

MAPIRANJE NOVIH OBZORA



Izvještaj o stanju društvenog
poduzetništva u Hrvatskoj 2015.

ELABORATI

E



INSTITUT DRUŠTVENIH ZNANOSTI
IVO PILAR

MAPIRANJE NOVIH OBZORA



Izvještaj o stanju
društvenog poduzetništva
u Hrvatskoj 2015.



Zagreb, 2015.

PROJEKT 5332

iPRESENT

Installation Project for REsearch about Social ENTrepreneurship

Izveštaj 01

MAPIRANJE NOVIH OBZORA

Izveštaj o stanju društvenog poduzetništva u Hrvatskoj 2015.

Voditelj projekta

Dr. sc. Dražen Šimleša

Suradnici na projektu

Dr. sc. Anka Mišetić

Dr. sc. Jelena Puđak

Dr. sc. Filip Majetić

Dr. sc. Anita Bušljeta Tonković

Autori izvještaja

Dr. sc. Dražen Šimleša

Dr. sc. Jelena Puđak

Dr. sc. Filip Majetić

Dr. sc. Anita Bušljeta Tonković

Lektura

Mirjana Paić-Jurinić

Dizajn i priprema za tisak

Tibor i partner d.o.o.

Tisak

ITG, Zagreb



Ovo djelo je dano na korištenje pod licencom Creative Commons
Imenovanje – Nekomercijalno – Bez prerada 4.0 međunarodna.

Ovaj rad financirala je Hrvatska zaklada za znanost projektom 5332



ISBN 978-953-7964-02-3

CIP zapis je dostupan u računalnome katalogu Nacionalne i sveučilišne knjižnice u
Zagrebu pod brojem 000915286.

SADRŽAJ

| | |
|--|-----------|
| O projektu iPRESENT | 5 |
| Uvodne napomene. | 7 |
| Šira perspektiva – društveno-ekonomska slika Hrvatske | 11 |
| Pogled unatrag – povijesna analiza razvoja društvenog poduzetništva u Hrvatskoj. | 15 |
| <i>Analiza Strategije razvoja društvenog poduzetništva u Republici Hrvatskoj za razdoblje od 2015. do 2020. godine</i> | <i>31</i> |
| Baza aktera društvenog poduzetništva | 51 |
| Zaključak. | 73 |
| Literatura. | 77 |

O PROJEKTU *i*PRESENT

Installation Project for REsearch about Social ENTrepreneurship

*i*PRESENT uspostavni je istraživački projekt kojem je **glavni cilj istražiti kapacitete i potencijale društvenog poduzetništva kao socijalno osjetljivog i ekološki odgovornog poslovnog modela u Hrvatskoj.**

Društveno je poduzetništvo jedan od najpotentnijih i najizazovnijih fenomena današnjeg svijeta i stoga iznimno pogodno za znanstveno istraživanje i proučavanje. To vrijedi osobito za Hrvatsku, gdje se taj napredan i progresivan društveno-ekonomski model ne suočava samo s vlastitim unutarnjim izazovima, nego i s utjecajima dugotrajne ekonomske krize, rastuće nezaposlenosti, neravnomjernog razvoja regija i županija, vrlo niske razine povjerenja u društvu te nezainteresiranosti i osjećaja bespomoćnosti sve većeg broja građana i građanki Hrvatske.

Specifični su ciljevi projekta *i*PRESENT:

- osigurati dugoročnu znanstvenu bazu podataka i radova otvorenu za korištenje svim zainteresiranim dionicima i javnosti
- periodično publicirati znanstvene radove, zbornike i knjige o društvenom poduzetništvu
- testirati razinu 3BL (*triple bottom line*) društvenih poduzeća u Hrvatskoj, odnosno testirati razinu društvenog utjecaja i ispunjavanja kriterija za društveno poduzetništvo
- producirati „savjetnicu“ – knjigu s preporukama i najvažnijim koracima kako za same društvene poduzetnike, tako i za najvažnije dionike/institucije važne za razvoj društvenog poduzetništva.

Konkretne aktivnosti koje se očekuju dobiti kroz rad na projektu su:

- provedba 17 fokus grupa među inicijatorima i zaposlenicima društvenih poduzeća
- provedba 21 polustrukturiranog intervjua s najvažnijim dionicima

- provedba ankete među mladima o važnosti društvenog poduzetništva za čitavu zajednicu i mogućnosti budućeg zaposlenja (uzorak od 400 ispitanika i ispitanica)
- pisanje i produkcija 9 izvještaja/publikacija koje tematski prate projekt i/ili bilježe napredovanje u projektu
- testiranje do 10 društvenih poduzeća iz Hrvatske s pomoću jednog od znanstveno relevantnih i primjenjivih modela izračuna društvenog utjecaja
- kontinuirano konzultiranje sa SEPAG-om (Social Economy Policy Advisory Group) – savjetodavnom radnom grupom znanstvenika i znanstvenica koja se kreira u svrhu osiguranja kvalitete provedbe projekta
- organiziranje finalne konferencije na kraju projekta.

Voditelj projekta je dr. sc. Dražen Šimleša, znanstveni suradnik u Institutu društvenih znanosti Ivo Pilar iz Zagreba sa suradnicima: dr. sc. Ankom Mišetić, dr. sc. Jelenom Puđak, dr. sc. Filipom Majetićem i dr. sc. Anitom Bušljeta Tonković.

Projekt *i*PRESENT financira Hrvatska zaklada za znanost u trogodišnjem trajanju s datumom početka 15. rujna 2014. godine.

Očitovanjem s datumom 14. 11. 2013. godine (KLASA: 910-08/14-01/04, URBROJ: 524-06-01-01-02/1-14-2) projekt *i*PRESENT ima načelnu podršku Ministarstva rada i mirovinskog sustava kao nositelja izrade Nacionalne Strategije razvoja društvenog poduzetništva 2015. – 2020.

UVODNE NAPOMENE

Mapiranje novih obzora – izvještaj o stanju društvenog poduzetništva u Hrvatskoj 2015., prvi je od devet u nizu izvještaja/publikacija prema radnom planu u sklopu projekta iPRESENT. Sljedeći izvještaj je *Preko granica – društvena ekonomija u Europi*.

Bitno je naglasiti kako izvještaji dolaze u paru, pa ih treba gledati kao teorijsko-analitičku cjelinu koja teži razjasniti osnovne pojmove te uspostaviti znanstvenu bazu za budući metodološki razvoj projekta i istraživački rad. Prvi izvještaj, *Mapiranje novih obzora*, ima ulogu ispuniti taj cilj analizom stanja društvenog poduzetništva u Hrvatskoj, a drugi, *Preko granica*, ispuniti taj cilj pregledom razvoja društvene ekonomije te pripadajućih poduzetničkih ideja i koncepata u Europi kako na razini pojedinih država članica, tako i na razini Europske unije. U drugom izvještaju provodimo povijesnu analizu razvoja koncepta u EU-u i slijedom toga različitog pristupa i shvaćanja te definiranja društvene ekonomije, utjecaja zadruga, društvenog poduzetništva i poduzeća. Važno nam je vidjeti gdje se Hrvatska nalazi na toj lepezi različitih pristupa i shvaćanja te na tom tragu provesti komparativnu analizu stanja kod nas u odnosu na pojedine zemlje EU-a.

U tom smislu izvještaje smatramo komplementarnima i premda se radi o dva izvještaja, treba ih čitati kao cjelinu.

Prema tome, glavni su ciljevi izvještaja *Mapiranje novih obzora*:

1. Prikazati povijesni pregled pojave i razvoja društvenog poduzetništva u Hrvatskoj.
2. Analizirati *Strategiju razvoja društvenog poduzetništva u Republici Hrvatskoj za razdoblje od 2015. do 2020. godine* (u daljnjem tekstu Strategija) kao temeljnog državnog dokumenta za ovo područje te izdvojiti najvažnije izazove za njen uspjeh.

3. Prezentirati Bazu aktera društvenog poduzetništva i/ili tome bliskih pravnih subjekata kako bismo započeli proces istraživanja razvijenosti sektora odnosno aktera na terenu. Tako ćemo se također početi približavati shvaćanju razine utjecaja društvenog poduzetništva u lokalnoj zajednici i društvu Hrvatske.

Dužni smo još jednu napomenu koja će pratiti projekt do samoga kraja, a vezana je za pojmovno određenje. U Hrvatskoj je donedavno bila prisutna rasprava o prijevodu pojma *social economy*, *social enterprise*, odnosno *social entrepreneurship* pri čemu postoji neslaganje u prevođenju pojma *social* sa socijalno ili društveno. Premda u prvim nacrtima Strategije kao temeljnog državnog dokumenta za neko područje također možemo pratiti taj semantički čvor, u zadnjoj je verziji to prevladano: koriste se termini društveno poduzetništvo i društveni poduzetnik, ali socijalna ekonomija.

Za potrebe projekta *iPRESENT* slijedit ćemo Strategiju kao najvažniji državni dokument za ovo područje te jednoznačno koristiti termin društveno poduzetništvo, ali i pojam društveno za sve izvedenice, koncepte i modele koji se u engleskom jeziku nalaze iza pojma *social*. Društveno smatramo širim i obuhvatnijim pojmom od socijalnog te samim time primjerenim koristiti u ovom području i za ovu svrhu. Ondje gdje se spominje socijalno poduzetništvo, radi se o citatima, originalnim naslovima radova, nazivima konferencija i slično.

Želimo naglasiti kako nemamo ništa protiv izraza socijalno poduzetništvo jer svi autori govornici hrvatskoga koji se bave ovom temom misle na isti koncept premda koriste različit prijevod. Nadalje, u Izvještaju koristimo općeprihvaćen pojam društvenog poduzetništva, no kada se izražavamo o širem i općem sektoru koristimo koncept društvene ekonomije koji je u znanstvenoj literaturi i europskom kontekstu jasno određen i ima svoju povijest i značenje.

Društvena ekonomija, koju neki znanstvenici radije nazivaju trećim sektorom, šira je kategorija i kao takva pogodnija za dijelove Izvještaja koji se odnose na opće i šire razine. Svi ti pojmovi i koncepti, uz one kao što su društveno poduzeće, društveni poduzetnik, društvena i solidarna ekonomija, treći sektor, zahtijevaju detaljniji i dublji pristup pri definiranju, a to će biti jedan od glavnih ciljeva izvještaja *Preko granica*.

Izvještajem *Mapiranje novih obzora* želimo pridonijeti znanstvenoj raspravi i dijalogu o društvenoj ekonomiji te započeti proces praćenja i analize najvažnijeg strateškog dokumenta ovog područja čija će kvaliteta provedbe presudno utjecati na daljnji razvoj sektora. Time ćemo, vjerujemo, pomoći i mjerama iz Strategije koje se tiču potrebe za novim znanstvenim i stručnim istraživanjima, te uz to potporom koju možemo dati cijelom razvojnom procesu s obzirom na ulogu i odgovornost znanstvenika.

Društveno poduzetništvo nije u Hrvatskoj više misterij, ali nije ni dobro osigurano i održivo područje koje je u stanju u dovoljnoj mjeri zadovoljavati potrebe društva i posebno njegovih najranjivijih i najmarginaliziranih skupina. Možemo reći kako se nalazimo na suštinskom raskrižju društvenog poduzetništva, gdje će se pokazati budući smjer i širina razvoja društvenog poduzetništva u Hrvatskoj. Zato je bitno da smo ne samo svjesni i informirani o ključnim događajima i procesima iz prošlosti koji su odredili tijek odnosa i razvoja društvenog poduzetništva, nego i da gledamo preko novih obzora.

ŠIRA PERSPEKTIVA – DRUŠTVENO-EKONOMSKA SLIKA HRVATSKE

Društveno poduzetništvo u Hrvatskoj danas nosi poveći teret na leđima, a zbog svoje „mladosti“ još se nije posve osovilo na noge. Do prije nekoliko godina pojam je bio nepoznat ne samo široj javnosti, nego su i neki od mogućih nositelja primjene društvenog poduzetništva ili zainteresiranih dionika pokazivali nedovoljnu informiranost ili nepoznavanje njegova značenja (Gvozdanić, Potočnik i Sočo, 2009; Sočo, 2009; Vidović i dr., 2013). Sredinom 2015. godine kada pišemo ovaj izvještaj društveno poduzetništvo za civilnu scenu postaje sve više opći pojam, jedno od glavnih strateških opredjeljenja, karika koja nedostaje, vrlo važan jamac argumentacije da je civilno društvo tu radi samih građana i građanki (UZUVRH, 2012).

To je refleksija i europskih pogleda. S uspješnom pojavom društvenih poduzeća početkom 90-ih godina prošlog stoljeća isticalo se uspješno pozicioniranje sektora između države i tržišta (Pearce, 2009). Taj se proces objašnjavao kao konačni završetak dugog procesa osnaživanja aktera društvene ekonomije (zadruge, poduzeća, udruge, neformalne inicijative i pokreti...) odnosno kao potvrda da uslijed krize države blagostanja i izmicanja države iz sektora usluga privatizacija nije jedino rješenje, već da svjedočimo „manifestaciji snage društvene ekonomije“ (Hulgård, 2014: 81). Sve više autora ističe kako je „društveno poduzetništvo očito trendi“ (Defourny, 2014), odnosno *buzzword* (Perić i Alpeza, 2011) koja posvuda odzvanja kao sinonim za kvalitetnije upravljanje, poslovanje i življenje.

