

## SOCIJALNO PODUZETNIŠTVO U REPUBLICI HRVATSKOJ KAO NAČIN FINANCIRANJA DJELOVANJA UDRUGA

pred. Stana Odak Krasić, mag. nov., Veleučilište VERN'  
Iblerov trg 10, Zagreb, Republika Hrvatska  
Telefon: +385 99 4825 934 Fax: +385 1 4825 910  
E-mail: [stana.odak.krasic@vern.hr](mailto:stana.odak.krasic@vern.hr)

Ivanka Šaravanja, mag. nov., Zagrebačka banka  
Cesarčeva 2, Zagreb, Republika Hrvatska  
Telefon: +385 98 1705 592  
E-mail: [ivanka.saravanja@unicreditgroup.zaba.hr](mailto:ivanka.saravanja@unicreditgroup.zaba.hr)

### SAŽETAK

*Iako se može reći da svi poduzetnici nekim svojim aktivnostima pridonose zajednici u kojoj djeluju, poslovanje socijalnih poduzeća temelji se isključivo na potpori organizacija koje su osnovane u svrhu rješavanja kritičnih društvenih problema i djelovanja u smjeru društvene koristi. Socijalno poduzetništvo integrira stvaranje ekonomske i socijalne vrijednosti, čime je omogućeno financijski održivo funkcioniranje organizacija kao što su udruge, zadruge, zaklade i slični subjekti. Međutim, socijalno poduzetništvo u Republici Hrvatskoj još uvijek nije dovoljno razvijeno te nije poznat čak ni ukupan broj socijalnih poduzeća. Ovaj rad želi pokazati koliko su udruge koje se bave temama mladih u Republici Hrvatskoj upoznate sa socijalnim poduzetništvom te istražiti bave li se udruge mogućnostima takvih vidova financiranja kako bi postigle održivo djelovanje svojih organizacija. Primijenjena istraživačka metoda bilo je anketno ispitivanje (e-anketa). Anketni upitnik poslan je na 68 elektroničkih adresa udruga s popisa nacionalne krovne organizacije mladih – Mreže mladih Hrvatske te su anketu ispunile 34 udruge. Istraživanje je potvrdilo početnu hipotezu: socijalno poduzetništvo u Hrvatskoj još uvijek nije dovoljno zastupljeno u radu udruga koje se bave mladima obzirom da je više od 90 posto ispitanika izjavilo da nisu osnovali socijalno poduzeće. Ni uloga socijalnih poduzeća u postizanju financijske održivosti udruga još nije prepoznata - 27 posto ispitanika daju financijskom doprinosu udruge jedva prolaznu ocjenu i smatraju ga tek dovoljnim kriterijem, a 3 posto udruga ga ocjenjuje nedovoljnim benefitom. Udruge smatraju da je zapravo najveći doprinos osnivanja jednog takvog poduzeća jačanje prepoznatljivosti njihovih aktivnosti.*

**Ključne riječi:** poduzetništvo; socijalno poduzetništvo; socijalna poduzeća; udruge; mladi

## 1. UVOD

Praksa integriranja ekonomske i socijalne vrijednosti u poslovnom segmentu provodi se diljem svijeta, a poznata je kao socijalno, odnosno društveno poduzetništvo. U Republici Hrvatskoj taj je oblik poslovanja još uvijek nedovoljno razvijen, a počeci su obilježeni improvizacijama i neučinkovitim pokušajima bavljenjem socijalnim poduzetništvom. Ipak, mnogobrojni su razlozi njegove sve veće popularnosti u zapadnim zemljama, odnosno činjenice da ta praksa postaje sve važnijim dijelom ekonomije. Jedan od glavnih razloga jest činjenica da socijalno poduzetništvo predstavlja priliku za financiranje djelovanja organizacija kao i udruga. Osim toga, socijalno poduzetništvo može pridonijeti rješenju problema nedovoljne zaposlenosti koji muči marginalizirane skupine društva kao što su mladi, a u Republici Hrvatskoj upravo ovaj segment društva godinama bilježi visoku stopu nezaposlenosti.

Važno je također naglasiti da je u Republici Hrvatskoj interes za istraživanje koncepta socijalnog poduzetništva bio slabo izražen. Ovaj rad želi pokazati koliko su udruge koje se bave temama mladih u Republici Hrvatskoj upoznate sa socijalnim poduzetništvom te istražiti bave li se udruge mogućnostima takvih vidova financiranja kako bi postigle održivo djelovanje svojih organizacija. Stoga je ovaj rad skroman doprinos u osvještavanju i promociji socijalnog poduzetništva, koje bi se trebalo percipirati kao jedan od načina financijskog doprinosa aktivnostima organizacija.

## 2. TEMELJNE ZNAČAJKE POJMOVA

U ovom poglavlju bit će definirani temeljni pojmovi. Sam pojam poduzetništva definira se na različite načine i u različitim kontekstima, što je detaljnije prikazano u potpoglavlju *Poduzetništvo – priroda i razvoj*. Drugo potpoglavlje, nazvano *Današnja definicija poduzetnika*, donosi najnovije poimanje i uloga poduzetnika u poslovnom okruženju. U trećem potpoglavlju, jednostavnog naslova *Udruge*, razmatra se pojam udruga kao i presjek najčešćih oblika organizacije mladih.

### 2.1. Poduzetništvo – priroda i razvoj

Pojam poduzetništva definira se na različite načine. Poduzetništvo je determinirano nizom ekonomskih, psiholoških i društvenih čimbenika stoga pruža dobar primjer potpuno društvenog fenomena koji nije moguće analizirati isključivo sredstvima formalne ekonomske analize. Neke teorije poduzetništvo definiraju kao aktivnost koja nije povezana s gospodarskom djelatnošću te ih povezuju s određenim ljudskim osobinama. Druge i najčešće vrste definicija poduzetništvo opisuju kao gospodarsku djelatnost koja kombiniranjem različitih činitelja dovodi do određenog rezultata.

Dakle, pojam poduzetništva danas sve više postaje specifična poslovna, ali i osobna filozofija. *Zelena knjiga o poduzetništvu u Europi* (European Commission, 2003, 6) definira poduzetništvo kao „način razmišljanja i proces kreiranja i razvijanja ekonomskih aktivnosti stapanjem spremnosti na preuzimanje rizika, kreativnosti i/ili inovativnosti s razumnim upravljanjem, unutar nove ili postojeće organizacije“.

