

## RESEARCH INTO YOUNG PEOPLE'S PERCEPTION OF SOCIAL ENTREPRENEURSHIP

### ISTRAŽIVANJE PERCEPCIJE MLADIH O SOCIJALNOM PODUZETNIŠTVU

ISKRA, Valentina; STILIN, Anita & TOMLJENOVIC, Ljerka

**Abstract:** *Social entrepreneurship is becoming more and more the subject of research as a result of its importance in solving social issues, particularly the problem of unemployment. Therefore, the focus of this paper is to explore young people's perception of social entrepreneurship. The survey results indicate a lack of familiarity of young people with this concept, which imposes the need to promote social entrepreneurship by the units of local government and civil sector with the prior provision of financial resources and institutional support for the development of social business venture.*

**Key words:** *social entrepreneurship, young people, non-profit organizations*

**Sažetak:** *Socijalno poduzetništvo postaje sve više predmet istraživanja što je rezultat njegove važnosti u rješavanju društvenih pitanja, posebice problema nezaposlenosti. Stoga je fokus ovog rada istraživanje percepcije mladih o socijalnom poduzetništvu. Rezultati istraživanja ukazuju na nedovoljnu upoznatost mladih s tim konceptom što nameće potrebu promoviranja socijalnog poduzetništva kroz jedinice lokalne uprave i samouprave te civilnog sektora uz prethodno osiguranje financijskih izvora i institucionalne podrške za razvoj socijalno-poduzetničkog poduhvata.*

**Ključne riječi:** *socijalno poduzetništvo, mladi, udruge*



**Author's data:** Valentina, Iskra, Veleučilište u Rijeci, Vukovarska 58, Rijeka, valentina.iskra@gmail.com; Anita, Stilin, mr. sc., Veleučilište u Rijeci, Vukovarska 58, Rijeka, astilin@veleri.hr; Ljerka, Tomljenović, mr. sc., Veleučilište u Rijeci, Vukovarska 58, Rijeka, ljerka@veleri.hr

## 1. Uvod

Ideja socijalnog poduzetništva postoji već jedno stoljeće, ali tek je s ubrzanim razvojem globalizacije odnosno pojavom globalnih problema (siromaštvo, glad, neadekvatni zdravstveni uvjeti, nezaposlenost itd.) dobila na značenju.[13] Predstavlja relativno novi fenomen u trećem sektoru modernih ekonomija i razlikuje se od tradicionalnog neprofitnog sektora.[15] Socijalno poduzetništvo i socijalne inovacije su, u posljednjih deset godina dobile posebnu pozornost politike, akademske i opće javnosti. Zajednički čine važne alate u suočavanju s društvenim izazovima koje ne može zadovoljiti tržište i javni sektor.

Svrha rada je istraživanje stavova i razmišljanja mladih o socijalnom poduzetništvu što predstavlja preduvjet za oblikovanje adekvatnih strategija upoznavanja i poticanja mladih na uključivanje u socijalno poduzetništvo kao mogući način rješavanja problema nezaposlenosti mladih. Ciljevi rada su: 1) odrediti obuhvat pojma „socijalno poduzetništvo“, 2) istražiti poznavanje koncepta „socijalno poduzetništvo“ i izvore informiranja o socijalnom poduzetništvu, 3) istražiti potencijal razvoja socijalno-poduzetničkog pothvata, 4) utvrditi percipirane prepreke i koristiti socijalnog poduzetništva te 5) usporediti slična istraživanja provedena u Hrvatskoj.

## 2. Pojmovno određenje socijalnog poduzetništva

Iako koncept socijalnog poduzetništva postaje sve popularniji, različiti istraživači ga različito tumače.[4] Tako su Mair i Martí temeljem Deesovog tumačenja prepoznali tri aspekta.[8] Jedni socijalno poduzetništvo promatraju kao inicijative neprofitnog sektora u potrazi za alternativnim načinima financiranja. Po drugima, socijalno poduzetništvo podrazumijeva društveno odgovorno poslovanje koje se temelji na međusektorskoj suradnji. Treći smatraju da je socijalno poduzetništvo usmjereno na rješavanje socijalnih problema te vodi društvenoj transformaciji.