Drugi će pak upozoravati kako se u tom guranju organizacija civilnog društva (OCD) prema poduzetničkom i menadžerskom modusu djelovanja radi o „navlakuši“ neoliberalnog sustava koji razara državu blagostanja i uopće osjećaj odgovornosti države da se kao uređena i odgovorna zajednica brine za članove i članice te zajednice, odnosno kako je primijetio Gilbert, da svjedočimo „tihog predaji javne odgovornosti“ (Hulgård, 2014: 80).

Donekle se radi o nepravедnom nametanju civilnom društvu odgovornosti za stopu zaposlenosti premda je uglavnom inicijalna misija OCD-a rad na promociji

i širenju općih vrednota i odnosa u društvu koji iz njih proizlaze. Nema međutim nikakve sumnje da će opća ekonomsko-socijalna situacija u Europi i strateški smjerovi razvoja koji se zagovaraju kroz „pametna, održiva i uključujuća rasta“ (COM(2010) 2020 final) sve više povlačiti i projektnu orijentiranost OCD-a i drugih prikladnih pravnih subjekata u smjeru društvenog poduzetništva i poduzeća. A u tom smjeru je do 2020. godine spremno kroz razne programe i natječaje EU-a 85 milijuna eura. S obzirom na to da se i kroz fondove (Europski socijalni fond – ESF i Europski fond za regionalni razvoj – EFRR) u kojima se očekuje znatnije sudjelovanje OCD-a u ulozi nositelja i inicijatora projektnih prijedloga gotovo kao imperativni cilj svih ideja ističe priprema pa čak i transfer korisnika projekta na tržište radne snage, čini se da su donosioci odluka i upravljačke strukture pronašli ultimativno rješenje i u ovom sektoru za prijeko potrebni novi val zapošljavanja.

I u našoj je *Strategiji* usmjerenost na povećanje zaposlenosti, osobito ranjivih ili marginaliziranih društvenih skupina, na nekoliko mjesta apostrofirana kao nesporni cilj broj jedan. Razloge za takvo pozicioniranje glavne uloge i očekivanja od mjera i aktivnosti *Strategije* nalazimo ponajviše u općoj društveno-ekonomskoj situaciji u Hrvatskoj. S obzirom na to da je i u *Strategiji* i na brojnim drugim mjestima dobro i detaljno izložena trenutačna socijalna i ekonomska slika Hrvatske, ovdje ćemo naznačiti one indikatore koji su izravan uzrok fokusiranosti *Strategije* na povećano zapošljavanje:

- nakon 2008. godine kontinuiran pad BDP-a na godišnjoj razini što je rezultiralo višegodišnjom gospodarskom krizom (pad BDP-a zaustavljen u prvom i drugom tromjesečju ove godine)
- višegodišnji pad industrijske proizvodnje koja nosi realnu ekonomiju (pad zaustavljen u prvoj polovini 2015. godine kada se bilježi rast industrijske proizvodnje u odnosu na godinu prije)
- trećina stanovništva u riziku je od siromaštva ili socijalne isključenosti, a to na razini EU-a znači da smo pri vrhu zemalja u riziku (Spear, 2013)
- visoka razina nezaposlenosti (17,1% u svibnju 2015. prema podacima Državnog zavoda za statistiku, a u mjesecima koji nisu obilježeni privremenim zapošljavanjima u sektoru turizma stopa nezaposlenosti penje se do 20% i više)
- posebno zabrinjava visoka nezaposlenost mladih, među najvećima u EU-u (krajem 2014. godine 44%)
- velike regionalne nejednakosti što je vidljivo i prema Indeksu razvijenosti (MRRFEU, 2015) s posebno teškim stanjem u pojedinim dijelovima Hrvatske (Slavonija, Banija i Kordun, dijelovi Like i dalmatinskog zaleđa), gdje se opći negativni društveno-ekonomski pokazatelji povećavaju i do nekoliko puta (javna tajna o dvije Hrvatske)

- razina osjećaja zadovoljstva vlastitim životom i osjećaj sigurnosti među najnižima su u EU-u (UNDP, 2014; EU-Eurostat, 2015)
- stupanj povjerenja u društvu, u politički sustav i institucije, način upravljanja i otvorenosti u demokratskim procesima, ali i na razini međusobnog povjerenja ljudi i građana, među najnižima je u EU-u (isto).

S tim pokazateljima potrebno je povezati iskustvo zemalja EU-a koje su također od 2008. godine prolazile kroz gospodarsku pa onda i socijalnu i društvenu krizu, a koje sektor društvene ekonomije prikazuje vitalnijim, održivijim, otpornijim i fleksibilnijim u pogledu utjecaja krize. Velika Britanija imala je 2011. godine gospodarstvo slabije za 1,7% nego 2008. godine, a sektor zadržarstva jači čak 19,6% (Millstone, 2013). Čak i u zemljama iznimne, duboke i dugotrajne ekonomske krize kao što su Italija ili Španjolska, poduzeća i poslovni subjekti u sektoru društvene ekonomije lakše su je podnijeli i imali manji pad zaposlenosti, proizvodnje i prihoda, dapače u nekim područjima poput sektora (socijalnog) zadržarstva zabilježeno je povećanje zaposlenosti (Petričević, 2012). I nema tu prevelike filozofije i priče kada se suočimo s glavnim društveno-ekonomskim pokazateljima u Hrvatskoj i pogledamo razvoj i utjecaj različitih oblika društvene ekonomije u velikom broju zemalja EU-a.

I mi bismo malo toga.

POGLED UNATRAG – POVIJESNA ANALIZA RAZVOJA DRUŠTVENOG PODUZETNIŠTVA U HRVATSKOJ

Društveno poduzetništvo sporo je ulazilo u Hrvatsku, a to vrijedi i za osvješćivanje o mogućnostima i potencijalima društvene ekonomije na svim razinama. Poput ljudskih prava, zaštite manjina, efikasnosti i reforme pravosuđa te drugih bitnih društvenih područja, i ovdje trebamo istaknuti važnost uvoza ideje. Naime, prvo su međunarodne organizacije poticale i vukle promociju i primjenu društvenog poduzetništva u Hrvatskoj. Dio civilnog društva i udruga, otvorenih i hrabrih za novo i drugačije, prihvatio je taj uvoz i postali su nositelji cijele ideje i koncepta na terenu, kreatori inovativnih projekata te inicijatori razvoja novih oblika poslovanja i umrežavanja. Država je u tom trenutku bila gotovo nevidljiv akter u razvoju društvenog poduzetništva i u tome sigurno leže razlozi zašto smo tek nakon deset godina dobili *Strategiju*, sada zahvaljujući sinergiji aktera na samom terenu i Ministarstva rada i mirovinskog sustava (MRMS) koje je u ime države kao nadležno tijelo preuzelo koordiniranje cijelim procesom. Nije malo onih koji će cinično dodati kako se pomaci mogu zahvaliti procesu približavanja i potom punopravnom članstvu u EU-u te interesu za to područje u samim članicama EU-a i na razini Unije.

U nastavku nudimo kronološki pregled razvoja društvenog poduzetništva i pregled događaja i procesa najvažnijih za razvoj društvene ekonomije u Hrvatskoj. Možemo reći kako svrha kronološkog pregleda nije puko nizanje bitnih točaka u vremensko-prostornom kontinuumu, već osvješćivanje uloge i interesa različitih aktera bitnih za ovo područje odnosno otvaranje prostora za analizu sadašnjeg stanja društvenog poduzetništva u Hrvatskoj.

Prvo spominjanje društvenog poduzetništva pod terminom neprofitnog poduzetništva i prepoznavanje važnosti i potencijala neprofitnog sektora za osiguravanje socijalne skrbi i participaciju u socijalnom režimu države spominje u znanstvenom radu Gojko Bežovan (1996) u *Reviji za socijalnu politiku*. Bili su to usamljeni istupi ispred svog vremena.

Premda su se OCD-i devedesetih godina bavili socijalno ugroženim i marginaliziranim skupinama kreiranjem projekata direktne pomoći i solidarnosti te stvaranjem prostora za jačanje kohezije i kvalitete života u lokalnim zajednicama, te su aktivnosti bile uglavnom projektnog tipa i ovisne o kontinuiranom osiguravanju podrške donatora koji su i sami bili skloniji *ad hoc* tematskom „slaganju“ natječaja bez osjetljivosti i inzistiranja na projektima s održivim potencijalima i nakon službenog završetka samog projekta. Osim toga, aktivnosti i projekti bili su u tom razdoblju gotovo u pravilu lišeni dugoročne strategije u ekonomskom smislu, što društveno poduzetništvo implicira.

Program suradnje Vlade Republike Hrvatske i nevladinog, neprofitnog sektora u Republici Hrvatskoj iz 2000. godine prvi je službeni državni dokument u kojem se spominje „razvoj socijalnog poduzetništva i socijalnog kapitala kao bitne komponente društvenog razvoja“ odnosno kao oblika suradnje Vlade i sektora kroz koji bi se poticale „mogućnosti zapošljavanja u neprofitnom sektoru i razvoja socijalne ekonomije“ (Vlada RH, 2000: 8). Nažalost, dokument nije imao nikakvu primjenu ili refleksiju u stvarnosti.

Kao što je rečeno, prijašnja financiranja aktivnosti OCD-a koja su bliska sadržaju društvene ekonomije i poduzetništva nisu bila sistematična i osviještena, osobito u pogledu orijentiranosti na održivost cijele priče nakon završetka projekta; radilo se o sporadičnoj i općoj razini financiranja pomoći ugroženim i marginaliziranim skupinama u društvu.

Prvi pravi natječaj za razvoj društvenog poduzetništva vodi 2005. godine NESsT (Nonprofit Enterprise and Self-Sustainability Team), međunarodna neprofitna organizacija za pomoć razvoju održivih društvenih poduzeća te pružanje edukativne, logističke i financijske pomoći i mentoriranje u rješavanju najvažnijih društvenih problema u zemljama s tržištima u nastajanju. Za taj prvi natječaj sredstva i proces financiranja osigurani su preko američkih izvora, točnije AED-a (Akademija za razvoj edukacije) i USAID-a (Američka agencija za međunarodni razvoj).

Prvu analizu potencijala društvenog poduzetništva u Hrvatskoj provodi također NESsT godinu poslije te objavljuje izvještaj o zakonskom i regulacijskom okviru za samofinanciranje. Na više mjesta promovira samofinanciranje, pri čemu se kao opcije spominju: članarine, naplata usluga i dobara, iznajmljivanje prostora, patenti i autorska prava te investicijsko ulaganje i zarada od kamata (NESsT, 2004, 2007, 2012).

S dobrim poznavanjem društvenih tokova i procesa koji će postati trendovi, iste godine Nacionalna zaklada za razvoj civilnoga društva posvećuje društvenom poduzetništvu cijeli broj svog časopisa *Civilno društvo* (br. 11/12, 2006).

Udruga Zeleni Osijek osniva prvo društveno poduzeće u Hrvatskoj – Zlatna greda d.o.o., agenciju za eko-turizam.

Ranije spomenute organizacije iz SAD-a, AED i USAID zajedno s NESsT-om stoje iza Konferencije o samofinanciranju i socijalnom poduzetništvu u neprofitnom sektoru održane 2007. godine u Zagrebu.

Možemo čak reći kako se prvih nekoliko godina pojam samofinanciranja udruga provlačio kao blaža najava ili istodobno uz puno jači i zreliji pojam društvenog poduzetništva. To su godine kada udrugama i domaće fondacije i drugi dionici koji pripremaju i osiguravaju financijska sredstva kroz natječaje obično uvjetuju osigurati 5% ukupnog proračuna preko samofinancirajućih aktivnosti.

Nacionalna zaklada za razvoj civilnoga društva ističe kako čak 41,8% organizacija civilnoga društva kao izvor financiranja ističe samofinanciranje (NZZCD, 2012), a čak 21,9% organizacija civilnoga društva samofinanciranje navodi kao svoj glavni izvor prihoda. Radi se o doista velikom broju organizacija koje ističu da same osiguravaju sredstva za svoje potrebe, broju koji zahtijeva dodatnu provjeru.

NESsT (2012) opisuje razliku između blaže i zrelije opcije kao situaciju kada su samofinancirajuće aktivnosti pažljivo i detaljno isplanirane i analizirane kako bi znatno ojačale financijsku održivost i utjecaj udruge.

Možemo reći da prvi izvještaj o stanju društvenog poduzetništva u Hrvatskoj također dolazi iz radionice NESsT-a u obliku praktičnog priručnika *Pokreni se. Iskustva održivog socijalnog poduzetništva u Hrvatskoj* (2007).

Kroz program NESsT-a prolaze 32 organizacije koje dobivaju pomoć u izradi svojih poslovnih planova, a nakon procesa planiranja izdvojeno je za daljnje sudjelovanje i dublje korake pet organizacija. NESsT je iznimno važan za razvoj društvenog poduzetništva u prvim godinama, a udruga Roda sa svojim društvenim poduzetništvom proizvodnje platnenih pelena dobiva potporu kao NESsT poduzeće od 2007. godine, prvo kroz savjetovanje, a sljedeće godine i izravnim financijskom pomoći.

Iste godine čakovečka udruga Autonomni centar ACT osniva ACT Printlab d.o.o., svoje prvo društveno poduzeće za grafički i web dizajn, čime počinju svoj jedinstveni razvoj unutar sektora.

Na drugom se mjestu zaključuje kako je prvo društveno poduzeće u Hrvatskoj startalo 2008. godine preko natječaja za sredstva iz fondova EU-a (ICF, 2014b).