Sve se više uviđa da poduzetništvo može biti generator razvitka koji će iskoristiti inovativne potencijale svih slojeva populacije, što znači da se sve više povezuje s tržištem rada i nudi mogućnost povećanja socijalne kohezije putem samozapošljavanja ranije marginaliziranih skupina stanovništva. Upravo mladi predstavljaju skupinu koja je po svojoj prirodi inovativna, dinamična i otvorena novim društvenim i tehnološkim strujanjima. Poduzetničkim djelovanjem mogu se barem djelomice ublažiti negativni utjecaji globalne ekonomije i promjena u organizaciji rada te poboljšati položaj mladih na tržištu rada.

Poduzetništvo u užem smislu jest sposobnost pokretanja, vođenja i razvijanja poslovnog pothvata, s dostatnim kapitalom, a koji je povezan s većom ili manjom neizvjesnošću i rizikom (Kuvačić, 2005, 23). Poduzetništvo je također i proces stvaranja nečeg novog i vrijednog kroz posvećivanje vremena i truda, pretpostavljajući popratne financijske, fizičke i društvene rizike i na kraju primanje nagrade u obliku novčanog i osobnog zadovoljstva i neovisnosti (Hisrich, Peters, Shepherd, 2011, 8). Osim toga, poduzetništvo se može definirati kao posebna gospodarska funkcija usmjerena na pokretanje novih poslovnih inicijativa s ciljem očekivanja iznadprosječnih prihoda (Škrtić, 2008, 31).

U ovom radu polazi se od radne definicije poduzetništva kao procesa iskorištavanja poslovnih prilika koji inovativno kombiniraju resurse i nastanak novih radnih mjesta, što je logična posljedica poduzetničkog djelovanja, i tako stvaraju dodanu vrijednost. Pritom se poduzetništvu pristupa kao multidimenzionalnom fenomenu koji obuhvaća različite čimbenike (psihološke, ekonomske, sociološke) i analitičke razine (mikro i makro). Na temelju takvih polazišnih ideja provedeno je empirijsko istraživanje s ciljem istraživanja udruga koje se bave temama mladih u Republici Hrvatskoj: koliko su te udruge upoznate s pojmom i konceptom društvenog poduzetništva te bave li se tim pitanjem i uzimaju li u obzir mogućnosti takvih vidova financiranja kako bi postigle održivo djelovanje svojih organizacija.

## 2.2. Današnja definicija poduzetnika

Poduzetnik je svakako višedimenzionalna osoba (Vesalainen, 2005) koja poduzima određene pothvate i pri tome preuzima neizvjesnost i rizik: organizira i upravlja organizacijom preuzimajući sav rizik s ciljem ostvarenja profita. Poduzetnik obrazovanjem stječe znanja iz područja marketinga, financija, upravljanja i poslovnog odlučivanja. Prema Galbraithu (1971), dobar poduzetnik često nije i dobar menadžer. Međutim, danas se pokazuje da poduzetnici mogu uspješno upravljati rastom svojih korporacija. Kao primjer navode se Bill Gates i Steve Jobs. Poduzetnici sve više pažnje posvećuju razvoju menadžerskih znanja i vještina te programima koji im omogućuju da kvalitetno upravljaju rastom i razvojem vlastitih poduzeća. Potrebna znanja i vještine poduzetnika razlikuju se ovisno o fazi razvoja poduzeća.

U poduzetničkom procesu sudjeluje nekoliko ključnih čimbenika: poduzetnik, poslovna prilika i potrebna sredstva. Poduzetnik preuzima rizik u novcu, vremenu i ugledu, mora imati viziju i znati odrediti poslovne ciljeve, utvrditi poslovnu strategiju i koncipirati poslovni plan. Najvažniji je čimbenik poduzetničkog procesa poduzetnik jer bez njega ne može doći do pokretanja poduzetničkog procesa.

Danas, u novim socio-ekonomskim okolnostima, nije moguće zadovoljiti se samo strukturnim reformama koje su usmjerene na povećanje fleksibilnosti tržišta rada. Naglasak se mora staviti na stvaranje novih radnih mjesta pomoću korištenja unutarnjih resursa i inovativnosti postojećeg ljudskoga kapitala, pa tako ekonomski razvoj danas u mnogome ovisi o ekonomskoj inicijativi i preuzimanju poduzetničkog rizika koji dolaze odozdo (OECD, 2001, 8).

Hrvatska je karakteristična jer smo zemlja gospodarske i društvene tranzicije, s nedovoljno poticajnim okruženjem, nedostatnoga znanja i iskustva, bez kontinuirane tradicije u poduzetništvu. Bez obzira na navedene specifičnosti, iz godine u godinu raste broj poduzetnika. Procesom pridruženja Europskoj uniji ubrzani su neki procesi, ali svaki takav proces zahtijeva određeno vrijeme ostvarivanja. Neki od pozitivnih i svakako poticajnih projekata su Program poticanja malog i srednjeg poduzetništva, projekt Hitro, Hitrorez, osnutak Nacionalnog vijeća za konkurentnost i sl.

I u prošlosti se razmišljalo o konkurentnosti pa su se poduzetnici (obrtnici) povezivali u bratovštine, kasnije u zadruge, osnivane su komore (gospodarska, obrtnička), udruge poslodavaca... U posljednjih petnaestak godina u Hrvatskoj je pokrenut sustavni pristup poticanja poduzetništva, a utemeljena je i mreža institucijske potpore. U novije vrijeme bilježimo snažan porast modela udruživanja, posebice udruga mladih.

### 2.3. Udruge

Zakon o udrugama (NN74/14) udrugu definira kao „svaki oblik slobodnog i dobrovoljnog udruživanja više fizičkih, odnosno pravnih osoba koje se, radi zaštite njihovih probitaka ili zauzimanja za zaštitu ljudskih prava i sloboda, zaštitu okoliša i prirode i održivi razvoj, te za humanitarna, socijalna, kulturna, odgojno-obrazovna, znanstvena, sportska, zdravstvena, tehnička, informacijska, strukovna ili druga uvjerenja i ciljeve koji nisu u suprotnosti s Ustavom i zakonom, a bez namjere stjecanja dobiti ili drugih gospodarski procjenjivih koristi, podvrgavaju pravilima koja uređuju ustroj i djelovanje toga oblika udruživanja“. Istim Zakonom propisane su i sve ostale odredbe koje se tiču pravne osobnosti udruga, načela djelovanja, načela javnosti, neprofitnosti te ostalih elemenata potrebnih za zakonito funkcioniranje udruga.

Postoji više oblika organiziranja mladih, a neki od njih opisani su u Tablici 1.

