poljoprivrede i šumarstva; a najmanji broj zadruga, njih 39, nalazilo se u sektoru ribarstva. U 2016. godini osnovano je ukupno 48 novih zadruga koje su okupljale 384 zadrugara. Novoosnovane zadruge zapošljavale su ukupno dvije osobe. Najveći broj novoosnovanih zadruga u 2016. godini bilo je u sektoru poljoprivrede i šumarstva, ukupno 13 zadruga (Hrvatski centar za zadružno poduzetništvo, 2017.).

Najveći dio prihoda donosile su upravo zadruge iz sektora poljoprivrede i šumarstva (845,65 mil. kuna). Prema visini prihoda, značajnije prihode donosile su zadruge iz sektora ribarstva (245,96 mil. kuna), prerađivačke industrije (180,17 mil. kuna) i trgovine (136,53 mil. kuna). Prema podacima Godišnjeg izvješća o stanju zadružnog poduzetništva za 2016., zadruge koje nemaju niti jednog zaposlenog činile su 56% od ukupnog broja zadruga, a u 2015. ostvarile su 10% od ukupnog prihoda svih zadruga. Zadruge sa jednim i više zaposlenih činile su 44% ukupnog broja zadruga i ostvarile su 90% od ukupnog prihoda svih zadruga (Hrvatski centar za zadružno poduzetništvo, 2017.).

4.3. Obrt

Zakon o obrtu (NN 143/13) definira obrt kao samostalno i trajno obavljanje dopuštenih gospodarskih djelatnosti u skladu sa Zakonom. Djelatnost obavljaju fizičke osobe sa svrhom postizanja dobiti, koja se ostvaruje proizvodnjom, prometom ili pružanjem usluga na tržištu.

Obrtnik je fizička osoba koja obavlja jednu ili više djelatnosti u svoje ime i za svoj račun, a pritom se može koristiti i radom drugih osoba. Pri obavljanju obrta dopuštena je svaka gospodarska djelatnost koja nije zakonom zabranjena. Obrt se može obavljati i kao sezonski obrt najdulje šest mjeseci unutar jedne kalendarske godine.

Obrtnik je fizička osoba na čiji se OIB registrira obrt te poduzetnik odgovara za sve nastale obveze svojom ukupnom imovinom.

Obrti u smislu Zakona o obrtu jesu:

1. slobodni obrti za koje se kao uvjet za obavljanje ne traži stručna osposobljenost ili majstorski ispit,
2. vezani obrti za koje se kao uvjet za obavljanje traži stručna osposobljenost ili majstorski ispit,
3. povlašteni obrti koje obrtnik ili trgovačko društvo smije obavljati samo na temelju povlastice koju izdaje nadležno ministarstvo ovisno o vrsti obrta.

Obrti se osnivaju u Uredu državne uprave, Službi za gospodarstvo, ovisno o prebivalištu obrtnika, a obrtnici se upisuju u Obrtni registar. Za obavljanje djelatnosti trgovine, ugostiteljstva i turizma potrebno je ishodovati potvrdu o zadovoljenju minimalno – tehničkih uvjeta za rad.

Prema podacima Državnog zavoda za statistiku, u Hrvatskoj na dan 31. prosinca 2017. bilo je registrirano ukupno 77.371 obrta (DZS, 2018.).

Prednost obrta je, u odnosu na trgovačka društva, procedura osnivanja koja je jednostavnija i brža te su troškovi osnivanja manji. No prema istraživanju Šimleše i suradnika (2015.), niti jedno društveno poduzeće 2014. godine nije djelovalo pod oblikom obrta.

4.4. Udruga

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

Udruga stječe pravnu osobnost danom upisa u Registar udruga Hrvatske.

Djelovanje udruge temelji se na načelu neovisnosti, javnosti, demokratskog ustroja, neprofitnosti i načelu slobodnog sudjelovanja u javnom životu.

Udrugu mogu osnovati najmanje tri osnivača. Osnivač udruge može biti svaka poslovno sposobna fizička osoba ako joj poslovna sposobnost nije oduzeta u dijelu sklapanja pravnih poslova i pravna osoba. Članovi upravljaju udrugom neposredno ili putem svojih izabranih predstavnika u tijelima udruge na način propisan statutom. Predstavnik pravne osobe članice udruge imenuje osoba ovlaštena za zastupanje pravne osobe ako unutarnjim aktom pravne osobe nije propisan drukčiji način imenovanja.

Udruga ima statut kao temeljni opći akt koji donosi skupština udruge, međutim, u Hrvatskoj rast broja novih udruga usporava. Odnosno, sve se manje osnivaju nove udruge. Prema podacima Registra udruga, u Hrvatskoj je u 2018. bilo je preko 52.000 registriranih udruga, a od tog je broja manje od pola upisano u Registar neprofitnih organizacija Ministarstva financija.

4.5. Ustanova

Oblik ustanove donedavno nije bio korišten u sektoru društvene ekonomije u Hrvatskoj. Ustanova je pravni subjekt čije je osnivanje i ustrojstvo uređeno Zakonom o ustanovama (NN

76/93, 29/97, 47/99, 35/08). 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. Ustanova je samostalna u obavljanju svoje djelatnosti i u poslovanju sukladno zakonu, na zakonu utemeljenom propisu i aktu o osnivanju. Rad ustanova je javan. Ustanova može u pravnom prometu stjecati prava i preuzimati obveze, može biti vlasnikom pokretnih i nepokretnih stvari te može biti strankom u postupcima pred sudovima, drugim državnim organima i tijelima s javnim ovlastima. Ustanovu može osnovati domaća i strana fizička i pravna osoba, ako za obavljanje određene djelatnosti ili za određene ustanove nije zakonom drugačije određeno. Ako ustanova obavlja djelatnost radi stjecanja dobiti, primjenjuju se propisi o trgovačkim društvima.

U bazi Instituta Ivo Pilar svega su dva primjera provedbe poslovanja u okviru društvene ekonomije preko pravnog subjekta ustanove, i u oba se slučaja radi o obavljanju djelatnosti skrbi o starijim osobama (Šimleša i suradnici, 2015.).

5. REZULTATI ISTRAŽIVANJA

Prema postavljenim hipotezama rada trebalo je dokazati tvrdnje:

H 1: U Republici Hrvatskoj nije prepoznat potencijal društvenog poduzetništva i njegov društveni doprinos.

H 2: Zakonsko reguliranje društvenog poduzetništva temelj je za poticaj njegova razvoja, zapošljavanja i rješavanje određenih društvenih izazova.

Kao što je u radu navedeno, ne postoje izvori koji bi pružili dosljedne statističke podatke vezane uz broj i ekonomske pokazatelje značaja društvenih poduzeća u Europskoj uniji, a navedeno je posljedica velikih razlika između pojedinih država Europske unije i sa samom definicijom (pojmovno određenje) društvenog poduzetništva, pa potom zakonodavnog okvira, porezne politike, financijske podrške, društvenog utjecaja i dr.

Na temelju podataka prikupljenih iz literature te od Ministarstva rada i mirovinskog sustava, baza podataka dostupnih na internet stranicama državnih zavoda za statistiku, institucija Europske unije, Eurostata i dr. i njihovih službenih publikacija, autorica je došla do rezultata koji potvrđuju postavljene hipoteze rada.

Naime, prva hipoteza može se promatrati s dva stajališta, i to sa stajališta države i sa stajališta poduzetnika kao pojedinaca. Ukoliko se problematika prepoznatljivosti potencijala društvenog poduzetništva i njegovog društvenog doprinosa sagledava s stajališta države, može se reći da je njegov potencijal prepoznat, ali kasno i nedovoljno. Prepoznat je potencijal, takoreći, na papiru i u teoriji i proći će, nažalost, još mnogo godina dok će se provesti sve aktivnosti potrebne za njegov daljnji razvoj. Navedeno proizlazi i iz odgovora nadležnog ministarstva na upit postavljen putem elektroničke pošte (Prilog I).

Prepoznata je ekonomska snaga koju društveno poduzetništvo ima, njegova moć za postizanjem dobrobiti društva smanjenjem nezaposlenosti (jer zapošljavaju značaj broj ljudi), povećanjem proizvodnje i BDP (jer ostvaruju značajne prihode), smanjenjem siromaštva i nejednakosti u društvu, očuvanjem okoliš, poticanjem kohezije i osjećaja solidarnosti i dr., pa je stoga pojam društvenog poduzetništva uvršten u strateške dokumente, ali nije se puno napravilo u vezi njegove institucionalizacije kako bi ono u većoj mjeri zaživjelo u praksi i dalo potrebne rezultate.