Razloge za nekonzistentne podatke vidimo u neusustavljenoj bazi podataka, različitom poimanju što zaista jest društveno poduzeće kao i nedovoljnoj komunikaciji i suradnji samih aktera u području društvene ekonomije, onih koji osiguravaju financijsku potporu i onih koji provode projekte na terenu i stvaraju bolji svijet u Hrvatskoj.

Prvi nacionalni strateški dokument u kojem se spominju pojmovi od našeg interesa jest *Nacionalna strategija stvaranja poticajnog okruženja za razvoj civilnog društva 2006–2011* u potpoglavlju 8.3 *Razvoj socijalne ekonomije i neprofitnog*

poduzetništva (UZUVRH, 2006). U tom dokumentu socijalno je poduzetništvo prikazano kao poduzetništvo koje teži stvaranju nove vrijednosti, ali ne profitnog već društvenog tipa te dohodak od poduzetničkih aktivnosti usmjerava u ostvarivanje svoje misije.

Premda bi se moglo zaključiti da su dionici iz najviših upravljačkih struktura i donosioci odluka rano prepoznali socijalnu ekonomiju i sve njene dijelove, narednih se godina malo postiglo u ostvarivanju većine od jedanaest pobrojanih ciljeva za razvoj socijalne ekonomije kroz poticajan i zakonodavan porezni okvir, praćenje socijalnog učinka, izgradnju kapaciteta i infrastrukturnu podršku, osiguranje financijskih sredstava za početna ulaganja i drugo. Iznimka je napredak u razvoju središta podrške i foruma za socijalno poduzetništvo. Treba istaknuti kako je u sljedećoj istovjetnoj strategiji, sada za razdoblje 2012.–2016., dana povoljnija ocjena o sedam djelomično provedenih mjera (pet mjera nije bilo ni započeto u tom području).

Na putu prema EU-u u *Zajedničkom memorandumu o socijalnom uključivanju Republike Hrvatske iz 2007.* (Joint inclusion memorandum – JIM) promovira se „deinstitucionalizacija socijalnih usluga i uključivanje drugih aktera osim države u osiguravanje socijalnih usluga“ (Vincetić, Babić i Baturina, 2013: 271) čime se zagovara razvoj društvenog poduzetništva u području socijalnih usluga.

Godine 2007. starta program IPA (Instrument for Pre-accession) kroz koji su se poslije prvi put koristila značajnija sredstva EU-a za razvoj društvenog poduzetništva. Projekti zapošljavanja i socijalnog uključivanja provodili su se unutar IV. komponente IPA-a, Razvoj ljudskih potencijala.

U jesen 2007. godine, udruga koja će, pored još nekoliko istaknutijih, obilježiti ovo razdoblje i šire područje razvoja društvene ekonomije u Hrvatskoj, Udruga za kreativni razvoj Slap iz Osijeka, pokreće jedan od inovativnijih projekata uopće, *Youth Employment Support Project* (YES) financiran sredstvima UNIDEA Zaklade Unicredit u okviru Programa poticanja socijalnog zapošljavanja POMAK. Zaklada Unicredit neprofitna je korporativna fondacija bankarske grupe koja u Hrvatskoj djeluje preko Zagrebačke banke. YES je bio projekt poticanja socijalnog zapošljavanja mladih u tri istočne slavonske županije s brojnim partnerima i korisnicima. U tom projektu bilo je iznimno to što je njegov sastavni dio, osim edukacije o ekopoljoprivredi, marketingu te izradi poslovnih planova, bilo mikrokreditiranje u iznosu od 3 do 10 tisuća eura za 10 proizvođača hrane s najvećim potencijalima za razvoj. Premda o samom mikrokreditiranju postoje brojne kontroverzije i preispitivanja njegovih potencijala kao progresivnog i pravednog ekonomskog alata (Utting, 2015), bio je to iskorak za jednu Hrvatsku u kojoj je za inovativne i održive projekte iznimno teško doći do financijske podrške.

Od 2008. godine Zaklada ERSTE pokreće regionalno nagrađivanje projekata čiji je cilj društvena promjena i angažirano djelovanje, a što su u Hrvatskoj potom

dobila mnoga društvena poduzeća i zadruge koje su inicirale i stvarale najaktivnije udruge.

Na konferenciji o socijalnom poduzetništvu održanoj potkraj 2009. godine u organizaciji Autonomnog centra iz Čakovca najavljuje se inicijativa Nacionalne zaklade za razvoj civilnoga društva u suradnji s Uredom za udruge Vlade Republike Hrvatske, Ministarstvom gospodarstva, rada i poduzetništva i Ministarstvom zdravstva i socijalne skrbi te nekoliko poslovnih banaka o osnutku Fonda za razvoj društvenog poduzetništva. Danas bismo nesumljivo imali stabilnije i snažnije stanje u području društvenog poduzetništva da zbog nedostatka financijskih sredstava nije propao taj iznimno potreban razvojni model.

U to su vrijeme društvena ekonomija i poduzetništvo prilično nevidljiva i nepoznata tema izvan krugova zainteresiranih institucija i praktičara na terenu, pa je vrijedno spomenuti prve velike javne događaje s kraja 2009. godine koji su osim jačanja samog sektora, umrežavanja i edukacije, imali ulogu promocije i komunikacije društvene ekonomije i poduzetništva prema javnosti. Organizirani u tek nekoliko dana razmaka, prvi je održan u Zagrebu u organizaciji Ureda za udruge Vlade Republike Hrvatske i British Councila Hrvatska, a nazvan je *Konferencija o društvenom poduzetništvu u Republici Hrvatskoj: prilike i izazovi*.

Drugu konferenciju organizirala je udruga Slap pod nazivom *Socijalno poduzetništvo – pokretač razvoja*, a održala se na nekoliko lokacija u Baranji i u gradu Osijeku. Svakako valja istaknuti kako je prvi događaj bio jedan od rjeđih dobrih primjera ispunjavanja ciljeva za ovo područje donesenih u *Nacionalnoj strategiji stvaranja poticajnog okruženja za razvoj civilnog društva 2006–2011*. Također, bila je to premijera još jedne inozemne institucije – British Councila Hrvatska, koji se od tog trenutka pozicionira kao jedan od najvažnijih i najpresudnijih aktera za educiranje o društvenom poduzetništvu, što će trajati sljedećih nekoliko godina u obliku organiziranja obuke za društvene poduzetnike *Skills for social entrepreneurs*, financirane u okviru programa cjeloživotnog učenja EU-a Leonardo da Vinci.

Drugi je događaj važan zato što se na njemu osnovao Forum socijalnih poduzetnika (SEFOR) kao neformalna mreža i prostor okupljanja svih zainteresiranih u institucijama i na terenu. Dodatno se na konferenciji u organizaciji udruge Slap istaknuo cilj sagledavanja ključnih prepreka „stvaranju poticajnog okruženja za razvoj socijalnog poduzetništva te postizanje dogovora o konkretnim koracima i nositeljima, koji će voditi prema provedbi Nacionalne strategije“ (*Pomakonline*, 24. 11. 2009.).

Možemo istaknuti kako su nositelji promjena i inicijatori različitih oblika društvene ekonomije na terenu već tada trasirali dobar put stvaranja poticajnog radnog, iskustvenog i suradničkog okruženja dionika koji prakticiraju društveno poduzetništvo s onima koji predstavljaju institucionalni aparat s ciljem donošenja „poticajnog zakonodavnog okvira kao infrastrukture podrške“ (isto). Kasniji

dogadaji i smjer razvoja izrade nacionalne Strategije pokazat će da je ta kombinacija bila uspješna, no ono što se mora konstatirati kao izrazito otežavajuća okolnost za opću sliku i razvoj društvenog poduzetništva u Hrvatskoj jest nedovoljna dinamičnost u realizaciji i donošenju strateških dokumenata s obzirom na to da smo *Strategiju* dobili tek 2015. godine.

ACT provodi projekt “Socijalno poduzetništvo kao instrument financijske održivosti organizacija civilnog društva” u sklopu kojega se pripadnici i pripadnice OCD-a educiraju o izradi poslovnih planova.

Već spomenuta važnost British Councila Hrvatska za obrazovanje lokalnih snaga nastavlja se i u 2010. godini održavanjem treninga za trenere koje vode stručnjaci iz agencije Social Enterprise London te Freer Spreckley, trener u društvenom poduzeću Local Livelihoods kojem je prevedeno na hrvatski nekoliko radova i izvještaja. Upravo iz tih treninga potekla je većina domaćih trenera i savjetnika za razvoj društvenih poduzeća i poduzetništva. Na *Prvoj hrvatskoj nacionalnoj konferenciji o socijalnom poduzetništvu*, održanoj krajem 2010. godine pokraj Zagreba, predstavljen je rad SEFOR-a nakon godinu dana rada te neformalne mreže.

Udruga Slap sredstvima dobivenim u sklopu IV. komponente IPA-a, Razvoj ljudskih potencijala, uz sufinanciranje Ureda za udruge Vlade RH pokreće 2011. godine projekt SEFOR. Partneri su bili Centar za tehničku kulturu Rijeka i splitska udruga Zdravi grad. Kao što je istaknuto, SEFOR je kao neformalna mreža odigrao iznimnu ulogu kao inicijator izrade *Strategije* u suradnji s tadašnjim Ministarstvom gospodarstva, rada i poduzetništva, a njegove aktivnosti financiraju i Nacionalna zaklada za razvoj civilnoga društva i talijanska zaklada Unicredit.

Događaj koji je obilježio tu godinu bio je novi Zakon o zadrugama (NN 34/11) jer je u njemu prvi put (čl. 66.) socijalna zadruga izričito navedena kao model za:

- obavljanje djelatnosti kojima se pruža pomoć u zadovoljenju osnovnih životnih potreba socijalno ugroženim, nemoćnim i drugim fizičkim osobama, koje one same ili uz pomoć članova obitelji ne mogu zadovoljiti zbog nepovoljnih osobnih, gospodarskih, socijalnih i drugih okolnosti,
- uključivanje u radne i gospodarske procese osoba s umanjenom radnom sposobnošću i drugih fizičkih osoba koje nemaju dovoljno sredstava za podmirenje osnovnih životnih potreba, a nisu u mogućnosti ostvariti ih svojim radom ili prihodom od imovine ili iz drugih izvora.

Pred kraj 2011. godine SEFOR organizira daljnje cikluse treninga nakon kojih konačno dobivamo domaće konzultante/trenere/mentore za društveno poduzetništvo.

Svakako valja istaknuti kako, premda pokrenut nekoliko godina prije, internet-ski portal o društvenom poduzetništvu i ekonomiji Pomakonline – magazin za

društveni razvitak (www.pomakonline.com) postaje uz projekt SEFOR glas sektora te do danas ostaje najraznovrsnije i najreprezentativnije mjesto informiranja za sve koje zanimaju društvena ekonomija i srodne teme.

NESsT pokreće nov ciklus natječaja za mentoriranje i financijsku potporu. Od 15 organizacija odabrano je najprije sedam s najviše potencijala i dobrim idejama, a dvije organizacije sljedeće godine dobivaju priliku za potporu u obliku izrade poslovnog plana i daljnju financijsku te stručnu potporu. Vrijedi istaknuti kako nakon udruge Roda status „njihovog“ poduzeća dobiva i ekološka udruga Sunce iz Splita sa svojim društvenopoduzetničkim programom Zelenih izleta kroz koje provode edukaciju o zaštiti i očuvanju okoliša.

Krajem 2011. godine udruga Slap organizira u Zagrebu seminar *Perspektive razvoja socijalnog poduzetništva* na kojem se prvi put javno predstavlja ideja stvaranja Clustera za eko-društvene inovacije i razvoj (CEDRA HR). Tada predstavljena kao operativni dio SEFOR-a s regionalnom zastupljenošću, CEDRA HR dobila je ulogu savjetovanja i osiguranja mreže potpore u iniciranju i upravljanju društvenopoduzetničkim pothvatima te jačanja kapaciteta za aktere koji dolaze. Inicirali su je udruge: Slap (Osijek), ACT (Čakovec), Zdravi grad (Split) i Centar za tehničku kulturu (Rijeka). Kroz sinergiju SEFOR-a i CEDRA-e HR poduzimaju se sve ozbiljniji koraci prema službenom početku i prihvaćanju izrade nacionalne strategije koja bi uredila otvorena pitanja i osigurala potporu društvenom poduzetništvu u Hrvatskoj. Također, na spomenutoj je konferenciji predstavljena regionalna mreža stvorena kroz projekt ESENSEE – Eco Social Economy Network South and East Europe, projekt koji su vodile prve tri spomenute udruge, a ulogu koordinatora preuzeo je Zdravi grad. Radilo se o jednom od najvećih takvih projekata EU-a u Hrvatskoj s partnerima ESCOOP-om – European Social Cooperatives iz Italije, Grupom 484 iz Srbije, ORT-om iz Makedonije, Little People of Kosova s Kosova te UNDPom – Project COAST kao pridruženom institucijom.

Istaknuli smo koliko je bilo iznimno u projektu YES udruge Slap odvažiti se ući u mikrokreditiranje proizvođača s dobrim idejama i potencijalima jer se takva vrsta potpore gotovo potpuno zanemarivala u Hrvatskoj za potrebe razvoja društvene ekonomije, pa čak i kada je bio pripreman teren za širenje. Projekt Good.bee (Dobra pčela) dio je međunarodne Erste grupe osnovan s ciljem financiranja projekata koji razvijaju zajednice u Srednjoj i Istočnoj Europi. Premda je hrvatski ured UNDP-a organizirao sastanak sa svim dionicima društvenopoduzetničke scene u Hrvatskoj krajem 2011. godine, na kraju se išlo s financiranjem nezaposlenih osoba s dobrim idejama iz grada Osijeka i okolice što, premda vrijedno, nije ispunilo ulogu potpore razvoju društvene ekonomije u Hrvatskoj.