**Tablica 1. Najčešći oblici organiziranja mladih**

Udruge mladih	Udruge građana/ki registrirane prema Zakonu o udrugama predvođene mladima koji su demokratski izabrani među članstvom udruge. U svome radu usredotočene su na afirmaciju mladih i podizanje kvalitete života mladih u široj društvenoj zajednici.
Udruge za mlade	Udruge građana/ki registrirane prema Zakonu o udrugama koje nužno ne predvode mladi, demokratski izabrani među članstvom udruge. U svome radu usredotočene su na podizanje kvalitete života mladih i rješavanje konkretnih problema.
Klubovi za mlade	Prostori otvoreni za mlade u unaprijed određeno vrijeme tijekom dana koji nude različite sadržaje za mlade; ponekad registrirani kao zasebne nevladine udruge, a ponekad kao projekti unutar nevladinih udruga i sl. Klubovi za mlade samostalni su prostori u kojima mladi stvaraju sadržaje prema vlastitim potrebama.
Centri za mlade	Specijalizirani prostori pružanja usluga i servisa mladima te mjesta na kojima se mladi mogu obrazovati i informirati o brojnim pitanjima i životnim područjima. Vode ih stručnjaci ili udruge mladih i za mlade.
Učeničke zadruge	Dragovoljnim učlanjenjem u zadrugu učenik preuzima obvezu rada u njoj i postaje suodgovoran za njezin rad i uspjeh. Razvija osobnost i druge pozitivne karakterne crte te stječe sposobnost za uspješno suočavanje sa životnim problemima.

Izvor: Klepić Novalija M. (2014)

Autori su u ovom radu odabrali dvije polazišne točke – udruge su birane po načelu neprofitnog djelovanja i na temelju područja interesa.

Načelo neprofitnosti djelovanja podrazumijeva da se udruga ne osniva radi stjecanja dobiti. Područje interesa obuhvaća udruge specijalizirane za rad s mladima.

### 3. SOCIJALNO PODUZETNIŠTVO

Socijalno poduzetništvo kao praksa koja integrira ekonomske i socijalne vrijednosti ima dugu povijest i globalnu prisutnost (Mair i Marti, 2005, 1), a u posljednje je vrijeme sve zanimljivija djelatnost. Socijalne inovacije, socijalno poduzetništvo i socijalna ekonomija rastuća su tema u različitim društvenim znanostima (Horvat i Kanić, 2011) te su na mnogim prestižnim sveučilištima pokrenuti kolegiji koji se bave tom temom (Oxford, Harvard, Stanford, Duke, New York). Unatoč tim trendovima, teoretičari još uvijek tragaju za „savršenom“ definicijom. Deeds, jedan od značajnijih teoretičara socijalnog poduzetništva, ističe (1998) kako je socijalno poduzetništvo neophodno za funkcioniranje društva, s obzirom na to da mnogi državni i filantropski pokušaji nisu ispunili očekivanja te se često percipiraju kao nedovoljni i neučinkoviti. Društveni boljitak je središnja okosnica djelovanja socijalnih poduzetnika, a profit, odnosno zarada, samo je sredstvo koje omogućuje funkcioniranje i ispunjenje društvene misije.

No Deeds također upozorava kako sve popularniji pojam „socijalnog poduzetništva“ može imati različito značenje u poimanju pojedinaca. Peredo i McLean (2006) ističu kako se socijalno poduzetništvo ne može i ne smije promatrati u strogo uskom smislu te da ovisno o njegovoj geografskoj prisutnosti postoje različita poimanja ovog koncepta. S time se slažu i Martin i Osberg (2007) koji smatraju da bi se trebala kreirati rigoroznija definicija socijalnog poduzetništva. Promatrajući različite pristupe ostvarenju društvenog boljitka, objašnjavaju tri uloge koje teorija prepoznaje: (1) „pružatelj socijalne pomoći“ utječe na rezultate postojećeg ekvilibrija; (2) „socijalni aktivist“ utječe na druge da stvaraju novi i održivi ekvilibrij dok (3) uspješan „socijalni poduzetnik“ aktivno djeluje, stvarajući novi i održivi ekvilibrij. Međutim, u praksi postoji više hibridnih modela (poput isprepletanja uloge socijalnog aktivista i socijalnog poduzetnika).

Europska komisija (2015) pod socijalnim poduzetništvom podrazumijeva djelovanje u interesu zajednice (sa socijalnim i društvenim ciljevima i nastojanjima u području zaštite okoliša), a ne u interesu povećanja profita. Socijalni poduzetnici često su inovativni s obzirom na proizvode i usluge koje nude ili organizacijske i proizvodne metode koje koriste. Također, često zapošljavaju osobe s invaliditetom, mlade pripadnike rizičnih skupina i etničkih manjina, populaciju koja je društveno marginalizirana i isključena s tržišta rada. Tako pridonose socijalnoj povezanosti, povećanju zaposlenosti i smanjenju nejednakosti u društvu. Ukratko, pod socijalnim poduzetništvom podrazumijeva se rješavanje određenih društvenih problema pomoću poduzetničkog pristupa kojim se omogućuje djelovanje organizacija.

Unatoč sve većoj popularnosti i općedruštvenoj dobrobiti, Europska komisija (2013, 81) upozorava da se socijalno poduzetništvo suočava s nizom izazova, kao što su manjak vidljivosti u javnosti (i u medijima) čime socijalne vrijednosti koje generira ostaju neprimjetne, nedostatak specijaliziranih edukacija i treninga za poboljšanje konkurentnosti, nedovoljno dobar pristup financijskim izvorima i nepostojanje regulative, odnosno različiti zakonski okviri u pojedinim zemljama.

### 3.1. Socijalno poduzetništvo u Republici Hrvatskoj

Socijalno poduzetništvo i u Hrvatskoj funkcionira na principu ujedinjavanja želje za rješavanjem društvenih problema i ostvarenja dobiti te „predstavlja značajan korak u razvoju humanijeg i tolerantnijeg društva i društveno-ekonomskih odnosa“ (Škrčić i Mikić, 2007, 163). Međutim, ono je tek na početku svog razvoja i još uvijek nije dovoljno zastupljeno. Socijalno poduzetništvo nije bilo predmetom većeg istraživačkog interesa u Hrvatskoj, njime su se tek usputno bavili znanstvenici unutar ekonomskih i drugih društvenih znanosti (Vidović, 2012, 194).

Prema Bežovanu i Zrinščaku (2007, 157), u Hrvatskoj se ovo područje ne percipira kao mogućnost generiranja radnih mjesta i zapošljavanja te se upozorava na važnost rasprava o društvenom poduzetništvu. Autori također naglašavaju da dnevne novine ne razumiju tako modernu i inovativnu društvenu ulogu pa ne prate njihove aktivnosti niti o tome izvještavaju javnost.