Tek dvije godine nakon ulaska Hrvatske u Europsku uniju usvojena je Strategija razvoja društvenog poduzetništva u Republici Hrvatskoj za razdoblje od 2015. do 2020. godine, koja je donesena s namjerom da predstavlja okvir koji će omogućiti razvoj sektora društvenog poduzetništva i iskorištavanje njegovog punog potencijala. Prepoznato je da je za razvoj

društvenog poduzetništva potrebno stvoriti odgovarajući pravni, financijski i institucionalni okvir, kao i sustav mjera i aktivnosti za poticanje poslovanja društvenih poduzetnika. No prve ideje o potrebi uređenja društvenog poduzetništva javile su se na terenu davne 2009. godine. Međutim, niti tri godine nakon usvajanja Strategije nema najava o skoroj pripremi nacрта posebnog zakona o društvenom poduzetništvu i njegovog upućivanja u zakonodavnu proceduru. Također, dodatni dokaz da se ništa značajno nije realizirao po toj strategiji i njezinim postavljenim ciljevima je i činjenica da još nije formirana službena Evidencija društvenih poduzetnika. Kako su postavljeni kriteriji prepoznavanja samih društvenih poduzetnika dosta složeni, za sada se evidencija temelji na njihovoj samoidentifikaciji. Također, iz odgovora nadležnog ministarstva na postavljen upit (Prilog I.), naslućuje se kako će Evidencija zaista biti uspostavljena do početka 2019. godine, a članstvo u evidenciji bit će vjerojatno uvjetovano ispunjavanjem nekih (dakle ne svih) od devet kriterija za prepoznavanje društvenih poduzetnika koji su definirani u Strategiji. To ukazuje da ipak postoji svijest o tome da su kriteriji složeni, a u prilog tome ide i činjenica da će natječaj nadležnog ministarstva od društvenih poduzetnika zahtijevati ispunjenje svega četiri od devet kriterija. Do kraja 2018. godine, Ministarstvo rada i mirovinskog sustava nije uspostavilo Evidenciju iako je još 2015. osnovan Odjel nadležan za Evidenciju, a koji sada nosi naziv Odjel za projekte iz područja društvenog poduzetništva.

Dakle, zaključuje se kako je od usvajanja Strategije od strane institucija trebalo biti učinjeno više kako bi se potaknuo razvoj društvenog poduzetništva. Za provedbu mjera Strategije namijenjena su značajna financijska sredstva iz državnog proračuna te su, uz Ministarstvo rada i mirovinskoga sustava, Strategijom navedene i druge institucije koje u različitim intenzitetima trebaju sudjelovati u razvoju i poticanju društvenog poduzetništva u Hrvatskoj (Hrvatska banka za obnovu i razvitak, Ministarstva hrvatskih branitelja, Ministarstva za demografiju, obitelj, socijalnu politiku i mlade, Ured za udruge i dr.). Očito su navedeni akteri nekoordinirani te stoga kasne s provedbom ključnih mjera, a nisu niti javno objavljena izvješća o do sad provedenim mjerama i aktivnostima propisanim Strategijom.

Ipak, nešto je učinjeno kako bi se pojam društvenog poduzetništva popularizirao i približio mladim ljudima. U nekim hrvatskim institucijama visokog obrazovanja, društveno poduzetništvo je našlo svoje mjesto u nastavnim programima, a na temu društvenog poduzetništva na razini ministarstava organizirane su konferencije i okrugli stolovi te su objavljeni natječaji pri ministarstvima kojima se osiguravaju financijska sredstva iz europskih fondova za društvene poduzetnike.

Ako se problematiku prepoznatljivosti potencijala društvenog poduzetništva promatra sa stajališta pojedinca kao poduzetnika, može se reći da društveno poduzetništvo kao oblik mogućeg djelovanja na tržištu nije dovoljno poznato, pa posljedično tome nije u značajnoj mjeri prepoznat ni njegov potencijal. S obzirom na to da naš zakonodavac još nije formalno odredio društveno poduzeće kao posebnu pravnu formu, ipak (s obzirom na principe društvenog poduzetništva koje poštuju) u Hrvatskoj ima nekolicina takvih poduzetnika entuzijasta, posebice u neprofitnom sektoru koji djeluju ponajprije u obliku udruga i zadruga. Naime, ti su pravni oblici trenutno prepoznati kao najprikladniji za poduzimanje društveno-poduzetničke aktivnosti. Prema bazi podataka koju vodi Udruga za kreativan razvoj – SLAP, u Hrvatskoj je registrirano 40 društvenih poduzetnika, no procjena je da ih je zapravo od 40 do 150, dok je prema Bazi Instituta Ivo Pilar u Hrvatskoj 2014. djelovalo 95 društvenih poduzeća, a godinu kasnije 90 s više od 750 zaposlenih i ukupnim prihodima od 178.659.135,00 kuna (Šimleša i suradnici, 2015.). Nažalost, na razini države ne postoje službeni podaci o njihovim sadašnjim godišnjim prihodima koji bi omogućili dodatno proučavanje njihove gospodarske moći. Za pretpostaviti je da bi interes bio mnogo veći da je država uložila više truda te stvorila temelje za lakši i efikasniji rad društvenih poduzetnika, kao što je to bio slučaj u Velikoj Britaniji.

Također, analizom dostupnih podataka o broju društvenih poduzeća i pravnoj regulacijom na razini Europske unije, autorica rada došla je do zaključka kojim se potvrđuje i druga postavljena hipoteza. Zaključuje se da je zakonsko reguliranje društvenog poduzetništva jedan od temelja za poticaj njegova razvoja, zapošljavanja i rješavanje određenih društvenih izazova u Hrvatskoj, ponajviše zbog toga što ono predstavlja novi oblik djelovanja. Također, usvojena zakonska rješenja moraju biti prilagođena potrebama društvenih poduzeća koja već djeluju na našem području.

Zajednička osnova društvenih poduzeća obavljanje je djelatnosti radi ostvarivanja društveno korisnih ciljeva, a njihovo djelovanje doprinosi stvaranju društvenog i socijalnog okruženja koje neizravno utječe na gospodarski rast.

Na području Europe prvi pravno institucionalni okvir društvenog poduzetništva pojavio se u Italiji krajem osamdesetih godina u obliku zadruga, a primarni cilj je bila radne reintegracija, dok su prema izvješću Europskog parlamenta iz 2016. glavni sektori djelovanja društvene ekonomije općenito bile socijalne usluge te potom, u jednakom omjeru, zapošljavanje i obuka, okoliš, obrazovanje i gospodarski i društveni razvoj (Slika 9.).

S obzirom na velike društvene probleme današnjice (nezaposlenost, siromaštvo, socijalna isključenost, diskriminacija i dr.), kreatori politika na razini same Europske unije, ali i

pojedinih država, shvatili su kako bi novi modeli društvenog djelovanja (koji imaju značajke tradicionalnog poslovanja i dobrotvornih organizacija) mogli značajno doprinijeti njihovom rješavanju. Društveni poduzetnici se već prema samoj definiciji zalažu za dobrobit zajednice, dakle, žele pomoći u rješavanju određenih društvenih problema.

Prema Izvješćima Europskog parlamenta iz 2012. i 2015. godine, društvena poduzeća znatno doprinose zapošljavanju jer, iako je broj društvenih poduzeća od 2012. do 2015. ostao isti (i činio je oko 10 % poduzeća u Unije), broj zaposlenih u društvenim poduzećima povećao se za gotovo 27%.

Prema novijim podacima iz Izvješća Europskog gospodarskog i socijalnog odbora iz 2017. godine pod nazivom „Najnovija kretanja u okviru socijalne ekonomije u Europskoj uniji“, europska društvena ekonomija podrazumijeva više od 13,6 milijuna plaćenih radnih mjesta, što čini 6,3 % radno sposobnog stanovništva. Zaposlenje u okviru društvene ekonomije pronašlo je više od 19,1 milijun radnika te je u rad uključeno više od 82,8 milijuna volontera. Također, u okviru društvene ekonomije djeluje više od 232 milijuna članova zadruga, uzajamnih društava i sličnih subjekata i više od 2,8 milijuna subjekata i poduzeća.

