

**POLICY PRETPOSTAVKE ZA RAZVOJ SOCIJALNOG PODUZETNIŠTVA:  
SLUČAJ HRVATSKE**

**POLICY ASSUMPTIONS FOR THE DEVELOPMENT OF SOCIAL  
ENTREPRENEURSHIP: CASE OF CROATIA**

**Dr.sc. Julia Perić, viši asistent  
Doc.dr.sc. Mirela Alpeza  
Ekonomski fakultet u Osijeku  
Gajev trg 7  
31000 Osijek  
e-mail: [julia@efos.hr](mailto:julia@efos.hr)  
e-mail: [mirela.alpeza@efos.hr](mailto:mirela.alpeza@efos.hr)**

**Ključne riječi:** socijalno poduzetništvo, prepreke u poticanju socijalnog poduzetništva, policy regulativa socijalnog poduzetništva

**SAŽETAK**

*U društvu u kojem živimo, koje je u zadnja dva desetljeća pod utjecajem ubrzanog razvoja globalizacije, svjedoci smo složenih ekonomskih i društvenih izazova, gubitka poznatih socijalnih vrijednosti i normi, borbe za opstanak marginaliziranog segmenta društva uzrokovanog siromaštvom, nezaposlenošću i neadekvatnim socijalnim uvjetima. Vlade i javne institucije u mnogim zemljama, a pogotovo u tranzicijskim poput Hrvatske, gube bitku u borbi protiv različitih socijalnih problema zbog birokracije, sporosti, nepoduzetničkog djelovanja i nemogućnosti kreiranja poduzetničke okoline koja bi poticala unapređenje kvalitete življenja. U takvom okruženju javlja se potreba za socijalnim poduzetništvom, odnosno poduzetničkim ponašanjem, pronalaženjem inovativnih i kreativnih rješenja, te uklanjanjem tradicionalnih granica između vlasti (na svim razinama), poslovne zajednice, civilnog društva i akademske zajednice.*

*Europska praksa u području policy regulative socijalnog poduzetništva ukazuje na ključna područja u kojima je potrebno intervenirati na policy razini s ciljem razvoja socijalnog poduzetništva: financijska podrška (radi osiguravanja resursa potrebnih za realizaciju vizije socijalnih poduzetnika); promocija socijalnog poduzetništva kao načina rješavanja društvenih problema; edukacija o socijalnom poduzetništvu radi povećanja individualnog kapaciteta za vođenje socijalnih poduzeća i rješavanja pitanja vlastite zapošljivosti kroz pokretanje socijalnog poduzetničkog pothvata (GEM UK 2006).*

*U Hrvatskoj se koncept socijalnog poduzetništva od potpune marginaliziranosti transformirao u "buzzword" koji se u javnosti često pogrešno poistovjećuje s djelovanjem neprofitnih organizacija, te mu se nerealno veliča uloga u rješavanju gorućeg problema nezaposlenosti. Uloga socijalnog poduzetništva u suvremenom društvu je izuzetno značajna jer predstavlja djelotvornu pokretačku snagu za pozitivne promjene i osnaživanje socijalnog i ekonomskog razvoja zemlje, ali treba biti temeljena na podržavajućem regulatornom okviru pri čemu Hrvatska treba uvažiti iskustva najbolje prakse zemalja EU (npr. UK, Italija, Finska).*

## 1. ULOGA SOCIJALNOG PODUZETNIŠTVA U SUVREMENOM DRUŠTVU

Socijalno poduzetništvo ima snagu donijeti promjene i "popraviti" stvari tamo gdje su najpotrebnije zbog čega postaje "svjetski pokret" (Hayden, 2005) i sve prihvatljiviji model poslovanja 21. stoljeća. Ubrzani razvoj globalizacije ostavlja za sobom mnoge negativne posljedice poput nezaposlenosti, pada socijalne osjetljivosti i stvaranja većeg jaza između bogatih i siromašnih. Stara paradigma u kojoj je "osobni profit glavni pokretač privatnih poduzeća i društvenog bogatstva" (Schumpeter, citirano kod Mair and Marti, 2005:5) polako prestaje važiti jer ne usmjerava svoju pozornost na one na koje negativne posljedice globalizacije najviše utječu. Vapaj tog marginaliziranog sloja društva rijetko čuju i/ili ne znaju na njega odgovoriti javne institucije zbog čega se javlja potreba za novim, inovativnim i poduzetnijim načinom rješavanja ozbiljnih društvenih problema. No, unapređenju kvalitete života svakodnevno pridonose oni koji ne mogu ostati ravnodušni na nepravednost i nejednakost. (*"Identifying and solving large scale social problems require a social entrepreneur because only the entrepreneur has the committed vision and inexhaustible determination to persist until they have transformed the entire system"*)<sup>1</sup> (Bill Drayton, 2005). Ovi su ljudi svojom odlučnošću, socijalnom osjetljivošću i kontinuiranom inovativnošću stvorili novu paradigmu u poslovanju kojoj je prioritet generiranje društvene koristi i rješavanje društvenih problema na odgovorniji, inovativniji i poduzetniji način. Socijalno poduzetništvo kao nov oblik poslovanja u zadnjih nekoliko godina biva sve popularniji katalizator koji utječe na razvoj društvene odgovornosti svih aktera društva prema zajednici u kojoj živimo.