Jedno od istraživanja na temu socijalnog poduzetništva u Hrvatskoj je 2005. proveo NESSt, međunarodna organizacija koja razvija održiva društvena poduzeća kojima se pokušavaju riješiti kritični društveni problemi u zemljama s nedovoljno razvijenim tržištima. U izvještaju koji su za NESSt pripremili Comolli, Varga i Varga (2007, 8) istaknuto je da većina hrvatskih neprofitnih organizacija koje se bave socijalnim poduzetništvom improvizira i neučinkovito djeluje, bez puno planiranja i uz ograničen pristup financijskom kapitalu. Kao neki od ključnih razloga navode se nedostatak kapaciteta, ljudskih resursa i stručnosti potrebnih za pokretanje socijalnog poduzetništva. Međutim, unatoč navedenom stanju, istraživanje ističe da neprofitne organizacije „imaju pozitivan stav prema mogućnostima socijalnog poduzetništva”.

U izvještaju Europske komisije (2014, ii) o socijalnim poduzećima u Hrvatskoj upravo se nedostatak sredstava i izvora financiranja, pogotovo u slučaju *start-up* kompanija, navode kao problemi s kojim se susreću socijalna poduzeća u Hrvatskoj. Financijske institucije ne razlikuju socijalno poduzetništvo od ostalih vidova poduzetništva i zato nemaju posebno prilagođene financijske proizvode i usluge za socijalna poduzeća.

Perić i Dalić (2014, 90) dodatno naglašavaju da u Hrvatskoj nedostaje systemska potpora i međusektorska suradnja koje bi omogućile da socijalno poduzetništvo počne ostvarivati bolje rezultate. Proveli su istraživanje o utjecaju regionalne nejednakosti na percepciju mladih o socijalnom poduzetništvu kao potencijalnoj karijeri i zaključili da je mladima potrebna potpora za bavljenje poduzetništvom, bilo klasičnim ili socijalnim, koja bi se trebala ostvarivati kroz edukaciju na fakultetima. To mišljenje dijele Zrilić i Širola (2014, 73) koji ističu da su „dodatna edukacija i informiranje zadaci koji se moraju provesti u nadležnim institucijama, a posebice visokoškolskim ustanovama”. Njihovo istraživanje ukazuje na to da mladi nemaju dovoljno saznanja o prednostima socijalnog poduzetništva, odnosno mogućnostima zapošljavanja koje ono pruža. Pogotovo uzmemo li u obzir Eurostatov podatak (2015) da Hrvatska u drugom kvartalu 2015. bilježi nezaposlenost mladih od 43,5 posto.

U Hrvatskoj je socijalno poduzetništvo u nadležnosti Ministarstva rada i mirovinskog sustava koje naglašava da takav vid poduzetništva predstavlja oblik poslovanja vođen prvenstveno društvenim ciljevima te stvaranjem pozitivnog društvenog i okolišnog učinka.

U obrazloženju za usvajanje *Strategije razvoja društvenog poduzetništva u Republici Hrvatskoj za razdoblje od 2015. do 2020. godine*, Ministarstvo rada i mirovinskog sustava (2015) navodi da su socijalni poduzetnici i dalje nedovoljno vidljivi u javnosti i ekonomskim tokovima te da je potrebno stvoriti odgovarajući pravni, financijski i institucionalni okvir za njegov razvoj. Također, potrebno je provesti sustav mjera i aktivnosti za poticanje poslovanja kako bi se iskoristio puni potencijal sektora socijalnog poduzetništva. Strategijom je osigurano 270,65 milijuna kuna za razvoj socijalnog poduzetništva, od čega je najveći dio sredstava osigurao Europski socijalni fond. Osim toga, Hrvatski zavod za zapošljavanje (2015) objavio je popis paketa mjera za poticanje zapošljavanja u socijalnom poduzetništvu čiji je cilj „uključivanje mladih, osoba s invaliditetom, posebnih skupina te dugotrajno nezaposlenih žena u programe društveno korisnog rada koje provode trgovačka društva nastala unutar društvenog poduzetništva, a u svrhu jačanja kapaciteta civilnog sektora”.

Ipak, unatoč sve većoj promociji ove teme posljednjih nekoliko godina i nastojanjima institucija da socijalno poduzetništvo ciljano učine privlačnijim javnosti, bit će potrebno još vremena da se problem sistematizira. Na okruglom stolu o socijalnom poduzetništvu „Tko

su društveni poduzetnici, što rade – kako se financiraju”, održanom u travnju 2014., Katarina Ivanković-Knežević iz Ministarstva rada i mirovinskog sustava skrenula je pozornost na činjenicu da u Hrvatskoj još nije poznat točan broj socijalnih poduzetnika jer se dosad ovdje nitko nije bavio definicijom te vrste poduzetništva.

#### 4. DOSADAŠNJA ISTRAŽIVANJA TEME

Jedino relevantno i tematski vezano istraživanje novijeg datuma provela je 2009. organizacija Mreža mladih Hrvatske, savez nevladinih udruga mladih i za mlade koji u Hrvatskoj djeluje kao nacionalna krovna organizacija mladih, u suradnji s Institutom za društvena istraživanja. Studija je objavljena pod naslovom *Sam svoj majstor: istraživanje socijalnog poduzetništva u neprofitnom sektoru mladih* (2009). Istraživanjem se željelo utvrditi u kojoj mjeri mladi prepoznaju potencijal socijalnog poduzetništva kao mogućnosti financiranja aktivnosti organizacije i (samo)zapošljavanja mladih i ostalih marginaliziranih skupina te prepoznati izazove i zapreke u realizaciji poduzetničkih ideja u neprofitnom sektoru. Udruagama iz cijele Hrvatske poslan je upitnik s 98 pitanja i mogućnošću ostavljanja dodatnog komentara, a većina ispitanih udruga bila je iz Zagreba.

Rezultati istraživanja ukazali su na to da ispitanici nisu sigurni u značenje pojma socijalnog poduzetništva, iako su u odgovorima na početna pitanja tvrdili da su se već susreli s tim pojmom i da shvaćaju što ta ideja predstavlja. Koncept socijalnog poduzetništva smatraju dobrom idejom od koje može profitirati i lokalna zajednica. Upravo zato su, za potrebe ovog istraživanja, neka pitanja ponovno postavljena, kako bi se utvrdilo što se promijenilo u proteklih šest godina.