Pojam je po mnogima je prvi skovao Bill Drayton, osnivač Ashoke, jedne od prvih organizacija koja promovira i podupire socijalno-poduzetničke poduhvate.[13] Izraz na engleskom jeziku *social entrepreneurship* se u hrvatskom jeziku najčešće prevodi kao socijalno poduzetništvo, a ponekad i kao društveno poduzetništvo.[13] Premda, oba termina nose drugačije konotacije.[14] Dok socijalno poduzetništvo upućuje na socijalni status, siromaštvo, stanje krajnje bijede ili „socijalnog slučaja“, termin društveno poduzetništvo ima konotaciju proizašlu iz bivšega socijalističkog konteksta, u kojemu se „društveno“ razumije kao nastavak društvenog vlasništva.

Organizacija za ekonomsku suradnju i razvoj (OECD) socijalno poduzetništvo definira kao poduzetništvo koje ima za cilj pružiti inovativna rješenja za neriješene socijalne probleme.[18] Slično, Organizacija za građanske inicijative (OGI) navodi da se socijalno poduzetništvo može opisati kao proces u kojem građani koristeći poduzetničke metode i sredstva, grade ili transformiraju postojeće strukture kako bi pronašli rješenja društvenih problema kao što su siromaštvo, isključenost, nepismenost, kršenje ljudskih prava, uništavanje okoliša i korupcija, a u svrhu poboljšanja kvalitete života svih slojeva stanovništva.[16]

Vidović u jednom od sveobuhvatnijih teorijskih i empirijskih istraživanja koncepta socijalnog poduzetništva u Hrvatskoj navodi da se „socijalno poduzetništvo može odrediti kao aktivna djelatnost usmjerena na adresiranje socijalnih potreba od opće dobrobiti na poduzetnički način, kroz primjenu ekonomskih aktivnosti i preuzimajući rizik, pri čemu kreira socijalnu inovaciju, kombinirajući postojeće resurse iz zajednice na novi način, čime, osim ekonomskih, generira i društvene vrijednosti, uravnotežujući tako socijalne i ekonomske ciljeve“ [14].

„Društveni boljitak je središnja okosnica djelovanja socijalnih poduzetnika, a profit, odnosno zarada, samo je sredstvo koje omogućuje funkcioniranje i ispunjenje društvene misije“ [9], odnosno generiranje ekonomske vrijednosti omogućuje stvaranje socijalne vrijednosti.[1][2][7][10] Tradicionalna poduzeća za razliku od socijalnih poduzeća djeluju na socijalno odgovoran način, ali njihove su aktivnosti tek neizravno povezane sa socijalnim problemima.[1]

### 3. Pregled istraživanja u Hrvatskoj

Aktivnosti iz perspektive socijalnog poduzetništva u Hrvatskoj su se počele pojavljivati nakon Domovinskog rata u obliku građanskih organizacija pokrenutih s ciljem razvoja demokracije te zaštitu životinja i okoliša.[13] No, sam koncept socijalnog poduzetništva se od potpune marginaliziranosti tek posljednjih nekoliko godina učestalo spominje potaknuto neprofitnim organizacijama koje su, zbog nedovoljnih sredstava financiranja, počele aktivnije istraživati različite izvore financiranja (npr. samofinanciranje kroz pokretanje profitno orijentiranih poduzeća kako bi se profitom financirao rad udruge).[15]

Kao predmet istraživačkog interesa socijalno poduzetništvo u Hrvatskoj se pojavljuje tek nedavno.[14] Tako je organizacija NESsT provela 2005. godine istraživanje o socijalnom poduzetništvu u Hrvatskoj koje je poslužilo kao osnova za procjenu i analizu oblika socijalnog poduzetništva kojeg provode hrvatske udruge. Istraživanje je pokazalo da sve više organizacija ulazi u socijalno poduzetništvo iz nužde, a najveći problem se javlja zbog nedovoljnih izvora financiranja. Većina organizacija u Hrvatskoj ima pozitivan stav o socijalnom poduzetništvu i spremne su krenuti tim smjerom kako bi osigurale održivost.[3][12] U istraživanju socijalnog poduzetništva kao načina financiranja udruge Odak Krasić i Šaravanja su utvrdile da među 34 udruge (koje su ispunile anketu) 85 % smatra da socijalno poduzetništvo može pridonijeti radu njihovih udruge i to u najvećoj mjeri u jačanju prepoznatljivosti aktivnosti udruge. Iako istraživanje otkriva da 94 % ispitanih udruge nema osnovano socijalno poduzeće, njih 51 % je odgovorilo da razmišlja o toj mogućnosti.[9]