Glavni fokus socijalnog poduzetništva je kreiranje socijalne vrijednosti dok kreiranje ekonomske vrijednosti samo predstavlja sredstvo kojim se postiže krajnji cilj. Socijalni poduzetnici su fokusirani na socijalne probleme, a ne na komercijalno tržište. Zbog svog fokusa kreiraju inovativne inicijative, razvijaju nove socijalne programe i mobiliziraju resurse kako bi svojim poslovanjem odgovorili na te probleme.<sup>2</sup> Mnogi autori (Leadbeater, 1997, Dees 2002) navode kako je glavna pokretačka snaga ovih ljudi sama činjenica da nisu zadovoljni sa događajima u okolini, dok profit u potpunosti pada u drugi plan. Ovakav isključiv način razmišljanja i poimanja socijalnog poduzetništva često je na udaru kritike jer neki autori (npr., Boschee i McClurg, 2003; Shaw i Carter, 2007; Simpson, 2007) smatraju da joj nedostaje jedan od važnijih "sastojaka" – *ekonomska zarada*. Osnova socijalnog poduzetništva svakako je generiranje društvene vrijednosti no za njenu dugoročnu održivost potrebna su financijska sredstva. Prema tome, iako ne predstavlja krajnji cilj, ekonomsku vrijednost također treba uzeti vrlo ozbiljno jer je ona nužan nusproizvod koji osigurava održivost inovacija i inicijativa, ali i financijsku održivost (Mair i Marti 2005:39).

Socijalno poduzetništvo u suvremenom društvu predstavlja odgovor na potrebe koje niti vladine niti socijalne institucije, zbog svoje birokracije, sporosti i nefleksibilnosti, ali i preuske definicije svojih misija, nisu mogle riješiti. Leadbeater (1997) smatra da najveći razlog leži u tome što je javni sektor sam po sebi izrazito netolerantan, ne prihvaća greške, neinovativan i ne želi prihvatiti potrebu za promjenom vlastite organizacijske i poslovne strukture.<sup>3</sup> (*"Political leaders have much lower tolerance levels for failure than their counterparts in business. Even the smallest mistakes in the public sector can be magnified into an embarrassment at least, a scandal at worst. It is little wonder that innovation in public sector lags so far behind the private sphere – the space for innovation is minimal, the cost of failure alarming, the incentives feeble, the personal rewards uncertain"*)<sup>4</sup>. Prema njemu, potrebno je izgraditi takvu okolinu u kojoj će javni službenici razmišljati *"outside the box"*<sup>5</sup> i naučiti kako preuzimati rizike. Na taj način bi se povećala fleksibilnost, a smanjio otpor promjenama koji sada ima značajnu ulogu u (ne)efikasnom djelovanju javnog sektora.

Osim toga, smanjio bi se i jaz između javnog i poslovnog sektora što bi automatski omogućilo zajedničko i efikasnije rješavanje socijalnih problema (nezaposlenost, neobrazovanost, zdravstveni problemi, kriminal i sl.) koje javne institucije trenutno nisu u stanju riješiti. Leadbeater smatra da kreativna, poduzetna i inovativna okolina omogućuje nesmetano djelovanje aktera socijalnog poduzetništva čiji kapacitet generiranja socijalne vrijednosti mora počivati na sljedećih pet stupova:

1. **Rješavanje problema** – socijalni se poduzetnici često sa socijalnim problemima suočavaju na nov način pronalazeći nova rješenja. Javne institucije moraju pronaći načine poticanja socijalnih poduzetnika, promovirajući njihovu aktivnost i prihvaćajući programe kao učinkovitije odgovore za rješavanje socijalnih problema.
2. **Učinkovitost ponude** – projekti socijalnih poduzetnika su većinom troškovno efikasniji jer su daleko manje administrativni, a daleko fleksibilniji i sposobniji generirati veću odgovornost od strane zaposlenika nego što je to u javnim sektorima. Kada bi javne institucije prihvatile programe i projekte koje su razvili socijalni poduzetnici zajednica bi, za niže troškove, mogla dobiti inovativnija i poduzetnija rješenja njihovih problema.
3. **Aktivna socijalna služba** – socijalne službe javnih institucija prilično su trome i birokratske. Socijalni poduzetnici trebaju razvijati programe koji ne nude pomoć samo u obliku novca, paketa i sl. nego, što je bitnije, ohrabruju korisnike i klijente da preuzmu više odgovornosti za svoje živote. Kako bi u tome uspjeli socijalni poduzetnici uspješno mobiliziraju široku mrežu različitih ljudi i kompanija privatnog sektora na zajedničkom rješavanju socijalnih problema.
4. **Zaposlenje i outputi** – programi socijalnih poduzetnika trebaju biti orijentirani na smanjenje nezaposlenosti i generiranje pouzdanih outputa. S takvim programima socijalni poduzetnici ostvaruju svoje ciljeve rješavanja kompleksnih socijalnih problema te doprinose i razvoju ekonomije, ali i ljudi koji su u te programe uključeni – unapređujući njihove vještine kako bi im se povratilo samopouzdanje i samoeфикаsnost.
5. **Stvaranje socijalnog kapitala** – socijalni poduzetnici svojim zajednicama omogućuju pristup resursima (zgrade, oprema, usluge ili pak obnovljeni imidž zajednice) koji inače ne bi postojali. No najvažniji resurs koji socijalni poduzetnici stvaraju je socijalni kapital. Socijalni kapital predstavlja mrežu odnosa koja podupire ekonomska partnerstva i različite saveze. Socijalni poduzetnici rade na spajanju ljudi u partnerstva kako bi zajedničkim snagama odgovalali na probleme koji izgledaju nepremostivo kada bi ih svatko pokušao rješavati ponaosob. Rezultat ovog umrežavanja je neprocjenjiv i rijetko financijske prirode – ono predstavlja jaču zajednicu, sposobniju da se brine sama o sebi, povezanu povjerenjem i suradnjom.

