



# Uvod u društveno poduzetništvo i njegove razvojne potencijale\*

Peti kvartalni tematski osvrt o položaju mladih na tržištu rada

Ovaj osvrt je nastao u sklopu programa „**Pronađena generacija: podrška kvalitetnom zapošljavanju mladih u riziku od siromaštva i socijalne isključenosti**“ financiranog od strane  
Ministarstva za demografiju, obitelj, mlade i socijalnu politiku.

---

\* Zahvaljujemo Teu Petričeviću iz ACT Grupe na korisnim komentarima i upućivanju na relevantnu literaturu.

Tema [prvog kvartalnog izvještaja](#) bila je upoznavanje s **NEET**<sup>1</sup> mladima, odnosno onima koji nisu u sustavu obrazovanja i osposobljavanja te koji nisu zaposleni. U njemu smo pokazali koje su najugroženije skupine mladih na hrvatskom tržištu rada te smo usporedili Hrvatsku i druge europske države. U [drugom kvartalnom izvještaju](#) bavili smo se najznačajnijom mjerom aktivne politike zapošljavanja - stručnim osposobljavanjem bez zasnivanja radnog odnosa (**SOR**). U [trećem kvartalnom izvještaju](#) predstavili smo prijedloge poboljšanja mjera aktivnih politika zapošljavanja. [Četvrti kvartalni izvještaj](#) bio je posvećen najznačajnijim karakteristikama mladih osoba u Hrvatskoj i Europi, i to kroz uspoređivanje 2007. i 2015. godine.

Peti kvartalni izvještaj, a prvi u 2017. godini, fokusiran je na temu **društvenog poduzetništva**.

## Uvod

**Strategijom razvoja društvenog poduzetništva u Republici Hrvatskoj za razdoblje od 2015. do 2020. godine** (nadalje: **Strategija**) usvojenoj na sjednici Vlade RH u travnju 2015. predviđeno je ukupno ulaganje od **270 650 000 kuna**. Većina tog značajnog iznosa trebala bi biti osigurana iz sredstava Europskog socijalnog fonda, točnije kroz Operativni program „Učinkoviti ljudski potencijali“. Neovisno o ovim ambicioznim planovima, teško je pobjeći od dojma kako dobar **dio šire javnosti**, pa tako i mladih, još uvijek **nije upoznat s društvenim poduzetništvom**. Neki od njih se pitaju u kakvom je odnosu društveno poduzetništvo s drugim, nerijetko upotrebljavanim, pojmom **socijalnog poduzetništva**. Postoji problem u određivanju **odnosa društvenog poduzetništva i socijalne ekonomije**: odnose li se svi ti pojmovi na isti sadržaj? Neki od društveno-poduzetničkih pothvata ponekad i dobiju svojih „5 minuta“ pod svjetlima pozornice. U široj javnosti su tako prepoznate brojne aktivnosti čakovečke **ACT Grupe**<sup>2</sup>, pokretanje vinkovačkog **Buba Bara**<sup>3</sup> (koji zapošljava isključivo osobe s invaliditetom) te nastojanje za osnivanjem drugačije, **etične banke**<sup>4</sup>. Međutim, iskustvo pokazuje kako čak i oni koji su upoznati s radom tih organizacija, te ih povezuju s konceptom društvenog poduzetništva, često o njima razmišljaju tek u kontekstu najvidljivijih odrednica - **zapošljavanje osoba s invaliditetom; kreditiranje društveno korisnih projekata i poduzetničkih poduhvata; ekološka poljoprivreda**. Cjelovita objašnjenja toga što raznolike organizacije i inicijative čini dijelom sektora društvenog poduzetništva, u pravilu, izostaju.

---

<sup>1</sup> Not in Education, Employment or Training

<sup>2</sup> Više na: <<http://act-grupa.hr/hr/>>. Zadnji put dohvaćeno: 6. veljače 2017.

<sup>3</sup> Više na: <<http://bubamara.hr/bubabar/>>. Zadnji put dohvaćeno: 6. veljače 2017.

<sup>4</sup> Više na: <<https://www.ebanka.eu/>>. Zadnji put dohvaćeno: 16. veljače 2017.

Zato ovaj kvartalni izvještaj – posvećen društvenom poduzetništvu – ima formu odgovora na neka osnovna pitanja: namijenjen je prvenstveno široj publici ograničenog poznavanja ove teme. Bolje upućenima ostaje mogućnost dodatnog istraživanja literature na koju smo se oslanjali u pripremi ovog teksta.