#### 5. METODOLOGIJA

Primijenjena istraživačka metoda naziva se anketno ispitivanje (e-anketa). Anketa je najčešće korištena tehnika prikupljanja podataka u društvenim znanostima, čija je primjena raširena u takvoj mjeri da se smatra znanstvenom metodom (Tkalac Verčić i dr., 2010, 103). Pritom se najčešće misli na anketu u užem smislu, odnosno na ispitivanje stavova i mišljenja uz pomoć upitnika. Anketa, u ovom slučaju e-anketa, zbog vremenske ograničenosti pokazala se najpraktičnijom metodom istraživanja. Anketni upitnik poslan je na ukupno 68 elektroničkih adresa udruga. Popis udruga preuzet je s internetskih stranica nacionalne krovne organizacije mladih – Mreže mladih Hrvatske (MMH), saveza koji okuplja približno 70 nevladinih udruga mladih i za mlade u Republici Hrvatskoj. Istraživanje je provedeno od 24. do 30. kolovoza 2015. godine. Anketu je ispunila polovica željenog uzorka, odnosno 34 udruge. Istraživanje je potaknuto pretpostavkom autorica da socijalno poduzetništvo u Hrvatskoj još uvijek nije dovoljno zastupljeno, poglavito u udrugama mladih. Istraživanjem se željelo utvrditi u kojoj su mjeri udruge mladih upoznate s terminima socijalnog poduzetništva i socijalnog poduzeća te s mogućnostima osnivanja takvih poduzeća. Drugi važan cilj istraživanja bio je uvidjeti procjene udruga mladih o tome kako socijalno poduzetništvo može financijski pridonijeti radu udruga, osnažiti prepoznatljivost aktivnosti udruga,



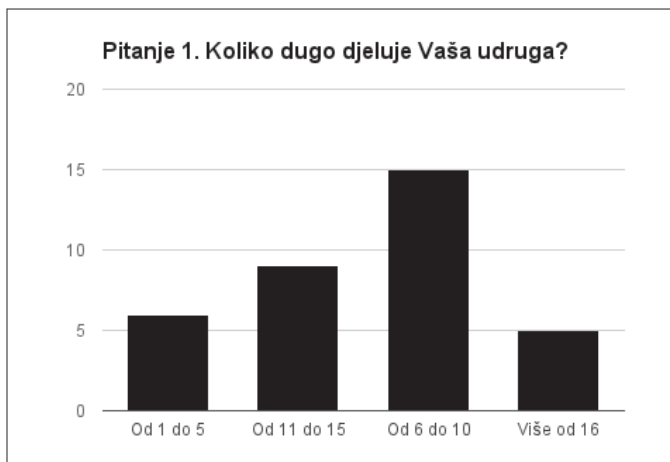
uključiti dodatne članove zajednice u rad udruge, pomoći u nalaženju novih poslovnih potencijala te osigurati bolju budućnost poslovanja udruga. Pritom su postavljena dva ključna istraživačka pitanja iz kojih su proizišle sljedeće hipoteze: (1) socijalno poduzetništvo u Hrvatskoj još uvijek nije dovoljno zastupljeno u radu udruga koje se bave mladima i (2) socijalno poduzeće može djelovanje udruga učiniti financijski održivim.

## 6. REZULTATI I RASPRAVA

Upitnik je poslan na e-adrese 68 udruga koje se bave aktivnostima vezanim uz mladu populaciju. Izvor popisa udruga je Mreža mladih Hrvatske, saveza koji okuplja nevladine udruge mladih i za mlade koje djeluju na nacionalnoj i lokalnoj razini unutar Republike Hrvatske. Na upitnik su odgovorile 34 udruge, odnosno 50 posto udruga obuhvaćenih istraživanjem.

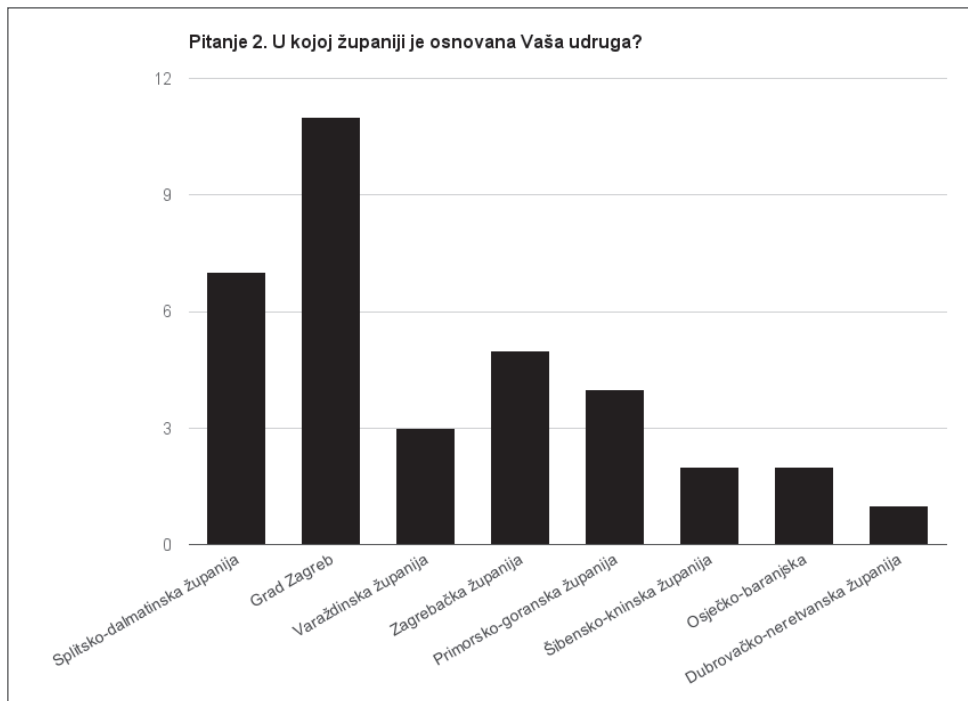
Od ispitanih udruga, 41 posto djeluje između šest i deset godina, 26 posto između 11 i 15 godina, 18 posto između jedne i pet godina, a 15 posto udruga djeluje više od 16 godina (slika 1).

**Slika 1. Godine djelovanja udruga**



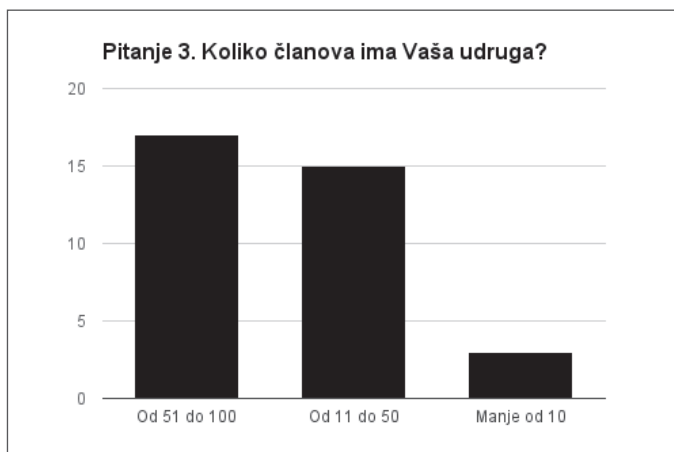
Izvor: izradile autorice

Najveći broj ispitanih udruga osnovano je na području Grada Zagreba – 32 posto, a slijede ih Splitsko-dalmatinska županija s 21 posto, Primorsko-goranska županija s 12 posto, Osječko-baranjska, Zagrebačka i Varaždinska s devet posto, Šibensko-kninska sa šest posto te Dubrovačko-neretvanska s tri posto. Iz preostalih županija nije bilo odgovora udruga (slika 2).