Mreža mladih Hrvatske u partnerstvu s Institutom za društvena istraživanja je 2009. godine provela istraživanje fokusirano na socijalno poduzetništvo u udrugama mladih, a svrha projekta je bila istražiti u kojoj su mjeri mladi upoznati s modelima razvijanja projekata socijalnog poduzetništva, mapirati postojeće primjere takvih projekata te iznaći nove preporuke za razvoj socijalnog poduzetništva mladih i neprofitnih organizacija mladih.[5] U istraživanju je sudjelovalo 304 ispitanika u dobi od 15 do 29 godina. Prema dobivenim rezultatima samo 15,3 % ispitanika želi

sudjelovati u socijalnom poduzetništvu, četvrtina (25,2 %) ih to ne želi dok ih je skoro dvije trećine (59,5 %) neodlučno.

Prema istraživanju koje su provele među studentima Perić i Delić, iako se više od polovine studenata nikad nije susrelo s konceptom socijalnog poduzetništva, 81 % njih smatra da socijalno poduzetništvo može pomoći u rješavanju mnogih društvenih pitanja. Premda gotovo 61 % studenata poduzetništvo smatra potencijalnim smjerom za razvoj karijere, tek 41 % njih se vidi u ulozi socijalnog poduzetnika.[11] Do sličnih rezultata su došli Kedmenec, Rebernik i Perić. Naime, od 114 studenata njih gotovo 70 % pokazuje namjeru pokretanja poduzetničkog poduhvata u narednih 10 godina, pri čemu polovica preferira socijalno poduzetništvo.[6]

#### 4. Opis i analiza istraživanja

Socijalno poduzetništvo ima sve važniju ulogu u odgovornijem ponašanju prema društvu u cjelini te može predstavljati jedan smjer razvoja karijere. Stoga vrijedi istražiti kako mladi percipiraju socijalno poduzetništvo jer su oni nositelji društvenih promjena u budućnosti. Mladi čine populaciju do 15. do 30. godine života. Pritom je važno znati da navedeno dobno određenje nije općeprihvaćeno. Nalazi brojnih istraživanja u svijetu i u Hrvatskoj pokazali su da je znatno plodonosnije kao mlade promatrati populaciju do 30. (a u nekim slučajevima i do 35.) godine života, osobito kad se razmatraju razni oblici društvene intervencije u cilju poboljšanja ukupnog društvenog položaja mladih.[17]

Istraživanje je provedeno putem *online* ankete među korisnicima Startup inkubatora Rijeka te je anketa poslana elektroničkom poštom na 65 e-adresa korisnika prve i druge generacije Startup inkubatora Rijeka, a na anketni obrazac u pismenom obliku su odgovarali i redovni studenti stručnog i specijalističkog studija Poduzetništvo Veleučilišta u Rijeci. Na anketni upitnik je ukupno odgovorilo 82 ispitanika.

Prva četiri pitanja odnosila su se na opće podatke ispitanika: spol, dob, radni status i razina postignutog obrazovanja. Od 82 ispitanika najveći postotak (70 %) čine osobe ženskog spola dok se na osobe muškog spola odnosi 30 % ispitanika. Najzastupljenija je dobna skupina od 20 do 24 godina (68 %) te skupina od 25 do 29 godina (22 %). S aspekta razine postignutog obrazovanja ispitanika najviše (36 %) ispitanika ima višu stručnu spremu (stručni ili sveučilišni prvostupnik) te 26 % ispitanika ima srednju stručnu spremu.