Socijalni poduzetnici, vođeni idejom da promjene svijet, doprinose rješavanju različitih socijalnih problema na različite načine. Doprinosi koje u tom procesu stvaraju, a koje spominju mnogi autori (Leadbeater, 1997, Dees 2002; Thompson, 2002; Mair i Marti, 2005) mogu se identificirati, između ostalog, u smanjenju nezaposlenosti, besplatnim liječničkim, konzultantskim, financijskim uslugama, iskorištavanju raspoloživih resursa radi stvaranja centra za mlade, ovisnike i needucirane, te poticanju ljudi na proaktivnost i djelovanje radi unapređenja kvalitete života. Osjetljivi na nepravdu i nemoćnost određene skupine ljudi, socijalni poduzetnici žele stvoriti pozitivne promjene i sudjelovati u zadovoljavanju nezadovoljenih socijalnih potreba na tržištu. No, put ostvarenja tog cilja često zna biti trnovit i težak jer kako smatra Hartigan (2004) najveći izazov koji prati socijalne poduzetnike je ubijediti sve ostale sudionike na tržištu (vladu, poslovnu i akademsku zajednicu, različite

udruge, fondacije i filantropije) da podrže njihovu ideju i budu aktivan dio rješavanja različitih socijalnih problema. Društvenu odgovornost, međutim, mnogi sudionici u okolini, često, smatraju osobnim odabirom, a ne podijeljenom odgovornošću svih sektora. Osim toga, prema Hartigan i Billimoria (2005), mnogi akteri društva su još uvijek orijentirani na kratkoročno razmišljanje i želju za trenutnim učinkom. Ipak, socijalni poduzetnici su, smatraju autori, svjesni da ne mogu potpuno sami utjecati na ekonomske i socijalne promjene i da im je za ostvarenje tog cilja potrebno umrežavanje sa svim sudionicima koji na bilo koji način mogu podržati ostvarenje tog cilja. S druge strane, autori naglašavaju da to umrežavanje neće biti od koristi samo i isključivo socijalnim poduzetnicima. Prema njima, i sektori mogu imati velike koristi od tog odnosa:

- **Vlade** imaju najvažniju ulogu u podržavanju socijalnih poduzetnika, međutim problem leži u tome što mnoge vlade *socijalno poduzetništvo* još uvijek ne smatraju legitimnim pokušajima rješavanja problema. “Priznavanje” socijalnih poduzetnika od izuzetne je važnosti jer ono može stvoriti okolinu (zakoni, politika, podrška) koja će podržati sve što socijalni poduzetnici rade. Prihvatanjem aktivnosti socijalnog poduzetništva vlade osiguravaju rješavanje onih problema za koje su i same odgovorne, a koje do sada nisu mogle ili nisu htjele rješavati.
- **Poslovni sektor** sve više shvaća i cijeni suradnju sa socijalnim poduzetnicima iz tri razloga:
  - *Financijski aspekt* – Socijalni poduzetnici često veliki broj godina provode u stvaranju i implementiranju različitih inovativnih metoda za rješavanje problema na onim tržištima na kojima, zbog prevelikog rizika, niti vlada niti poslovni sektor nisu željeli sudjelovati. Suradnja sa socijalnim poduzetnicima otvara vrata upravo tog tržišta i omogućava poslovnom sektoru da, uz društveno odgovorno poslovanje, generiraju i ekonomsku dobit.
  - Sve više klijenata vodi računa o tome da li je poduzeće od kojih koriste proizvode ili usluge društveno odgovorno ili ne. Poslovni sektor je pronašao način za reagiranje na taj zahtjev i “*outsourcingom*” uključio socijalne poduzetnike da podrže taj segment poslovanja.
  - Sve više poduzeća prepoznaje *ljudski kapital* kao okosnicu svakog poslovanja. Iako je izuzetno važno pronaći najtalentiranije zaposlenike ono predstavlja i sve veći izazov. Nekada je “najboljima” bilo dosta ponuditi izvrsnu plaću, no danas oni žele dobiti i nešto što će njihovom poslu i životu dati smisao. Podržavajući socijalne poduzetnike poduzeća pokazuju da im nije samo stalo do generiranja profita nego da je njihovo djelovanje usmjereno i prema društveno odgovornom poslovanju.

Oni koji bi najviše mogli i trebali podržati socijalne poduzetnike su *filantropi* i različite *fondacije*, no Hartigan i Billimoria (2005) dodaju da su upravo oni najčešće zadovoljni financiranjem kratkoročnih projekata za koje smatraju da bi mogli proizvesti dramatične rezultate u vrlo kratkom vremenskom roku. Prema autorima to je nerealno i skupo jer pretvaranje ideje u pravo socijalno rješenje ponekad traje i godinama zbog čega bi fondacije i filantropi imali puno više koristi kada bi se posvećivali uspješnim socijalnim inovacijama.

Važnu ulogu u podržavanju socijalnog poduzetništva ima i *akademska zajednica* koja treba podržavati usvajanje specifičnih znanja i vještina o poduzetništvu kao temeljima socijalnog poduzetništva. Razvijanje programa koji potiče poduzetničko i društveno odgovorno ponašanje pojedinaca ulaganje je u mlade ljude i investicija u budućnost zajednice u kojoj će ti mladi ljudi djelovati. To dokazuju i gotovo tridesetak sveučilišta diljem svijeta poput Harvarda, Standforda, Columbie i Oxforda koji su u svoje nastavne programe implementirali kolegije vezane za socijalno poduzetništvo i društveno odgovorno ponašanje. Ova sveučilišta

prepoznaju važnost "stvaranja", educiranja i ulaganja u socijalne poduzetnike i društveno odgovorne pojedince koji su sposobni slušati glas zajednice, identificirati nepravilnosti i stvoriti nove situacije koje će promovirati vrijednosti zajednice.

Socijalno poduzetništvo u suvremenom svijetu predstavlja platformu koja stvara priliku za suradnju, razvoj održivog i učinkovitog međusektorskog odnosa, pristup resursima i integriranje inovacija i poduzetništva na svim razinama. Kao sve značajniji svjetski trend koji, primjenom poduzetničkih načela, unapređuje kvalitetu života u zajednici i razvija društvenu odgovornost pojedinaca, grupa i organizacija, socijalno poduzetništvo predstavlja djelotvornu pokretačku snagu za pozitivne promjene i osnaživanje socijalnog i ekonomskog razvoja svake zemlje.