Trenutno je institut društvenog poduzetništva jasno pravno uređen u mnogim zemljama Europske unije, ali u pojedinim državama nailazimo na razna rješenja koja su primijenjena (npr. uređenje posebnim zakonom u Italiji ili kao dio postojećih pravnih propisa u Belgiji) te postoje značajne razlike između pojedinih država kad se govori o definiciji (pojmovnog određenja) društvenog poduzetništva, poreznim politikama, financijskoj podršci, društvenom utjecaju i dr.

Govori li se o broju društvenih poduzeća koja ispunjavaju EU definiciju ili o nacionalnoj procjeni broja društvenih poduzeća (Tablica 10.), odnosno o društvenim poduzećima pravnog statusa ili oblika (Tablica 11.), Hrvatska se nalazi na samom dnu ljestvice.

Hrvatska pripada državama članicama Europske unije koje rade na uspostavi politike razvoja društvenog poduzetništva te je Zakonom o zadrugama uredila socijalne zadruge i tako postavila temelje za pravni oblike djelovanja društvenog poduzetništva, međutim, po društveno poduzetničkim principima i dalje najviše djeluju udruge.

Broj od 90 društvenih poduzeća koliko ih djeluje u Hrvatskoj je neznatan (manje od 0,04%) u usporedbi s posljednjim poznatim podacima koje se odnose na tzv. tradicionalne poduzetnike koji djeluju npr. u obliku trgovačkih društava, obrta ili zadruga, a čije je osnivanje i djelovanje jasno definirano zakonom (npr. Zakon o trgovačkim društvima, Zakonom o obrtu, zakon o zadrugama). Tako je prema posljednjim podacima Državnog zavoda za statistiku na dan 31. prosinca 2017. u Hrvatskoj bilo registrirano ukupno 77.371 obrta, 144.148 društva s

ograničenom odgovornošću, 37.349 jednostavnih društava s ograničenom odgovornošću te 1.302 dioničkih društva, dok je zadruga bilo registrirano 3.594, a od toga je aktivno djelovalo samo 961 zadruga (DZS, 2018.).

Stoga valja zaključiti da u Hrvatskoj postoji velik interes za poduzetništvom općenito, a jasno zakonski reguliran institut društvenog poduzetništva zasigurno bi bio dodatni motiv mladim i inovativnim poduzetnicima da se bave upravo ovim oblikom poduzetništva.

U prilog tome ide činjenica da razvijenije države Europske unije, kao i one s najrazvijenijom tradicijom i pravnom regulacijom društvenog poduzetništva, prednjače po broju društvenih poduzeća, no ima i iznimaka.

Najviše društvenih poduzeća pravnog statusa i oblika osnovano je u Italiji, a upravo se ta država može pohvaliti s najrazvijenijom tradicijom društvenog poduzetništva s obzirom da je Zakon o socijalnim zadrugama donesen davne 1991. godine.

Velika Britanija je također veliki impuls razvoju društvenog poduzetništva dala donošenjem Zakona o Tvrtki javnog interesa (CIC) 2005. godine, kao posebnom pravnom obliku, te njihov broj raste iz godine u godinu. Također, prema nacionalnoj procjeni, u Velikoj Britaniji djeluje 284.000 subjekata koji se bave društvenim poduzetništvom što je rezultat nastojanja vlade da olakša osnivanje društvenih poduzeća i uvede porezno rasterećenje za takva poduzeća (Europska komisija, 2015.).

U Sloveniji, unatoč zakonskoj regulaciji, osnovano je malo društvenih poduzeća, dok se u Italiji i Velikoj Britaniji govori o troznamenkastom broju osnovanih subjekata (Tablica 10.). Stoga su navedeni podaci jasan znak da zakonska regulativa doprinosi prepoznatljivosti i razvoju društvenog poduzetništva, a ono doprinosi zapošljavanju te djeluje u interesu zajednice.

Valja uočiti razliku u broju procijenjenih društvenih poduzeća u Hrvatskoj i Rumunjskoj. Naime, obje države spadaju među slabije razvijene zemlje Europske unije te nemaju u potpunosti razvijenu politiku razvoja društvenog poduzetništva. No, prema procjeni, 2012. u Rumunjskoj je čak 39 947 društvenih poduzeća (Europska komisija, 2015.).

Također, u Njemačkoj (koja spada među najrazvijenije članice Europske unije te ima vrlo nisku stopu nezaposlenosti) je, prema procjenama, 2014. djelovalo od 40.000 do 70.000 društvenih poduzeća, a u toj državi ne postoji posebni zakon o društvenom poduzetništvu, pa ni formalna definicija (Europska komisija, 2015.).

Fenomen društvenog poduzetništva vrlo je složen te je upravo zbog toga vlastima izazovno njegovo zakonsko uređenje koje bi potaknulo daljnji razvoj, a jasna zakonska regulacija zasigurno bi potaknula osnivanje novih društvenih poduzeća. Pored toga, dodatno znanje i

razumijevanje njegove neupitne ekonomske snage doprinijelo bi njegovom razvoju te je potrebno, što prije na razini države, uložiti dodatne napore i u skladu s ciljevima Strategije poraditi na ostalim razvojnim segmentima i sustavima mjera namijenjenih društveno poduzetničkoj aktivnosti (porezna politika, potpore i dr.).

6. ZAKLJUČAK

Društvena poduzeća svojim djelovanjem doprinose pozitivnim i progresivnim promjenama u društvu. Oni ponajprije žele pomoći u rješavanju nekog društvenog problema. Društveno poduzetništvo prepoznato je od strane Europske unije jer stvara dodanu vrijednost za lokalnu zajednicu, odnosno prepoznaje njezine potrebe i nastoji ih što bolje riješiti. U Europskoj uniji puno se radi na podizanju svijesti o važnosti društvenog poduzetništva te postoji rastući trend osnivanja društvenih poduzeća i sve su značajniji njihovi pozitivni utjecaji na zapošljavanje i rješavanje društvenih problema. Stoga neophodno postaje analizirati njegov značaj i čimbenike koji potiču daljnji razvoj.

U Hrvatskoj je društveno poduzetništvo relativno nov pojam i na institucionalnoj razini nedovoljno je istražen, a njegov razvoj i zakonska regulacija ne potiču se u dovoljnoj mjeri. Razlog tome najvjerojatnije proizlazi iz same složenosti navedenog fenomena. Iako se u Hrvatskoj pojavljuju neki oblici koji djeluju po principu društvenog poduzetništva, npr. zadruge, udruge, ustanove i trgovačka društva, mnogi od njih nemaju jasno razvijene socijalne ciljeve i zato ne mogu dobiti podršku državnih tijela i europskih institucija. Dobra je vijest da je u nekim hrvatskim institucijama visokog obrazovanja društveno poduzetništvo našlo svoje mjesto u nastavnim programima te mnoge organizacije civilnog društva provode istraživanja i edukacije na ovu temu kao npr. Udruga Slap i Udruga Alfa Albona.

Na temelju istraživanja i proučavanja ove teme, unatoč nedostatku kvalitetne baze podataka, potvrđene su obje hipoteze postavljene u ovom radu. Podaci su prikupljeni na temelju kontakta elektroničkom poštom s nadležnim odjelom pri Ministarstvu rada i mirovinskog sustava, na temelju baza podataka dostupnih na mrežnim stranicama državnih zavoda za statistiku, institucija Europske unije, Eurostata i dr. te su analizirane domaća i strana literatura.