Naredna pitanja ispitivala su znanja i stavove ispitanika o socijalnom poduzetništvu. Zanimljiv je podatak da se 67 % ispitanika susrelo s pojmom socijalnog poduzetništva, 13 % ispitanika se nije susrelo, dok 20 % ispitanika ne zna je li se susrelo s pojmom socijalnog poduzetništva. Gotovo isti broj ispitanika (66 %) se susreo s pojmom socijalnog poduzetništva u istraživanju Mreže mladih Hrvatske.[5] Perić i Delić su pak utvrdile da 60 % od 120 studenata se nikad nije susrelo s konceptom socijalnog poduzetništva.[11] U istraživanju socijalnog poduzetništva među udrugama Odak Krasić i Šaravanja su utvrdile da je nešto više od 88 % udruga upoznato s pojmom socijalnog poduzetništva što je i očekivano s obzirom da je riječ o organizacijama civilnoga društva.[9] Nasuprot tome, istražujući 15 neprofitnih udruga Lešić je zaključio da je relativno veliki broj članova udruga nedovoljno

informiran o konceptu socijalnog poduzetništva, što u pravilu predstavlja daljnju prepreku za razvoj i stratešku orijentaciju na socijalno poduzetništvo.[7]

Od ispitanika koji su se susreli s pojmom socijalnog poduzetništva najveći dio je prikupio informacije o socijalnom poduzetništvu putem interneta i to njih 55 %, zatim slijede ispitanici (21 %) koji su prikupljali informacije o socijalnom poduzetništvu putem novina i časopisa, putem knjiga i priručnika se informiralo 15 % ispitanika, dok se radom u udrugama informiralo 7 % ispitanika, a najmanji broj ispitanika (2 %) se informirao kroz jedinice lokalne i područne samouprave. U usporedivom istraživanju Mreže mladih Hrvatske kao sredstvo informiranja o socijalnom poduzetništvu ispitanici najčešće koriste redom: nespecificirane izvore, internet, kontakte s drugim udrugama, radionice i seminare, specijalizirane knjige i članke, dok u manjem broju koriste kontakte s inozemnim agencijama te kontakte s lokalnom i županijskom upravom.[5] Iz navedenog se može zaključiti da se ispitanici u najvećoj mjeri informiraju korištenjem interneta koji je inače jedan od popularnijih izvora prikupljanja podataka. Najmanje ispitanika je informirano kroz rad jedinica lokalne i područne samouprave što ukazuje na potrebu intenzivnije promocije i edukacije, a upravo je kroz suradnju javnog sektora i udruga moguće to i realizirati. Iako su u većoj mjeri upoznati s pojmom socijalnog poduzetništva, tek 36 % ispitanika je upoznato s njegovim značenjem. U istraživanju Mreže mladih Hrvatske taj postotak iznosi skoro 40 %.[5]

Ispitanici koji su upoznati s pojmom socijalnog poduzetništva napisali su vlastito tumačenje te se u nastavku navodi skraćeni prikaz nekih od odgovora ispitanika:

- Socijalno poduzetništvo predstavlja poslovni model koji profit i ostale koristi ostvarene u poslovnom procesu prepušta zajednici putem projekata i ostalih aktivnosti usmjerene ka smanjenju socijalne isključenosti, siromaštva, edukaciji.
- Socijalno poduzetništvo može biti rješavanje socijalnog statusa određenih skupina građana kroz poduzetničke poduhvate, ali i način funkcioniranja normalnih firmi dajući posebnu pozornost na rješavanje određenih socijalnih problema kao npr. usluge starijim osobama.
- Poduzetništvo s ciljem pomaganja zajednici u kojoj se nalazi od prihoda koje stječe redovnim poslovanjem, primjerice zapošljavanjem osoba s invaliditetom itd.
- Poduzetništvo okrenuto prema razvoju lokalne zajednice društva, a poglavito marginaliziranih skupina kroz ispunjenje društvenih ciljeva. Profit ovdje nije presudna stavka već se svaka ostvarena dobit vraća natrag u proizvodnju/pružanje usluge.