Još je jedan šire društveni događaj neizravno obilježio sektor društvene ekonomije. Promjenom vlasti na parlamentarnim izborima u Hrvatskoj krajem 2011.

godine došlo je i do „preslagivanja“ ministarstava i njihovih nadležnosti. Dotadašnje Ministarstvo gospodarstva, rada i poduzetništva nadležno za sektor, komunikaciju s akterima na terenu i izradu najavljene strategije „razmontirano“ je u čak tri zasebna ministarstva: Ministarstvo gospodarstva, Ministarstvo poduzetništva i obrta te Ministarstvo rada i mirovinskog sustava. Odlučeno je da će se društvenim poduzetništvom baviti Ministarstvo rada i mirovinskog sustava premda nije bilo malo iznenađenih takvom odlukom s obzirom na to da se radi o poduzetništvu i o sektoru koji je u mnogim zemljama EU-a bitan dio ukupnog gospodarstva.

Početakom 2012. godine prvi su put dodijeljene nagrade za društveno poduzetništvo. Nagrade su dobili Autonomni centar ACT Čakovec za socijalno poduzetništvo godine zbog svih svojih inicijativa u ovom području, a posebno zbog osnivanja socijalne zadruge Humana Nova za recikliranje otpadnog tekstila te Domaće mlijeko d.o.o. iz Varaždina za socijalno poduzetničku ideju godine zbog ideje/koncepta otkupljivanja mlijeka od malih proizvođača. Nagrade od 20.000 kuna za najbolje socijalno poduzetništvo dala je iz svojih prihoda Modra nit d.o.o., agencija za marketing, koju je kao svoje društveno poduzeće osnovala udruga Slap i tako na najbolji način pokazala što znači redistribucija profita natrag u zajednicu.

Sredinom 2012. godine održana je u organizaciji British Councila Hrvatska i Ministarstva rada i mirovinskog sustava Međunarodna konferencija o socijalnom poduzetništvu čime se opet zakotrljala priča o strategiji, a završio je edukativni program *Skills for social entrepreneurship*.

Otpribliže u isto vrijeme Nacionalna zaklada za razvoj civilnoga društva (2012b) objavljuje zbornik radova *Poduzetništvo u službi zajednice – zbornik tekstova o društvenom poduzetništvu* u kojem analizu osnovnih pojmova, izvora financiranja te institucionalnog i zakonodavnog okvira kao glavni autori i autorice daju domaće snage društvene ekonomije, što je bio još jedan znak rasta i sazrijevanja scene na terenu.

NESsT organizira prvi Dan društvenih poduzeća u Hrvatskoj u prostorima Zagrebačke škole ekonomije i menadžmenta uz potporu veleposlanstva Nizozemske. Osim rasprava i stručnih prezentacija Dan je obilježio Sajem društvenih poduzeća, a nagrade kao najbolji primjeri dobili su udruga Sunce i udruga Mali zeleni i Biševo.

I prije službenog rada na *Strategiji* moglo se uočiti različito shvaćanje društvenog poduzetništva, odnosno različito prevođenje pridjeva „social“ uz *enterprise, entrepreneurship ili economy* – sa *socijalno* odnosno *društveno*. Iz tih razloga organiziran je sredinom 2012. godine okrugli stol pod nazivom *Strategija za razvoj socijalnog/društvenog poduzetništva – pojmovi i definicije* na kojem su između ostalih stručnjaci iz područja znanosti objašnjavali zašto smatraju da pr-

venstvo i utemeljenje u našem jeziku ili kontekstu ima socijalno poduzetništvo odnosno društveno poduzetništvo.

Mi smo svoju poziciju i mišljenje istaknuli već na početku Izvještaja, pa ćemo ovdje tek istaknuti kako se i iz samih naslova konferencija, projekata ili izvještaja vidi da je uz nekoliko iznimaka prije početka procesa izrade *Strategije* češće bio u upotrebi pojam socijalno poduzetništvo, a da se pojam društveno poduzetništvo uz još neke druge utjecaje nametnuo kao stožeran upravo usred procesa i rada na *Strategiji*.

Nacionalna strategija stvaranja poticajnog okruženja za razvoj civilnog društva od 2012. do 2016. godine nastavlja razrađivati ovaj model u zasebnom poglavlju III. Osnaživanje uloge OCD-a za društveno-ekonomski razvoj, potpoglavlje 2. Socijalne inovacije i razvoj socijalnog poduzetništva (UZUVRH, 2012). U konkretnoj strategiji vjerojatno se prvi put i na nedvosmislen način javno ističe činjenica da je društveno poduzetništvo proizišlo isključivo iz aktivnosti OCD-a odnosno da je „prožeto vrijednostima civilnog društva” (isto: 43).

Krajem 2012. godine službeno se osniva CEDRA HR kao centar podrške za sadašnje i potencijalne društvene poduzetnike. Sa sjedištem u Zagrebu, mrežu čini još pet regionalnih centara podrške, u Čakovcu, Osijeku, Rijeci, Splitu i Dubrovniku, a svi su vezani za udruge aktivne u sektoru (ACT, Slap, Centar za tehničku kulturu, Zdravi grad i Deša). Time CEDRA HR i službeno postaje neupitan akter na ovom području s obzirom na svoju rasprostranjenost i oko 40 stručnjaka iz društvene ekonomije koje okuplja.

Na drugoj svečanosti dodjele nagrada za društveno poduzetništvo, održanoj u ožujku 2013. godine, udruga Roda nagrađena je za osnivanje svojeg društvenog poduzeća Rodin let d.o.o. na koji je prebačeno cjelokupno poslovanje vezano za proizvodnju i prodaju tekstilnih pelena i ostalog za novorođenčad, što se do tog trenutka vodilo preko udruge. Udruga za mlade Alfa Albona iz Labina osvojila je nagradu za najbolju društvenopoduzetničku ideju pretvaranja zapuštenog objekta u gradu u Zgradu društvenog poduzetništva. Ovdje vrijedi naglasiti kako se cijela ideja ostvaruje u suradnji s lokalnom upravom, koja je spomenutu zgradu osigurala za projekt sređivanjem vlasničkih odnosa. Za razliku od prethodne godine, dodijeljena je i nova nagrada za promidžbu ideje društvenog poduzetništva Višnji Grozdanić, prodekanici za studije Veleučilišta VERN', gdje studenti kao jedan od izbornih kolegija imaju *Socijalno poduzetništvo i društvene inovacije*.

U proljeće 2013. godine, nakon nekoliko godina rada kao inicijativa, svoj prostor za javnost otvara Impact Hub Zagreb, poduzetnički centar za inovacije i kreativne ideje, od čega se znatan dio veže za društveno poduzetništvo. Tako je dobivena ne samo još jedna organizacija koja promovira, zagovara i daje podršku cijelom sektoru, nego i fizički prostor preko kojeg Impact Hub postaje mjesto

komuniciranja, razmjene, učenja i edukacije te umrežavanja društvenih inovatora i poduzetnika.

U travnju 2013. godine Vlada RH konačno donosi Odluku o osnivanju Radne skupine za izradu *Strategije društvenog poduzetništva u Republici Hrvatskoj za razdoblje od 2014. do 2020. godine* koju čine 44 člana i članice iz nadležnih i zainteresiranih ministarstava, agencija i drugih institucija, dionika na samom terenu iz OCD-a te iz područja znanosti.

U svibnju 2013. godine ZABA raspisuje svoj natječaj za potporu projektima društvenog poduzetništva Moja zajednica. Natječaj je raspisan u suradnji s NE-SsT-om i Zakladom Unicredit, a podržalo ga je Ministarstvo rada i mirovinskog sustava. Za financiranje je odabrano pet projekata, a svakom je dodijeljeno 7500 eura: Udruga za održivi razvoj Hrvatske (UZOR Hrvatske) iz Koprivnice dobila je sredstva za projekt *Teretnim biciklom do održive zajednice* kojim namjeravaju biciklima pokrenuti besplatan sustav za skupljanje starog papira; Udruga za mlade Alfa Albona iz Labina za svoj već nagrađivani projekt Zgrada društvenog poduzetništva, prenamjene bivšeg učeničkog doma u hostel za mlade s dodatnim sadržajima; ACT iz Čakovca za projekt *Domaće jelo*, projekt otvaranja restorana, cateringa i trgovine koje će podupirati već postojeća socijalna poljoprivredna zadruga Domaći vrt; Socijalna zadruga Pružimo ruke iz Bjelovara za projekt *Ceker za laptop*; te Društvo distrofičara, invalida cerebralne i dječje paralize i ostalih tjelesnih invalida iz Čakovca za projekt osnivanja društvenog poduzeća Izvor d.o.o.

Ta godina bila je posebna jer smo dobili prvi „konzorcij organizacija i pojedina naca koji promiču, razvijaju i unapređuju društveno odgovorno ponašanje i poslovanje, društvenu i solidarnu ekonomiju, društveno poduzetništvo i civilno društvo“ (ACT Grupa, 2014). Radi se o jedinstvenom primjeru udruživanja lokalnih aktera društvene ekonomije u zajedničko tijelo kako bi dobili na snazi i vidljivosti. Članice ACT Grupe su: Autonomni centar ACT, ACT Printlab, ACT Konto, CEDRA Čakovec, Socijalna zadruga Humana Nova, Centar za pomoć u kući Međimurske županije, Socijalna poljoprivredna zadruga Domaći vrt i ACT Press.

U jesen 2013. godine *Nacrt Strategije* prvi se put javno predstavlja na konferenciji *Strategija razvoja socijalnog poduzetništva* održanoj u okviru projekta SEFOR2 koji financira Zaklada Unicredit.

Krajem 2013. godine na Veleučilištu VERN⁷ održana je konferencija *Društveno poduzetništvo – inovacije i razvoj* koju su uveličali stručnjaci iz Velike Britanije: Rory Ridley-Duff s britanskog sveučilišta Sheffield Hallam i član uprave šest socijalnih zadruga i društvenih poduzeća te Cliff Southcombe, predsjednik organizacije Social Enterprise Europe. Dio konferencije bile su i radionice od kojih izdvajamo onu o CEDRA-i kao modelu podrške i radionicu o modelu društvenog poduzetništva Fair Share koju je vodio Ridley-Duff.

Impact Hub Zagreb otvorio je 2014. godine prvi poslovni inkubator za društvene poduzetnike u svojim prostorijama s ciljem okupljanja i rada s poduzetnicima koji koristeći inovacije žele raditi na poboljšanju društva. Također u suradnji sa Zakladom ERSTE dovode u Hrvatsku u ožujku 2014. godine Social Impact Award, najveći europski edukacijski program za studente u području društvenog poduzetništva. Iz Hrvatske kao najbolji projekti izabrani su: Authink – aplikacija za roditelje i ostale koji se brinu za autističnu djecu, Crosafety – poboljšana kaciga za glavu s većom amortizacijom i boljom zaštitom za glavu i Vinifera – recikliranje otpada od proizvodnje vina. Projekt Coinsulter je dobio posebnu nagradu, a radi se o mobilnoj aplikaciji koja na jednostavan i razumljiv način približava korisnicima digitalne valute poput bitcoina i sličnih.

U ožujku 2014. godine objavljen je *Nacrt Strategije razvoja socijalnog/društvenog poduzetništva u RH za razdoblje od 2014. do 2020. godine* i otvorena javna rasprava.

U međuvremenu je donesen još jedan strateški dokument u kojem se spominje društveno poduzetništvo – *Strategija borbe protiv siromaštva i socijalne isključenosti u Republici Hrvatskoj (2014.–2020.)*, prvo kao jedno od „načela koja je nužno poštivati u ostvarivanju ciljeva strategije i provedbi mjera i aktivnosti“ (MSPM, 2014: 17), a zatim i kao jedna od glavnih strateških aktivnosti za strateško područje 4.2. Zapošljavanje i pristup zapošljavanju te strateško područje 4.8. Uravnoteženi regionalni razvoj, što je u skladu i s kasnijim ciljem *Strategije*.

Na Dan planeta Zemlje u proljeće 2014. godine osnovana je Zadruga za etično financiranje (ZEF) iz koje bi u budućnosti trebala proizići prva etična banka u Hrvatskoj – eBanka, jedan od presudnih alata za razvoj društvene ekonomije u Hrvatskoj. Na osnivačkoj skupštini bio je 101 zadrugar što je najveći broj inicijalnih zadrugara u Hrvatskoj. Njihov broj narastao je do pisanja Izvještaja na oko 250 članova što je najzorniji pokazatelj koliko se u Hrvatskoj čekalo na nekoga tko bi bio nositelj ideje etičnog financiranja i koliko je takav proaktivni akter potreban.

CEDRA HR u suradnji sa ZEF-om, LEADER mrežom Hrvatske (mrežom koja okuplja LAG-ove – lokalne akcijske grupe), odvjetničkim uredom Tomislav Valičević, HUB-om Zagreb, Međunarodnom agencijom za razvoj Mara d.o.o. i SEFEA-om (financijska kompanija zadužena za operativnu provedbu aktivnosti Europske federacije etičnih i alternativnih banaka – FEBEA) ujesen 2014. godine dobiva projekt EU-a Prvi strukturni europski financijski instrument za društveno poduzetništvo u Hrvatskoj (EUSEF). Cilj je projekta „povećanje zaposlenosti i socijalne uključenosti pružanjem pomoći u razvoju društvenih poduzeća i omogućivanje pristupa financijama za društvena poduzeća u ranim fazama i start-up poduzećima“, a financiran je sredstvima Europske komisije i u skladu je s nastojanjima da se uspostavi regulatorni okvir za fondove za društvena ulaganja usvojen dokumentom *European Social Entrepreneurship Funds – EuSEF*.

