

<https://doi.org/10.38190/ope.10.1.12>

Stručni rad / Professional paper

DRUŠTVENO PODUZETNIŠTVO: GLAVNE ODREDNICE I PRIKAZ SLUČAJA

Petar Šajfar, mag.act.soc., asistent
Pravni fakultet Osijek,
Stjepana Radića 13, Osijek, Hrvatska
Telefon: +385 31 224 500; e-mail: psajfar@pravos.hr

Lorena Strmota, studentica
Pravni fakultet Osijek
Stjepana Radića 13, Osijek, Hrvatska
e-mail: lstrmota@pravos.hr

SAŽETAK

Profitno orijentiran sustav, kao dominantna paradigma, generira brojne probleme u društvenoj sferi, posebice kada je riječ o ranjivim društvenim skupinama među koje spadaju osobe s invaliditetom. Postoje brojni odgovori na navedeno stanje, a jedan od njih je društveno poduzetništvo koje teži integraciji ekonomskih i socijalnih ciljeva čime se smješta na razmeđu profitnog i neprofitnog sektora. Iako svoje korijenje vuče iz 18. stoljeća, u zadnjim desetljećima, a posebice u doba krize, ponovo se aktualizira i intenzivno proučava. Cilj je rada pružiti najvažnije informacije potrebne za razumijevanje koncepta društvenog poduzetništva. Navedeno će se nastojati postići kroz prikaz povijesnog pregleda razvoja koncepta društvenog poduzetništva, definicija te prikaz institucionalnog i normativnog okvira, s naglaskom na hrvatski kontekst. Naposljetku se daje primjer društvenog poduzeća u razvoju te zaključna razmatranja temeljena na ranijim prikazima.

Ključne riječi: društveno poduzetništvo; društveno poduzeće; inovativnost; osobe s invaliditetom

1. UVOD

Poznata uzrečica „*Money runs the world*“ definitivno ima svoje oživotvorenje u profitno orijentiranom sustavu koji dominira svijetom, no moglo bi se reći kako isti taj sustav, kao dominantna paradigma, generira brojne probleme na koje, barem za sada nema odgovora. Zanimljivo je promišljanje Ivančića (1998.) koji kaže kako se čovjek nekoć borio protiv prirodnih nepogoda i njegovo blagostanje ovisilo je o prirodnim uvjetima koji su odredili rodnošću godine, a time i sve ostalo, dok se danas ogromna količina energije troši na saniranje posljedica koje nastaju djelovanjem sustava koji najvećim dijelom ovisi o utjecaju čovjeka. Primjer donosi Amartya Sen, indijski nobelovac, koji je analizirajući pojavu gladi u Indiji otkrio kako je godina u kojoj se glad pojavila bila čak iznadprosječno rodna, ali i nekoliko prethodnih nije bilo lošeg uroda (Knežević, 2013.). Ipak, djelovanjem tržišnih mehanizama ogroman dio pučanstva je izmanipuliran te je u konačnici nastala nestašica žitarica – osnove prehrane (Knežević, 2013.). Paradoksalnost ovakvog ishoda pokazuje izražene slabosti profitu orijentiranog gospodarstva, a o paradoksalnosti takvog sustava govori i Knežević (2013.) koji kaže kako svijet nikad prije nije raspolagao većom količinom bogatstva koja je u ovim trenucima i više nego dovoljna da svakom čovjeku osigura dostojan život, no unatoč tome evidentno je kako su siromaštvo, isključenost, iskorištavanje, glad i dalje široko rasprostranjeni.

Kritički pogledi na ovakav sustav generiraju razne ideje kojima se nastoje riješiti problemi promjenom načina djelovanja ili, još radikalnije, zamjenom cijele paradigme. Kako ovo potonje zahtjeva općedruštvenu transformaciju, češće se javljaju različiti koncepti koji unutar postojećeg sustava donose snažne inicijative. Jedan od takvih je i koncept društvenog poduzetništva koji danas pobuđuje sve veći interes od razine njegove praktične primjene pa sve do pojačanog znanstvenog teoretiziranja i istraživanja (Stubbs i Vidović, 2017.)¹.

U suvremenoj literaturi učestalo se koriste pojmovi socijalne ili društvene ekonomije i poduzetništva (eng. *social economy, social entrepreneurship*). Pri tome se socijalno, odnosno društveno koriste uglavnom kao sinonimi. No, Strategija razvoja društvenog poduzetništva za razdoblje od 2015. do 2020., kao jedan od ključnih dokumenata u ovom području u Republici Hrvatskoj, koristi se isključivo terminom „društveno“ (poduzetništvo), kako bi naglasila usmjerenost na društvene ciljeve i izbjegle konotacije koje može imati termin „socijalno“ (Ministarstvo rada i mirovinskog sustava (MRMS), 2015.). Prateći navedeni normativni okvir, u ovome radu će se također koristiti termin „društveno“.

Cilj rada je, u osnovnim crtama, prikazati koncept društvenog poduzetništva. Rad ne ulazi u dubinsko razmatranje pojedinih aspekata i tema važnih za društveno poduzetništvo, nego čitatelju pruža najvažnije informacije potrebne za razumijevanje stanja. Navedeni cilj će se nastojati postići kroz prikaz povijesnog pregleda razvoja koncepta društvenog poduzetništva, definicije, prikaz institucionalnog i normativnog okvira, s naglaskom na hrvatski kontekst te naposljetku prikaza slučaja.

¹ U literaturi se javljaju rasprave je li socijalno poduzetništvo samo nastavak neoliberalne hegemonije ili pak inovativni i razvojni koncept.

2. POVIJESNI PREGLED DRUŠTVENOG PODUZETNIŠTVA

Korijene društvenog poduzetništva nalazimo u prvoj polovici 19.stoljeću. Tada je Charles Dunoyer prvi put upotrijebio pojam društvena ekonomija što je širi pojam koji obuhvaća i društveno poduzetništvo (Lešić, 2015.). Kraj 18. i početak 19. stoljeća razdoblje je prve industrijske revolucije i pojave novih problema u tadašnjem gospodarstvu te se kao odgovor na to počinje javljati koncept društvene ekonomije, odnosno društvenog poduzetništva. Nadalje, kroz 19. stoljeće ključnu ulogu u društvenom poduzetništvu zauzimaju zadruge (dok su u Sjedinjenim Američkim Državama to bile fondacije) koje su, promovirajući vrijednosti demokratskog udruživanja, zajedništva i suradnje, postale temelj moderne socijalne ekonomije (MRMS, 2015.). Važno je reći kako su Zadruge i u današnje vrijeme jedan od izuzetno značajnih aktera razvoja društvenog poduzetništva (Babić i Račić, 2011). U 20. stoljeću, posebice nakon Drugog svjetskog rata koncept gubi na značaju zbog velikog naglaska na nužnosti ponovne izgradnje razorene Europe i ubrzanog ekonomskog rasta. Posebice nepovoljna situacija za društveno poduzetništvo bila je u socijalističkim zemljama gdje država nije ostavljala prostora privatnim inicijativama. Preokret se događa 1980-ih kada se počinje uviđati kako tradicionalno, profitno orijentirani sustav ne može odgovoriti na probleme dugotrajne nezaposlenosti, socijalnog isključivanja, obrazovanja i sl. Posljednja svjetska ekonomska kriza 2008. godine, ponovno je, dodatno, aktualizirala koncept društvenog poduzetništva i u njemu se pokušava pronaći rješenja za goruće socijalne probleme (Petričević, 2011.). Kako vidimo iz navedenog, društveno poduzetništvo ima svoje povijesne korijene. Njegov nastanak vezan je za pojavu krize u ekonomskoj, ali i općedruštvenoj sferi, a svako novo krizno razdoblje od 18. stoljeća ponovno ga revitalizira.