Potvrđena je i tvrdnja da u Republici Hrvatskoj na državnoj razini nije prepoznat potencijal društvenog poduzetništva i njegov društveni doprinos. Odnosno, prepoznata je ideja o njegovom potencijalu dok se za praksu to ne može reći, s obzirom da se koristi podatak da u Hrvatskoj ima samo 90 društvenih poduzetnika. Za razliku od državnih institucija, organizacije civilnog društva prepoznale su važnost ovakvog načina djelovanja, a kao najutjecajniji predstavnik društvenog poduzetništva može se spomenuti ACT Grupa. Zbog sporog djelovanja države pri zakonskim regulacijama te nekoordinacije između svih razina vlasti, mali je broj poduzetnika koji donekle ispunjavaju kriterije Strategije i mogu se trenutno smatrati društvenim poduzetnicima, no njihov je potencijal velik. Osim što rade za dobrobit

društva, u prosjeku zapošljavaju značajan broj ljudi i ostvaruju dobre prihode. Navedeno ukazuje na veliki značaj društvenog poduzetništva u Republici Hrvatskoj za razvoj i rast, a predstavlja i sve značajniji čimbenik gospodarskog oporavka. Prekretnica u prepoznavanju značaja društvenog poduzetništva u Republici Hrvatskoj bio je trenutak usvajanja Strategije kao prvog značajnog dokumenta u Republici Hrvatskoj koji je donesen na temu društvenog poduzetništva, a zakon koji bi regulirao taj pravni institut mogao bi potaknuti novi val razvoja društvenog poduzetništva. Iako su Strategijom osigurana financijska sredstva u iznosu od 270.650.000,00 kn za razvoj društvenog poduzetništva, od čega je najveći dio sredstava iz Europskog socijalnog fonda, a ostatak iz proračuna Hrvatske, značajnih pomaka u razvoju društvenog poduzetništva nema niti tri godine nakon njezina usvajanja. Zbog priznatog potencijala za rješavanje određenih socijalnih problema, poput gladi, siromaštva, nezaposlenosti, onečišćenja okoliša i sl., društveno poduzetništvo zaslužuje kompleksnu i dugoročno usmjerenu potporu države, ponajprije uspostavom jasnog zakonodavnog okvira.

Također, potvrđena je važnost zakonske regulative instituta društvenog poduzetništva za njegov razvoj, odnosno potvrđeno je da bi jasan i transparentan zakonski okvir koji bi uređivao taj institut, pridonio osnivanju većega broja društvenih poduzeća i dobiti društva općenito, posebice zapošljavanju. Pozitivan primjer za takav razvoj društvenog poduzetništva predstavlja pravno uređenje CIC društava u Velikoj Britaniji, slijedom strateškog usmjerenja Vlade da se olakša osnivanje društvenih poduzeća. Postoje i drugi dobri primjeri iz prakse, naročito među najrazvijenim zemljama koje žele što više olakšati osnivanje društvenih poduzeća i tako potaknuti njihovo djelovanje. Naime, Italija i Belgija mogu se pohvaliti značajnim brojem subjekata osnovanih temeljem donesenih zakona.

Razvoj društvenog poduzetništva u Hrvatskoj je i dalje u povojima, a posljednjih je godina puno toga moglo biti učinjeno za dobrobit društva i na razini države uložio dodatan napor u njegov razvoj te je donesen zakon koji bi jasno regulirao to područje i time potaknuo društveno poduzetničke aktivnosti uvođenjem npr. poreznih olakšica ili potpora. Društvenim poduzetništvom se i dalje bave entuzijasti, bez posebnog pravnog statusa svojeg djelovanja, bez posebne potpore i poticaja države te, naposljetku, nisu niti službeno evidentirani kao takvi. Kao jedan pozitivan korak ka daljnjem razvoju društvenog poduzetništva može se navesti osnivanje Zadruga za etično financiranje (ZEF), čiji je ključnih projekt osnivanje vlastite financijske institucije, prve Etične banke u Hrvatskoj, koja će biti u stopostotnom vlasništvu Zadruga, odnosno njezinih članova.

S obzirom da još nema javno objavljenih podataka koliko je u Hrvatskoj mjera i aktivnosti iz Strategije poduzeto radi razvoja društvenog poduzetništva i koliko je točno predviđenih sredstava utrošeno, zasigurno će trebati još nekoliko godina kako bi se vidjeli pomaci u razvoju ovog oblika djelovanja. Kada konačno bude uspostavljena Evidencija društvenih poduzetnika, ponajprije će biti zanimljivo usporediti dosadašnje neslužbene podatke sa stanjem upisa u toj evidenciji i proučiti uvjete upisa koji će biti propisani. Sve će to otvoriti nove mogućnosti za dodatna istraživanja o poticaju razvoja ovog fenomena.

LITERATURA

Knjige, članci u časopisima, publikacije

1. Baccarini, E. (2013.), John Stuart Mill. U: Kulenović, E. (ed). *Moderna politička teorija*. Zagreb: Fakultet političkih znanosti u Zagrebu.
2. Baturina, D. (2013.) Konceptualiziranje socijalnog poduzetništva i izazovi razvoja područja. *Ekonomska misao i praksa, Časopis sveučilišta u Dubrovniku*. [Online] 1. str.123-142. Dostupno na: http://www.unidu.hr/datoteke/500izb/Ekonomska_misao_i_praksa_br_1-2013.pdf [Pristupljeno: 15.2.2018.]
3. Baturina, D. (2018.) CIRIEC: Recent Evolutions of the Social Economy in the European Union. *Revija za socijalnu politiku*. [Online] 25 (2). str. 107-122. Dostupno na: <http://www.rsp.hr/ojs2/index.php/rsp/article/viewFile/1543/1411> [Pristupljeno: 15.5.2018.]
4. Cvitanović, V. (2018.) Društveno poduzetništvo kao izravni doprinos ekonomskom razvoju. *Obrazovanje za poduzetništvo*. [Online] *E4E*, 8 (Special issue/Posebni). str. 109-126. Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/196928> [Pristupljeno: 18.4.2018.]
5. Državni zavod za statistiku (2018.) Statistički ljetopis Republike Hrvatske za 2017. [Online] Dostupno na: https://www.dzs.hr/Hrv_Eng/ljetopis/2017/sljh2017.pdf [Pristupljeno: 12.3.2018.]
6. EFOS (2015.) Društveno poduzetništvo. [Online] Dostupno na: http://www.efos.unios.hr/upravljanje-javnim-i-neprofitnim-organizacijama/wp-content/uploads/sites/441/2013/04/UJNO_drust-veno-poduzetnistvo.pdf [Pristupljeno: 12.1.2018.]
7. Europski gospodarski i socijalni odbor (2012.) The social economy in the European union. [Online] Dostupno na: <https://www.eesc.europa.eu/resources/docs/qe-30-12-790-en-c.pdf> [Pristupljeno: 13.1.2018.]
8. Europski gospodarski i socijalni odbor (2017.) Najnovija kretanja u okviru socijalne ekonomije u Europskoj uniji. [Online] Dostupno na: <https://www.eesc.europa.eu/sites/default/files/files/qe-04-17-875-en-n.pdf> [Pristupljeno: 15.2.2018.]
9. Europska komisija (2015.), Ageing Report. [Online] Dostupno na: http://ec.europa.eu/economy_finance/publications/european_economy/2015/pdf/ee3_en.pdf [Pristupljeno: 4.12.2017.]

10. Europska komisija (2010.) Europa 2020. - Europska strategija za pametan, održiv i uključiv rast. [Online] Dostupno na: <https://mzo.hr/sites/default/files/migrated/europa-2020.pdf> [Pristupljeno: 14.11.2017.]
11. Europska komisija (2011.) Social business Initiative. [Online] Dostupno na: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:52011DC0682&from=EN> [Pristupljeno: 18.12.2017.]
12. Europska komisija (2016.) Budućnost socijalnih poduzeća i socijalnog gospodarstva [Online] Dostupno na: [file:///C:/Users/VESNA/Downloads/Booklet%20GECES_A5_HR%20\(4\).pdf](file:///C:/Users/VESNA/Downloads/Booklet%20GECES_A5_HR%20(4).pdf) [Pristupljeno: 10.1.2018.]
13. Europska komisija (2013.) Socijalno poduzetništvo i drugi modeli zapošljavanja za najpotrebitije, [Online] Dostupno na: http://knjiznica.sabor.hr/pdf/E_publikacije/Socijalno_poduzetnistvo.pdf [Pristupljeno: 10.1.2018.]
14. Europska komisija (2014.) Social Innovation A Decade of Changes [Online] Dostupno na: http://www.transitsocialinnovation.eu/content/original/Book%20covers/Local%20PDFs/168%20SI_decade_of_changes%202014.pdf [Pristupljeno: 13.2.2018.]
15. Europski Parlament (2016.) Social Economy [Online] Dostupno na: [http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2016/578969/IPOL_STU\(2016\)578969_EN.pdf](http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2016/578969/IPOL_STU(2016)578969_EN.pdf) [Pristupljeno: 10.10.2017.]
16. Europski Parlament (2012.) Izvješće o inicijativi za socijalno poslovanje (2012/2004 (INI)) [Online] Dostupno na: <http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?type=REPORT&reference=A7-2012-0305&language=EN> [Pristupljeno: 13.2.2018.]
17. Europski Parlament (2015.) Izvješće o socijalnom poduzetništvu i socijalnim inovacijama u borbi protiv nezaposlenosti (2014/2236(INI)) [Online] Dostupno na: http://www.europarl.europa.eu/doceo/document/A-8-2015-0247_HR.html?redirect [Pristupljeno: 13.2.2018.]
18. Eurostat (2018.) Smarter, greener, more inclusive? — indicators to support the Europe 2020 strategy [Online] Dostupno na: <https://ec.europa.eu/eurostat/documents/3217494/9087772/KS-02-18-728-EN-N.pdf/3f01e3c4-1c01-4036-bd6a-814dec66c58c> [Pristupljeno: 15.9.2018.]
19. Expert Group on Social Entrepreneurship (GECES) (2016.) Social enterprises and the social economy going forward [Online] Dostupno na:

- file:///C:/Users/VESNA/Downloads/Report_GECES_FINAL_15_novembre%20(8).pdf [Pristupljeno:15.2.2018.]
20. Europska komisija (2015.) A map of social enterprises and their eco-systems in Europe [Online] Dostupno na: <https://ec.europa.eu/social/BlobServlet?docId=12987&langId=en> [Pristupljeno:12.10.2017.]
 21. Europska komisija (2014.) A map of social enterprises and their eco-systems in Europe – Country Report: Country report - Slovenia [Online] Dostupno na: file:///C:/Users/VESNA/Downloads/SE%20Mapping_Country%20Report%20Slovenia%20(1).pdf [Pristupljeno:12.10.2017.]
 22. Europska komisija (2014.) A map of social enterprises and their eco-systems in Europe – Country Report: Country report – Italia [Online] Dostupno na: file:///C:/Users/VESNA/Downloads/KE-01-16-870-EN-N%20Italy%20-%20country%20report.pdf [Pristupljeno:12.10.2017.]
 23. Europska komisija (2014.) A map of social enterprises and their eco-systems in Europe – Country Report: Country report – England [Online] Dostupno na: file:///C:/Users/VESNA/Downloads/SE%20Mapping_Country%20Report%20UK.pdf [Pristupljeno:12.10.2017.]
 24. Europska komisija (2014.) A map of social enterprises and their eco-systems in Europe – Country Report: Country report - Croatia [Online] Dostupno na: file:///C:/Users/VESNA/Downloads/SE_Mapping_Country%20Report%20Croatia%20(2).pdf [Pristupljeno:12.10.2017.]
 25. Europska komisija (2011.) The Social Business Initiative [Online] Dostupno na: file:///C:/Users/VESNA/Downloads/sbi-brochure-web_en.pdf [Pristupljeno:12.10.2017.]
 26. GOV UK (2017.) Community Interest Companies, Annual Report 2016-2017 [Online] Dostupno na: https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/630211/cic-17-2community-interest-companies-annual-report-2016-2017.pdf [Pristupljeno:12.5.2018.]
 27. Hrvatski centar za zadružno poduzetništvo (2017.) Godišnje izvješće o stanju zadružnog poduzetništva za 2016. godinu [Online] Dostupno na: http://zadruga.coop/upload_data/site_files/godisnje-izvjesce-o-stanju-zadruznog-poduzetnistva-2016.pdf [Pristupljeno:15.4.2018.]

28. Istarska razvojna agencija d.o.o. (2015.) Analiza stanja društvenog poduzetništva na području Istarske županije [Online] Dostupno na: http://slohra-socio.net/wp-content/uploads/2016/01/IDA-d.o.o.-_Analiza-DP-final.pdf [Pristupljeno:15.3.2018.]
29. Kersan-Škabić, I. (2012.) *Ekonomija Europske unije*. Pula: Sveučilište Jurja Dobrile u Puli.
30. Kotler, P. i Lee, N. (2009.) *Društveno odgovorno poslovanje*. Zagreb: M.E.P. CONSULT d.o.o.
31. Kuvačić, N. (1997.) *Poduzetnik i poduzetništvo*. Split: Ekonomski fakultet Split
32. Lupšić, D. (2012.) Mogući pravni oblici djelovanja društvenih poduzeća u Republici Hrvatskoj, *Poduzetništvo u službi zajednice – Zbornik tekstova o društvenom poduzetništvu* [Online] str. 29-38. Dostupno na: https://zaklada.civilnodrustvo.hr/upload/File/hr/izdavastvo/digitalna_zbirka/poduzetnistvo_u_sluzbi_zajednice.pdf [Pristupljeno:15.11.2017.]
33. Mićović, M. (2017.) The legal nature and the framework for cooperative activities *Economics of Agriculture* [Online] (3) str. 1205-1218. Dostupno na: https://www.researchgate.net/publication/322088947_The_legal_nature_and_the_framework_for_cooperative_activities [Pristupljeno: 15.5.2018.]
34. Monzon J. L., Chaves R. (2011.), Beyond the crisis: the social economy, prop of a new model of sustainable economic development; Sveučilište u Valenciji, [Online] Dostupno na: <https://www.uv.es/chavesr/SB%20-%20CHAVES%20Y%20MONZON%202012.pdf> [Pristupljeno: 15.5.2018.]
35. Mort, G.S., Weerawardena, J. (2006.) Investigating social entrepreneurship: A multidimensional model, *Journal of World Business* [Online] 41, str. 21-35. Dostupno na: <http://seipa.edu.pl/s/p/artykuly/92/928/Social%20entrepreneurship%202006.pdf> [Pristupljeno: 15.1.2018.]
36. Ministarstvo rada i mirovinskog sustava (2017.), Odluka o financiranju. [Online] Dostupno na: http://www.esf.hr/wordpress/wp-content/uploads/2016/07/Odluka-o-financiranju_skupna.pdf [Pristupljeno: 17.11.2018.]
37. Ministarstvo rada i mirovinskog sustava (2017.) Savjetovanje o ključnim elementima Poziva na dostavu projektnih prijedloga „Jačanje poslovanja za društveno poduzetništvo – Faza I.“, [Online] dostupno na: <https://esavjetovanja.gov.hr/ECon/MainScreen?entityId=6775> [Pristupljeno: 17.11.2018.]
38. Parun-Kolin, M., Petrušić, N. (2007.) Socijalna preduzeća i uloga alternativne ekonomije u procesima evropskih integracija. [Online] dostupno na:

- <https://solidarnaekonomija.rs/wp-content/uploads/2018/08/16.-Socijalna-preduzeca-i-uloga-alternativne-ekonomije-u-procesima-evropskih-integracija-2008.pdf>
[Pristupljeno: 17.2.2018.]
39. Petričević, T. (2012.) O društvenoj ekonomiji i društvenom poduzetništvu, *Poduzetništvo u službi zajednice – Zbornik tekstova o društvenom poduzetništvu*. [Online] str. 11-20. Dostupno na: https://zaklada.civilnodrustvo.hr/upload/File/hr/izdavastvo/digitalna_zbirka/poduzetnistvo_u_sluzbi_zajednice.pdf
[Pristupljeno:15.11.2017.]
40. Petričević, T. (2012.) Zakonodavni i institucionalni okvir za razvoj društvenog poduzetništva u jugoistočnoj Europi. [Online] Dostupno na: http://cedra.hr/assets/attach/posts/642/socentlegalsee_hr.pdf [Pristupljeno: 15.11.2017.]
41. Riječka razvojna agencija Porin (2015.) Analiza društvenog poduzetništva na području Primorsko goranske županije. [Online] Dostupno na: <http://www.porin.hr/wp-content/uploads/2015/11/Analiza-Dru%C5%A1tvenog-Poduzetni%C5%A1tva-u-PG%C5%BD.pdf> [Pristupljeno:15.3.2018.]
42. Šimleša, D., Puđak, J.; Majetić, F., Bušljeta Tonković, A. (2015.) Preko granica Društvena ekonomija u Europi. [Online] Dostupno na: https://www.pilar.hr/wp-content/uploads/2018/01/preko_granica_novo.pdf [Pristupljeno:14.11.2017.]
43. Šimleša, D., Puđak, J.; Majetić, F., Bušljeta Tonković, A. (2015.) Mapiranje novih obzora: Izvještaj o stanju društvenog poduzetništva u Hrvatskoj. [Online] Dostupno na: <https://www.kulturpunkt.hr/sites/default/files/izvjestaj-mapiranje-novih-obzora.pdf> [Pristupljeno:14.11.2017.]
44. Šimleša, D., Bušljeta Tonković, A. i Puđak, J. (2016.). Društveno poduzetništvo u Hrvatskoj: od prepoznavanja do primjene. *Revija za sociologiju*. [Online] 46 (3), str. 271-295. Dostupno na: [file:///C:/Users/VESNA/Downloads/Rev_za_soc_2016_3_Simlesa_Busljeta_Tonkovic_Pudjak%20\(3\).pdf](file:///C:/Users/VESNA/Downloads/Rev_za_soc_2016_3_Simlesa_Busljeta_Tonkovic_Pudjak%20(3).pdf) [Pristupljeno:14.11.2017.]
45. Tkalec, Z. (2011.) Definicija i karakteristike poduzetništva kao ključne kompetencije cjeloživotnog učenja. *Učenje za poduzetništvo* [Online] str. 35-43. Dostupno na: [file:///C:/Users/VESNA/Downloads/EL_Vol1_No1_35_43%20\(5\).pdf](file:///C:/Users/VESNA/Downloads/EL_Vol1_No1_35_43%20(5).pdf)
[Pristupljeno:14.11.2017.]
46. Vidović, Davorka (2012.) Socijalno poduzetništvo u Hrvatskoj [Online] Dostupno na:https://bib.irb.hr/datoteka/611357.Davorka_Vidovic_doktorat.pdf [Pristupljeno: 19.11.2017.]