Posebnost je projekta osnivanje investicijskog fonda iz kojeg bi se financirali projekti društvenog poduzetništva u Hrvatskoj i šire ili preko namjenskog kreditiranja ili preko ulaganja uz otkup udjela.

Krajem veljače 2015. godine Impact Hub Zagreb i Zaklada Erste ponovno iniciraju Social Investment Award, natjecanje za studente u području društvenog poduzetništva.

Vrlo brzo nakon toga Impact Hub, sada u suradnji i s financijskom potporom Zaklade Unicredit, pokrenuo je novo natjecanje u kojem su tražili hrabre pojedince ili pojedinke koji imaju projekte rješavanja društvenih problema ili problema zaštite okoliša. Od 27 ukupno pristiglih prijava kao najbolji projekti i dobitnici nagrade od 7500 eura izabrani su: Zeleno zlato – projekt samozapošljavanja žena starijih od 50 godina obučavanjem za održivu berbu samoniklog aromatičnog i ljekovitog bilja i izradu proizvoda, Healthy Meal Standard – certifikat za zdrave menije u hotelima, školama i vrtićima za osobe s posebnim prehrambenim potrebama te Acro GoalAchiever – interaktivni alat koji pomaže postavljanju i postizanju ciljeva.

U travnju 2015. godine, dvije godine nakon Odluke o osnivanju radne skupine, na sjednici Vlade RH usvojen je *Prijedlog Strategije razvoja društvenog poduzetništva za razdoblje 2015.–2020.*

S obzirom na važnost same *Strategije* odnosno s obzirom na to da se njenim usvajanjem i samim time oživljavanjem u smislu početka rada na ostvarivanju ciljeva i mjera te s obzirom na to da je prošlo deset godina od ozbiljnije pojave društvenog poduzetništva u Hrvatskoj, povijesnu analizu razvoja sektora završit ćemo upravo tim trenutkom i činom. Cilj nam je bio prikazati najvažnije događaje i procese na trasi razvoja društvenog poduzetništva u Hrvatskoj, ali i istaknuti najvažnije aktere kako bi ostali zasluženo upisani.

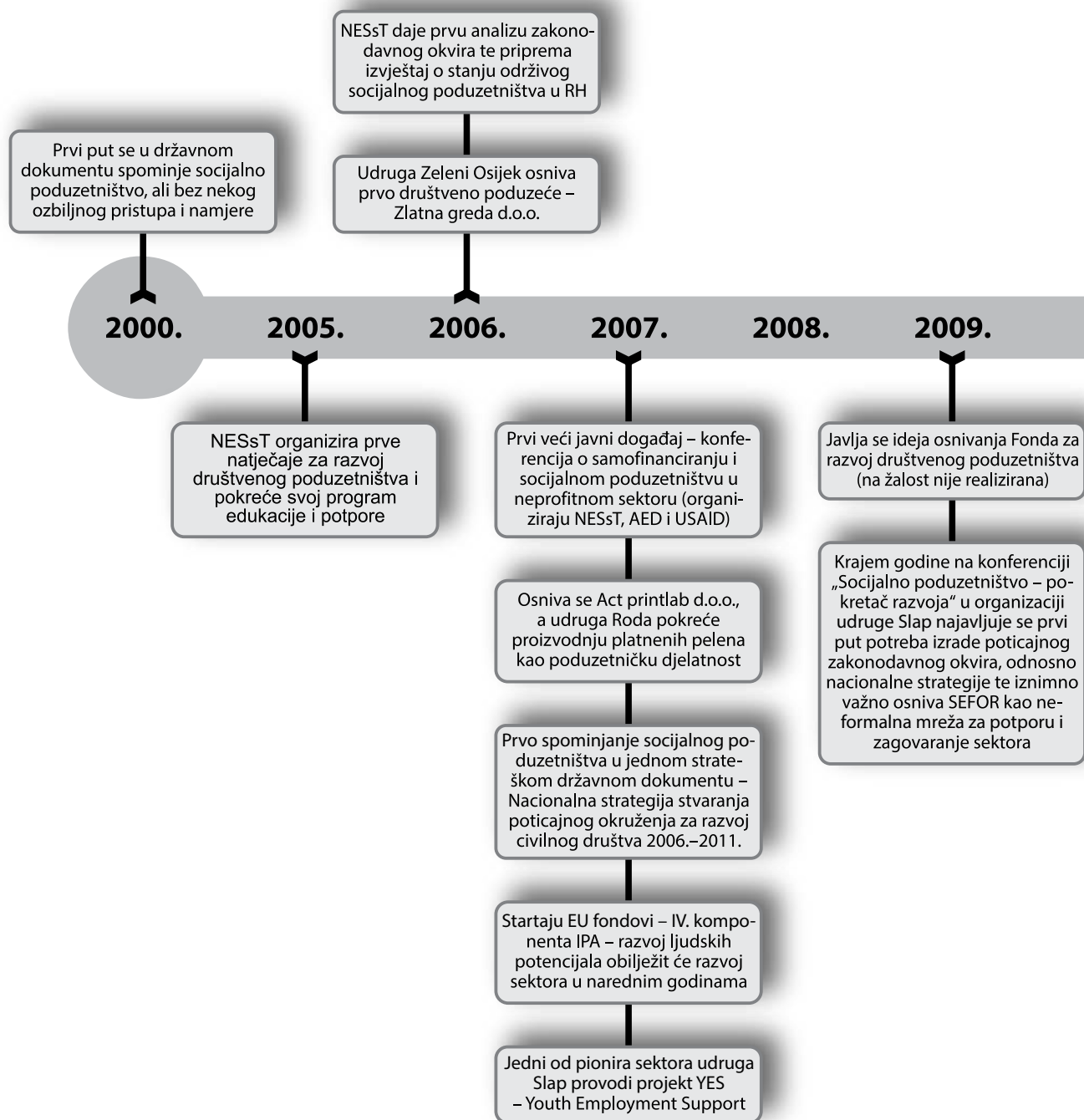
Drugi akteri na najvišoj državnoj razini, primjerice ministarstva ili druga tijela, pojavljivali su se sporadično bez dugoročnog plana i strategije odnosa ili razvoja sektora. Tako bi primjerice hvalevrijedan program Poduzetnički impuls Ministarstva poduzetništva i obrta uključio neke godine u svoju shemu financiranja društveno poduzetništvo i zadruge, da bi nakon toga bez objašnjenja nestajali kao akteri za prijavu projekata, a onda se opet pojavili godinu ili dvije poslije (Vidović, 2013). Spustimo li se do nižih razina, stanje je još poraznije. Nema gotovo nikakve direktne podrške ili pomoći od županija ili gradova, uz nekoliko iznimaka, na primjer Grad Osijek financirao je društveno poduzetništvo u maksimalnom iznosu od simboličnih 3000 eura. Iako u Europi postoji mreža REVES – Europska mreža gradova i regija za društvenu ekonomiju, za naše je JLRS-ove to nepoznanica i tek je nedavno pokrenuta inicijativa da Istarska županija dobije status člana promatrača.

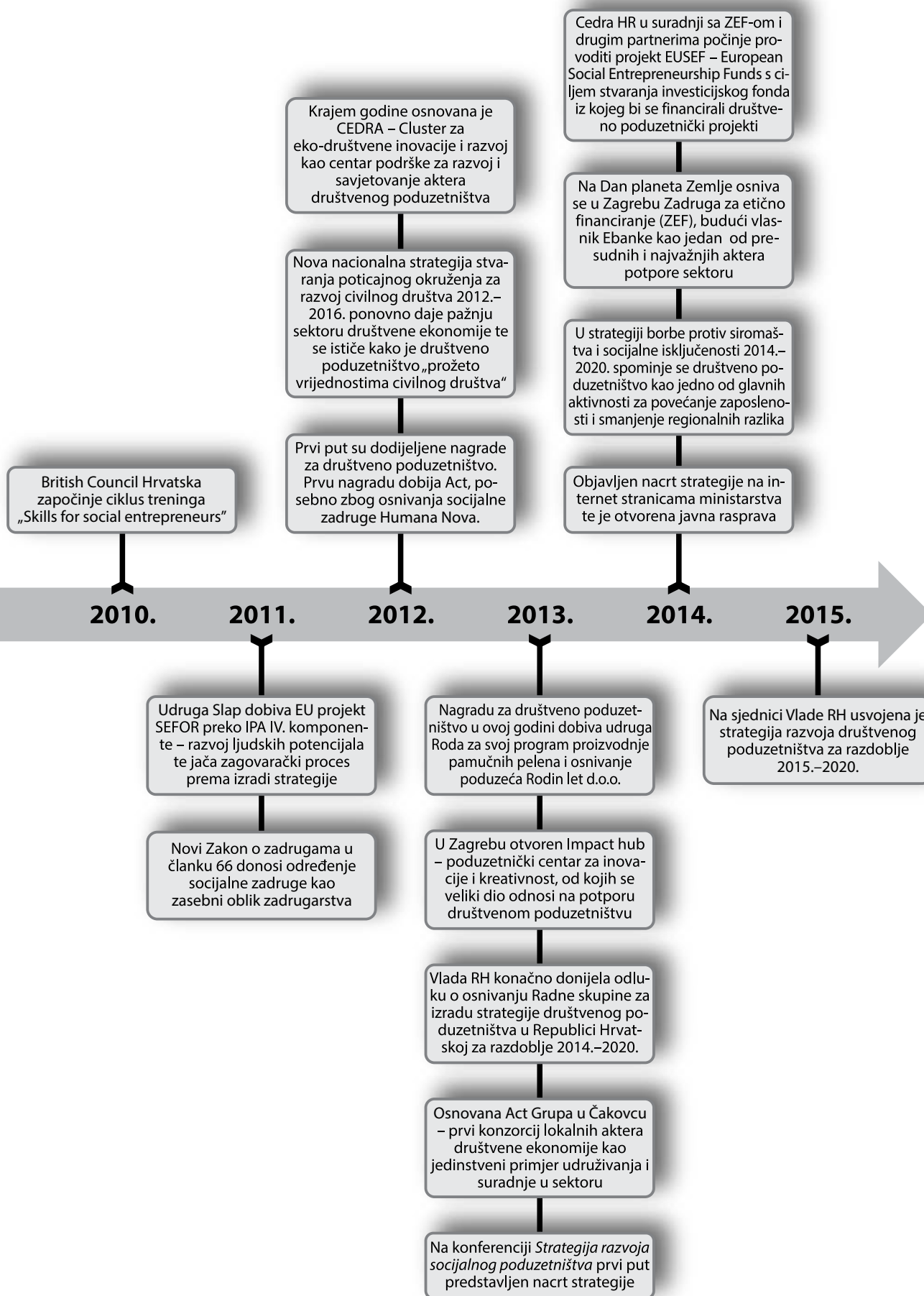
Ovdje treba izdvojiti Split, koji ima funkcionalan sustav direktnog ugovaranja za obavljanje raznih socijalnih usluga (beskućnici, starije osobe, mladi, djeca s poteškoćama u razvoju...) koje pružaju udruge. Opredjeljenje za potporu i korištenje usluga akterima društvene ekonomije koji imaju dovoljno kapaciteta, znanja i sposobnosti da osiguraju kvalitetnu uslugu verificirano je i Odlukom o socijalnoj skrbi Gradskog vijeća kojom se Grad Split, uz potporu, odlučuje provoditi „postupke javne nabave usluga i ugovarati s odabranim pružateljima (udrugama) plaćanje usluga propisanih ovom Odlukom“ (*Službeni glasnik* br. 22/2014: 12). Iz komunikacije s nekim organizacijama korisnicama ugovora dobili smo podatke o višestrukoj financijskoj koristi koju grad ima od tog modela direktnog ugovaranja te bi s obzirom na jedinstvenost u Hrvatskoj bilo vrijedno istražiti razloge za takvo opredjeljenje grada Splita.

Ne samo zato što je to jedan od posebnih ciljeva *Strategije*, vrijedi spomenuti i znanstvene institucije koje su obrazovnim programima podupirale razvoj educiranosti i informiranosti o društvenom poduzetništvu: Pravni fakultet u Zagrebu – Katedra za socijalnu politiku, Ekonomski fakultet u Osijeku, Veleučilište VERN' u Zagrebu, Zagrebačka škola ekonomije i managementa te Fakultet ekonomije i turizma „Dr. Mijo Mirković“ u Puli (EMS, 2014).

U vremenskom prikazu koji slijedi nalaze se najvažniji događaji koji su obilježili 10 godina društvenog poduzetništva i ekonomije u Hrvatskoj.