3. DEFINIRANJE DRUŠTVENOG PODUZETNIŠTVA

Kako bismo jasnije odredili koncept društvenog poduzetništva, važno je razumjeti širi koncept društvene ekonomije, unutar koje se ono pojavljuje. Općenito govoreći, društvena je ekonomija važan dio ekonomskog rasta, redistribucije dobara, korekcije tržišnih disbalansa, ali i sredstvo osnaživanja ekonomske demokratičnosti (Monzón & Chaves, 2012.). Slično navedenome, društvena ekonomija razmatra se kao jedan od koncepata koji teži usklađivanju gospodarstva i različitih socijalnih, kulturnih i ekoloških izazova (Šimleša i sur., 2016.). Društvena ekonomija također se može definirati kao djelovanje subjekata kojima neposredno upravljaju njihovi članovi, s ciljem ispunjavanja društvenih ciljeva (MRMS, 2015.).

Iz navedenih definicija može se zaključiti kako je društvena ekonomija široki koncept koji smjera ostvarenju različitih ciljeva, ali koji se mogu svesti pod nazivnik općeg dobra, na način da u isto vrijeme koristi i korigira različite tržišne mehanizme. Zbog navedene širine, ne čudi velik broj različitih dionika koji se smatraju akterima društvene ekonomije, osnovanih u formi zadruga, udruga, fondacija, uzajamnih društava (Vojvodić i Šimić Banović, 2019.). Iako se navedeni akteri smatraju imanentni društvenoj ekonomiji, integriranje koncepta društvene ekonomije moguće je pronaći i u drugim organizacijskim oblicima, kao što su, inače profitno orijentirana dionička društva, društva s ograničenom odgovornošću, privatne ustanove, kreditne unije (Šimleša i sur., 2016.), ali i vjerske zajednice te političke stranke (Lešić, 2015.).

Tako različite organizacije, koje implementacijom inovacija stvaraju dodanu vrijednost u uvjetima rizika, zapravo participiraju u poduzetništvu u širem smislu riječi (Buble i Buble 2014.). Društveno poduzetništvo, iako specifičnije i tek dijelom poduzetništva u cjelini, također je općeniti termin koji obuhvaća velik raspon inovativnih i dinamičnih praksi raširenih u različitim kontekstima pojedinih država (Vincetić i sur., 2013.). Nadalje, društveno poduzetništvo možemo definirati kao koncept koji integrira stvaranje ekonomske i socijalne vrijednosti (Škrčić i Mikić 2007.). Iz navedene definicije vidimo jedno od ključnih obilježja socijalnog poduzetništva, a to je stvaranje i socijalne vrijednosti što u integraciji s ekonomskim ovaj koncept smješta na razmeđu profitnog i neprofitnog sektora. Nešto razrađeniju definiciju daju autori Mair i Marti (2006.) navodeći da je društveno poduzetništvo proces prepoznavanja prilike za ekonomsku aktivnost usmjerenu rješenju različitih društvenih problema na inovativan način, u konačnici stimulirajući društvenu promjenu i generiranje društvenih vrijednosti (Vidović, 2012.). Društveno poduzetništvo dakle, integrira postizanje socijalne misije s načelima poslovnog sektora i inovacijama (Bacq i Janssen 2011.). Određena skupina definicija društveno poduzetništvo vidi kao strategiju zarađivanja prihoda i tržišne aktivnosti neprofitnih organizacija kojom one podupiru ostvarivanje zadane misije (Defourny i Nyssens 2010.).

Poseban doprinos u konceptualiziranju društvenog poduzetništva donosi Međunarodna istraživačka mreža (EMES) navodeći društvene, ekonomske i upravljačke kriterije koji određuju neku organizaciju kao aktera društvenog poduzetništva. Prema navedenoj organizaciji, društveni kriteriji su: a) izričit cilj djelovanja je opća, društvena korist; b) inicijativa dolazi od građana, odnosno civilnog sektora; c) ograničena je distribucija profita (može se koristiti u svrhu ostvarivanja misije organizacije). Kao ekonomske kriterije, navedeni su: a) kontinuirana produkcija dobara, odnosno usluga; b) preuzimanje značajnog ekonomskog rizika; c) minimiziranje plaćenog rada. U konačnici, kriteriji upravljanja kazuju o načinu upravljanja takvim organizacijama: a) visok stupanj autonomije; b) mogućnost sudjelovanja u donošenju odluka ne temelji se na udjelu vlasništva; c) u proces djelovanja i upravljanja organizacijom, mogu se uključiti različiti dionici (npr. zaposleni, korisnici usluga, itd.) (EMES, 2020.).

Spomenute definicije su samo kap u moru postojećih definicija socijalnog poduzetništva koje su nastale, ne samo kroz znanstvene radove, nego i razne institucionalne dokumente (npr., Zelena knjiga – Poduzetništvo u Europi), ali i kroz organizacije specijalizirane za razvoj socijalnog poduzetništva (npr., Ashoka, NESsT, ACT Grupa, i dr.).

Ovdje navedene definicije ukazuju na najvažnije elemente koji su zajednički većini definicija kojima se nastoji odrediti koncept društvenog poduzetništva, odnosno njegove specifičnosti. Prije svega to je naglasak na stvaranju društvenih vrijednosti pored ekonomskih, tj. profita koji pada u drugi plan (Baturina, 2013.). Sljedeći važan element je da su aktivnosti karakterizirane inovacijom, odnosno kombinacijom postojećih resursa na nove kreativne načine (Baturina, 2013.). Inovacije tako postaju važnije nego masovna proizvodnja, novi strojevi i slično, budući da tzv. snaga mozga predstavlja najvažniju komponentu u poduzetničkoj aktivnosti (Barković, 2009.). Treći element je korištenje poslovnih mehanizama, odnosno prepoznavanje i iskorištavanje prilika te preuzimanje rizika s čime je povezano i barem djelomično oslanjanje na tržišne mehanizme (Barković, 2009.). Naposljetku, definicije govore kako se specifičnosti socijalnog poduzetništva ogledaju i u naglašavanju važnosti društvene promjene te ostvarivanje misije organizacije (Baturina, 2013.).