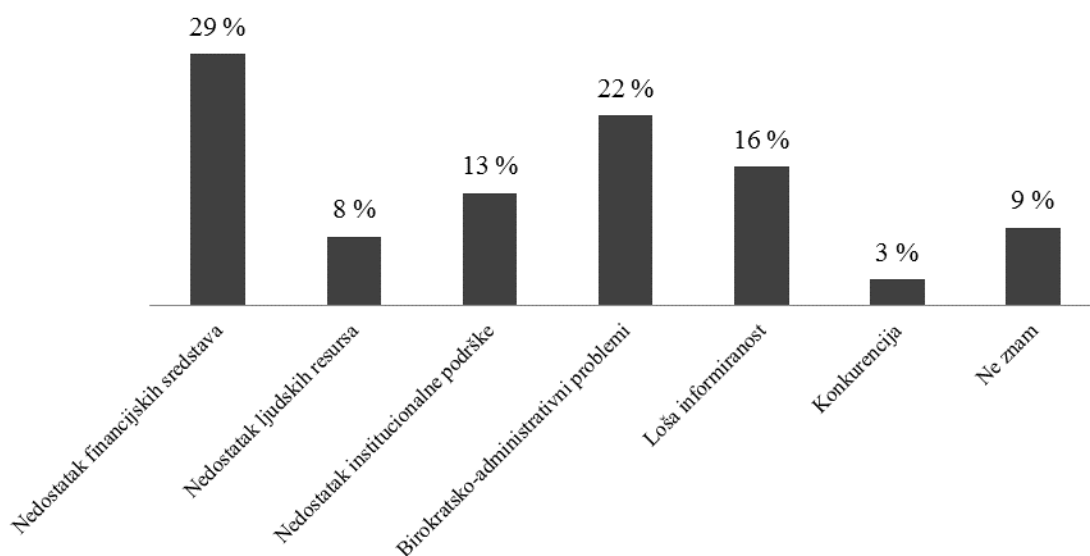
Usporedbom ranije navedenih definicija socijalnog poduzetništva i odgovora ispitanika može se zaključiti da oni koji su upoznati sa socijalnim poduzetništvom, to su i argumentirali pojmovnim određenjem koji je usporediv s onim u istraženju literaturi.

Preostala pitanja odnosila su se na poduzetničke sklonosti ispitanika vezane za socijalno poduzetništvo. Na pitanje o namjeri pokretanja socijalno-poduzetničkog poduhvata, 65 % ispitanika je odgovorilo „ne znam“, 18 % ispitanika je odgovorilo potvrdno, a 13 % ispitanika ne bi krenulo u socijalno-poduzetnički poduhvat te 4 %

ispitanika se izjasnilo za „nešto drugo“, ali bez daljnjeg obrazloženja. Rezultati istraživanja su usporedivi s ranije navedenim istraživanjima.[6][11] U prilog tome govore i odgovori na pitanje o prethodnoj uključenosti ispitanika u bilo koji oblik socijalnog poduzetništva pri čemu je potvrdno odgovorilo tek 9 % ispitanika, a 91 % ispitanika je odgovorilo negativno.

Pri odabiru područja djelatnosti socijalno-poduzetničkog poduhvata kojim bi se bavili ispitanici, njih 16 % odabralo je proizvodnju (hrana, odjeća i drugo), 14 % ispitanika je odabralo pomoć ugroženim skupinama te rad sa djecom i mladima, njih 11 % odabralo je intelektualne usluge, 12 % ispitanika se odlučilo za područje edukacije, a 13 % ispitanika za područje turizma. Samo 10 % ispitanika je odabralo područje sporta, dok 10 % ispitanika nije znalo koju bi djelatnost odabrali. Usprkos određenoj različitosti ponuđenih odgovora pri odabiru djelatnosti rezultati su usporedivi s istraživanjem koje je provela Mreža mladih Hrvatske.[5] Veću razliku u odgovorima moguće je uočiti pri odabiru područja „djeca i mladi“ koje je kao moguću djelatnost odabralo tek 1,8 % ispitanika u istraživanju Mreže mladih Hrvatske, a 14 % ispitanika u ovom istraživanju.