## 1.) Kako uopće definiramo društveno poduzetništvo?

Strategija (2015: 7) nudi solidnu i utemeljenu, ali istovremeno i poprilično otvorenu te općenitu definiciju: „**Poslovanje temeljeno na načelima društvene, okolišne i ekonomske održivosti, kod kojeg se stvorena dobit/višk prihoda u cijelosti ili većim dijelom ulaže za dobrobit zajednice.**“

Vidljivo je da definicija ima dvije komponente. U prvom dijelu, društveno poduzetništvo veže se uz **načelo održivosti u tri dimenzije**, iz čega je i nastao u literaturi često korišten pojam „modela trostruke bilance“. Drugi dio uvodi novi zahtjev: **većina dobiti društveno-poduzetničkog poslovanja mora biti kanalizirana u dobrobit zajednice.**

## 2.) Ovo je još uvijek dosta neodređeno. Postoje li neki kriteriji kojima se precizno utvrđuje je li netko društveni poduzetnik ili ne?

Strategija propisuje detaljne kriterije (2015: 8-9) koje pravni subjekt treba zadovoljiti da bi ga se **upisalo u Evidenciju društvenih poduzetnika** koja će se voditi pri Ministarstvu rada i mirovinskog sustava. Kriteriji su:

1. Društveni poduzetnik **ostvaruje ravnotežu društvenih, okolišnih i ekonomskih ciljeva poslovanja;**
2. Društveni poduzetnik obavlja **djelatnost proizvodnje i prometa roba, pružanja usluga** ili obavlja **umjetničku djelatnost** kojom se ostvaruje **prihod na tržištu**, te koja ima **povoljan utjecaj na okoliš**, doprinosi **unapređenju razvoja lokalne zajednice i društva u cjelini;**
3. **Društveni poduzetnik stvara novu vrijednost** i osigurava financijsku održivost na način da u trogodišnjem razdoblju poslovanja najmanje **25% godišnjeg prihoda planira ostvariti ili ostvaruje obavljanjem svoje poduzetničke djelatnosti;**
4. Društveni poduzetnik najmanje **75% godišnje dobiti**, odnosno višk prihoda ostvaren obavljanjem svoje djelatnosti **ulaže u ostvarivanje i razvoj ciljeva poslovanja**, odnosno djelovanja;

5. Društvenog poduzetnika odlikuje **dobrovoljno i otvoreno članstvo te autonomija poslovanja**, odnosno djelovanja;
6. Republika Hrvatska, jedinica lokalne i područne (regionalne) samouprave ili tijelo javne vlasti ne može biti isključivi osnivač društvenog poduzetnika;
7. Društvenog poduzetnika odlikuju **demokratski način odlučivanja** (uključenost dionika u transparentno i odgovorno upravljanje), odnosno odlučivanje nije isključivo vezano uz vlasničke udjele ili članske uloge već obuhvaća ključne dionike: radnike, članove, korisnike ili potrošače te suradničke organizacije;
8. Društveni **poduzetnik prati i vrednuje svoje društvene, ekonomske i okolišne učinke i utjecaj** te rezultate vrednovanja koristi u planiranju svog daljnjeg poslovanja i vodi računa o njihovu poboljšanju;
9. Društveni poduzetnik u slučaju kada prestaje obavljati djelatnost, svojim općim aktima ima definiranu obvezu svoju preostalu imovinu, nakon pokrića obveza prema vjerovnicima i pokrića gubitka iz prethodnog razdoblja, prenijeti u vlasništvo drugog društvenog poduzetnika s istim ili sličnim ciljevima poslovanja, ili u vlasništvo jedinice lokalne i područne (regionalne) samouprave koja će je upotrijebiti za razvoj društvenog poduzetništva.

Svaki subjekt koji želi da mu bude priznat status društvenog poduzetnika mora zadovoljiti **svaki** od gore navedenih kriterija. Šimleša i suradnici (2015: 43-5) upozoravaju kako bi **istovremena primjena svih kriterija u hrvatskom kontekstu mogla biti izazovna**. Upozorava kako neki akteri, iako dokazano doprinose rješavanju pojedinih društvenih problema, ne zadovoljavaju kriterij demokratskog upravljanja u smislu kriterija (7.) U Hrvatskoj su sa metodologijom društvene revizije – potrebne da se prate i vrednuju učinci i utjecaj društvenih poduzeća – upoznati tek rijetki. Također, kriterij (3.) koji u primjeni ne razlikuje „ostvarivanje“ i „planiranje“ prihoda putem poduzetničke djelatnosti, stvara prostor za uspoređivanje „kruški i jabuka“ (da ne govorimo o stvaranju pravne nesigurnosti). Ostaje vidjeti kako će ovi problemi biti rješavani u praksi.