## **2. ZAKONODAVNI OKVIR ZA RAZVOJ SOCIJALNOG PODUZETNIŠTVA – ANALIZA EUROPSKE PRAKSE**

Prvi oblici socijalnog poduzetništva javljaju se kasnih 1980-ih u Italiji (Borzaga & Defourny, 2001) kao odgovor na nezadovoljene potrebe diskriminiranih ljudi, prije svega za uključivanjem na tržište rada, kao i u području pružanja usluga, u kontekstu ubrzanog starenja stanovništva i promjena u strukturi obitelji. Ove nove inicijative imale su za cilj služenje široj zajednici i stavljanje naglaska na zajednički, a ne osobni interes. Talijanski parlament je 1991. godine usvojio zakon kojim se omogućuje posebna zakonska forma za "zadruga društvene solidarnosti" koje se nazivaju socijalne zadruga. Talijanski zakon razlikuje dvije vrste socijalnih zadruga: one koje pružaju socijalne, zdravstvene i obrazovne usluge (socijalne zadruga A tipa), i one koje omogućuju uključivanje diskriminiranih društvenih skupina na tržište rada (socijalne zadruga B tipa). U 2005. godini u Italiji djeluje više od 7.300 socijalnih zadruga koje zapošljavaju oko 244.000 ljudi. Novi, širi zakonodavni okvir talijanski parlament usvaja 2005. godine prema kojem se pod nazivom socijalna poduzeća mogu, osim socijalnih zadruga, registrirati i druge različite vrste organizacija pod uvjetom da poštuju ograničenja u distribuciji dobiti i reprezentiraju interese određenih društvenih skupina, uključujući zaposlenike i korisnike usluga socijalnih poduzeća. Ovim zakonom socijalna poduzeća mogu se baviti čitavim nizom aktivnosti.

Gotovo desetljeće nakon "legalizacije" koncepta socijalnog poduzetništva u Italiji, Vlada Velike Britanije također uvodi koncept socijalnih poduzeća te ih definira kao poduzeća čiji je cilj zadovoljavanje potreba društva i čija dobit je reinvestirana u poslovanje ili u zajednicu (Atkinson et al, 2006). U 2005. godini u Velikoj Britaniji djeluje 15.000 socijalnih poduzeća, iako je pouzdanost ovog podatka upitna zbog široke definicije koja otežava razvrstavanje poduzeća u socijalna. U Velikoj Britaniji od 2004. godine uveden je novi pravni oblik Community Interest Company (CIC) koji podrazumijeva prethodnu provjeru kako bi se utvrdila svrha služenja zajednici socijalnog poduzeća. Nakon usvajanja ovog pravnog oblika, u manje od dvije godine nastalo je oko 1.000 Community Interest poduzeća.

I u Italiji i u Velikoj Britaniji, socijalna poduzeća aktivna su u širokom spektru aktivnosti, a karakterizira ih usmjerenost na rješavanje problema društva i ograničenost u distribuciji dobiti. Međutim ta dva modela imaju i neke različitosti. Dok talijanski zakon naglašava poseban model upravljanja, kroz obvezu uključivanja različitih dionika, britanski model naglašava poslovni karakter socijalnih poduzeća, kroz značajan udio ukupnog prihoda koji mora biti ostvaren na temelju tržišnih aktivnosti.

U Portugalu (Perista & Nogueira, 2006), socijalno poduzetništvo javlja se 1997. godine pod nazivom “socijalne zadruge solidarnosti” s fokusom na pružanje usluga u cilju poticanja integracije diskriminiranih i ranjivih skupina društva (djece, invalida, socijalno ugroženih obitelji i sl.). Portugalske socijalne zadruge također imaju ograničenje distribucije profita svojim članovima, a članovi zadruga dolaze iz redova korisnika njihovih usluga, djelatnika i volontera. Koncept socijalnog poduzetništva u Portugalu je još uvijek slabo prisutan u policy i znanstvenim istraživanjima. U Portugalu, sistem socijalne sigurnosti se temelji na podijeljenoj ulozi i odgovornosti između države (kroz javna tijela i lokalnu upravu) i nevladinog i neprofitnog sektora gdje je jasno artikulirana tendencija komplementarnosti s ciljem razvijanja različitih vidova socijalne zaštite (javne, socijalne, zadržne i privatne profitno orijentirane organizacije) kao zamjena ili nadopuna državne inicijative u području socijalne zaštite.

Koncept socijalnog poduzetništva u Poljskoj je još uvijek u nastajanju – ne postoji općeprihvaćena definicija socijalnog poduzetništva koja bi se temeljila na konceptu trećeg sektora, neprofitnog sektora i zadruga (EMES, 2008). Specifičnost socijalnih poduzeća, u odnosu na treći sektor je u tome što neprofitne organizacije i zadruge ostvaruju profit, ali ga ne nastoje maksimizirati, nego se više fokusiraju na opći interes zajednice. Socijalna poduzeća su još uvijek marginalizirana u javnim raspravama i samo djelomično integrirana u zakonodavni okvir. Većina socijalnih poduzeća u Poljskoj djeluje unutar zakona o udrugama i dobrotvornim organizacijama, zakladama i zadrugama. Osim tih tradicionalnih formi, postoji nekoliko organizacija koje nemaju svoju zakonsku osobnost i djeluju unutar udruga, zaklada i drugih dobrotvornih organizacija, npr. Socijalni integracijski centar ili Klub nezaposlenih. U Poljskoj je također nedavno uveden novi pravni oblik, posebno usmjeren na integraciju rada socijalnih poduzeća (Zakon o socijalnim zadrugama) koji je usvojen 2006. godine koji omogućava različitim društvenim skupinama udruživanje u socijalne zadruge (bivši osuđenici, dugotrajno nezaposleni, bivši ovisnici o drogama i alkoholu...). Ovaj zakon predstavlja važnu inovaciju u području kreiranja politika za zapošljavanje diskriminiranih skupina društva. Socijalne zadruge mogu obavljati zadatke od javnog interesa (slično kao udruge i zaklade) i proizvoditi dobra i usluge na neprofitnoj osnovi. U Poljskoj postoji nekoliko javnih schema na nacionalnoj razini za podršku razvoja trećeg sektora i socijalnih poduzeća. Javni fond za inicijative građana kreiran je za razdoblje od 2005-2007, kroz koji su dodijeljena sredstva u iznosu od 1.000 do 50.000 eura preko 1.300 udruga i zaklada. Također, postoji i posebna javna schema za razvoj socijalnih zadruga, pod nazivom “osnivački kapital za nova socijalna poduzeća” koje distribuira “Regionalni fond za socijalnu ekonomiju” koji je djelovao do 2004., a od 2006. godine zamjenjuju ga “Centri za podršku socijalnim zadrugama” koji podržavaju tekuće aktivnosti socijalnih zadruga. Ovih centara podrške ima 11 u Poljskoj, svaki od njih raspolaže iznosom od oko 40.000 eura za davanje potpore i pružanje podržavajućih aktivnosti socijalnim zadrugama. Nekoliko poljskih sveučilišta nudi programe edukacije za voditelje i zaposlenike socijalnih poduzeća (npr. Poslijediplomski studij za postojeće i buduće *managere* u socijalnim poduzećima koji je kombiniran s nizom zimskih i ljetnih škola o socijalnim poduzećima na kojima sudjeluju domaći i inozemni polaznici i predavači).