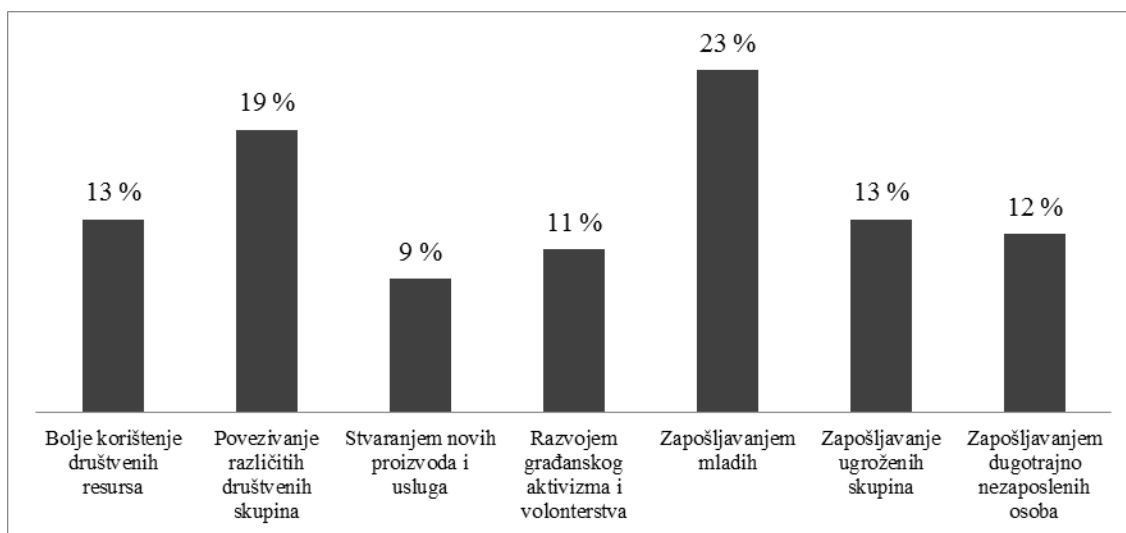
Na pitanje na koje prepreke smatraju da bi mogli naići kad bi pokretali socijalno-poduzetnički poduhvat najviše ispitanika izdvaja nedostatak financijskih sredstava (29 %) i birokratsko-administrativne prepreke (22 %). I u istraživanju Mreže mladih Hrvatske najveći broj ispitanika je kao potencijalnu prepreku izdvojio manjak financijskih sredstava (26,1 %), birokratsko-administrativne probleme i probleme s ljudskim resursima (16,8 %) te nedostatak institucionalne podrške (10,6 %).[5]



Grafikon 1. Moguće prepreke pri pokretanju socijalno-poduzetničkog poduhvata

U utvrđivanju koristi od razvoja socijalnog poduzetništva najveći broj ispitanika (75 %) smatra bi društvena zajednica imala koristi, dok je njih 24 % neodlučno, a samo 1 % ispitanika smatra da zajednica ne bi imala koristi od takve vrste poduhvata. U istraživanju koje su provele Perić i Delić čak 81 % ispitanika prepoznaje koristi socijalnog poduzetništva.[11] Pri odabiru koristi za koje ispitanici smatraju da bi društvena zajednica mogla imati razvojem socijalnog poduzetništva, najveći broj

ispitanika se odlučio za zapošljavanje mladih (23 %) te povezivanje različitih društvenih skupina (19 %). Ponuđeni odgovori označavaju neke od ciljeva i zadataka socijalnog poduzetništva.



Grafikon 2. Potencijalne koristi društvene zajednice

Na pitanje može li socijalno-poduzetnički poduhvat ostvarivati profit, 56 % ispitanika je potvrdno odgovorilo, 6 % ispitanika je odgovorilo negativno, dok 38 % ispitanika nije znalo odgovor na pitanje. Dobiveni rezultati upućuju na zaključak da ispitanici ipak nisu sigurni obuhvaća li socijalno poduzetništvo kao novi oblik poduzetničkog poduhvata osnovu poduzetničkog djelovanja, a to je ostvarivanje profita.

## 5. Zaključak

Socijalno poduzetništvo je usmjereno na rješavanje društvenih pitanja čije najvažnije obilježje poslovanja nije profit već društvena vrijednost. U Republici Hrvatskoj nezaposlenost predstavlja jedan od najvažnijih problema koji se nastoji riješiti kroz razne programe zapošljavanja i to posebice mladih ljudi. Zato je potrebno utvrditi kako mladi ljudi percipiraju socijalno poduzetništvo i jesu li svjesni mogućnosti koje nudi socijalno poduzetništvo kao oblik zapošljavanja. U tu svrhu provedena je anketa radi istraživanja znanja i stavova mladih o socijalnom poduzetništvu.