4. INSTITUCIONALNI I NORMATIVNI OKVIR DRUŠTVENOG PODUZETNIŠTVA

Na području Europske Unije društveno poduzetništvo se uglavnom pojavljuje kroz zadruge i udruge, a najčešće je djelatnost usmjerena na integraciju u tržište rada i osiguravanje usluga socijalne skrbi (Vidović, 2012.).

Europski Parlament, Vijeće Europske Unije te Europska Komisija, kao najviše europske institucije, višekratno su se bavile pitanjem društvene ekonomije i poduzetništva, donoseći različite akte u okviru svoje nadležnosti (European Commission, 2013.). Među značajnije se mogu navesti primjerice dokumenti kao što su *Small Business Act for Europe* i *European Agenda for Entrepreneurship*. Osobito važna je Direktiva o javnoj nabavi koja javnim tijelima sugerira da prilikom nabave proizvoda i usluga posebno obrate pozornost na ponuditelje iz domene društvene ekonomije (predviđa se osiguranje rezervnih ugovora i implementacije socijalnih klauzula) (Vojvodić i Šimić Banović, 2019.).

Značajnu podršku društvenom poduzetništvu Europska Unija pruža kroz nekoliko inicijativa i financijskih instrumenata. Tako inicijativa „Unija inovacija“ potiče dobrotvorne organizacije i socijalne poduzetnike na razvoj inovativnih rješenja za podmirivanje socijalnih potreba koje tržište, odnosno javni sektor nije u mogućnosti podmiriti (Vincetić i sur. 2013.). Sljedeća važna inicijativa „Akt o jedinstvenom tržištu“ ide za poticanjem zajedničkog europskog okvira te jedinstvenim tržištem čime bi se povećala dostupnost fondova, a samim time i ulaganja u svim državama članicama (Vincetić i sur. 2013.). Također važna je i „Inicijativa za socijalno poduzetništvo“ nastala na temelju Europske platforme za suzbijanje siromaštva i socijalne isključenosti. Ova inicijativa predlaže tri ključne mjere: lakši pristup financiranju, veću vidljivost društvenog poduzetništva te razvoj poticajnog zakonodavnog okruženja (European Commission, 2011.).

Vjerojatno najznačajniji dokument za razvoj Europske Unije, a time i ogromnog utjecaja na društveno poduzetništvo, jest Europa 2020 (European Commission, 2010.) iz kojeg proizlaze daljnje inicijative i programi. Naime, navedena strategija postavlja tri prioriteta budućeg razvoja:

- pametan rast, tj. razvoj ekonomije utemeljene na znanju i inovacijama
- održiv rast, tj. promicanje ekonomije koja učinkovitije iskorištava resurse
- uključiv rast, tj. njegovanje ekonomije s visokom stopom zaposlenosti

Navedeni prioriteti međusobno se nadopunjuju, a ako pogledamo definicije društvenog poduzetništva, jasno je kako se navedeni koncept jako dobro uklapa u ostvarivanje ovakvih prioriteta. Osim ovih prioriteta, Europa 2020 donosi i pet specifičnih ciljeva čijem ostvarenju društveno poduzetništvo može pružiti značajan doprinos. Prije svega, to se može reći za ciljeve izvlačenja 20 milijuna ljudi iz rizika od siromaštva te dostizanja stope od 75% zaposlene populacije u dobi od 20. do 64. godine. Sve ciljeve države članice moraju implementirati u svoje nacionalne ciljeve što omogućuje stvaranje pozitivnog okruženja za razvoj društvenog poduzetništva na teritoriju cijele Europske Unije.

Također, EU Program za zapošljavanje i socijalne inovacije koji, između ostalih ciljeva komplementarnih društvenom poduzetništvu, eksplicitno navodi i povećanje pristupa financijskoj pomoći za društvena poduzeća (European Commission, 2014.). Navedeni financijski instrument, kao i ranije spomenuti strateški dokument Europa 2020 završavaju upravo u

2020. godini, iako se ugovorene aktivnosti provode do najkasnije 2023. U tijeku su pregovori i formiranje novog strateškog dokumenta za sljedeće sedmogodišnje razdoblje, u kojemu ostaje vidjeti nastavlja li Europska Unija daljnji razvoj područja društvene ekonomije, odnosno poduzetništva.

Pored nadnacionalnog okvira Europske Unije, zemlje članice imaju suverenitet razvoja vlastitog zakonodavstva i politika usmjerenih na društvenu ekonomiju, odnosno poduzetništvo. Kako je ono uvelike kontekstualno uvjetovano, ne čudi različitost između pojedinih zemlja. Načelno govoreći, zemlje u kojima je socijalna skrb visoko razvijena (primjerice Njemačka, Austrija i skandinavske zemlje), društveno poduzetništvo javlja se kao pokretač inovacija u socijalnim uslugama, dok u drugima, među kojima je i Hrvatska, društveno poduzetništvo ima značajan udio u osiguravanju usluga koje javni aparat ne uspijeva pokriti (Vojvodić i Šimić Banović, 2019.). Pored navedenog, društveno poduzetništvo u Europi ima dva smjera koja se međusobno ne isključuju, ali stavljaju različite naglaske. Jedan smjer je djelovanje društvenog poduzetništva s ciljem integracije ugroženih skupina, kao primjerice zapošljavanje osoba s invaliditetom (tzv. *WISE pristup*) (Marković i sur., 2017.), dok drugi smjer teži ostvarenju širih društvenih ciljeva (Vojvodić i Šimić Banović, 2019.).

4.1. Društveno poduzetništvo u hrvatskom kontekstu

Hrvatska, unatoč poteškoćama socijalističkog razdoblja, ima dugu tradiciju zadrugarstva te one predstavljaju dobru osnovu za daljnji razvoj društvenog poduzetništva. Ipak, današnji najuspješniji primjeri socijalnog poduzetništva nastali su kao inicijative organizacija civilnog društva, što je razumljivo činjenicom da organizacije civilnog društva nakon poratnog razdoblja ostaju bez značajnog dijela inozemnih potpora te sami moraju iznaći nove izvore financiranja (Vidović, 2012.).