### **3.) Kakve veze društveno poduzetništvo ima sa socijalnim poduzetništvom i socijalnom ekonomijom?**

**Društveno i socijalno poduzetništvo su u osnovi sinonimi.** U Hrvatskoj su se dugo vremena paralelno upotrebljavali jedan i drugi pojam, dok se u konačnom tekstu Strategije donositelji odluka nisu odlučili za prefiks „društveno“. Riječima Strategije (2015: 6): „...usvojen je pojam društveno poduzetništvo

kojim bi se obuhvatile sve poduzetničke prakse s društvenim ciljem u odnosu na pojam socijalno poduzetništvo koje može imati konotaciju isključive angažiranosti u socijalnoj sferi.“

Socijalna ekonomija obuhvaća širi okvir od društvenog/socijalnog poduzetništva. Tzv. „test pripadnosti socijalnoj ekonomiji“ (Liger, Stefan i Briton, 2016: 7-8) obuhvaća ukupno 4 kriterija:

- **ljudi su u središtu ekonomske aktivnosti:** ciljevi osobnog i društvenog razvoja nadređeni su ekonomskim ciljevima/kapitalu;
- **održivi rast:** opći cilj aktivnosti u području socijalne ekonomije u prvi plan ne stavlja stjecanje i raspodjelu dobiti među vlasnicima, već je naglasak na društvenoj ili uzajamnoj dobrobiti;
- **ravnoteža između društvenog i ekonomskog:** u sve ekonomske aktivnosti su u pravilu ugrađeni i društveni ciljevi;
- **demokratsko upravljanje i vlasništvo:** akteri socijalne ekonomije se oslanjaju na transparentan, demokratičan i sudionički proces donošenja odluka baziran na nekom tipu kolektivnog vlasništva.

Uspoređujući ove općenite kriterije s onima koje moraju ispuniti društveni poduzetnici u Hrvatskoj, nameće se jednostavan zaključak: **sva društvena poduzeća spadaju u sektor socijalne ekonomije, ali svi akteri socijalne ekonomije ne moraju nužno biti društvena poduzeća.** Socijalna ekonomija je značajan sektor u međunarodnim razmjerima: **2010. je zapošljavala 6,5% radne snage EU-27, što je ukupno 14,5 milijuna ljudi** (Liger, Stefan i Briton, 2016: 8)

#### **4.) Kako je pravno uređen rad društvenih poduzeća?**

Šimleša i suradnici (2015: 56-60) ističu kako Hrvatska nema zakonski okvir koji zasebno uređuje poslovanje društvenih poduzeća, stoga se na njih primjenjuje čitav niz postojećih propisa. To u praksi znači da društvena poduzeća mogu biti registrirana kao različiti tipovi pravnih oblika poput **udruga, trgovačkih društava te (socijalnih) zadruga te ustanova.** Društvena poduzeća su kompatibilna i s drugim tipovima pravnih oblika poput **zaklada ili fondacija;** međutim, zasad u Hrvatskoj nije zabilježen takav slučaj. Ulazak u Evidenciju društvenih poduzetnika neće biti uvjetovan pravnim oblikom, već zadovoljavanjem 9 kriterija ranije objašnjenih u ovome tekstu.

## 5.) Koliko ima društvenih poduzeća u Hrvatskoj te koliki je njihov ekonomski učinak?

Postojeća istraživanja ukazuju da se radi o sektoru koji je u Hrvatskoj još uvijek u povojima. Procjene u studiji kojom su za potrebe Europske komisije mapirani potencijali društvenog poduzetništva u članicama Europske unije (ICF, 2014: ii) **variraju između 40 i 150, temeljem rezultata intervjua provedenih sa stručnjacima, te između 100 i 200, temeljem procjene autora.** Do usporedivih brojki dolaze Šimleša i suradnici (2015: 61) koji u **2013. nalaze 95 pravnih osoba koje odgovaraju kriterijima mapiranja u sklopu ovog projekta, dok je taj broj 2014. smanjen na 90.** U tom broju najveći je broj **udruga, nakon čega slijede zadruge, trgovačka društva i ustanove.** Pregled je iznesen u tablici 1.