**Slika 2. Županije u kojima djeluju udruge**

Izvor: izradile autorice

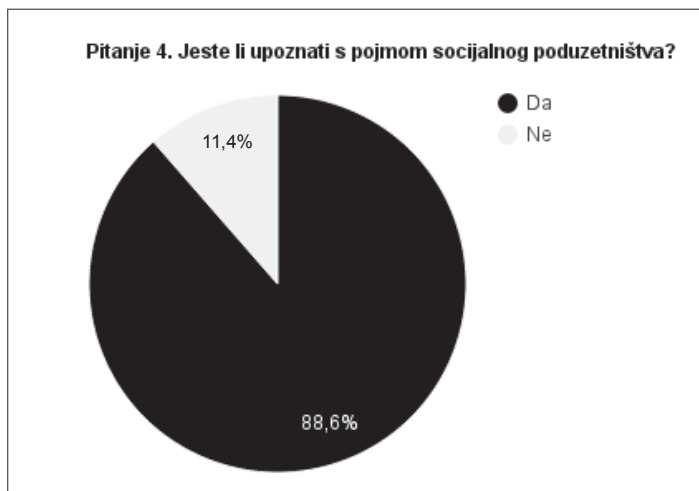
Kriterij broja članova otkriva da 47 posto udruga ima između 51 i 100 članova, 44 posto između 11 i 50, a devet posto udruga ima manje od deset članova (slika 3).

**Slika 3. Broj članova udruga**

Izvor: izradile autorice

Nešto više od 88 posto udruga izjašnjava se da su upoznate s pojmom socijalnog poduzetništva, dok je nešto manje od 12 posto odgovorilo da nije upoznato s tim pojmom (slika 4).

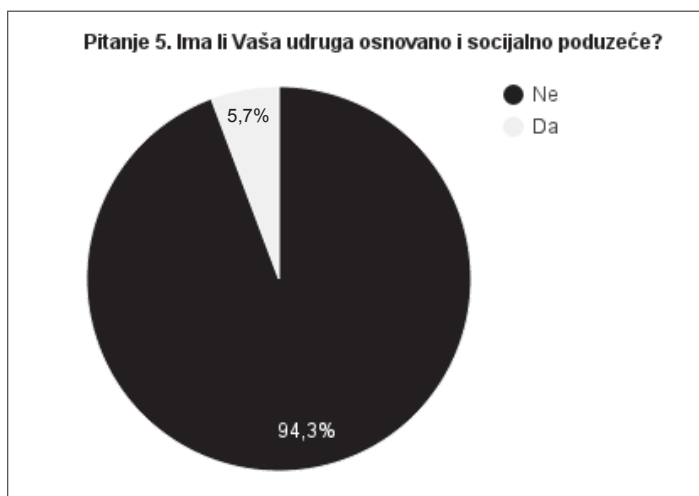
**Slika 4. Poznavanje termina socijalnog poduzetništva**



Izvor: izradile autorice

Istraživanje otkriva da 94 posto ispitanih udruga nema osnovano socijalno poduzeće, a samo šest posto odgovara potvrdno, odnosno da je udruga sudjelovala u osnivanju socijalnog poduzeća (slika 5).

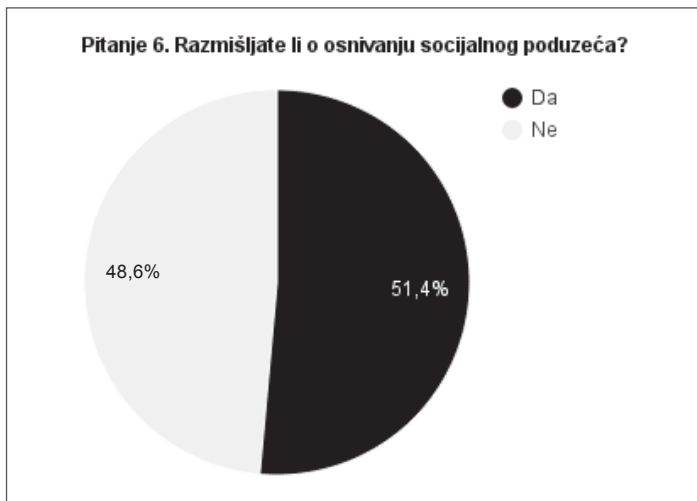
**Slika 5. Socijalno poduzeće**



Izvor: izradile autorice

Na pitanje razmišljaju li o osnivanju socijalnog poduzeća, 51 posto ispitanika odgovorilo je da razmišlja o toj mogućnosti, a 49 posto udruga niječe tu mogućnost (slika 6).

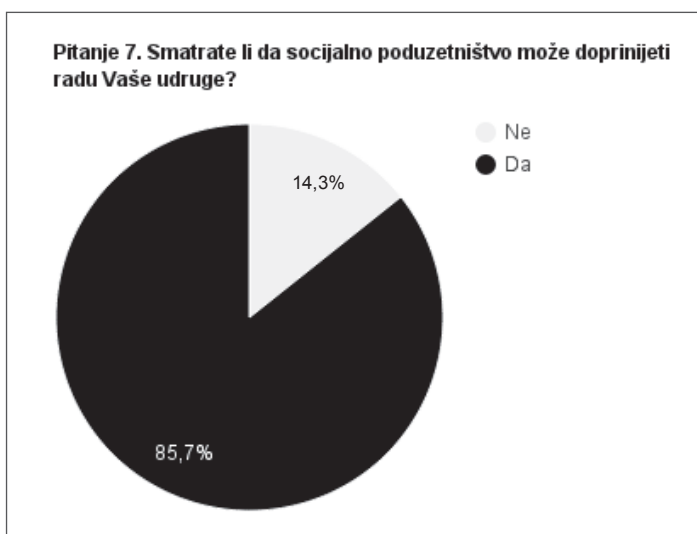
**Slika 6. Planovi i razmišljanja o osnivanju socijalnog poduzeća**



Izvor: izradile autorice

Čak 85 posto ispitanih udruga smatra da socijalno poduzetništvo može pridonijeti radu njihovih udruga, a samo 15 posto negira tu ulogu socijalnog poduzetništva (slika 7).