Socijalno poduzetništvo u Njemačkoj (EMES, 2008), s jedne strane, gotovo da i ne postoji na političkoj sceni, u medijima, niti u akademskoj diskusiji pošto su istraživanja o socijalnom poduzetništvu u Njemačkoj ograničena na mali broj individualnih eksperata s gotovo nikakvom podrškom službenih institucija. S druge strane, kultura socijalnog poduzetništva je vrlo razvijena, a neki njeni elementi vuku korijene iz 19. Stoljeća. Razlog za takvu podijeljenu sliku treba tražiti u konceptu socijalnog poduzeća i socijalne ekonomije koju u Njemačkoj većina političara i ekonomista ignorira ili negira. Termin socijalnog poduzetništva

uvezen je u Njemačku kroz međunarodne istraživačke projekte i nije prepoznatljiv široj javnosti. Nadalje, sektor socijalnih poduzeća u Njemačkoj je dosta rascjepkan, a socijalna poduzeća ne vide svoju pripadnost socijalnoj ekonomiji nego se zatvaraju u svoja područja djelovanja, te razvijaju svoju terminologiju i identitet. Iako socijalna poduzeća u Njemačkoj imaju značajnu ulogu u rješavanju pitanja nezaposlenosti, siromaštva i socijalne inkluzije, na nacionalnoj i regionalnoj razini ne postoje sistemi podrške razvoju ovih institucija. Jedinu iznimku čine “integracijska poduzeća” koja mogu dobiti subvencije za zapošljavanje osoba s posebnim potrebama, ali ova vrsta subvencije otvorena je za sve vrste poduzeća. Pomaci u prepoznavanju specifičnosti socijalnog poduzetništva događaju se u posljednje vrijeme, o čemu govori i organizacija nacionalnog kongresa o ekonomiji temeljenoj na solidarnosti, koji se održao u Berlinu 2006. godine. Glavni problem razvoja socijalnog poduzetništva u Njemačkoj je nedostatak prepoznavanja i prihvaćanja koncepta socijalnog poduzetništva, nedostajući pravni okvir, kao i posebna zakonska i financijska podrška. Velika očekivanja polažu se u *follow-up* aktivnosti nacionalnog programa “Social City” koji je posvećen razvoju socijalno ugroženih područja njemačkih gradova, a socijalna poduzeća bi trebala imati značajnu ulogu u tom procesu.

U Finskoj (EMES, 2008), pojam socijalnog poduzeća u zakonodavnom okviru vezan je uz socijalna poduzeća koja omogućuju integraciju rada, iako postoji trend i puno šireg shvaćanja pojma socijalnog poduzetništva pošto se, naročito u segmentu socijalne i zdravstvene zaštite javlja sve veći broj privatnih poduzeća, od koji neki imaju nacionalnu pokrivenost. Prva diskusija na temu posebnog zakonodavnog okvira za socijalna poduzeća koja osiguravaju socijalnu i zdravstvenu zaštitu održana je u finskom Parlamentu u proljeće 2007. godine, a zbog kombinacije socijalne i ekonomske dimenzije ovih poduzeća privukla je interes i među akademskim istraživačima. U Finskoj trend zapošljavanja osoba sa posebnim potrebama u specijaliziranim organizacijama vuče korijene još iz perioda poslije II. Svjetskog rata i 1960-ih. Finska pripada krugu nordijskih zemalja koje karakterizira visoka razina socijalne osviještenosti i brige za potrebe diskriminiranih skupina društva. Tako je u periodu od 1960-ih do 1990-ih pitanje integracije diskriminiranih skupina društva na tržište rada i kreiranje stabilnih zaposlenja za te osobe bilo vrlo često adresirano. U tom periodu lokalna uprava i drugi entiteti javnog sektora, uz podršku države, razvijaju mrežu od oko 300 centara za pružanje pomoći. Do 1990-ih godina stopa nezaposlenosti u Finskoj ostaje niska, te ne postoji značajna potreba za socijalnim poduzećima. Od 1990-ih situacija se mijenja zbog masovne nezaposlenosti i duboke ekonomske krize koja pogađa i Finsku. Sredinom 1990-ih razvijaju se novi oblici socijalnih poduzeća: seoske asocijacije (lokalni razvoj i usluge socijalne zaštite), udruženja za nezaposlene i radne zadruge, udruge profesionalaca koji pružaju usluge socijalne i zdravstvene zaštite. Krajem 1990-ih udruženja za zaštitu diskriminiranih društvenih skupina provode nekoliko razvojnih projekata koje financira *European Social Fund* (ESF), fokusiranih na razvoj socijalnih poduzeća. Neki od tih projekata ostvaruju dobre rezultate koji potiču kreiranje prijedloga zakonodavnog okvira za socijalna poduzeća. Osnivaju se ministarske skupine koje analiziraju potrebu za zakonodavnim okvirom o socijalnim poduzećima, te donose odluku da ne postoji potreba za zakonom. Međutim, finski zakon o socijalnim poduzećima konačno je usvojen krajem 2003. godine, nakon kratke pripreme procedure, i stupa na snagu 2004. godine. Prema tom zakonu socijalno poduzeće kreirano je radi zapošljavanja ljudi s posebnim potrebama i dugotrajno nezaposlenih osoba koje trebaju predstavljati 30% ukupno zaposlenih u poduzeću; poduzeće je tržišno-orijentirano sa svojim proizvodima i uslugama, mora biti registrirano u registru socijalnih poduzeća pri Ministarstvu rada te mora isplaćivati plaće prema važećim standardima u djelatnosti. Socijalna poduzeća u Finskoj ne uživaju posebnu podršku države, te stoga niti ne postoje restrikcije o korištenju generirane dobiti. Zbog ograničenih koristi i prednosti vezanih