Na institucionalnoj razini društveno poduzetništvo počinje se spominjati 2000. godine u programu suradnje Vlade i nevladinog sektora te se u Nacionalnoj strategiji stvaranja poticajnog okruženja za razvoj civilnog društva od 2006. do 2011. godine pokušalo uspostaviti okvir za razvoj društvenog poduzetništva, a sljedeća strategija za razdoblje od 2012. do 2016. predviđala je mjere za osnaživanje uloga organizacija civilnog društva u pokretanju socijalnih inovacija i društvenog poduzetništva (Šimleša i sur., 2015.). Također, doprinos razvoju pružao se kroz mjere poticanja društvenog poduzetništva kao strateške aktivnosti u području zapošljavanja, koje su predviđene u Strategiji borbe protiv siromaštva i socijalne isključenosti (MRMS, 2015.). Pored navedenih dokumenata ne postoji jedinstveni zakon o društvenom poduzetništvu kao što je to primjerice slučaj u susjednoj Sloveniji, nego ovo područje uređuje niz zakona (Lupšić, 2011.):

- Zakon o zadrugama (NN 34/11, 125/13, 76/14, 114/18, 98/19)
- Zakon o udrugama (NN 74/14, 70/17, 98/19)
- Zakon o zakladama i fondacijama NN 36/95, 64/01
- Zakon o ustanovama (NN 76/93, 29/97, 47/99, 35/08, 127/19)
- Zakon o trgovačkim društvima (NN 111/93, 34/99, 121/99, 52/00, 118/03, 107/07, 146/08, 137/09, 125/11, 152/11, 111/12, 68/13, 110/15, 40/19)

- Zakon o profesionalnoj rehabilitaciji i zapošljavanju osoba s invaliditetom (NN 157/13, 152/14, 39/18, 32/20)
- Zakon o javnoj nabavi (NN 120/16)
- Zakon o poticanju razvoja malog gospodarstva (NN 29/02, 63/07, 53/12, 56/13, 121/16)

Disperziranost pravne regulative sa sobom nosi i disperziranost institucionalnog okvira, budući da je provedba navedenih zakona vezana uz različite dionike, ponajprije resorna ministarstva i druga javna tijela (Ministarstvo rada i mirovinskog sustava, Ministarstvo gospodarstva, poduzetništva i obrta, Ministarstvo za demografiju, obitelj, mlade i socijalnu politiku, Ured za udruge pri Vladi Republike Hrvatske...). Kako bi se uredilo navedeno područje, donesena je, ranije spomenuta, Strategija razvoja društvenog poduzetništva u Republici Hrvatskoj za razdoblje od 2015. do 2020. (dalje: Strategija). Pored uspostave i unapređenja institucionalnog i normativnog okvira za razvoj društvenog poduzetništva, Strategija propisuje još tri ključna cilja. Oni se odnose na uspostavljanje financijskih mjera namijenjenim društvenom poduzetništvu, promicanje važnosti društvenog poduzetništva kroz sve oblike obrazovanja te naposljetku osiguranje vidljivosti i informiranje o društvenom poduzetništvu (MRMS, 2015.).

Za ostvarivanje navedenih ciljeva određene su različite mjere te je za svaku posebnu mjeru razrađeno koje aktivnosti će se provoditi, tko su nositelji (najčešće su nositelji ministarstva, organizacije civilnog društva i znanstveno-istraživačke institucije), koji su rokovi, potrebna sredstva (ukupno nešto više od 270 milijuna kuna) i izvori financiranja (ministarstva, EU fondovi) te naposljetku koji su relevantni pokazatelji.

Prije samog donošenja Strategije, objavljen je Prijedlog Strategije te su, kroz provedenu javnu raspravu (MRMS, 2014), zainteresirani mogli dati svoj doprinos u razradi strateškog dokumenta. Iz kritika je razvidno da se već tada najviše zamjeralo što za veliki dio sredstva predviđenih Strategijom ne postoji nikakva analiza konteksta i uvjeta u kojima bi se trebale provoditi određene mjere što ne stvara dovoljno jasno sliku kako će sama implementacija mjera izgledati i kakav će uspjeh donijeti. U odnosu na Nacrt, donesena Strategija je smanjila predviđena sredstva za više od 40 milijuna kuna. Budući da se radi o prvoj strategiji na našem području te nemamo jasno profiliran sektor, u javnoj raspravi zahtijevalo da Strategija odredi evaluaciju za svaku godinu, umjesto samo dva puta tijekom razdoblja od šest godina, kako bi se lakše pratila provedba i putanja razvoja. Naposljetku, riječ je o strateški važnom dokumentu koji donosi konkretne mjere koje je potrebno provesti, no razvidno je kako je i prije samog donošenja strategije postojalo kašnjenje (prvotno je planirano donijeti Strategiju za razdoblje od 2013. do 2020.) pa je takva situacija već ulijevala dozu skepse glede ostvarivanja postavljenih ciljeva. Ušavši u zadnju godinu koju je Strategija obuhvatila (2020.), možemo zaključiti kako ciljevi strategije nisu ostvareni (Vojvodić i Šimić Banović, 2019.), možda iz upravo navedenih razloga (Baturina, 2018.).

Unatoč slabostima, razvidna je velika važnost dokumenta (Kolaković, Turuk, Turčić, 2018.) koja se očituje u propisivanju kriterija za prepoznavanje društvenih poduzeća (MRMS, 2015.). Uspostavljanje jasnih kriterija ključna je stvar u razvoju društvenog poduzetništva, jer se na taj način društvena poduzeća mogu diferencirati od ostalih te poticati kroz specijalizirane natječaje. No, analizirajući navedene kriterije, dolazi se do problema nedovoljne operacionaliziranosti, odnosno potrebe detaljnijeg tumačenja, jer pojedini kriteriji ostaju nejasni ili teško dostižni (Šimleša i sur. 2016.).

Pored navedenih kriterija, Strategija donosi i značajnu *SWOT*² analizu, koja pomaže uvidjeti ključne aspekte društvenog poduzetništva u Hrvatskoj. Iako je analiza rađena prije donošenja Strategije, sada, pred njezinim istekom, moguće je zaključivati o (ne)uspjehu promjena. I dalje se među najznačajnijim snagama, osim ranije već spomenute duge tradicije i državnih poticaja, ističe postojanje široke podrške za razvoj sektora društvenog poduzetništva kroz *SEFOR*³ i mrežu *CEDRA HR*⁴, regionalne razvojne agencije, ali i sve više prepoznatih primjera dobre prakse (npr. ACT grupa) (Vojvodić, Šimić Banović, 2019.).

Prema navedenoj analizi, od najznačajnijih slabosti mogu se izdvojiti općenito nepoznavanje i nerazumijevanje društvenog poduzetništva i njegove uloge na tržištu. Vidljiv je problem i nedovoljne kompetentnosti, odnosno nedovoljnog znanja, vještina, suradnje i ljudskih resursa za generiranje i implementiranje društveno poduzetničkih ideja (MRMS, 2015.). Rješenje ovakvom problemu nazire se kroz ranije spomenutu mrežu potpornih servisa koji mogu pružiti potrebne informacije, omogućiti edukacije i stvaranje potrebnih vještina te razmjenu iskustava dobre prakse. Nadalje, slabosti se očituju i u nedovoljnoj valorizaciji društvenih poduzetnika od financijskih institucija što otežava podizanje zajmova za projekte društvenog poduzetništva (MRMS, 2015.). Ovakvom problemu donekle bi se moglo doskočiti stvaranjem posebnih razvojnih fondova kao specifičnih izvora financiranja (Zadruga za etično financiranje, (n.d.)). Navedene slabosti, zajedno s ranije izloženim obilježjima hrvatskog normativnog okvira, trebale su biti korigirane kroz mjere propisane Strategijom. No, njihovo neprovođenje, perpetuira daljnje postojanje navedenih slabosti (Vojvodić, Šimić Banović, 2019.).