Slika 1. – Vremenski prikaz razvoja društvene ekonomije u Hrvatskoj





Možemo izvesti kao zaključke:

1. Razvoj društvenog poduzetništva i ekonomije u Hrvatskoj najviše je ostvaren kroz rad i aktivnosti organizacija civilnog društva.
2. Kada kažemo organizacije civilnog društva dužni smo istaknuti kako se radi o udrugama koje možemo preciznije opisati kao organizacije koje djeluju za opće dobro (UZUVRH, 2015). Ostali akteri društvene ekonomije kakve možemo pratiti u drugim zemljama EU-a, gdje su ponegdje predvodnici sektora, kao što su zadruge, socijalne zadruge, organizacije koje se bave promocijom i organiziranjem volonterstva, zaklade i filantropske institucije te pojedinci i ostali akteri, bili su uglavnom na rubu razvojnih aktivnosti bez značajnijeg doprinosa dolasku novih ekonomskih modela koji im načelno odgovaraju.
3. Kada kažemo organizacije civilnog društva, moramo znati kako se radi o nekoliko najprisutnijih organizacija u edukaciji, zagovaranju, umrežavanju i provedbi društvenopoduzetničkih inicijativa i projekata. Usudili bismo se reći kako je tu riječ o najviše petnaestak najčešće spominjanih čiji su rad i aktivnost doveli do početka rada na *Strategiji*, a u ovom području nisu determinirani isključivo projektnim tipom djelovanja, već se radi o njihovom vrijednosnom i strateškom opredjeljenju.
4. S obzirom na iskustvo zemalja EU-a u kojima je danas društvena ekonomija snažan i potentan sektor koji pridonosi zapošljavanju, održivosti, socijalnoj koheziji i solidarnosti u društvu, dosadašnja uloga države, njenih pravno-regulatornih i financijsko-potpornih mehanizama nije bila dostatna (teza o „uvezenom konceptu“). Isto vrijedi za niže razine upravljanja kao što su jedinice lokalne i područne (regionalne) samouprave. Primjenom *Strategije* očekuje se u tom pogledu prekretnica.

Već smo naglasili kako povijesnoj analizi nije uloga samo faktografsko nizanje najvažnijih događaja i aktera i da nam služi kao uvod u glavnu analizu, stoga ćemo svim ovim zaključcima posvetiti još prostora u nastavku Izvještaja.

ANALIZA STRATEGIJE RAZVOJA DRUŠTVENOG PODUZETNIŠTVA U REPUBLICI HRVATSKOJ ZA RAZDOBLJE OD 2015. DO 2020. GODINE

Jačanje cjelokupne društvene ekonomije u EU-u od krize države blagostanja 70-ih godina prošlog stoljeća, a posebno nakon početka ekonomske krize 2008. godine kada se osvijestilo o vitalnosti i otpornosti sektora posebno u nestabilnim vremenima, uz sve više primjera društvenih poduzeća u Hrvatskoj i jačanje sektora društvene ekonomije, prirodno je vodilo do konstruktivnog i zagarovaračkog pritiska prema nadležnima. Bilo je jasno kako nedostaje nadgradnja, okvir, svod ispod kojeg bi ta brzorastuća baza mogla nastaviti izgradnju u stabilnijem i snažnijem okruženju. Slikovito rečeno, moglo bi se inače dogoditi da se na dobrim temeljima gradi s lošom statikom i krovijem koje prokišnjava. Bez obzira na neupitni razvoj društvenog poduzetništva u Hrvatskoj od polovine prvog desetljeća novog milenija jasno je iz iskustva europskih zemalja koje su danas ogledni modeli razvijene infrastrukture i sektora društvene ekonomije kako za napredak nedostaje strateški državni dokument koji će odrediti razinu i smjer razvoja sektora, financijske i legislativne okvire te odrediti uloge i ciljeve u jačanju informiranosti i vidljivosti te educiranosti o „novoj ekonomiji“.

Analizu *Strategije* možemo podijeliti na sljedeće dijelove:

- opće napomene
- definicija i kriteriji (Evidencija društvenih poduzetnika)
- opći cilj i posebni ciljevi za čije ispunjenje postoje konkretne mjere i aktivnosti.

Dužni smo naglasiti kako u Izvještaju analiziramo *Strategiju* u odnosu na njene bitne odrednice za razvoj društvenog poduzetništva u Hrvatskoj. Ostale napomene i kritički komentari odnose se na poziciju i status *Strategije* s obzirom na europski kontekst Hrvatske na koji se često i u samoj *Strategiji* referira. Zbog toga je za takve napomene i komentare primjerenije mjesto komparativna analiza stanja društvene ekonomije u Hrvatskoj u odnosu na kontekst EU-a i određene zemlje, pa ćemo taj primijeniti u izvještaju *Preko granica*.

Opće napomene

Analizu *Strategije* počinjemo općim napomenama od kojih smo neke već spomenuli.

Iz povijesne analize razvoja društvenog poduzetništva vidjeli smo da je prva inicijativa potekla odozdo, iz samih temelja i baze, kroz rad i aktivnosti udruga, odnosno njihovih mreža SEFOR-a pa zatim CEDRA-e. To se poklopilo s otvorenošću i spremnošću u tada nadležnom ministarstvu da se izrada *Strategije* postavi kao neupitan korak prema plodnijoj suradnji i sinergiji svih dionika bitnih za razvoj društvenog poduzetništva. Također, suradnja civilnog sektora i nadležnih tijela bila je važan pokazatelj potrebe da se u *Strategiju* ugrade transparentni odnosi i jasna pravila igre, precizno postavljene uloge i odgovornosti za sve bitne dionike u razvoju društvenog poduzetništva. Ostaje nam stoga zapitati se: Zašto se toliko dugo čekalo na usvajanje *Strategije*?

Prva javna zamisao o potrebi *Strategije* javila se davne 2009. godine, a pravi zagovarački proces počeo je ozbiljnijim predstavljanjem razloga i potreba za izradu strateškog dokumenta početkom 2011. godine. Tada se njen start najavljivao za 2013. godinu te je tako i komunicirano prema zainteresiranoj javnosti. Kada je formirana radna skupina početna godina pomaknuta je u 2014. Na kraju, u naslovu *Strategije* stoji 2015.–2020. jer je konačno usvojena na sjednici Vlade RH krajem travnja ove godine. Radi se o predugom razdoblju i propuštenoj prilici osiguranja pravodobne potpore akterima na terenu i uređenja procesa te struktura bitnih za razvoj cijelog sektora društvene ekonomije.

No, s obzirom na važnost *Strategije*, njena javna objava i prihvaćanje predstavljaju jedan od najvažnijih događaja vezanih za društveno poduzetništvo u Hrvatskoj. Kako je istaknuto u samoj *Strategiji*, radi se o „konkretnom iskoraku u procesu unapređenja društvenog poduzetništva u Hrvatskoj“ (MRMS, 2015: 7). Vrlo je izvjesno da će se buduće analize i pogledi na razvoj čitavog sektora određivati u odnosu na razdoblje prije odnosno poslije donošenja *Strategije*.

Radna skupina koja je radila na *Strategiji* pod vodstvom nadležnog tijela Ministarstva rada i mirovinskog sustava sastojala se od 44 osobe iz svih institucija i organizacija bitnih i zainteresiranih za ovo područje. U tom kontekstu *Strategija* je plod sinergije unutar radne skupine kao i reakcija i komentara tokom javne rasprave (MRMS, 2014). Može se reći kako smo kroz taj proces dobili zaokružen dokument u kojem su detektirana područja djelovanja trenutačno najvažnija za razvoj društvenog poduzetništva:

1. zakonodavni i institucionalni okvir
2. financijski okvir
3. obrazovanje
4. vidljivost.

Moramo biti svjesni da je *Strategija* također plod nužnih kompromisa i susretanja različitih pogleda i mišljenja, osobito u pogledu terminologije, pa se u prvoj radnoj verziji *Strategije* govorilo o socijalnom/društvenom poduzetništvu. Premda realno imamo poteškoća jednom riječi prevesti svu širinu, ali i svu jasnoću engleskog pojma *social*, pa se u tom kontekstu može činiti smislenim u pravom trenutku i na pravom mjestu koristiti obje hrvatske inačice, *Strategija* sigurno nije prava adresa za takav eklekticizam jer ispunjavanje njenih ciljeva i mjera ovisi o nedvosmislenosti, jasnoći i preciznosti. A s obzirom na to da *Strategija* ima veliku ulogu u približavanju društvenog poduzetništva stručnoj i široj javnosti, nezgrapno je i nekomunikativno rabiti oba pojma. Možemo konstatirati da je srećom ta podvojenost riješena i svakako je za razumijevanje i prihvaćanje *Strategije* lakše da se čitatelja ne dovodi u dvojbu zašto i socijalno i društveno te što u danom kontekstu označava socijalno, a što društveno. Odbran je termin društveno poduzetništvo jer ima jači i širi kapacitet obuhvaćanja svih „poduzetničkih praksi s društvenim ciljem u odnosu na pojam socijalno poduzetništvo koje može imati konotaciju isključive angažiranosti u socijalnoj sferi“ (MRMS, 2015: 6).

Kao što smo rekli, kroz proces izrade *Strategije* valjalo je ići uz pažnju i osjetljivost prema svim uključenim dionicima i njihovim stajalištima, a s druge strane trebalo je znati donijeti konačnu odluku i dovesti sve zainteresirane do točke kompromisa što nositeljima cijelog procesa svakako nije bila zahvalna uloga. U skladu s tim u *Strategiji* govorimo o društvenom poduzetništvu, društvenim poduzećima i poduzetnicima, a s druge strane govorimo o socijalnoj ekonomiji?!

Drugo neslaganje između članova radne skupine i zainteresirane javnosti koja je sudjelovala u javnoj raspravi već je zabilježeno (ICFI, 2014b) i puno je ozbiljnije naravi. Riječ je o zaista strateškoj odluci, a to je razina važnosti područja upravljanja i demokratskog (su)odlučivanja kao relevantnog kriterija razlikovanja odnosno prepoznavanja društvenog poduzetništva. Radi se ne samo o dva različita poimanja društvenog poduzetništva, već i o različitim pogledima na ulogu i važnost osobe društvenog poduzetnika ili poduzetnice te ulogu i važnost drugih članova i/ili zaposlenika, dionika i partnera te čitave zajednice u kojoj društveno poduzeće djeluje.

Jedan pogled je bliži američkom poimanju, usudili bismo se reći i općih vrednota i ističe presudnost inicijatora društvenopoduzetničke ideje, ulogu same osobe društvenog poduzetnika (Ridley-Duff i Bull, 2013; Defourny i Nyssens, 2014). Drugi pogled je više europski i u njemu se naglašava cjelina, sama organizacija ili inicijativa, odnosno svi ljudi koji u društvenopoduzetničkoj ideji sudjeluju neovisno o ulozi. Ovdje se ističe kako upravo pozitivna sinergija uravnoteženih i ravnopravnih odnosa između svih uključenih dovodi do realizacije uspješne i kvalitetne društvenopoduzetničke ideje. Dapače, inzistira se na određivanju

razine i modela prohodnosti komunikacije i odlučivanja unutar organizacije ili inicijative, ali i prema van u odnosu na korisnike, partnere i lokalnu zajednicu. Drži se da ispunjavanje društvene misije kao glavnog cilja društvenog poduzeća (Borzaga i Galera, 2014), nije moguće zadovoljiti bez sudjelovanja svih zainteresiranih dionika u lokalnoj zajednici ili društvu.

Na te različite pristupe vrlo se često po istim razlikovnim osnovama nadovezuje odnos prema dobiti gdje za razliku od američkog pristupa, europski ultimativno zahtijeva od društvenog poduzeća reinvestiranje dobiti ili u novi proizvodni i kreativni ciklus ili za potrebe lokalne zajednice, a vrlo često se provlači i ideja ravnomjerne raspodjele dobiti svima uključenima u društvenopoduzetnički proces. Ta dva pristupa očekivana su posljedica različitih tradicija, povijesti i uvriježenih obrazaca poželjnog ponašanja i djelovanja koji su stoljećima puštali korijenje u SAD-u odnosno u Europi. Zato vrlo često u SAD-u kao društvene poduzetnike slave, kako smo rekli, sve one posebne pojedince koji imaju inovativna rješenja za društvene probleme, pa gotovo i sve filantrope, sve one iz *1% društva* koji odluče investirati u projekte sa socijalno pravednim ili ekološki održivim ciljem, a u Europi prevladava *no name* princip i naglašava se sam kolektiv/organizacija/poduzeće te odnos prema lokalnoj zajednici i društvu. Radi se i o dva različita fokusa. U SAD-u je glavni fokus na sam cilj; učiniti inovativno i korisno djelo koje rješava neki društveni ili ekološki problem, pomoći skupinama u teškoj socijalnoj situaciji ili marginaliziranim osobama. U Europi je osim cilja u fokusu i način na koji se dolazi do njega, znači ukupan proces, kao i upravljanje određenom strukturom i procesom pomoću kojih ostvarujemo cilj. Dakle, u SAD-u je bitan cilj putovanja, u Europi i samo putovanje jer ono određuje odnos prema cilju.

To naravno treba shvatiti kao idealtipove koji se u stvarnosti manifestiraju na različite izmiješane načine i u različitim oblicima. Treba naglasiti kako i u samom SAD-u postoji čitav niz inicijativa i organizacija na iznimnoj razini participativnosti, ravnopravnosti i reinvestiranja do primjera solidarne ekonomije koja preispituju odnose moći i teže transformativnim i emancipatorskim oblicima djelovanja. S druge strane, u Europi pa i u Hrvatskoj postoje primjeri paravana društvenih poduzeća u pogledu uvjeta ravnopravnog odlučivanja i participacije jer su mnogi ljudi sretni što imaju ikakav posao, pa ignoriraju način na koji funkcionira njihova organizacija i ne otvaraju previše pitanja. Ako ne postoje razvijeni sustavi mjerenja društvenog utjecaja i/ili legislativno utemeljeno participativno odlučivanje, nadležnim tijelima nije lako uočiti takva manipuliranja.