uz registraciju socijalnih poduzeća u Finskoj, malo njih koja su aktivna u zapošljavanju osoba s posebnim potrebama i dugotrajno nezaposlenih osoba odlučuju se za registraciju kao socijalna poduzeća. Evaluacijski izvještaj o promociji i efektivnosti Zakona o socijalnim poduzećima zaključuje kako ona imaju minimalan ekonomski značaj i efekt s ograničenim kapacitetom zapošljavanja (Karjalainen et al u EMES, 2008).”

### 3. SOCIJALNO PODUZETNIŠTVO U HRVATSKOJ – ŠTO NEDOSTAJE?

U Hrvatskoj su se aktivnosti iz domene socijalnog poduzetništva počele pojavljivati nakon Domovinskog rata u obliku građanskih organizacija pokrenutih s ciljem razvoja demokracije i usmjerenih ka rješavanju ratnih posljedica poput smanjenog životnog standarda, porasta stope nezaposlenosti i izrazite materijalne štete. No, sam koncept socijalnog poduzetništva se od potpune marginaliziranosti tek u posljednjih nekoliko godina transformirao u “buzzword”, iniciran od strane neprofitnih organizacija koje su, zbog nedovoljnih sredstava financiranja, počele aktivnije istraživati različite izvore financiranja<sup>6</sup> (npr. samofinanciranje kroz pokretanje profitno orijentiranih poduzeća kako bi se profitom financirao rad udruge).

I dok se u svijetu socijalno poduzetništvo sve više popularizira, Hrvatska se suočava s vrlo sličnim problemima kao i neke europske zemlje (npr. Njemačka), poput nerazumjevanja samog koncepta, nedostatka jasnoće o odgovornosti za poticanje socijalnog poduzetništva od strane institucija koje se bave socijalnim pitanjima i nepostojanja zakonodavnog okvira. Za razliku od nekih europskih zemalja u kojima je socijalno poduzetništvo regulirano jasnim zakonodavnim okvirom, (npr. u Finskoj - Zakonom o socijalnim poduzećima), u Hrvatskoj je ovo područje uređeno s nekoliko zakona - Zakonom o udrugama, Zakonom o zakladama i fondacijama i Zakonom o ustanovama. Obzirom da ne postoji jasan regulatorni okvir, u Hrvatskoj se socijalna poduzeća poistovjećuju sa svim poduzećima i organizacijama čija je misija rješavanje društvenih problema. Socijalna poduzeća u Hrvatskoj mogu djelovati kao dio postojećeg pravnog subjekta (što olakšava pristup resursima, ali otežava vođenje poslovanja obzirom da nema dvojnog knjigovodstva, isti su voditelji i najčešće nisu odvojeni zadaci) ili kao posebna profitna organizacija.<sup>7</sup> Za razliku od Portugala u kojem socijalni sistem zaštite ima tendenciju komplementarnosti različitih vidova socijalne zaštite u kojima, osim države značajnu ulogu ima i socijalno poduzetništvo, u Hrvatskoj socijalna poduzeća nemaju značajniju podršku i suočavaju se s nizom drugih prepreka poput nedostatka izvora financiranja za *start-up* poduzeća, nedostatak resursa, te organizacijskih kapaciteta (mnoge organizacije koje provode aktivnosti socijalnog poduzetništva nemaju dovoljno znanja na području rasta i razvoja organizacije).

U cilju rješavanja ovih prepreka socijalno poduzetništvo je uvedeno kao važan dio *Nacionalne strategije stvaranja poticajnog okruženja za razvoj civilnoga društva (2006.-2011.)* kojom se žele poticati programi socijalnog poduzetništva i socijalnog zapošljavanja, sustavno raditi na razvijanju mjera za izgradnju kapaciteta i infrastrukturne podrške za sve subjekte socijalnog poduzetništva, razvijati regionalne i nacionalne forume za socijalno poduzetništvo, osigurati financijska sredstva podrške za početna ulaganja u socijalno poduzetništvo, te poticati profitni sektor da se aktivnije uključuje u programe socijalnog zapošljavanja kroz programe sufinanciranja programa neprofitnog poduzetništva.<sup>8</sup>

Krajem 2009. godine održana je prva konferencija na temu socijalnog poduzetništva s ciljem poticanja razvoja socijalnog poduzetništva kao prilike za stvaranje višestrukih pozitivnih



ekonomskih i socijalnih učinaka. Na ovoj konferenciji pod nazivom “Socijalno poduzetništvo u Republici Hrvatskoj: mogućnosti i izazovi“, održanoj u organizaciji Ureda za udruge Vlade Republike Hrvatske i British Council-a, doneseni su zaključci da je, između ostalog, potrebno<sup>9</sup>:

- ulagati u stvaranje poticajnog okruženja za rad socijalnih poduzetnika,
- ulagati u izgradnju kapaciteta i stvaranje infrastrukturne podrške za sve subjekte socijalnog poduzetništva,
- osigurati financijska sredstva za početna ulaganja u socijalno poduzetništvo, dodatno obrazovanje članova udruga iz područja poduzetništva te za održivost u kasnijim razvojnim fazama poduzetničkog poslovanja,
- razmotriti otvaranje novih ili objedinjavanje postojećih fondova za poticanje socijalno poduzetničkih inicijativa,
- dodatno poticati poslovni sektor da se aktivnije uključuje u programe socijalnog zapošljavanja, kako kroz programe sufinanciranja programa socijalnog poduzetništva, tako i osiguravanjem pristupa tržištu te pružanjem mentorskih usluga organizacijama civilnog društva koje se bave neprofitnim poduzetništvom.
- poticati međusektorsku suradnju koja će uključiti medije koji bi davali više prostora primjerima dobre prakse i davali doprinos osvještavanju javnosti o mogućnostima socijalnog poduzetništva.