Unatoč brojnim slabostima, izuzetno su značajne mogućnosti za razvoj društvenog poduzetništva u Hrvatskoj. Naime, poželjnost društvenog poduzetništva u Europskoj Uniji i nastojanja da se ovo područje etablira i što više razvije, stvara pozitivni kontekst, a brz protok informacija omogućuje razmjenu znanja i ideja te stvaranje partnerstava i suradnje (MRMS, 2015.). Osim toga, postoji potreba na tržištu za brojnim proizvodima i uslugama (npr. usluge socijalne skrbi) koje se kroz društveno poduzetništvo mogu realizirati (MRMS, 2015.). Nadalje, različite obrazovne institucije u svoje programe uvode sadržaje edukacije o društvenom poduzetništvu (Vojvodić, Šimić Banović, 2019.). Time se pružaju potrebna znanja, posebice mladima aktivnim u neprofitnom sektoru koji imaju vrlo visoko mišljenje o društvenom poduzetništvu i njegovim potencijalima te su vrlo zainteresirani za razvoj vlastitog posla u tom području (Gvozdanović i sur., 2009.). K tome, zaposlenici u društvenim poduzećima pokazuju visoku motiviranost i zadovoljstvo poslom u takvim organizacijama rada (Puđak i Šimleša, 2020.). Ovakvi rezultati jasan su pokazatelj potencijala razvoja društvenog poduzetništva preko mlade populacije čime bi se ujedno radilo i na smanjenju

² SWOT je skraćenica i naziv za metoda analize. Skraćenica je sastavljena od prvih grafema izraza na engleskom jeziku: *Strengths* (snage), *Weaknesses* (slabosti), *Opportunities* (mogućnosti), *Threats* (prijetnje).

³ SEFOR je Forum socijalnog poduzetništva nastao kroz IPA projekt (dodjela bespovratnih sredstava za razvoj lokalnog partnerstva i zapošljavanje) s glavnim ciljem stvaranja poticajnog okruženja za razvoj socijalnog poduzetništva.

⁴ CEDRA HR je mreža regionalnih centara nastala na inicijativu SEFOR-a s ciljem pružanja potpore socijalnim poduzetnicima i istraživanjima SP-a u Hrvatskoj

problema nezaposlenosti mladih⁵. Naposljetku, valja uzeti u obzir zainteresiranost (domaćih) velikih kompanija za uključivanje u razvoj društvenog poduzetništva (Vojvodić, Šimić Banović, 2019.), budući da na taj način mogu doprinijeti ostvarenju vlastitih ciljeva društveno-odgovornog poslovanja (Lešić, 2015.).

Kada je riječ o prijetnjama društvenom poduzetništvu, važno je imati na umu i moguće zlouporabe koncepta, primjerice radi korištenja financijskih sredstava iz raznih fondova ili ostvarivanja marketinške propagande (MRMS, 2015., Vojvodić i Šimić Banović, 2019.). Ova prijetnja nije specifična samo za Hrvatsku, stoga je potrebno ustrajati na jasnim kriterijima kojima se određuje što je zapravo društveno poduzetništvo. Značajna prijetnja ogleda se u mogućim administrativnim preprekama, koje proizlaze iz neprepoznavanja značaja društvenog poduzetništva od strane javnih/državnih tijela (Vojvodić i Šimić Banović, 2019.) te zbog ranije opisane normativne složenosti.

Opisan kontekst društvenog poduzetništva, neki autori (Šimleša i sur. 2015.) smatraju nedovoljno atraktivnim za njegov značajan razvoj. No, unatoč tome, postoje i javljaju se novi primjeri uspješnih inicijativa društvenog poduzetništva. Dubinsko upoznavanje takvih inicijativa, donosi upotpunjavanje znanja o tzv. makro-nivou (npr. ranije izneseni prikaz institucionalnog i normativno okvira), istodobno pružajući uvid u mikro-nivo, odnosno kako konkretni akteri društvenog poduzetništva, oživotvoruju svoja nastojanja (Stubbs i Vidović, 2017.).

5. PRIMJER DRUŠTVENOG PODUZETNIŠTVA

Udruga za osobe sa invaliditetom „Bubamara“ (dalje Bubamara) osnovana je 1984. godine s ciljem pružanja kvalitetnih usluga te promoviranja jednakosti djece s teškoćama u razvoju, odnosno osoba sa invaliditetom u društvu. S obzirom na to da broj članova udruge prelazi 1400, a broj zaposlenih 200, Bubamara je jedna od najvećih organizacija civilnog društva u Hrvatskoj. Tijekom svog postojanja provela je oko 150 projekata koji su za cilj imali poboljšanje života osoba s invaliditetom. Njihov vrlo značajan i inovativan projekt jest tzv. Buba Bar.

Prikaz Buba Bara, kao jednog od aktera društvenog poduzetništva temelji se na podacima prikupljenim upitnikom koji se sastoji od 50 otvorenih pitanja. Namjera je prikupljanja podataka prikazati razvoj konkretnog društvenog poduzeća, u specifičnom lokalnom kontekstu. Upitnik je poslan vodstvu Bubamare, a sažetak zaprimljenog odgovora slijedi u nastavku.

Ideja za otvaranje društvenog poduzeća, u kojemu bi radile osobe s invaliditetom, nastala je temeljem domaćih primjera (Čokolaterija Hedona iz Križevaca), ali po uzoru na *caffeslasteričnicu* iz Škotske, koju su predstavnici Bubamare posjetili u okviru međunarodne *Erasmus* suradnje. Zamisao je bila osnovati posebno poduzeće koje bi poslovalo isključivo po tržišnim principima, pružilo mogućnost zapošljavanja osobama s invaliditetom te pru-

⁵ U prilog tome govori i panel rasprava, održana 7.3.2014. u Europskom domu u Zagrebu na kojoj su sudjelovali predstavnici Ministarstva rada i mirovinskog sustava, Grada Zagreba, UNDP-a, CEDRA-e, političkih stranaka i organizacija civilnog društva te su raspravljali o mogućnostima zapošljavanja mladih kroz razvoj ideja socijalnog poduzetništva i „zelenih projekata“.

žalo ugostiteljske usluge. Po prezentaciji ideje, izrazito pozitivne reakcije i značajan interes javnosti bili su prvi značajan poticaj za daljnja djelovanja.

Suradnici u razvoju ideje pojavili su se iz privatnog i civilnog sektora te različitih razina javne vlasti. Primjerice ugostitelji su osigurali osnovnu opremu i obuku za rad. Grad Vinkovci je ustupio prostor unutar kojeg je i kuglana te sredstava za izgradnju i rekonstrukciju prostora. Došlo je i do dopuna u zakonodavstvu koje su omogućile rad osobama s invaliditetom bez gubitka prihoda temeljem invalidnosti. Neka poduzeća iskazala su želju za uključivanjem osoba s invaliditetom u vlastito poslovanje. Provedena je kampanja prikupljanja sredstava (tzv. *crowdfunding*), koja je proglašena jednom od najuspješnijih u Hrvatskoj.