Dva pristupa koje spominjemo mogla su se uočiti i unutar radne skupine pa i poslije tokom javne rasprave. Nadležno tijelo opet je dobilo nezahvalnu ulogu da „presiječe“, uz jasno pozivanje na argumente te samo značenje *Strategije* i očekivanja od nje. Različiti pogledi na samu bit društvenopoduzetničkog pot-

hvata imaju uporište u različitim tradicijama organizacija iz čijih se pozicija ističe stav odnosno bliskost više poslovno orijentiranom djelovanju koje je spremno uključiti i društvenu korist u svoju agendu ili društveno orijentiranom djelovanju koje je u svoju agendu spremno uključiti i poslovno-poduzetnički stil. Ravnoteža između potrebe ostvarenja cilja, a to je zapošljavanje, u *Strategiji* određeno kao najvažniji aspekt posebno u odnosu na stanje visoke nezaposlenosti u Hrvatskoj, i načina kojim se cilj ostvaruje odnosno načina upravljanja nekim pravnim subjektom koji posluje po društvenopoduzetničkim kriterijima, bit će jedan od izazovnijih zadataka s kojima će se u budućnosti trebati nositi nedavno osnovani Odjel za razvoj društvenog poduzetništva u Hrvatskoj pri nadležnom ministarstvu i Savjet za razvoj društvenog poduzetništva kao sektorski nadležno tijelo koje će imenovati Vlada Republike Hrvatske.

Nadalje, premda konačni *Prijedlog Strategije* jest značajan iskorak u odnosu na *Nacrt Strategije* koji je išao u javnu raspravu, na nekim mjestima u *Strategiji* ostavljen je otvoren prostor za konceptualno poslagivanje, odnosno možemo uočiti potrebu da se osnovni pojmovi još više uredi i preciziraju kako bi cijeli dokument odnosno proces provedbe aktivnosti *Strategije* bio još jasniji i transparentniji. Već smo naglasili da je primjereno preuzet europski pogled na sektor koji usvaja demokratsko participativnu dimenziju, odnosno zanima ga širi kontekst odnosa pravnog subjekta koji realizira društvenopoduzetničku ideju ili projekt s bitnim dionicima i lokalnom zajednicom. No, u gotovo cijeloj *Strategiji* problematika se ponovno „individualizira“ pa se čak i u kontekstu kriterija za Evidenciju ističe pojam društvenog poduzetnika. Za Inicijativu za društveno poslovanje (Social Business Initiative) Europske komisije ističe se u *Strategiji* kako je pojmovno definirala koncept društvenog poduzetnika, premda u originalu jasno stoji koncept društvenog poduzeća (EC, COM(2011)682). Možemo izraziti žaljenje zbog određene „neusuglašenosti“ u *Strategiji*, osobito s obzirom na to da je i više nego dostupan i poznat dokument *Zakonodavni i institucionalni okvir za razvoj društvenog poduzetništva u jugoistočnoj Europi* u kojem je vrlo dobro prezentirano pojmovno određenje društvene ekonomije, poduzetnika, poduzeća i poduzetništva (Petričević, 2012).

Dio nejasnoća sigurno potječe i od toga što se kod nas i izvan *Strategije* nedovoljno jasnom čini pojmovna razlika između poduzeća i poduzetništva, a o uloji osobe poduzetnika da i ne govorimo. Nema sumnje da je takav pristup korišten i u *Strategiji*, te se pod društvenim poduzetnikom shvaćaju bilo kakvi pravni subjekti sektora na liniji individualno – kolektivno. Moguće da takvo slobodno etiketiranje može funkcionirati na razini opće ekonomije, premda je po našem skromnom mišljenju u najmanju ruku zbunjajuće. U sektoru društvene ekonomije valjalo bi preciznije koristiti takve termine jer društveni je poduzetnik nositelj ideje i inicijative društvenog poduzetništva, a društveno poduzeće poseban pravni subjekt koji se primjenjuje na mnoge načine u većini europskih zemalja

i kao takav ima svoja pravila i načine djelovanja. To su koliko bliski i povezujući pojmovi, toliko i različiti i zasebni pojmovi nastali u drugačijim društvenim kontekstima i razlozima, drugačijih značenja i opsega o čemu ćemo više pisati u izvještaju *Preko granica*.

Gledajući cjelovito, stječe se dojam kako se u *Strategiji* htjelo pomiriti i skupiti svu svjetsku povijest sektora, sva različita tumačenja pojmova i koncepata koje spominjemo, a koji kao najmanji mogući nazivnik imaju ideju da je moguće uspješno i održivo poslovati s glavnim ciljem ispunjavanja društvene misije, a ne profita. Premda ne možemo tvrditi koliko je ta *mišanca* u *Strategiji* servirana svjesno, ovdje skrećemo pažnju na važnost povijesne analize razvoja društvene ekonomije i poduzetništva u Hrvatskoj jer je kroz praćenje te staze vidljivo da je taj razvoj obilježen različitim utjecajima i pogledima na gore spomenutu zajedničku ideju. Zaključujemo kako se konceptualni *crossover* osjeti i u samoj *Strategiji* i da je zapravo „normalna“ posljedica odrastanja pod različitim utjecajima.

Već smo naveli kako je društveno poduzetništvo uvezena ideja i koncept (Vidović, 2012). Sukladno tome ideje i koncepti onih koji su „izvozili“ u Hrvatsku na određeni su način utjecali i na shvaćanje i doživljaj cijelog novog sektora odnosno utjecali su na smjerove razvoja. Dakle, to je prirodna situacija i u njoj ne mora biti *a priori* ništa loše. Dapače, za sektor društvenog poduzetništva možemo zaključiti kako Hrvatska treba biti zahvalna na spremnosti da se ova ideja i koncept diseminira u Hrvatsku s obzirom na to da u tom trenutku oni koji upravljaju državom, pa su odgovorni za kreiranje vizija i razvojnih strategija, nisu pokazivali nikakav interes, a oni koji su bili zainteresirani poput organizacija civilnog društva, nisu u tom trenutku imali dovoljno znanja i kapaciteta za provedbu i djelovanje u tom smjeru. Može se postaviti i legitimno pitanje u kojoj su mjeri na sadašnji razvoj uređivanja strukture i procesa u području društvenog poduzetništva utjecali prihvaćanje, razvoj i održivost sektora u europskim prostorima?

Najdalje bismo otišli kada bismo hibridni identitet društvene ekonomije i poduzetništva u Hrvatskoj tražili i u samoj bazi, među samim akterima. Već smo istaknuli, a i samo mapiranje aktera vodi nas do zaključka kako je bez obzira na popis društvenih poduzeća ili onih koji imaju potencijala to postati, gotovo sav rad na promociji, zagovaranju i edukaciji iznijelo petnaestak organizacija. To ne znači da smatramo nelegitimnim bavljenje samim sobom i svojim poslom, ali u kontekstu društvenog razvoja neke ideje i koncepta zanimaju nas oni koji imaju kapaciteta i želje za širi pogled i rad. Premda bi te ključne organizacije možda bilo pretjerano konvertirati u petnaestak lidera koji inovativnim rješenjima i modelima koriste društveno poduzetništvo za društvene promjene, usudili bismo se reći kako tu postoje makar elementi za daljnje istraživanje i analizu. Istraživačko pitanje koje traži svoj odgovor jest: koliko je među već postojećim primjerima društvenog poduzetništva u Hrvatskoj prisutan naglasak na samog

poduzetnika ili poduzetnicu kao inovativne lidere društvenih promjena ili na kolektiv i zajednicu kao nositelje cijele priče, kao na one koji počinju i završavaju krug?

Sličan dojam dobili smo pregledom preliminarnih rezultata nakon provedenih fokus grupa najpoznatijih i najprisutnijih društvenih poduzeća u Hrvatskoj. Izvještaj *Pogled iznutra* sljedeće godine rasvijetlit će ovu dilemu.

Zapravo nas pitanje koje smo otvorili i zasad ga ostavili takvim iz gore navedenih razloga pravila struke i znanstveno-istraživačkog rada ne treba čuditi jer kako smo vidjeli u povijesnoj analizi, prve godine razvoja društvenog poduzetništva obilježene su utjecajem i usmjeravanjem procesa s one strane Atlantika gdje se inovativnost, osobnost i liderstvo naglašavaju kao *sui generis* društvenog poduzetništva. Stvaranju iznimnih osoba i pojedinaca koji nose društveno poduzetništvo pomoglo je i to što, za razliku od mnogih zemalja EU-a u Hrvatskoj nema razvijenog institucionalno-zakonodavnog okvira, nema jake i razvijene svijesti o demokraciji odozdo i suodlučivanju, i nema visoke razine povjerenja i socijalne kohezije u društvu. Što nam je moglo preostati nego pouzdati se u „dobre poslovne samaritanke“, u naše dobre društvene poduzetnike?

Unatoč tome što u Hrvatskoj nije razvijen individualizam i što smo na razini načela ukorijenjeni u europski kontekst, moguće je da su povijesno-razvojni momenti doveli do hibridizacije društvenog poduzetništva, a samim time i do hibridizacije *Strategije*?

Definicija i kriteriji (Evidencija društvenih poduzetnika)

U *Strategiji* se društveno poduzetništvo definira kao:

Poslovanje temeljeno na načelima društvene, okolišne i ekonomske održivosti, kod kojeg se stvorena dobit/višk prihoda u cijelosti ili većim dijelom ulaže za dobrobit zajednice.

I u određivanju definicije slijedila se europska praksa i smjerovi razmišljanja o temi, pa slijedi stav da je definicija manje važna jer uostalom mnogo je definicija o društvenom poduzetništvu, važniji su kriteriji koji društveno poduzetništvo razlikuju od onog običnog (Defourny i Nyssens, 2014). Stoga i našu definiciju ne bismo trebali analizirati odvojeno od Kriterija prepoznavanja društvenog poduzetnika donesenih kao dio *Strategije* koji se nadovezuju na samu definiciju. Kriterija ima devet i prenosimo ih za potrebe daljnje analize:

1. Društveni poduzetnik ostvaruje ravnotežu društvenih, okolišnih i ekonomskih ciljeva poslovanja.
2. Društveni poduzetnik obavlja djelatnost proizvodnje i prometa roba, pružanja usluga ili obavlja umjetničku djelatnost kojom se ostvaruje prihod

na tržištu, te koja ima povoljan utjecaj na okoliš, doprinosi unapređenju razvoja lokalne zajednice i društva u cjelini.

3. Društveni poduzetnik stvara novu vrijednost i osigurava financijsku održivost na način da u trogodišnjem razdoblju poslovanja najmanje 25% godišnjeg prihoda planira ostvariti ili ostvaruje obavljanjem svoje poduzetničke djelatnosti.
4. Društveni poduzetnik najmanje 75% godišnje dobiti, odnosno višak prihoda ostvaren obavljanjem svoje djelatnosti ulaže u ostvarivanje i razvoj ciljeva poslovanja, odnosno djelovanja.
5. Društvenog poduzetnika odlikuje dobrovoljno i otvoreno članstvo te autonomija poslovanja, odnosno djelovanja.
6. Republika Hrvatska, jedinica lokalne i područne (regionalne) samouprave ili tijelo javne vlasti ne može biti isključivi osnivač društvenog poduzetnika.
7. Društvenog poduzetnika odlikuju demokratski način odlučivanja (uključenost dionika u transparentno i odgovorno upravljanje), odnosno odlučivanje nije isključivo vezano uz vlasničke udjele ili članske uloge već obuhvaća ključne dionike: radnike, članove, korisnike ili potrošače te suradničke organizacije.
8. Društveni poduzetnik prati i vrednuje svoje društvene, ekonomske i okolišne učinke i utjecaj te rezultate vrednovanja koristi u planiranju svog daljnjeg poslovanja i vodi računa o njihovu poboljšanju.
9. Društveni poduzetnik u slučaju kada prestaje obavljati djelatnost, svojim općim aktima ima definiranu obvezu svoju preostalu imovinu (osim uloga u zadrugama), nakon pokrića obveza prema vjerovnicima i pokrića gubitka iz prethodnog razdoblja, prenijeti u vlasništvo drugog društvenog poduzetnika s istim ili sličnim ciljevima poslovanja, ili u vlasništvo jedinice lokalne i područne (regionalne) samouprave koja će je upotrijebiti za razvoj društvenog poduzetništva (MRMS, 2015: 8).

Definicija i kriteriji djeluju sinergijski i zaokruženo. Definicija je kraća i unatoč pozivanju na europske uzore u njoj se primjerice ne govori o načinu upravljanja i demokratskim principima kao u definiciji Inicijative za društveno poslovanje Europske komisije gdje se kao treći indikator društvenog poduzeća ističe da je „način upravljanja poduzetničkim subjektom otvorenog tipa te uključuje zaposlenike, korisnike i ostale dionike na koje utječe gospodarska aktivnost poduzetnika“ (MRMS, 2015: 6). No, kao što smo već naveli premda je to zahtjevnije jer kriterija ima čak devet, definiciju i kriterije trebali bismo promatrati kao dvije različite forme za isti sadržaj, pa je demokratski princip upravljanja integriran u kriterije prepoznavanja društvenih poduzetnika.

Dapače, možemo reći kako su kriteriji u *Strategiji* vrlo bliski kriterijima europske mreže znanstvenika za istraživanje društvene ekonomije EMES (Emergence des Enterprises Sociales en Europe) kroz koju se ističe kako tri dimenzije određuju društveno poduzeće:

1. ekonomska ili poduzetnička
2. društvena i
3. dimenzija upravljanja koje treba biti participativno.