Tablica 1: Akteri društvenog poduzetništva u Hrvatskoj prema pravnom obliku

Pravni oblik/godina	2013.	2014.
Udruge	45	44
Zadruge	36	31
Trgovačka društva	13	13
Ustanove	1	2
Ukupno	95	90

Izvor: Šimleša i sur., 2015: 61

**U 2013. godini, društveni poduzetnici su zapošljavali ukupno 784 osobe,** dok se taj broj (unatoč smanjenju broja poduzeća) 2014. povećao na 795. Pritom tek jedna petina ima više od 10 zaposlenih. Velika većina aktera ima prihod koji je manji od 2 milijuna kuna, a tek ih je 5 u 2014. imalo prihod veći od 5 milijuna kuna. Ukupni prihodi društvenih poduzeća u 2013. su iznosili oko 188, a 2014. oko 179 milijuna kuna (Šimleša i sur., 2015: 64-6).

## 6.) Čime se sve bave društvena poduzeća u Hrvatskoj?

Društvena poduzeća su prisutna u brojnim sektorima, među ostalim: **poljoprivredi, zaštiti okoliša i zbrinjavanju otpada, kulturi i turizmu** (ICF, 2014: 21).

## 7.) Tko su najvažniji akteri sektora društvenog poduzetništva u Hrvatskoj?

U ranije spomenutom mapiranju, ICF (2014: 9-10) donosi pregled ključnih aktera koji pružaju podršku razvoju društvenog poduzetništva u Hrvatskoj.

- **Udruga Slap**<sup>5</sup>
- **Forum socijalnog poduzetništva - SEFOR**<sup>6</sup>
- **Cluster za eko-društvene inovacije i razvoj: CEDRA HR**<sup>7</sup>
- **ACT Grupa**<sup>8</sup>
- **Impact Hub Zagreb**<sup>9</sup>
- **NESsT Hrvatska**<sup>10</sup>
- **British Council u Hrvatskoj**<sup>11</sup>
- **Zagrebačka škola ekonomije i menadžmenta**<sup>12</sup>
- **Ekonomski fakultet u Osijeku**<sup>13</sup>
- **Veleučilište VERN**<sup>14</sup>.

## 8.) Zašto je društveno poduzetništvo uopće važno za mlade u Hrvatskoj?

Istraživanje provedeno u 5 europskih zemalja<sup>15</sup> (De Simone i Tora, 2016: 10) ukazuje kako **među mladima postoji značajan interes za društvenim poduzetništvom**: čak 38% ispitanika razmišlja o pokretanju takvog posla, dok ih je 26% u ranoj fazi razvoja svojih poduzetničkih poduhvata. Hrvatsku u odnosu na ostale zemlje karakterizira činjenica da je većina mladih obuhvaćenih ovim istraživanjem još uvijek u kategoriji „potencijalnih društvenih poduzetnika“ – čak je 54% onih koji nisu počeli s realizacijom svoje ideje (De Simone i Tora, 2016: 30). Ovakvi podaci ne iznenađuju s obzirom na

---

<sup>5</sup> Više na: <<http://www.slap.hr/>>. Zadnji put dohvaćeno: 7. veljače 2017.

<sup>6</sup> Više na: <<http://www.pomakonline.com/content/view/624/32/>>. Zadnji put dohvaćeno: 7. veljače 2017. SEFOR više ne postoji kao aktivna platforma (sukladno iskazu vanjskog suradnika Tea Petričevića).

<sup>7</sup> Više na: <<http://www.cedra.hr/hr/pocetna>>. Zadnji put dohvaćeno: 7. veljače 2017.

<sup>8</sup> Više na: <<http://act-grupa.hr/hr/>>. Zadnji put dohvaćeno: 7. veljače 2017.

<sup>9</sup> Više na: <<https://zagreb.impacthub.net/>>. Zadnji put dohvaćeno: 7. veljače 2017.

<sup>10</sup> Više na: <<http://www.nesst.org/croatia/>>. Zadnji put dohvaćeno: 7. veljače 2017. NESst je prestao s djelovanjem na području Hrvatske krajem 2016. (sukladno iskazu vanjskog suradnika Tea Petričevića).