Postupni ulazak u posao započet je djelovanjem Bubamare koja je kao udruga civilnog društva zakupila drvenu kućicu u kojoj su se za vrijeme lokalnih manifestacija (Advent i Vinkovačke Jeseni) prodavali napitci te je služila za obučavanje osoba s invaliditetom u navedenom poslu. U daljnjem periodu očekuje se ostvarivanje kontinuiranog poslovanja koje će Bubamara u potpunosti prepustiti Buba Baru d.o.o., kao posebnom pravnom subjektu. Bubamara jest osnivač te je upravljala spomenutim aktivnostima, ali Buba Bar je zapravo u vlasništvu njegovih članova (zaposlenika). Iako će svi sudionici u radu Buba Bara moći participirati, bit će imenovan voditelj koji će donositi poslovne odluke i preuzeti odgovornost za ukupno poslovanje. On bi trebao biti izrazito multidisciplinaran s obzirom na to da se mora usklađivati na kontinuumu profita i socijalne osjetljivosti. Za sada postoji dilema treba li se zaposliti ekonomist sklon socijalnom radu ili socijalni radnik sa širokim ekonomskim znanjem.

Kada je riječ o misiji i viziji djelovanja Buba Bara, naglasak se stavlja na integraciju osoba s invaliditetom, promjenu percepcije javnosti o njihovim potencijalima, osiguranje prava na rad i plaću, povećanje životnog standarda, primjere pozitivne prakse te pritisak na zakonsku regulativu kada su u pitanju njihova prava. Djelatnost je Buba Bara u početku zamišljena tako da 15 zaposlenika, od kojih je sedam osoba s invaliditetom, obavlja ugostiteljsku djelatnost - rad u kafiću, gdje će posluživati kavu i sokove. Pored navedenog osigurat će se zabavni sadržaji kao što je sportska kuglana, a kroz naredno vrijeme planira se proširiti djelatnost na pripremu i usluživanje hrane te još zabavnih sadržaja (npr. pikado). Također je u planu i otvaranje malog hostela čime bi se zaokružilo spektar pružanja usluga te bi se broj radnih mjesta mogao udvostručiti.

Dakle, u punom kapacitetu ukupan broj zaposlenih bit će 30 osoba. S obzirom na oslanjanje na tržišne principe, ugovori o radu prvotno će biti na određeno vrijeme. Zaposlenici bi trebali biti profesionalci ili priučeni ugostitelji, a planira se zaposliti i socijalnog radnika i psihologa. U prva tri mjeseca za puno radno vrijeme, plaće će biti u visini minimalne plaće, ali daljnjim uspješnim razvojem poslovanja planira se povećanje do razine nešto malo više iznad prosječnih iznosa za pojedino radno mjesto. Na taj način želi se dati snažna poruka, kako osobe s invaliditetom mogu i trebaju participirati na otvorenom tržištu rada uz adekvatnu plaću koja jamči dostojanstvo. Osobe s invaliditetom radit će u skladu sa svojim mogućnostima te će biti osigurana fleksibilnost u radu. Uz snažnu motivaciju i adekvatnu podršku, sva ostala obilježja osoba s invaliditetom nisu presudna za rad. Mogao bi se pojaviti problem prilikom regrutacije zaposlenika s obzirom na veliki interes već mnogobrojnog članstva Bubamare, ali i drugih osoba s invaliditetom. Samim time može postojati bojaznost od negodovanja, osjećaja diskriminacije te poremećenih ljudskih odnosa što predstavlja veliki izazov vodstvu. Upravo ovaj jaz ponude i potražnje ukazuje na veliku

potrebu ovakve vrste društvenog poduzetništva, jer je ponuda radnih mjesta na tržištu rada skromna.

Specifičnost odabira ostalih zaposlenika, ogledati će se u tome što pored tražene uobičajene kompetentnosti u svom području, moraju imati visoki senzibilitet za rad s osobama s invaliditetom. Dok je u ranijem odlomku razvidan izazov odabira kadra među većim brojem zainteresiranih, u ovome slučaju izazov će biti pronaći radnike koji udovoljavaju zahtjevima kompetentnosti, senzibiliteta, ali i spremnosti na rizik.

Rizičnost za društveno poduzeće, sukladno oslanjanju na tržišne principe, ogleda se ponajprije u nestabilnosti izvora prihoda, nevidljivosti društvenog poduzetništva i negativne percepcije konkurencije koje društvena poduzeća mogu gledati kao neloyalnu konkurenciju. Dok se nestabilnost prihoda mora kompenzirati kontinuiranim naporom svakog aktera društvenog poduzetništva, po pitanju vidljivosti ključnu ulogu ima država kroz postavljanje adekvatnog normativnog okvira, ali značajnu ulogu imaju i financijske institucije kako bi se inicijative društvenog poduzetništva mogle financirati. Percepcija neloyalnosti zapravo može doprinijeti još lakšem ostvarenju misija društvenih poduzeća. U spomenutom primjeru *caffè*-slastičarnice iz Škotske, drugi ugostitelji u okruženju su također počeli zapošljavati osobe s invaliditetom kako bi zadržali svoje goste.

S obzirom na to da Buba Bar još nije počeo redovito poslovati, teško je procijeniti iznos prihoda kao i dobiti. No, u skladu s postavkama društvenog poduzetništva, sva potencijalno ostvarena dobit ulagat će se u daljnji razvoj djelatnosti Buba Bara, odnosno ostvarivanje postavljene misije.

Iako se kod poslovanja Buba Bara ističe želja za poslovanjem po tržišnim principima bez pomoći, ukoliko rizici prevladaju ne postoji razrađena izlazna strategija. U tom slučaju, mogli bi se okrenuti dostupnim državnim potporama, naročito od Hrvatskog zavoda za zapošljavanje i Fonda za profesionalnu rehabilitaciju i zapošljavanje osoba s invaliditetom.

Buba Bar djelovat će na lokalnoj razini, no već sada se dobivaju ponude za franšizno poslovanje kako unutar, tako i izvan Hrvatske. Tome je pridonijela dobro odrađena promocija, no jačanje prepoznatljivosti i dalje je u tijeku putem medija i društvenih mreža. Osim *brandiranja* ovakav nastup također doprinosi ostvarenju misije poduzeća, ali i djelovanju na šire društvene promjene, poglavito u vidu položaja osoba s invaliditetom.

6. ZAKLJUČAK

U trenucima kada profitno orijentirana ekonomija pokazuje značajne slabosti i generira brojne probleme, pokušavaju se naći rješenja koja bi to neutralizirala. Jedan od koncepta koji se ponekad stavlja kao panaceja za takve slabosti, jest društveno poduzetništvo. Iako svoje korijenje vuče iz 18. stoljeća, u zadnjim desetljećima, a posebice u doba krize, ponovo se aktualizira i intenzivno proučava.