47. Vlada RH (2000.). Program suradnje Vlade Republike Hrvatske i nevladinog, neprofitnog sektora u Republici Hrvatskoj. [Online] Dostupno na: https://udruga.gov.hr/UserDocsImages/userfiles/Program.suradnje_prijedlog.pdf [Pristupljeno: 10.3.2018.]
48. Vlada RH (2014.) Strategija borbe protiv siromaštva i socijalne isključenosti Republike Hrvatske od 2014. do 2020. [Online] Dostupno na: <https://vlada.gov.hr/UserDocsImages/ZPPI/Strategije/Strategija%20borbe%20protiv%20siroma%C5%A1tva.pdf> [Pristupljeno: 1.3.2018.]
49. Vlada RH (2014.) Smjernice za razvoj i provedbu aktivne politike zapošljavanja u Republici Hrvatskoj za razdoblje od 2015.-2017. godine [Online] Dostupno na: <http://www.mrms.hr/wp-content/uploads/2015/02/smjernica-apz.pdf> [Pristupljeno: 1.3.2018.]
50. Zelenika, R. (1998.) *Metodologija i tehnologija izrade znanstvenog i stručnog djela*. Rijeka: Sveučilište u Rijeci.
51. Zrilić, N., Širola, D. (2014.), Socijalno poduzetništvo – nova mogućnost zapošljavanja mladih u Hrvatskoj. *Zbornik veleučilišta u Rijeci* [Online] 2 (1). str. 59-76. Dostupno na: [file:///C:/Users/VESNA/Downloads/5_socijalno_poduzetnistvo%20\(10\).pdf](file:///C:/Users/VESNA/Downloads/5_socijalno_poduzetnistvo%20(10).pdf) [Pristupljeno: 1.3.2018.]

Propisi

1. MRMS (2015.), 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> [Pristupljeno: 1.10.2017.]
2. Europska komisija (2010.), Strategija Europa 2020. - Europska strategija za pametan, održiv i uključiv rast [Online] Dostupno na: <https://mzo.hr/sites/default/files/migrated/europa-2020.pdf> [Pristupljeno: 1.10.2017.]
3. Vlada RH, Uredba o izmjenama i dopunama Uredbe o unutarnjem ustrojstvu Ministarstva rada i mirovinskoga sustava (NN 60/15)
4. Vlada RH, Uredba o izmjenama i dopunama Uredbe o unutarnjem ustrojstvu Ministarstva rada i mirovinskoga sustava (NN 60/15)
5. Vlada RH, Uredba o unutarnjem ustrojstvu Ministarstva rada i mirovinskoga sustava (NN 21/17)

6. Vlada RH, Uredba o izmjenama i dopunama Uredbe o unutarnjem ustrojstvu Ministarstva rada i mirovinskoga sustava (NN 80/18)
7. UZUVRH (2006.) Nacionalna strategija stvaranja poticajnog okruženja za razvoj civilnoga društva od 2006. do 2011.,
8. UZUVRH (2012.), Nacionalna strategija stvaranja poticajnog okruženja za razvoj civilno- ga društva od 2012. do 2016. godine,
9. Zakon o obrtu (NN 143/13)
10. Zakon o poticanju razvoja malog gospodarstva (NN 29/02, 63/07, 53/12, 56/13, 121/16)
11. Zakon o pravima hrvatskih branitelja iz Domovinskog rata i članova njihovih obitelji (NN 174/04, 92/05, 2/07, 107/07, 65/09, 137/09, 146/10, 55/11, 140/12, 33/13, 148/13, 92/14)
12. Zakon o profesionalnoj rehabilitaciji i zapošljavanju osoba s invaliditetom (NN 157/13, 152/14)
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)
14. Zakonu o tržištu rada (NN 118/18)
15. Zakon o udrugama (NN 74/14, 70/17)
16. Zakon o ustanovama (NN 76/93, 29/97, 47/99, 35/08)
17. Zakon o zadrugama (NN 34/11, 125/13, 76/14),
18. Zakon o zakladama i fondacijama (NN 36/95, 64/01),
19. Zakon o socialnem podjetništvu (Uradni list RS, št. 20/11, 90/14 – ZDU-II in 13/18)
20. Codice civile, (RD 16.3.1942)
21. Legge n. 381 (8.11.1991.)
22. Legge n. 266 (11.08.1992.)
23. Legge n. 49 (26.02.1987.)
24. Decreto legislativo n. 155 iz 2006., (Zakon o socijelanim poduzećima)
25. Decreto legislativo br. 460 iz 1997. godine

Mrežni izvori

1. ACTGRUPA, <http://act-grupa.hr>
2. Ashoka, <https://www.ashoka.org>
3. Camelot, <http://www.coopcamelot.org/>
4. Cluster za eko-društvene inovacije i razvoj (CEDRA HR), www.cedra.hr

5. Ekonomski fakultet u Osijeku, <http://www.efos.unios.hr>,
6. Fakultet ekonomije i turizma „Dr. Mijo Mirković“ Pula, <https://fet.unipu.hr/>
7. EMES, www.emes.net
8. EU politike za društvenu ekonomiju i poduzetništvo, http://ec.europa.eu/internal_market/social_business/index_en.htm
9. Europski socijalni fond za Hrvatsku, <http://www.esf.hr>
10. EU Strukturni fondovi, <http://www.strukturnifondovi.hr>
11. Hrvatski centar za zadružno poduzetništvo, <http://zadruga.hr>
12. Eurostat, <https://ec.europa.eu/eurostat>
13. Europski fondovi, <http://europski-fondovi.eu/>
14. Europska komisija, <https://ec.europa.eu/>
15. Europski parlament, <http://www.europarl.europa.eu/portal/hr>
16. Hrvatski registar udruga, <https://registri.uprava.hr/#!udruge>
17. Hrvatski sabor, <http://www.sabor.hr>
18. Hrvatski zadružni savez, <http://www.hzs.hr/>
19. Hrvatski zavod za zapošljavanje, <https://burzarada.hzz.hr/default.aspx>
20. Hrvatski zavod za statistiku, <https://www.dzs.hr/>
21. Ministarstvo rada i mirovinskog sustava, <http://mrms.hr>
22. Nacionalna zaklada za razvoj civilnog društva, <http://zaklada.civilnodrustvo.hr/frontpage>
23. Udruga za kreativni razvoj SLAP, Osijek, <https://slap.hr/>
24. Ured za udruge Vlade Republike Hrvatske, <http://www.uzuvrh.hr>
25. Vlada Republike Hrvatske, <https://vlada.gov.hr/>
26. Zadruga za etično financiranje (ZEF), <https://www.zef.hr/>

SAŽETAK

Društveno poduzetništvo prepoznato je od strane Europske unije jer stvara dodanu vrijednost za lokalnu zajednicu, odnosno prepoznaje njezine potrebe i nastoji ih riješiti što bolje. U Europskoj Uniji puno se radi na podizanju svijesti o važnosti društvenog poduzetništva te postoji rastući trend osnivanja društvenih poduzeća i sve su značajniji njihovi pozitivni utjecaji na zapošljavanje i rješavanje društvenih problema. Stoga neophodno postaje analizirati njegov značaj i čimbenike koji potiču njegov daljnji razvoj.