<sup>11</sup> Više na: <<http://www.britishcouncil.hr/>>. Zadnji put dohvaćeno: 7. veljače 2017.

<sup>12</sup> Više na: <<http://www.zsem.hr/hr/>>. Zadnji put dohvaćeno: 7. veljače 2017.

<sup>13</sup> Više na: <<http://www.efos.unios.hr/>>. Zadnji put dohvaćeno: 7. veljače 2017.

<sup>14</sup> Više na: <<http://www.vern.hr/>>. Zadnji put dohvaćeno: 7. veljače 2017.

<sup>15</sup> Istraživanje je provedeno na uzorku od 423 mlade osobe u dobi 18-30 iz Hrvatske, Italije, Poljske, Portugala i Ujedinjenog Kraljevstva. Nalazi su dopunjeni s još 98 intervju sa stručnjacima.

relativnu nerazvijenost sektora društvenog poduzetništva u Hrvatskoj, kao i slabu provedbu Strategije koja bi trebala stvoriti prijeko potrebne financijske, pravne i infrastrukturne okvire razvoja.

Osim što je sektor čiji su kapaciteti stvaranja kvalitetnih poslova u Hrvatskoj izrazito slabo iskorišteni, društveno poduzetništvo je za mlade važno iz još jednog razloga: **osim što može omogućiti zadovoljavanje vlastitih ekonomskih potreba, mladima može služiti kao instrument rješavanja problema u njihovim zajednicama.** Za razliku od klasičnog poduzetništva koje obično zaobilazi slabije razvijene zajednice, društveno poduzetništvo upravo u takvom kontekstu ima najveći kapacitet afirmacije.

### **9.) Kako mogu naučiti više o društvenom poduzetništvu?**

Moguće je stupiti u kontakt s ključnim akterima razvoja društvenog poduzetništva u Hrvatskoj navedenim u odgovoru na pitanje broj 7. Uz Ekonomski fakultet u Osijeku, Veleučilište VERN i Zagrebačku školu ekonomije i menadžmenta, Šimleša i suradnici (2015: 29) navode i Katedru za socijalnu politiku Pravnog fakulteta u Zagrebu te Fakultet ekonomije i turizma „Dr. Mijo Mirković“ u Puli kao institucije visokog obrazovanja koje u svoje obrazovne programe ugrađuju sadržaje o društvenom poduzetništvu.

Upravo će primjeri dobre prakse obrazovanja o društvenom poduzetništvu biti tema našeg sljedećeg kvartalnog izvještaja.



## Popis literature

De Simone L. i Tora, K. 2016. *European Learning for Youth in Social Entrepreneurship (ELYSE) Final Report*. London: UnLtd – the Foundation for Social Entrepreneurs. Dostupno na: <<http://www.gsen.global/wp-content/uploads/GSEN-Report-Design-5-forweb-2.pdf>> [Dohvaćeno 8. veljače 2017.].

ICF Consulting Services. 2014. *A map of social enterprises and their eco-systems in Europe, Country Report: Croatia*. Brussels: European Commission. Dostupno na: <<http://ec.europa.eu/social/keyDocuments.jsp?advSearchKey=socentcntryrepts&mode=advancedSubmit&langId=en&policyArea=&type=0&country=0&year=0&orderBy=docOrder>> [Dohvaćeno 8. veljače 2017.].

Liger, Q., Stefan, M. i Briton, J. 2016. *Social Economy Study*. Directorate General for Internal Policies: Policy Department A. ur., 2016. Strasbourg: European Parliament. 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)> [Dohvaćeno 8. veljače 2017.].

*Strategija razvoja društvenog poduzetništva u Republici Hrvatskoj za razdoblje od 2015. do 2020. godine*. 2015. Dostupno na: <<https://vlada.gov.hr/UserDocImages/Sjednice/2015/226%20sjednica%20Vlade/226%20-%207.pdf>> [Dohvaćeno 8. veljače 2017.].

Šimleša D., Puđak, J., Majetić, F., Bušljeta Tonković, A. 2015. *Mapiranje novih obzora. Izvještaj o stanju društvenog poduzetništva u Hrvatskoj 2015*. Zagreb: Institut društvenih znanosti Ivo Pilar. Dostupno na: <<http://www.pilar.hr/images/stories/dokumenti/razno/projekti/simlesa/mapiranje.pdf>> [Dohvaćeno 8. veljače 2017.].