**Slika 7. Socijalno poduzeće u ulozi unapređenja rada udruge**



Izvor: izradile autorice

Promatra li se socijalno poduzeće kao potpora unapređenja djelovanja, udruge smatraju da je najveći doprinos osnivanja jednog takvog poduzeća jačanje prepoznatljivosti aktivnosti udruge. Osim toga, prednosti osnivanja socijalnih poduzeća tiču se i ostalih elemenata u djelovanju udruga: uključivanje dodatnih članova zajednice u rad udruge, pomoć u nalaženju novih poslovnih potencijala i osiguravanje bolje budućnosti u poslovanju udruge. Pri procjeni financijskih blagodati socijalnog poduzetništva, čak 60 posto ispitanika ocijenilo je financijsku prednost u rasponu od dobre do izvrsne, samo 3 posto ispitanika dalo je negativnu ocjenu, a 27 posto udruga smatra da socijalno poduzetništvo može samo u manjoj mjeri pridonijeti njihovom djelovanju (tablica 2).

**Tablica 2. Socijalno poduzetništvo kao podrška za unapređenje djelovanja**

Procjene koliko socijalno poduzetništvo:	Ocjene				
	Nedovoljan (1)	Dovoljan (2)	Dobar (3)	Vrlo dobar (4)	Izvrstan (5)
može financijski pridonijeti radu udruge	3 %	27 %	12 %	29 %	29 %
može pojačati prepoznatljivost aktivnosti udruge	0 %	0 %	21 %	71 %	8 %
može uključiti dodatne članove Vaše zajednice u rad udruge	0 %	15 %	18 %	59 %	8 %
može pomoći u nalaženju novih poslovnih potencijala	3 %	6 %	6 %	53 %	32 %
može osigurati bolju budućnost u poslovanju udruge	0 %	9 %	41 %	29 %	21 %
nešto drugo	32 %	21 %	32 %	6 %	9 %

Izvor: izradile autorice

## 7. ZAKLJUČAK

Iako je koncept socijalnog poduzetništva u Republici Hrvatskoj prisutan već više od desetljeća, ideje takvog načina društvenog djelovanja još uvijek nisu dovoljno razvijene, poznate i priznate. Načela društvenog poduzetništva još se ne percipiraju kao jedan od načina financijskog doprinosa aktivnostima organizacija unutar zajednice koja se bavi društvenim problemima. Ciljana skupina ovog istraživanja bile su udruge koje se bave mladima, a središnje pitanje bilo je jesu li takve udruge orijentirane prema poduzetničkim inicijativama i u kojoj mjeri. Osnovna hipoteza glasila je da socijalno poduzetništvo u Hrvatskoj još uvijek nije dovoljno zastupljeno kod udruga koje se bave mladima. Više od 90 posto ispitanika izjavilo je da nisu osnovali socijalno poduzeće i tako potvrdilo tu hipotezu. Taj negativni trend nije posljedica nepoznavanja termina socijalnog poduzetništva jer su gotovo svi ispitanici (88 posto) izjavili da im je poznato značenje tog pojma. Pritom je važno istaknuti da ispitane udruge nisu nedavno osnovane, već djeluju dugi niz godina – čak 67 posto ispitanih udruga posluje između šest i 15 godina, a 15 posto udruga djeluje više od 16 godina – te imaju itekako relevantno iskustvo i znanje o mogućnostima financiranja svojih aktivnosti.

Iako 85 posto ispitanika smatra da socijalno poduzetništvo može pridonijeti radu udruge, samo 51 posto razmišlja o osnivanju socijalnog poduzeća, dok 49 posto ne uzima u obzir taj vid održiva osiguravanja financijskih prihoda. Detaljnijom analizom procjena ispitanika o načinu unapređenja rada udruga pomoću projekata socijalnog poduzetništva, najbolje rezultate bilježi kategorija koja se tiče veće prepoznatljivosti aktivnosti udruga, a 3 posto udruga ocjenjuje financijski doprinos radu udruge nedovoljnim benefitom, u odnosu na 27 posto ispitanika koji daju jedva prolaznu ocjenu i smatraju je tek dovoljnim kriterijem. Ispitanici socijalno poduzetništvo vide i kao pomoć u pronalaženju novih poslovnih potencijala.

Uzme li se u obzir usvojena *Strategija razvoja društvenog poduzetništva u Republici Hrvatskoj za razdoblje od 2015. do 2020. godine*, na temelju koje je Ministarstvo rada i mirovinskog sustava osiguralo 270,65 milijuna kuna za razvoj socijalnog poduzetništva, buduća istraživanja trebala bi se usmjeriti na djelovanje udruga koje se bave mladima i njihove aktivnosti u pogledu osnivanja socijalnih poduzeća kao posljedice prepoznavanja mogućnosti koncepta socijalnog poduzetništva. Također, trebalo bi obratiti pozornost na negativne trendove prihvaćanja tog koncepta, to jest istražiti zašto udruge koje se bave mladima ne razmišljaju o osnivanju socijalnih poduzeća, iako svi pokazatelji govore u prilog tome da socijalno poduzetništvo može znatno pridonijeti rješavanju problema nezaposlenosti tog segmenta populacije.

## SOCIAL ENTREPRENEURSHIP IN CROATIA AS A METHOD OF FINANCING NOT-PROFIT YOUTH ORGANISATIONS

Lecturer Stana Odak Krasić, mag. nov., Veleučilište VERN'

Iblerov trg 10, Zagreb, Republika Hrvatska

Telephone: +385 99 4825 934 Fax: +385 1 4825 910

E-mail: [stana.odak.krasic@vern.hr](mailto:stana.odak.krasic@vern.hr)

Ivanka Šaravanja, mag. nov., Zagrebačka banka

Cesarčeva 2, Zagreb, Republika Hrvatska

Telephone: +385 98 1705 592

E-mail: [ivanka.saravanja@unicreditgroup.zaba.hr](mailto:ivanka.saravanja@unicreditgroup.zaba.hr)

### ABSTRACT

*Although one may say that all entrepreneurs through their activities contribute to society, social entrepreneurs conduct their activities exclusively to support the work of organisations founded to resolve critical social issues and for social betterment. Social entrepreneurship, which integrates the creation of economic and social value, enables organisations such as not-profit associations, cooperatives, foundations and similar entities to operate in a financially sustainable way. Nonetheless, social entrepreneurship is still poorly developed in Croatia so that, for example, the number of social enterprises is not known. The aim of this paper is to investigate and show to what extent not-profit associations involved in youth issues in Croatia are familiar with social entrepreneurship, use the approach or plan to in order to ensure their financial sustainability. The research methodology applied was the survey method (e-survey). The survey was sent to 68 email addresses of associations on the list of the national peak organisation of youth – Croatian Youth Network. 34 associations completed the survey. Our research confirmed the initial hypothesis: social entrepreneurship in Croatia is not well enough represented in the work of associations involved with youth given that more than 90% of respondents stated they had not founded a social enterprise. Neither is the role social enterprises in achieving financial sustainability for associations yet recognised – 27% of respondents gave the financial contribution of associations barely a pass mark, while 3% of associations consider it an inadequate benefit. Associations consider that the greatest contribution from forming such an enterprise the strengthening of the recognition of their work.*