Također, 2009. godine je osnovan Forum socijalnih poduzetnika kao neformalno tijelo koje treba raditi na usuglašavanju potreba, predlaganju rješenja i lobiranju kod zakonodavca kako bi se donijele mjere kojima bi se omogućio razvoj socijalnog poduzetništva.

#### **4. ZAKLJUČAK – POLICY PREPORUKE ZA RAZVOJ SOCIJALNOG PODUZETNIŠTVA U HRVATSKOJ**

Socijalno poduzetništvo ima ogromnu mogućnost i moć promijeniti svijet i utjecati na različite institucije, grupe i pojedince da zajedničkim snagama transformiraju društvo u zajednicu kvalitetnog življenja. Staru paradigmu koja zagovara tezu da je profit glavni pokretač razvoja društva “ruše“ oni pojedinci koji, osjetljivi na nepravdu i nejednakost, znaju prepoznati probleme zajednice, identificiraju nekorištene resurse i pronalaze načine da iskoristavanjem ovih resursa, inovativno i kreativno, daju odgovore na nezadovoljene socijalne potrebe. Socijalno poduzetništvo omogućava prihvaćanje promjena, odgovaranje na sve kompleksnije društvene i ekonomske izazove i kreiranje tzv. hibridnih organizacija (Johnson, 2000) koje uvode nov oblik poslovanja i postaju katalizator razvoja društvene odgovornosti svih segmenata društva. Ipak, hrvatske institucije još uvijek ne razumiju značenje socijalnog poduzetništva.

Na temelju identificiranih prepreka i komparativne analize europskih primjera ponuđene su preporuke usmjerene prema razvoju socijalnog poduzetništva u Hrvatskoj, a koje se nadograđuju na preporuke iz Nacionalne strategije za razvoj civilnog društva i dosadašnje učinke:

- 1. Razviti obrazovne sadržaje vezane za socijalno poduzetništvo** – iako na nekoliko hrvatskih sveučilišta (Sveučilište u Zagrebu i Sveučilište u Osijeku) postoje sadržaji vezani za socijalno poduzetništvo oni su još uvijek samo dio kolegija Poduzetništvo i ne doprinose značajno razvoju svijesti o socijalnom poduzetništvu kao katalizatoru

društvenih promjena i inovativnom pristupu u rješavanju ekonomskih i društvenih problema. većina socijalnih poduzetnika nema dovoljno znanja i vještina za održavanje misije i vođenje rastućih organizacija koje su financijski sve zahtjevnije stoga je potrebno, poput poljskih sveučilišta, ponuditi programe edukacije za voditelje i zaposlenike socijalnih poduzeća.

2. **Donijeti regulatorni okvir o socijalnom poduzetništvu** – iako je socijalno poduzetništvo inkorporirano u Nacionalnoj strategiji za razvoj civilnog društva (2006-2011) nužno je donijeti trajniji zakonodavni okvir koji će se fokusirati na:
  - a. jasnije definiranje socijalnog poduzetništva i socijalnih poduzeća
  - b. mogućnosti pokretanja socijalnih poduzeća
  - c. benefite za organizacije koje djeluju u okviru socijalnog poduzetništva poput različitih poreznih olakšica kakve zagovaraju socijalna poduzeća u Velikoj Britaniji (GEM UK, 2007)
    - i. za ulaganje u socijalna poduzeća i organizacije
    - ii. Porezne olakšice za socijalna poduzeća koji reinvestiraju svoj profit u aktivnosti koje doprinose razvoju zajednice
    - iii. porezne olakšice za sve koji zapošljavaju više od 25% zaposlenika s posebnim potrebama
3. **Omogućiti jednostavniji pristup izvorima financiranja** – Upravo alokacija resursa predstavlja najveći izazov u poslovanju socijalnih poduzetnika obzirom da je ona ograničena misijom kojom su vođeni (usmjerenom onoj skupini ljudi koja u većini slučajeva nema mogućnosti platiti njihove usluge) i tržištem koje ne zna prepoznati i izmjeriti vrijednost dobivenu rješavanjem različitih socijalnih problema. Zbog toga je nužno razviti programe i kreditne linije poput jamstvenih fondova, poslovnih anđela, mikrokreditiranja, koji će potaknuti pojedince da se odluče na pokretanje profitnih socijalnih poduzeća
4. **Razviti infrastrukturu i međusektorsku suradnju** – Umrežavanje socijalnih poduzetnika predstavlja platformu koja stvara priliku za suradnju i pristup resursima korisnim ne samo socijalnim poduzetnicima nego i svima koji pronalaze viši smisao u onome što socijalni poduzetnici rade. Razvojem održivog i učinkovitog odnosa koji će poticati socijalne poduzetnike stvara se sinergijski efekt i integriranje inovacija i poduzetništva na svim razinama od kojih nemaju koristi samo krajnji korisnici nego i cijela zajednica.
5. **Uključiti socijalno poduzetništvo u GEM istraživanja** – Obzirom da ne postoji regulatorni okvir u Hrvatskoj ne postoji niti registar socijalnih poduzeća. Ipak, nužno je provoditi istraživanja koja će ukazati na to u koje sektore ulaze socijalni poduzetnici, koji je spektar njihove poduzetničke aktivnosti i kakav je njihov društveni doprinos
6. **Potaknuti suradnju s medijima** – Socijalno poduzetništvo ima važnu ulogu u stvaranju modernog i suvremenog društva zbog čega je odnos s medijima izuzetno važan. Društvo (vlast, poslovni sektor, akademska zajednica, mediji, civilno društvo) koje vrednuje doprinos svojih članova mora poticati uključivanje istih u glavne rasprave o važnim političkim, ekonomskim i društvenim pitanjima. Mediji moraju biti spona koja će, dobrim primjerima, podržati razvoj socijalnog poduzetništva i potaknuti pozitivne društvene promjene.