Europska Unija stavlja velika očekivanja u društvenu ekonomiju, odnosno poduzetništvo te svojim politikama nastoji prometnuti ih kao važan pokretač razvoja europskog prostora. Društveno poduzetništvo u Hrvatskoj ima svoje korijenje u povijesno značajnom zadugarstvu, no u novije vrijeme značajniji projekti društvenog poduzetništva ostvaruju se u okviru organizacija civilnog društva. Najznačajnije snage i mogućnosti za društveno poduzetništvo u Hrvatskoj su raširena mreža za podršku i razvoj (npr. regionalne razvojne

agencije, CEDRA, itd.), mogućnosti financiranja iz fondova EU, potražnja za proizvodima i uslugama ovog sektora, mogućnost brze razmjene znanja s drugim društvenim poduzetnicima itd.

Među najznačajnije slabosti i prijetnje spadaju brojni propisi kojima se uređuje socijalno poduzetništvo u RH, a s time povezano i administrativne prepreke te nedovoljni kako materijalni, odnosno financijski, tako i ljudski resursi potrebni za razvoj novih ideja i provođenje značajnijih projekata društvenog poduzetništva. Značajni doprinos *policy* uređenju društvenog poduzetništva u RH predstavlja Strategija razvoja društvenog poduzetništva u Republici Hrvatskoj od 2014. do 2020. koja je trebala donijeti konkretne mjere i osigurati put jasnijem razvoju ovog koncepta. Detektirane slabosti nisu razriješene te se primjena Strategije može smatrati vrlo ograničenom. Unatoč tome, društveno poduzetništvo uspijeva se oživotvoriti kroz razne inicijative i primjere društvenih poduzeća.

Promatrajući slučaj Buba Bara razvidno je kako za pokretanje društvenog poduzeća treba izvjesno vrijeme. Iako se ideje mogu pronaći u drugim sličnim poduzećima, uvjetovanost lokalnog konteksta onemogućuje čisto kopiranje ideje te je potreban kontinuirani razvoj i primjena širokog spektra znanja iz različitih područja. Pri tome je vrlo korisno imati zaleđinu u vidu neke organizacije, kao što je u navedenom slučaju Bubamara, koja može pružiti podršku u različitim oblicima (stručnu, administrativnu, financijsku, kadrovsku, volontersku, itd.).

Uspoređujući prikaz ideje Buba Bara s teorijskim aspektima, posebice definicijama društvenog poduzetništva, može se zaključiti kako Buba Bar uglavnom zadovoljava postavljene kriterije i spada u aktere društvenog poduzetništva. Primjerice, vodeći se ranije spomenutom EMES definicijom, razvidno je da se očekuje puno ostvarenje društvenih i ekonomskih kriterija, dok kriterije upravljanja treba još dodatno razraditi. Osvrćući se na kriterije postavljene u Strategiji, također je razvidna sukladnost, iako primjerice kriterij evaluacije društvenih, ekonomskih i okolišnih učinaka nije implementiran, a pojedini kriteriji u Strategiji nisu jasno operacionalizirani kako bi se utvrdilo njihovo (ne)ispunjavanje.⁶

Prikazani razvitak konkretnog društvenog poduzeća predstavlja primjer u kojem potencijalni novi poduzetnici mogu vidjeti uzor te im pomoći anticipirati moguće teškoće i rješenja kod pokretanja novog poduzeća. Korišteni upitnik predstavlja dobru osnovu za daljnji razvoj instrumenta koji bi omogućio sustavnije prikupljanje podataka na većem broju aktera društvenog poduzetništva te daljnju znanstvenu obradu prikupljenih podataka. Promatrajući povećani interes znanstvene i stručne javnosti za koncept društvenog poduzetništva, aktivni angažman vlasti na različitim razinama u normativnom i institucionalnom uređivanju sektora te najvažnije, pojavu uspješnih primjera društvenog poduzetništva, možemo očekivati njegov daljnji razvoj te sve veći značaj.

⁶ Primjerice kriterij "Društveni poduzetnik ostvaruje ravnotežu društvenih, okolišnih i ekonomskih ciljeva poslovanja".

SOCIAL ENTREPRENEURSHIP: THE MAIN DETERMINANTS AND CASE REVIEW

Petar Šajfar, MSW, research/teaching assistant
Faculty of Law Osijek
Stjepana Radića 13, Osijek, Hrvatska
Telephone: +385 31 224 500; e-mail: psajfar@pravos.hr

Lorena Strmota, student
Faculty of Law Osijek,
Stjepana Radića 13, Osijek, Hrvatska
e-mail: lstrmota@pravos.hr

ABSTRACT

The profit-oriented system as the dominant paradigm, in addition to all its benefits, generates numerous problems in society. It is especially significant in terms of vulnerable groups such as people with disabilities. Social entrepreneurship could be a model that contributes to combating social problems. It integrates social and economic goals and takes place between profit and non-profit sectors. Social entrepreneurship has rooted in the 18th century, but in recent decades, it has been actualized and studied intensively, especially during periods of economic crisis. The purpose of this paper is to provide crucial information about social entrepreneurship. Considering that, the paper consists of chapters about historical development and definitions of social entrepreneurship, institutional and normative framework, especially in the Croatian context, an example of social entrepreneur and conclusion.

Keywords: *social entrepreneurship; social entrepreneur; innovation; people with disabilities*