**Key words:** entrepreneurship; social entrepreneurship; social enterprises; not-profit associations; youth

## LITERATURA

1. Bežovan, G., Zrinščak, S. (2007). *Civilno društvo u Hrvatskoj*, Zagreb: Naklada Jesenki i Turk/ Hrvatsko sociološko društvo.
2. Comolli, L.; Varga, E.; Varga, P. (2007). Pokreni se: Iskustva održivog socijalnog poduzetništva u Hrvatskoj. Zagreb: NESST. Preuzeto s: [http://www.most.hr/files/uploads/pokreni\\_se\\_socijalno%20poduzetnistvo.pdf](http://www.most.hr/files/uploads/pokreni_se_socijalno%20poduzetnistvo.pdf) (30.8.2015)
3. Dees, J. G. (1998). *The Meaning of "Social Entrepreneurship"*, Comments and suggestions contributed from the Social Entrepreneurship Founders Working Group. Durham, NC: Center for the Advancement of Social Entrepreneurship, Fuqua School of Business, Duke University. Preuzeto s: [http://www.caseatduke.org/documents/dees\\_sedef.pdf](http://www.caseatduke.org/documents/dees_sedef.pdf) (29.8.2015)
4. European Commission (2003). *Green Paper Entrepreneurship in Europe*. Preuzeto s: [http://ec.europa.eu/invest-in-research/pdf/download\\_en/entrepreneurship\\_europe.pdf](http://ec.europa.eu/invest-in-research/pdf/download_en/entrepreneurship_europe.pdf) (24.8.2015)
5. Europska komisija (2014), *A map of social enterprises and their eco-systems in Europe. Country Report: Croatia*. Preuzeto s: <http://ec.europa.eu/social/BlobServlet?docId=12991> (30.8.2015)
6. Europska komisija (2013). *Social economy and social entrepreneurship – Social Europe guide – Volume 4*. Publications Office of the European Union, Luxembourg.
7. Europska komisija (2015). *Social entrepreneurship*. Preuzeto s [http://ec.europa.eu/internal\\_market/social\\_business/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/internal_market/social_business/index_en.htm) (31.8.2015)
8. Eurostat (2015). *Euro area unemployment rate at 11.0%*. Preuzeto s: <http://ec.europa.eu/eurostat/documents/2995521/7012746/3-30092015-AP-EN.pdf/9adc381a-dbab-4e56-acde-eeeab6420971> (10.9.2015)
9. Galbraith, J. K. (1971). *The New Industrial State*. Boston: Houghton Mifflin.
10. Gvozdanić, A., Potočnik, D., Sočo, A. (2009). *Sam svoj majstor: istraživanje socijalnog poduzetništva u neprofitnom sektoru mladih*. Zagreb: Mreža mladih Hrvatske. Preuzeto s: <http://www.mmh.hr/files/ckfinder/files/SSMistrazivanje.pdf> (17.8.2015)
11. Hisrich, R. H., Peters, M. P., Shepherd, D. A. (2011). *Poduzetništvo*. Zagreb: Mate.
12. Horvat, M., Kanić, V. (2011). Treća EMES-ova međunarodna istraživačka konferencija o socijalnom poduzetništvu: Social innovations through social entrepreneurship in civil society. *Revija za socijalnu politiku*, 18 (3). 403-414.
13. Hrvatski zavod za zapošljavanje (2015). Zapošljavanje u društvenom poduzetništvu. Preuzeto s: <http://www.hzz.hr/default.aspx?id=14344> (11.9.2015.)
14. Klepić Novalija, M. (2014). *Mladi, poduzetništvo i Alisa u zemlji čudesa*. Učenje za poduzetništvo. Preuzeto s: [http://www.journal.zrinski.org/static/cms/data/EL\\_Vol2\\_No2.pdf](http://www.journal.zrinski.org/static/cms/data/EL_Vol2_No2.pdf) (24.8.2015)
15. Kuvačić, N. (2005). *Poduzetnička biblija*. Split: Beretin.
16. Mair, J., Marti, I. (2006). Social Entrepreneurship Research: A Source of Explanation, Prediction, and Delight, *Journal of World Business*, 41: 36-44.
17. Ministarstvo rada i mirovinskog sustava (2015). *Strategija razvoja društvenog poduzetništva u Republici Hrvatskoj za razdoblje od 2015. do 2020*. <https://vlada.gov.hr/UserDocsImages/Sjednice/2015/226%20sjednica%20vlade/226%20-%207.pdf> (30.8.2015)
18. *Narodne novine* (2014). Zakon o udrugama. Preuzeto s: <http://www.zakon.hr/z/64/Zakon-o-udrugama> (24.8.2015)
19. OECD (2001). *Putting the Young in Business. Policy Challenges for Youth Entrepreneurship*, Paris: OECD.



20. Paredo, A. M., McLean, M. (2006). Social entrepreneurship: A critical review of the concept, *Journal of World Business*, 41(1): 56-65.
21. Perić, J., Dalić, A. (2014): Social entrepreneurship in Croatia: Do regional disparities influence young people's perception of social entrepreneurship as a potential career path?, *Ekonomski vjesnik / Econoviews*, 1: 81-92.
22. Škrtić, M. (2008). *Osnove poduzetništva i menadžmenta*. Karlovac: Veleučilište u Karlovcu.
23. Škrtić, M., Mikić, M. (2007). O socijalnom poduzetništvu u svijetu i u Republici Hrvatskoj, *Zbornik Ekonomskog fakulteta u Zagrebu*, 5:153-163.
24. Tkalac Verčić, A., Sinčić Ćorić, D. i Pološki Vokić, N.(2010). *Priručnik za metodologiju istraživačkog rada: Kako osmisliti, provesti i opisati znanstveno i stručno istraživanje*, Zagreb: MEP.
25. Vesalainen, J. (2002). Dimensions of Entrepreneurship: Social, economic, local and individual aspects of entrepreneurial behaviour, student's handbook, manuscript. University Vaasa, Finland.
26. Vidović, Davorka (2012). *Socijalno poduzetništvo u Hrvatskoj*. Doktorska disertacija. Zagreb: Filozofski fakultet, Sveučilište u Zagrebu.
27. Zrilić, N., Širola, D. (2014). Socijalno poduzetništvo – nova mogućnost zapošljavanja mladih u Hrvatskoj, *Zbornik Veleučilišta u Rijeci*, 2 (1): 59-76.