Budući da više od polovice ispitanika nije upoznato sa socijalnim poduzetništvom, potrebno je informiranje i edukacija mladih o novim oblicima poduzetništva. Pritom najmanje informacija prikupljaju kroz rad jedinica lokalne i područne samouprave, a upravo je na njima zadatak da informiraju širu javnost o socijalnom poduzetništvu. Važnu ulogu imaju i mediji koji neznatno pišu o socijalnom poduzetništvu te se javnost nema priliku educirati o njegovom značenju.[9][14]

Tek je 9 % ispitanika bilo uključeno u neki oblik socijalnog poduzetništva, a 65 % njih ne zna bi li krenulo u socijalno-poduzetnički poduhvat što nameće potrebu promoviranja tog oblika poduzetništva. Prema rezultatima većina ispitanika kao moguću djelatnost odabire proizvodnju što je ohrabrujuće jer uključuje generiranje nove vrijednosti. Ujedno je izražena i socijalna dimenzija ispitanika s obzirom na to

da su neki ispitanici odabrali djelatnosti koje se bave djecom i mladima te ugroženim skupinama. Mladi koji su uključeni u rad udruga, mogli bi specifičnim saznanjima o socijalnom poduzetništvu doprinijeti radu udruga, i to financiranjem udruga kroz dodatne poslovne aktivnosti u obliku socijalnog poduzetništva.

Prethodno je potrebno nastojati riješiti prepreke koje onemogućuju razvoj socijalnog poduzetništva i to posebice osiguranjem odgovarajućih izvora financiranja, uklanjanjem birokratsko-administrativnih prepreka te oblikovanjem odgovarajućeg zakonodavnog okvira. Predstavljanjem primjera dobre prakse u lokalnoj zajednici moguće je podignuti razinu znanja o socijalnom poduzetništvu.

Snaga provedenog istraživanja jest spoznaja o informiranosti i percepciji potencijalnih poduzetnika o socijalnom poduzetništvu što predstavlja temelj za osiguranje institucionalne podrške te razvoj poticajnih mjera za uključivanje u socijalno-poduzetničke pothvate. Premda je provedeno istraživanje usporedivo sa spomenutim sličnim istraživanjima, ograničenja istraživanja moguće je uočiti u malom broju ispitanika, prostornoj ograničenosti istraživanja te karakteristikama uzorka s obzirom na to da je riječ o studentima i korisnicima inkubatora. Daljnja istraživanja mogu se usmjeriti na analizu motiva za bavljenje socijalnim poduzetništvom, utvrđivanje primjerenih oblika organiziranja za rješavanje specifičnih društvenih problema te analizu institucijskih faktora važnih za razvoj socijalnog poduzetništva.

## 6. Literatura

- [1] Baturina, D. (2013). Konceptualiziranje socijalnog poduzetništva i izazovi razvoja područja. *Ekonomska misao i praksa*, No. 1, str. 123-142, ISSN 1330-1039
- [2] Cingula, M. & Klačmer Čalopa, M. (2006). Rethinking of entrepreneurship: towards social responsibility. *Journal of Information and Organizational Sciences*, Vol. 30, No. 2, str. 199-204, ISSN 1846-3312
- [3] Comolli, L.; Varga, E. & Varga, P. (2007). Pokreni se – Iskustva održivog socijalnog poduzetništva u Hrvatskoj, NESsT, ISBN: 978-953-7339-08-1, Zagreb, *Dostupno na:* [http://www.uzuvrh.hr/UserFiles/pokreni\\_se.pdf](http://www.uzuvrh.hr/UserFiles/pokreni_se.pdf) *Pristup:* 05-02-2014
- [4] Dees, J. G. (1998). The Meaning of "Social Entrepreneurship", *Dostupno na:* <https://entrepreneurship.duke.edu/news-item/the-meaning-of-social-entrepreneurship/> *Pristup:* 10-04-2016
- [5] Gvozdanović, A.; Potočnik, D. & Sočo, A. (2009). Istraživanje socijalnog poduzetništva u neprofitnom sektoru mladih, Mreža mladih Hrvatske, ISBN 978-953-95173-6-4, Zagreb, *Dostupno na:* <http://www.mmh.hr/files/ckfinder/files/SSMistraživanje.pdf> *Pristup:* 17-04-2016
- [6] Kedmenec, I.; Rebernik, M. & Perić, J. (2015). The impact of individual characteristics on intentions to pursue social entrepreneurship. *Ekonomski pregled*, Vol. 66, No. 2, str. 119-137, ISSN 0424-7558
- [7] Lešić, D. (2015). Neprofitne udruge kao nositelji razvoja socijalnog poduzetništva u Republici Hrvatskoj. *Obrazovanje za poduzetništvo: znanstveno stručni časopis o obrazovanju za poduzetništvo*, Vol. 5, No. 2, str. 83-95, ISSN 1849-7845