U Hrvatskoj fenomen društvenog poduzetništva na institucionalnoj razini nedovoljno je istražen te se njegov razvoj i zakonska regulacija ne potiču u dovoljnoj mjeri, a razlog tome najvjerojatnije proizlazi iz same složenosti tog fenomena. Donošenje Strategije razvoja društvenog poduzetništva u Republici Hrvatskoj za razdoblje od 2015. do 2020. godine ukazuje na to da je država prepoznala važnost i razvojni potencijal društvenog poduzetništva, ali od 2015. nije bilo novih pomaka u poticajima njegova razvoja iako su za to zadužene brojne državne institucije i tijela te su namijenjena značajna financijska sredstva za provedbu potrebnih aktivnosti. Posebice je značajno da je rad na zakonodavnom okviru ocjenjen kao jedan od ključnih izazova za uspjeh čitavog procesa razvoja društvenog poduzetništva.

Glavni cilj rada je analizirati ekonomski značaj društvenog poduzetništva u zemljama Europske unije, analizirati potrebu za poticanjem društvenog poduzetništva u Hrvatskoj i Europskoj uniji te analizirati regulativu i pozitivne primjere zakonske regulacije u zemljama Europske unije. Analiza dostupnih podataka pokazala je da u Hrvatskoj postoji velik interes za poduzetništvom općenito, a jasno zakonski reguliran institut društvenog poduzetništva zasigurno bi bio dodatni motiv mladim i inovativnim poduzetnicima da se bave upravo ovim relativno novim oblikom poduzetništva koji je fokusiran prvenstveno na postizanje dobrobiti zajednice.

U prilog tome ide i činjenica da razvijenije države Europske unije, kao i one s najrazvijenijom tradicijom i pravnom regulacijom društvenog poduzetništva, prednjače po broju društvenih poduzeća. Naime, najviše društvenih poduzeća pravnog statusa ili oblika osnovano je u Italiji i Velikoj Britaniji, slijedom strateškog usmjerenja njihovih Vlada da se olakša osnivanje takvih poduzeća.

Zakonska regulacija društvenog poduzetništva može dati ključan doprinos razvoju ovog oblika djelovanja kojemu je cilj postizanje dobrobiti zajednice kroz djelovanje na inovativniji, odgovorniji i poduzetniji način.

SUMMARY

Social entrepreneurship has been recognised by the European Union as a creator of added value for the local community, it recognises its needs and seeks to solve them as best as it can. In the European Union, a lot is being done to raise awareness of the importance of social entrepreneurship, and there is a growing trend towards social enterprises, and their positive impacts on employment and tackling social problems are becoming more significant. Therefore it is necessary to analyse its significance and factors that encourage its further development. In Croatia, the phenomenon of social entrepreneurship at the institutional level is insufficiently investigated and its development and legal regulation are not sufficiently encouraged and the reason is most likely the complexity of the phenomenon itself. The adoption of the Strategy for development of social Entrepreneurship in the Republic of Croatia for the period of 2015. to 2020. indicates that the State recognized the importance and development potential of social entrepreneurship, but from 2015. there has been no progress in promoting its development, although many state institutions and significant financial means are allocated for the necessary activities. It is particularly important that work on the legislative framework is recognized as one of the key challenges for the success of the entire development process of social entrepreneurship.

The main goal of this work is to analyse the economic significance of social entrepreneurship in the European Union countries, analyse the need to stimulate social entrepreneurship in Croatia and the European Union and analyse the regulations and positive examples of legal regulation in European Union countries. Analysis of available data showed that in Croatia there is a great interest in entrepreneurship in general, and a clear legal framework of the institution of social entrepreneurship would certainly be an additional motive for young and innovative entrepreneurs to engage in this relatively new form of entrepreneurship that focuses primarily on achieving community welfare.

In addition, the fact that the most developed European Union countries, as well as those with the most developed tradition and legal regulation of social entrepreneurship, have the largest number of social enterprises. Namely, the most enterprises of legal status or form of social enterprises are established in Italy and the United Kingdom, following the strategic orientation of their Governments to facilitate the establishment of such companies.

Legal regulation of social entrepreneurship can make a vital contribution to the development of this form of, activity which aims to achieve community welfare through actions in a more innovative, accountable and entrepreneurial way.

ŽIVOTOPIS

CURRICULUM VITAE

Osobni podaci

Ime i prezime	Vesna Perković
Datum rođenja	19.09.1981.
Mjesto rođenja	Pula
Adresa	Proštinske bune 13, 52100 Pula
Telefon	GSM: +385 (0)91 523 68 01
E-mail	vesna.perkovic9@gmail.com
Stupanj stručne spreme	Visoka stručna sprema
Stručno zvanje	Diplomirani pravnik – magistra prava
Državljanstvo	Hrvatsko

Radno iskustvo

Datumi	od 10/2014
Zanimanje ili radno mjesto	<i>Stručni savjetnik za prava za vrijeme nezaposlenosti</i>
Poslodavac	Hrvatski zavod za zapošljavanje, Područni ured Pula
Opis poslova	<ul style="list-style-type: none">- donošenje rješenja o pravima za vrijeme nezaposlenosti- davanje savjeta strankama o pravima za vrijeme nezaposlenosti
Datumi	2/2014 – 10/2014
Zanimanje ili radno mjesto	<i>Tajnica ustanove (zamjena)</i>
Poslodavac	Gradska knjižnica i čitaonica Pula
Opis poslova	<ul style="list-style-type: none">- izrađivanje pravilnika i poslovnika za potrebe Knjižnice,- praćenje zakona i davanje tumačenja zakonskih odredbi,- obavljanje poslova vezanih uz registraciju knjižnice,

	<ul style="list-style-type: none"> - obavljanje poslova osiguranja radnika i imovine, mirovinskog i zdravstvenog osiguranja radnika, zaštite na radu i ostali administrativno-tehničkih poslova, - vođenje evidencija za potrebe knjižnice, - vođenje urudžbenog zapisnika i arhive, - priprema materijala za sjednice Upravnog vijeća Knjižnice, - vođenje zapisnika i arhive Upravnog vijeća, - sastavljanje ugovora o radu i dr. ugovora te - sudjelovanje u organiziranju i provođenju svih postupaka javne nabave, nabave usluga, materijala i sitnog inventara
Datumi	2/2011 – 2/2014
Zanimanje ili radno mjesto	<i>Javnobilježnički savjetnik</i>
Poslodavac	Javni bilježnik Mirna Pliško iz Pule
Opis poslova	<ul style="list-style-type: none"> - davanje pravnih savjeta strankama iz područja nasljednog, ovršnog, trgovačkog, stvarnog i obveznog prava - ovjeravanje i potvrđivanje isprava koje se upisuju u upisnik ovjera i potvrda - rad na ostavinskim i ovršnim predmetima - sastavljanje nacрта isprava (ugovora i dr.) - vršenje dostava - vođenje upisnika i dr.
Datumi	9/2006 – 2/2011
Zanimanje ili radno mjesto	<i>Javnobilježnički vježbenik</i>
Poslodavac	Javni bilježnik Mirna Pliško iz Pule
Opis poslova	<ul style="list-style-type: none"> - rad na ostavinskim i ovršnim predmetima - sastavljanje nacрта isprava (ugovora i dr.) - vršenje dostava

	- vođenje upisnika i dr.
Datumi	5/2006 – 8/2006
Zanimanje ili radno mjesto	<i>Samostalni upravni referent u Odjelu rješavanja o pravima u prvom stupnju</i>
Poslodavac	Hrvatski zavod za mirovinsko osiguranje, Područna služba u Puli
Opis posla	- donošenje rješenja o pravima osiguranika u prvom stupnju
Datumi	1/2006– 4/2006
Radno mjesto	<i>Operativna podrška u svakodnevnom obavljanju poslova odvjetništva za vrijeme studiranja na Pravnom fakultetu u Zagrebu</i>
Poslodavac	Odvjetničko društvo Modrušan & Filipčić, Zagreb
Datumi	7/1997 - 8/1997
Radno mjesto	<i>Pripadnik prometne jedinice mladeži</i>
Poslodavac	MUP Republike Hrvatske, PU Istarska