LITERATURA

1. Babić, Z. i Račić, D. (2011). Zadrugarstvo u Hrvatskoj: trendovi, pokazatelji i perspektiva u europskom kontekstu. *Sociologija i prostor*, 49(3), 287-311.
2. Bacq, S. i Janssen, F. (2011). The multiple faces of social entrepreneurship: a review of defintional issues based on geographical and thematic criteria. *Entrepreneurship & Regional Development*, 23(4), 373-403.
3. Barković, I. (2009). *Teorija poduzetništva: izazovi i perspektive*. Osijek: Pravni fakultet Sveučilišta Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku.
4. Baturina, D. (2013). Konceptualiziranje socijalnog poduzetništva i izazovi razvoja područja. *Ekonomska misao i praksa*, 22(1), 123-142.
5. Baturina, D. (2018). A Critical Review of the First Strategy for the Development of Social Entrepreneurship in the Republic of Croatia 2015–2020 and Potential for the Development of the Sector. *Hrvatska javna uprava: časopis za teoriju i praksu javne uprave*, 18(2), 11-38.
6. Buble, J, Buble, M. (2014). *Poduzetništvo*. Split: Aspira.
7. Defourny, J. i Nyssens, M. (2010). Conceptions of Social Enterprise and Social Entrepreneurship in Europe and the United States: Convergences and Divergences. *Journal of Social Entrepreneurship*, 1(1), 32-53.
8. European Commission (2010). *EUROPE 2020: A strategy for smart, sustainable and inclusive growth*. Preuzeto s <https://ec.europa.eu/eu2020/pdf/COMPLET%20EN%20BARROSO%20%20%20007%20-%20Europe%202020%20-%20EN%20version.pdf> (23.3.2020.)
9. European Commission (2011). *Social Business Initiative - Creating a favourable climate for social enterprises, key stakeholders in the social economy and innovation*. Preuzeto s <https://www.fi-compass.eu/sites/default/files/publications/social-business-initiative-creating-a-favourable-climate-for-social-enterprises-key-stakeholders-in-the-social-economy-and-innovation.pdf> (23.3.2020.)
10. European Commission (2013). *Social economy and social entrepreneurship: Social Europe guide*. Preuzeto s: <https://sofisam.se/download/18.3453fc5214836a9a472a0430/1472023483855/EU+kommissionen,+Social+Economy+and+Social+Entrepreneurship.pdf> (23.3.2020.)
11. European Commission (2014). *Employments, Social Affairs & Inclusion*. Preuzeto s <https://ec.europa.eu/social/main.jsp?catId=1081> (18.3.2020.)
12. Gvozdanović, A., Potočnik, D. i Sočo, A. (2009). *Sam svoj majstor: Istraživanje socijalnog poduzetništva u neprofitnom sektoru mladih*. Preuzeto s <http://www.civilsocietylibrary.org/CSL/1079/Sam-svoj-majstor-Poetnica-iz-socijalnog-poduzetnitva-za-organizacije-mladih-l-za-mlade> (21.3.2020.)
13. Ivančić, T. (1998). Uloga vrijednosti u razvoju gospodarstva i društva. *Crkva u svijetu*, 33(4), 343-355.
14. Knežević, M. (2013). Riječ urednika. *Ljetopis socijalnog rada*, 20(1), 5-7.
15. Kolaković, M., Turuk, M. i Turčić, I. (2018). Social Entrepreneurship: Strategic Development in Croatia. *International Review of Economics & Business*, 21(2), 129-143.
16. Lešić, D. (2015). Neprofitne udruge kao nositelji razvoja socijalnog poduzetništva u Republici Hrvatskoj. *Obrazovanje za poduzetništvo*, 5(2), 83-95.
17. Lupšić, D. (2011). Zakonodavni okvir za razvoj društvene ekonomije i društvenog poduzetništva u Republici Hrvatskoj. U Lupušić, D. i sur. (ur.), *Poduzetništvo u službi zajednice: Zbornik radova o društvenom poduzetništvu*, 27-29. Preuzeto s https://zaklada.civilnodrustvo.hr/upload/File/hr/izdavastvo/digitalna_zbirka/poduzetnistvo_u_sluzbi_zajednice.pdf (15.2.2020.)

18. Marković, L, Baturina, D. i Babić, Z. (2017). Socijalna poduzeća za radnu integraciju (WISE) u postsocijalističkim zemljama. *Hrvatska revija za rehabilitacijska istraživanja*, 53(1), 139-158.
19. Mair, J. i Marti, L. I. (2006). Social Entrepreneurship Research: A Source of Explanation, Prediction and Delight. *Journal of World Business*, 41(1), 36-44.
20. Međunarodna istraživačka mreža (EMES). Social Enterprise. Preuzeto s <https://emes.net/focus-areas/> (20.3.2020.)
21. Ministarstvo rada i mirovinskog sustava (MRMS) (2014). *Nacrt Strategije razvoja socijalnog/ društvenog poduzetništva u Republici Hrvatskoj od 2014. do 2020. godine*. Preuzeto s <http://rasprava.mrms.hr/bill/prijedlog-strategije-razvoja-socijalnogdruštenog-/> (16.3.2020.)
22. Ministarstvo rada i mirovinskog sustava (MRMS) (2015). *Strategija razvoja društvenog poduzetništva za razdoblje od 2015. do 2020.* Preuzeto s <http://www.esf.hr/wordpress/wp-content/uploads/2015/02/Strategija-razvoja-dru%C5%A1tvenog-poduzetni%C5%A1tva-u-RH-za-razdoblje-2015-2020.pdf> (10.3.2020.)
23. Monzon, J.L. i Chaves, R. (2012). *The Social Economy in the European Union – Report by José Luis Monzón & Rafael Chaves. European Economic and Social Committee*. Preuzeto s <https://www.eesc.europa.eu/resources/docs/qe-30-12-790-en-c.pdf>, (14.3.2020.)
24. Petričević, T. (2011). O društvenoj ekonomiji i društvenom poduzetništvu. U Lupušić, D. i sur. (ur.), *Poduzetništvo u službi zajednice: Zbornik radova o društvenom poduzetništvu* (str. 27-29). Preuzeto s https://zaklada.civilnodrustvo.hr/upload/File/hr/izdavastvo/digitalna_zbirka/poduzetništvo_u_sluzbi_zajednice.pdf (15.2.2020.)
25. Puđak, J. i Šimleša, D. (2020). Je li društveno poduzetništvo bolje za radnike? Utjecaj iskustva u hrvatskim društvenim zadrugama na percipiranu dobrobit radnika. *Revija za sociologiju*, 50(1), 7-30.
26. Stubbs, P. i Vidović, D. (2017). Social enterprise in transition: a case study of ACT Group. *Društvena istraživanja*, 26(2), 143-163.
27. Šimleša, D, Bušljeta Tonković, A. i Puđak, J. (2016). Društveno poduzetništvo u Hrvatskoj: od prepoznavanja do primjene. *Revija za sociologiju*, 46(3), 271-295.
28. Šimleša, D., Puđak, J., Majetić, F., i Bušljeta Tonković, A. (2015). *Mapiranje novih obzora: Izvještaj o stanju društvenog poduzetništva u Hrvatskoj*. Preuzeto s <https://www.kulturpunkt.hr/sites/default/files/izvjestaj-mapiranje-novih-obzora.pdf> (30.3.2020)
29. Škrtić, M. i Mikić, M. (2007). O socijalnom poduzetništvu u svijetu i u Republici Hrvatskoj. *Zbornik Ekonomskog fakulteta u Zagrebu*, 5(1), 153-163.
30. Vidović, D. (2012). *Socijalno poduzetništvo u Hrvatskoj*. doktorska disertacija, Preuzeto s https://bib.irb.hr/datoteka/611357.Davorka_Vidovic_doktorat.pdf (5.2.2020.)
31. Vincetić, V, Babić, Z. i Baturina, D. (2013). Definiranje područja i potencijal razvoja socijalnog poduzetništva Hrvatske u komparativnom kontekstu. *Ekonomski pregled*, 64(3), 256-278.
32. Vojvodić, I. i Šimić Banović, R. (2019). Analiza socijalnog poduzetništva u Hrvatskoj s komparativnim osvrtom na regulatorni okvir. *Pravni vjesnik*, 35(2), 105-135.
33. Zadruga za etično financiranje (n.d.). Preuzeto s <https://www.zef.hr/hr> (21.3.2020.)