## LITERATURA

1. Atkinson, J., Touhy, S., Williams, C., *2005 Survey of Social Enterprise*. London: Small Business Unit URN 06/389, November 2006. (<http://www.berr.gov.uk/bbf/enterprise-smes/research-and-statistics/research-evaluation/business-surveys>)
2. Borzaga, C., Defourny, J., *The Emergence of Social Enterprise*, London and New York: Routledge, 2001.
3. Boschee, J., McClurg, J., *Toward a better understanding of social entrepreneurship: some important distinctions*, 2003. ([http://www.se-alliance.org/better\\_understanding.pdf](http://www.se-alliance.org/better_understanding.pdf))
4. Christie, M.J., Honig, B., *Social entrepreneurship: new research findings*, Journal of World Business, Elsevier Inc., Vol. 41, 2006., str. 1-5.
5. Dees, J.G., *Taking Social Entrepreneurship Seriously*, Social Science and Modern Society, Vol. 44, No. 3, 2007, str. 24-31.
6. Harding, R., *Social Entrepreneurship Monitor*, United Kingdom, London Business School, UK 2006.
7. Hartigan P., Billimoria, J., *Social Entrepreneurship: an overview*, Alliance, Vol.10, No.1, 2005., str.18-21
8. Hartigan P., *The Challenge for Social Entrepreneurship*, Schwab Foundation for Social Entrepreneurship, Global Summit, Brazil, 2004.
9. Hayden, C.J., *If You Can't make a Living, How Can You Make a Difference* (<http://www.getclientsnow.com/jan2005.htm>; 08.09.2011.)
10. Leadbeater, C., *The Rise of the Social Entrepreneur*, Demos, London, 1997.
11. Mair, J., Marti, I., *Social entrepreneurship research: a source of explanation, prediction, and delight*, Working Paper, No. 546, IESE Business School, 2005., str. 36–44.
12. Peredo, A.M., McLean, M., *Social entrepreneurship: a critical review of the concept*, Journal of World Business, Vol. 41., 2006. str. 56-65.
13. Perista, H., Nogueira, S., *Work Integration Social Enterprises in Portugal. A Tool for Work Integration?*, u Nyssens, M. (ed) *Social Enterprise – At the crossroads of market, public policies and civil society*, London and New York, Routledge, 2006.
14. Shaw E., Carter, S., *Social Entrepreneurship: Theoretical Antecedents and Empirical Analysis of Entrepreneurial Processes and Outcomes*, Journal of Small Business and Enterprise Development, Vol.14, No. 3, 2007., str.418–434.
15. Defourny, J., Nyssens, M. (eds), „Social Enterprise in Europe: Recent Trends and Developments, European Research Network, 2008/01.
16. Sočo, A., *Početnica iz socijalnog poduzetništva za organizacije mladih i za mlade*, Sam svoj majstor, Mreža mladih Hrvatska ACT Printlab, Čakovec, 2009.
17. Thompson, J.L., *The World of a Social Entrepreneur*, International Journal of Public Sector Management, Vol. 15, No 4/5, 2002., str. 412–431.
18. Varga, E., *Key findings from NESsT's research and activities in Croatia*, NESsT Zagreb, 2010.
19. <http://www.jobsletter.org.nz/jbl14700.htm>, 03.09.2011.
20. [http://www.platonplus.eu/index.php?option=com\\_docman&task=cat\\_view&gid=21&itemid=44](http://www.platonplus.eu/index.php?option=com_docman&task=cat_view&gid=21&itemid=44), 03.09.2011.
21. <http://www.pomakonline.com/content/view/546/97/>, 05.10.2011.
22. <http://www.socialenterprise.org.uk/pages/tax.html>

---

<sup>1</sup>(“Identificiranje i rješavanje ozbiljnih društvenih problema zahtjeva djelovanje socijalnog poduzetnika jer samo poduzetnik ima odlučnu viziju i neiscrpnu odlučnost da bude uporan i izdrži sve dok ne preobrazi cijeli sistem.”) - citirano iz <http://www.jobsletter.org.nz/jbl14700.htm>, 03.09.2011.

<sup>2</sup>[http://www.platonplus.eu/index.php?option=com\\_docman&task=cat\\_view&gid=21&itemid=44](http://www.platonplus.eu/index.php?option=com_docman&task=cat_view&gid=21&itemid=44), 03.09.2011.

<sup>3</sup>Citirano iz <http://www.jobsletter.org.nz/jbl14700.htm>, 03.09.2011..

<sup>4</sup>Leadbeater, C., “The Rise of the Social Entrepreneur”, Demos, London, 1997. (“Političke vođe imaju puno

---

manji stupanj tolerancije prema greškama nego što to imaju njihove kolege iz poslovnog s sektora. Čak i najmanja greška u javnom sektoru može biti preuveličana u sramotu, pa čak i u skandal. Ne čudi da inovacije u javnom sektoru zaostaju za privatnim sektorom – prostor za inovacije je minimalan, trošak pogreške alarmantan, poticaji slabi, osobne nagrade nesigurne.“)

<sup>5</sup>“Outside of the box“ – izvan okvira

<sup>6</sup>Sočo, A., Početnica iz socijalnog poduzetništva za organizacije mladih i za mlade, Sam svoj majstor, Mreža mladih Hrvatska ACT Printlab, Čakovec, 2009.

<sup>7</sup>Varga, E., Key findings from NESsT’s research and activities in Croatia, NESsT Zagreb, 2010.

<sup>8</sup>Sočo, A., Početnica iz socijalnog poduzetništva za organizacije mladih i za mlade, Sam svoj majstor, Mreža mladih Hrvatska ACT Printlab, Čakovec, 2009.

<sup>9</sup><http://www.pomakonline.com/content/view/546/97/>, 05.10.2011.