Obrazovanje i osposobljavanje

2015./2016.	Upis na Poslijediplomski specijalistički studiji „Europske integracije, regionalni i lokalni ekonomski razvoj“ na Sveučilištu Jurja Dobrile u Puli, Fakultet ekonomije i turizma „Dr. Mijo Mirković“
2014.	Polaganje javnobilježničkog ispita (10.06.2014.)
2009.	Polaganje pravosudnog ispita (02.02.2009.)
2000.-2006.	Pravni fakultet Sveučilišta u Zagrebu Diplomirala 03.04.2006. s temom diplomskog rada “Edukacija javnih službenika u Hrvatskoj“ iz predmeta Upravna znanost
1996.-2000.	Opća Gimnazija Pula
1988.-1996.	Osnovna škola „Centar“ Pula

Dodatno obrazovanje

2015.	Trening za razvijanje znanja i vještina potrebnih za rad u teškim situacijama
2012.	Stjecanje ECDL Start Diplome Hrvatskog informatičkog zbora
2004.	Tečaj za turističkog pratitelja, Putnička agencija „Petros“ Zagreb
1998.	Course of study in English, North Devon Professional Center, Barnstaple

Osobne vještine i kompetencije

Strani jezici	Talijanski jezik – aktivno poznavanje u govoru i pismu Engleski jezik – aktivno poznavanje u govoru i pismu
Vozačka dozvola	B kategorija
Poznavanje rada na računalu	Aktivno korištenje MS Office paketa i Interneta
Društvene vještine i kompetencije	<ul style="list-style-type: none">- savjesno, odgovorno i precizno izvršavanje postavljenih radnih zadataka- organiziranost- dobre komunikacijske vještine stečene svakodnevnom interakcijom s strankama tijekom rada u javnobilježničkom uredu- iskustvo u radu na odgovornim pozicijama i obavljanju raznovrsnih zadataka- timski duh i iskustvo rada u timu stečeno tijekom rada u javnobilježničkom uredu i Gradskoj knjižnici i čitaonici Pula- iskustvo u obavljanju kadrovskih poslova- sposobnost prilagodbe i brzog usvajanja sadržaja

Aktivnosti-hobi

- volonter u udruzi „Start-up“ (sudjelovala sam u organizaciji projekta

Career Booster na Fakultetu ekonomije i turizma „Dr. Mijo Mirković“)

- volonter u sportskom klubu KBBXS Adrenalina (sudjelujem u organizaciji sportskih događaja kluba)
- u slobodno vrijeme rado putujem, čitam i pratim kulturne manifestacije – kazališne predstave i koncerte
- rekreativno se bavim sportom, plesom te sam član Planinarskog društva „Glas Istre“

PRILOG 1.

UPITNIK UPUĆEN MINISTARSTVU RADA I MIROVINSKOG SUSTAVA REPUBLIKE HRVATSKE – putem e-maila dana 13.4.2018.

Poštovani,

Molila bih vas pomoć i odgovore na pojedina pitanja vezana uz temu društvenog poduzetništva zbog pripreme završnog rada na poslijediplomskom specijalističkom studiju „Europske integracije, regionalni i lokalni ekonomski razvoj“ na Fakultetu ekonomije i turizma dr. Mijo Mirković u Puli. Tema mojeg rada je značaj i zakonska regulativa društvenog poduzetništva u RH i EU.

Kako su dostupni statistički podaci o društvenom poduzetništvu vrlo oskudni i „zastarjeli“, molila bih Vas da, ako raspoložete nekakvim novijim podacima, da mi iste prosljedite, odnosno da me uputite gdje bi ih mogla pronaći.

Naime, zanimalo bi me slijedeće:

1. S obzirom da je Strategijom predviđeno osnivanje pojedinih tijela pri Ministarstvu rada i mirovinskog sustava vezanih uz praćenje rada društvenih poduzeća i predviđeno je donošenje posebnog zakona koji bi regulirao društveno poduzetništvo – molila bih da mi odgovorite koja su tijela do sada osnovana i ukratko koje su njihove funkcije te u kojoj je fazi priprema posebnog zakona o društvenom poduzetništvu?
2. Je li uspostavljena službena Evidencija društvenih poduzetnika, sve prema Strategiji?
3. Predviđa li se da će se do 2020. provesti sve aktivnosti i mjere predviđene Strategijom?
4. Postoje li podaci koliko danas ima društvenih poduzeća u Republici Hrvatskoj i koliko osoba zapošljavaju odnosno koliki im je godišnji prihod?
5. Kojim se djelatnostima društvena poduzeća u Republici Hrvatskoj najviše bave?
6. Koje su mogućnosti financiranja koje društveni poduzetnik u Republici Hrvatskoj može iskoristiti?
7. Koje se aktivnosti na razini Republike Hrvatske provode kako bi se doprinijelo razvoju Društvenog poduzetništva?

Također bih Vas molila da, ako raspoložete noviji statističkim podacima i podacima o zakonodavnom reguliranju društvenog poduzetništva na razini Europske unije, da mi iste prosljedite.

Unaprijed zahvaljujem na susretljivosti i suradnji te Vas srdačno pozdravljam,

Vesna Perković

POPIS TABLICA

Tablica	Stranica
1. Sažetak najvažnijih nalaza o odnosu pravnih oblika prema kriterijima Strategije.....	17
2. Kriteriji koje mora zadovoljiti postojeći društveni poduzetnik prilikom prijave na natječaj Ministarstva rada i mirovinskog sustava i propisani dokazi	18
3. Prikaz sličnosti i razlika između tradicionalnog i društvenog poduzetništva.....	20
4. Prikaz razlika između tradicionalnog i društvenog poduzetništva.....	20
5. Prihod društvenih poduzeća od tržišta kao udio u ukupnim prihodima.....	37
6. Broj društvenih poduzeća i zaposlenost u društvenim poduzećima u Europskoj uniji u 2012. i 2015. godini	40
7. Prikaz značaja društvenog poduzetništva u Europskoj uniji.....	41
8. Tržište rada i socijalni pokazatelji u Republici Hrvatskoj od 2010. do 2015. godine.....	44
9. Kriteriji razilaženja među definicijama društvenog poduzetništva.....	59
10. Procijenjena veličina aktivnosti društvenog poduzetništva diljem Europe.....	61
11. Pravni oblici i pravni akti o društvenom poduzetništvu u zemljama Europske unije...65	
12. Nadležnosti Službe za upravljanje projektima u području tržišta rada i društvenog poduzetništva i Odjela za projekte iz područja društvenog poduzetništva pri MRMS.76	
13. SWOT analiza Strategije razvoja društvenog poduzetništva u Republici Hrvatskoj...86	
14. Subjekti društvenog poduzetništva i Republici Hrvatskoj u 2013. i 2014. godini.....	90

POPIS SLIKA

Slika	Stranica
1. Prikaz društvenog poduzetništva kao multidimenzionalnog modela	11
2. Kontekst djelovanja društvenih poduzeća i društvenih poduzetnika.....	13
3. Porast broja registriranih CIC poduzeća u Velikoj Britaniji od 2006. do 2017.....	24
4. BDP per capita (bruto domaći proizvod po stanovniku) u Europskoj uniji (EU-28=100) u 2009. i 2016. godini.....	36
5. Stopa nezaposlenosti u Europskoj uniji (EU-28) u 2015. i 2016. godini.....	39
6. Kretanje broja društvenih poduzeća i zaposlenosti u društvenim poduzećima u Europskoj uniji prema Izvješćima Europskog parlamenta (iz 2012. i 2015.).....	41
7. Udio zaposlenosti u društvenom poduzetništvu u državama Europske unije.....	42
8. Promjena broja zaposlenih u društvenom poduzetništvu od 2010. do 2015. godine	43
9. Glavni sektori djelovanja društvene ekonomije u Europskoj uniji.....	46
10. Pregled postotka država Europske unije s i bez prihvaćene definicije društvenog poduzetništva.....	59
11. Zemlje s politikama usmjerenim uređenju društvenog poduzetništva.....	63
12. Zemlje Europske unije s posebnim pravnim oblicima ili statusima za društveno poduzetništvo.....	64
13. Udio država članica Europske unije s i bez uređenog pravnog oblika/statusa društvenog poduzeća.....	68
14. Pregled udjela namijenjenih financijskih sredstva po pojedinoj mjeri Strategije (u postocima).....	85
15. Pravni oblici trgovačkih društava u Republici Hrvatskoj u 2017. godini.....	94