- [8] Mair, J. & Marti, I. (2006). Social Entrepreneurship Research: A Source of Explanation, Prediction, and Delight, *Journal of World Business*, Vol. 41, No. 1, str. 36-44
- [9] Odak Krsić, S. & Šaravanja, I. (2015). Socijalno poduzetništvo u Republici Hrvatskoj kao način financiranja djelovanja udruga. *Obrazovanje za poduzetništvo: znanstveno stručni časopis o obrazovanju za poduzetništvo*, Vol. 5, No. 2, str. 115-131, ISSN 1849-7845
- [10] Perić, J. & Alpeza, M. (2011). Policy pretpostavke za razvoj socijalnog poduzetništva: slučaj Hrvatske, *Zbornik radova sa druge međunarodne naučne konferencije „Ekonomija integracija“: Izazovi i perspektive integracija zemalja jugoistočne Europe*, Džafić, Z.; Zahirović, S. & Umihanić, B. (urednici), str. 393-405, ISSN 2233-0445, Tuzla, Bosna i Hercegovina, prosinac 2011., Ekonomski fakultet Univerziteta u Tuzli, Tuzla
- [11] Perić, J. & Delić, A. (2014). Social entrepreneurship in Croatia: Do regional disparities influence young people's perception of social entrepreneurship as a potential career path?. *Ekonomski Vjesnik*, Vol. 27, No. 1, str. 81-92, ISSN 0353-359X
- [12] Sočo, A. (2009). Početnica iz socijalnog poduzetništva za organizacije mladih i za mlade, Mreža mladih Hrvatske, ISBN 978-953-95173-7-1, Zagreb, *Dostupno na: <http://www.mmh.hr/files/ckfinder/files/SSMPocetnica.pdf>* *Pristup: 15-11-2013*
- [13] Škrtić, M. & Mikić, M. (2007). O socijalnom poduzetništvu u svijetu i u Republici Hrvatskoj. *Zbornik Ekonomskog fakulteta u Zagrebu*, Vol. 5, No. 1, str. 153-163, ISSN 1333-8900
- [14] Vidović, D. (2012). Socijalno poduzetništvo u Hrvatskoj, doktorska disertacija, Filozofski fakultet, Sveučilište u Zagrebu
- [15] Vincetić, V.; Babić, Z. & Baturina, B. (2013). Definiranje područja i potencijal razvoja socijalnog poduzetništva Hrvatske u komparativnom kontekstu. *Ekonomski pregled*, Vol. 64, No. 3, str. 256-278, ISSN 0424-7558
- [16] Vojković, M. (ur.) (2012). Trening o osnovama socijalnog poduzetništva Organizacija za građanske inicijative (OGI), Osijek, *Dostupno na: [http://www.ogi.hr/files/publikacije/ogi/Trening\\_osnove\\_sp.pdf](http://www.ogi.hr/files/publikacije/ogi/Trening_osnove_sp.pdf)* *Pristup: 15-01-2014*
- [17] \_\_ (2009). Nacionalni program za mlade od 2009. do 2013., *Dostupno na: [http://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2009\\_07\\_82\\_1988.html](http://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2009_07_82_1988.html)* *Pristup: 15-01-2014*
- [18] \_\_ (2010). SMEs, Entrepreneurship and Innovation, OECD, *Dostupno na: [http://ec.europa.eu/internal\\_market/social\\_business/docs/conference/oecd\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/internal_market/social_business/docs/conference/oecd_en.pdf)* *Pristup: 15-01-2014*
- [19] Startup Inkubator Rijeka, *Dostupno na: <http://startup.rijeka.hr/o-nama/>* *Pristup: 10-01-2014*



Photo 020. To the right / Na desno