U oba slučaja imamo pobrojeno devet kriterija za društveno poduzeće koji su u nekim slučajevima jednaki ili vrlo slični, a nekoliko ih se razlikuje jer naša *Strategija* ima kriterije specifične naravi i one koji se odnose samo na Hrvatsku. Neki kriteriji u našoj *Strategiji*, premda sadrže opće napomene iz tri ključne dimenzije sa svojim krajnjim poantama vrijede samo za naš kontekst i lokalnu situaciju. To vrijedi za kriterije 3, 4, 6 i 9.

Kriterij br. 1 opće je naravi i u određenom smislu ponavljanje izrečenog u definiciji, a čini se po svojoj općenitosti vrlo sličnim kriteriju br. 2. Zajedno su bliski poduzetničkoj dimenziji jer zapravo predstavljaju zahtjev za poslovanjem i ocjenjivanjem uspješnosti tog poslovanja prema načelima modela trostruke bilance. Direktno u ekonomsku ili poduzetničku dimenziju možemo uvrstiti kriterij br. 3; društvena dimenzija odnosi se na kriterije br. 4 i 8., a dimenzija upravljanja na participativan i demokratski način na kriterije 5, 6, 7 i 9.

U određenom se smislu podrazumijevaju kriteriji opće naravi o otvorenom članstvu i autonomiji poslovanja, ili da razna tijela i strukture javne vlasti ne mogu biti isključivi osnivači društvenog poduzeća. Nadalje, smatramo bitnim i neprijepornim da je dio kriterija tzv. *asset lock*, odnosno obveza prenošenja imovine uslijed gašenja subjekta onima koji su i dalje vitalni i korisni na tržištu, odnosno drugim društvenim poduzetnicima, lokalnoj zajednici ili za potrebe razvoja sektora.

No, zanimljivo je primijetiti i znatne razlike između dvaju pristupa, bez obzira na to što se kroz čitav niz navođenja definicija povlače paralele i nadovezivanja na kontekst EU-a i smjer promišljanja kao što je već spomenuta Inicijativa za društveno poslovanje Europske komisije ili Europski gospodarski i socijalni odbor (EGSO).

Krenimo od jednostavnijeg prema kompleksnijem. Prvo što možemo istaknuti jest da se kriteriji koje zahtijeva *Strategija* i oni koje navodi EMES (Defourny i Nyssens, 2012) razlikuju prema „čvrstini“ i razini imperativa. EMES svoje kriterije vidi kao „apstraktne, odnosno weberovske idealtipske konstrukcije“ koje pomažu znanstvenicima da se snađu dok istražuju. Jasno je da EMES kao znanstvena/istraživačka mreža nema potrebu za čvršći stav i poziciju, posebno s obzirom na kompleksnost teme, teško uhvatljiv konsenzus definicije sektora i različit pristup u zemljama EU-a. S druge strane, naša *Strategija* mora biti

„odrešitija“ upravo zbog njene uloge i transparentnih odnosa. Znači, ako u Hrvatskoj pravni subjekt ne zadovolji neki od devet propisanih kriterija, neće moći ući u Evidenciju, odnosno neće biti prihvaćen kao društveno poduzeće, ili kako se ističe u *Strategiji*, društveni poduzetnik.

Naša *Strategija* odnosno definicija i kriteriji još su „odrešitiji“ u doslovnom prihvaćanju modela trostruke bilance (*triple bottom line* – 3BL ili TBL) odnosno prihvaćanju mjerenja organizacijskog uspjeha kroz sva tri nosiva stupa održivosti: ekonomski, društveni, ali i okolišni. Naime, ni Inicijativa za društveno poslovanje ni EMES ni većina drugih u *Strategiji* citiranih europskih izvora ne apostrofiraju direktno ili specifično okolišnu dimenziju, već je iz nekih ne toliko jasnih razloga smatraju dijelom društvene dimenzije ili je, potpuno neprijmjereno za 21. stoljeće, ignoriraju. Okolišna održivost spominje se u definiciji, a u samim kriterijima čak na tri mjesta. Radi se o jedinstvenom naglašavanju u ovom kontekstu, a razlog je tomu visoka osviještenost o okolišnim temama i održivom razvoju većine najaktivnijih aktera društvenog poduzetništva u Hrvatskoj. No, možemo se opet pitati koliko je tome pomogao i način implementiranja prvih edukacija o društvenom poduzetništvu u Hrvatskoj i konkretnih ljudi koji su to radili jer su neki od njih, poput spominjanog Freera Spreckleyja, još početkom 80-ih godina prošlog stoljeća radili na definiranju modela 3BL-a. Kako bilo, možemo istaknuti da taj „puni profil“ održivog razvoja u kontekstu *Strategije* o društvenom poduzetništvu stavlja dodatna očekivanja i izazove pred same aktere koji primjenjuju društveno poduzetništvo i pred one koji će pratiti razvoj *Strategije*, odnosno ispunjavanje svih kriterija za pristup Evidenciji. Praćenje poslovanja prema okolišnoj održivosti manje je razvijeno od praćenja druga dva stupa održivog razvoja, velikim dijelom i zbog neiscrpnih rasprava i prijepora što je to okolišna održivost i kako je mjeriti, a to je pak posljedica odnosa moći i ideoloških pozicija u odnosu na trenutačni političko-ekonomski sustav. Dapače, čak i mnogi modeli društvene revizije i mjerenja društvenog utjecaja ne uključuju izravno utjecaj poslovanja na okoliš i može se postaviti pitanje na koji način i s pomoću kojih alata će to mjeriti akteri društvenog poduzetništva u Hrvatskoj. Neki autori tvrde kako je glavni, dapače jedini cilj društvenog poduzeća ispuniti svoju društvenu misiju (Borzaga i Galera, 2014), neki ispunjavanju društvene misije dodaju i poslovnu odnosno ekonomsku, ističući poput Brinckerhoffa „kako ako nema profita, nema misije“ (Ridley-Duff i Bull, 2013: 211). U *Strategiji* se ističe kako društveno poduzetništvo „predstavlja područje preklapanja poduzetničkih praksi iz poslovnog svijeta i vrijednosti usko povezanih s društvenom odgovornošću i načelima zaštite okoliša“ (MRMS, 2015: 4).

U Hrvatskoj s ne toliko razvijenim sektorom, tradicijom i iskustvom te institucionalnom i financijskom podrškom uvodi se i treći cilj, odnosno u našem slučaju dio kriterija za ulazak u sektor društvenih poduzeća. Imamo li mi pripre-

mljen teren, alate i modele, stručnu javnost i institucionalni kapacitet za mjerenje poslovanja prema modelu trostruke bilance?

Općenito, za mnoge će aktere društvenog poduzetništva biti velik izazov zadovoljiti neke od kriterija. Posebna pozornost odnosi se na mogućnost, sposobnost i želju aktera društvenog poduzetništva u Hrvatskoj da zadovolje čitav niz kriterija koji se odnose na upravljačku strukturu koja mora biti uključiva, participativna i vođena demokratskim principima, principima kojima je u kriterijima kao bitnima dano značajno mjesto.

Kriteriji u *Strategiji* obvezni su u smislu osiguranja pozicije u najavljenj Evidenciji društvenih poduzetnika za što će biti odgovorno nadležno tijelo. Da bi neka fizička(?) ili pravna osoba dobila status društvenog poduzetnika, morat će ispunjavati prije nabrojene kriterije koje će dokazivati:

- svojim aktima osnivanja i poslovanja
- svojim godišnjim programom rada te trogodišnjim strateškim/poslovnim planom
- predajom godišnjeg izvještaja o realizaciji godišnjeg programa rada
- predajom izvještaja o društvenoj reviziji.

Ispunjavanje ovih uvjeta odnosno upis u Evidenciju društvenih poduzetnika određivat će hoće li se netko moći prijavljivati na natječaje posebnog tipa ili ostvarivati poticaje namijenjene društvenim poduzetnicima. Praćenje ispunjavanja ovih uvjeta počinje od „operativne uspostave Evidencije društvenih poduzetnika“ (MRMS, 2015: 9) koja će tako početi funkcionirati kao „službeni popis društvenih poduzetnika u Hrvatskoj“ (isto: 9). Prema vremenskom planu mjera i aktivnosti, Evidencija društvenih poduzetnika stavljena je u drugo tromjesečje 2016. godine što je zaista vrlo skoro, ali i u skladu je s ranijim stavovima kako je jedan od najvažnijih i prvih koraka jasnija definicija društvenih poduzeća i kriterija za njihovo prepoznavanje (Ivanković i dr., 2013).

Evidencija će imati važnu ulogu, ona će biti žuđeni klub u koji će moći ući samo zasluženi. Oni koji će imati ulaznicu, odnosno možemo reći iskaznicu kluba, moći će igrati na utakmicama specijaliziranog i namjenskog karaktera. U tom kontekstu Evidenciju treba pozdraviti jer do sada je etiketa društvenog poduzetnika i/ili poduzeća bila isključivo proizvoljna, pa bi takav popis unio i red te transparentnost u sektoru odnosno mogućnost jasnije i kvalitetnije prezentacije društvenog poduzetništva javnosti. Dosadašnja praksa uvrštavanja u društveno poduzetništvo svega i svih nije odveć plodna a ni poštena. U isti se rang stavljaju pravni subjekti koji zaista rade unutar sektora na više razina (proizvodna, poduzetnička, kreativna, umrežavajuća, edukativna, promotorska...) s onima koji se, budimo otvoreni, od prilike do prilike prilagode uvjetima određenog natječaja i dobiju projekte zaogrnutu etiketom društvenog poduzetništva ili s onima koje tu uvrštavamo po *defaultu* kao što su primjerice (socijalne) zadruge premda

one možda uopće ne zadovoljavaju većinu kriterija. Uspostavom Evidencije konačno bi se razriješile i nedoumice o kolikom broju društvenih poduzeća/inicijativa/organizacija govorimo te bi sve današnje kalkulacije u tom smjeru postale bespredmetne.

Drugi je izazov još i više razine: vezanje Evidencije odnosno upisivanja u nju uz izradu izvještaja o mjeranju društvenog utjecaja. Društvena revizija je iznimno zahtjevan i složen proces i trenutačno u samom EU-u svega nekoliko članica ima razvijen i djelotvoran sustav praćenja i izrade nekog od oblika društvene revizije. Dapače, u većini zemalja EU-a izrada društvene revizije nije obvezna za društvena poduzeća, osim u u Italiji i to po sili zakona i Belgiji gdje *social purpose company* (kompanija s društvenim ciljem) kao specifičan pravni subjekt mora objaviti godišnji izvještaj po svom izboru u kojem se analizira/revidira kako se ispunjavaju društveni ciljevi organizacije. Kod nas je društvenu reviziju na razini zagovaranja i edukacije najviše promovirala udruga ACT, no koliko nam je poznato trenutačno ni jedna društvenopoduzetnička organizacija ne koristi neki od modela društvene revizije. Smatramo kako za zemlju u kojoj se društveno poduzetništvo još traži i koja je tek nedavno dobila strateški dokument, otežavajući razvojni moment može biti izričito zahtijevanje primjene društvene revizije kao jednog od uvjeta za upis u Evidenciju društvenih poduzeća. Dapače, potreba društvene revizije sadržana je i u samim kriterijima. Društvenu reviziju treba ohrabrivati i honorirati njenu primjenu (Brajdić Vuković, Ančić i Domazet, 2014) te u skladu s tim kreirati sustav bodovanja i priznanja za one koji je provode, ali sadašnje stanje društvenog poduzetništva u Hrvatskoj ima drugih prioriteta kako bi ojačalo svoju održivost i dugoročne razvojne potencijale te kako bi uopće došlo u poziciju izrade društvene revizije. Ono što sigurno ne bismo preporučili jest odabir isključivo jednog modela izračuna društvene revizije ili utjecaja jer su primjenjivi različiti modeli i imaju smisla za različite aktere društvene ekonomije po njihovoj strukturi, veličini organizacije, vrsti posla i/ili korisnika te i čitavom nizu drugih indikatora. U knjizi *Social Economy and the Third Sector* popisano je čak 14 različitih oblika odnosno modela mjerenja društvenog utjecaja, a opcija je još i više (Bridge, Murtagh i O'Neill, 2014).

Daljnje „provjetranje“ društvenih poduzeća obavit će kriterij najmanje 25% godišnjeg prihoda od poduzetničkog djelovanja.

Premda su tijekom izrade *Strategije*, a i tijekom javne rasprave o Nacrtu, mnogi zagovarali i veći iznos (jer to i nije visok iznos u odnosu na trendove i praksu u EU-u), mapiranje aktera društvenog poduzetništva koje smo proveli kako bismo izradili bazu pokazuje nam da će znatan dio danas prisutnih pravnih subjekata u ovom sektoru tu razinu teško dosegnuti.

Doduše, ne možemo procijeniti je li to namjerno ili slučajno, ali u samom je kriteriju ostavljena mogućnost različite reinterpetacije i shvaćanja zbog dvosmislenosti poruke, pa se tako ističe kako „društveni poduzetnik stvara novu vrijed-

nost i osigurava financijsku održivost na način da u trogodišnjem razdoblju poslovanja najmanje 25% godišnjeg prihoda *planira ostvariti ili ostvaruje* (op. aut.) obavljanjem svoje poduzetničke djelatnosti (MRMS, 2015: 8). Nešto ostvarivati ili nešto planirati modeli su djelovanja potpuno različite razine, stoga je mogući bijeg mnogih aktera u prilično nejasno područje „planiranog ostvarivanja“. Također se može postaviti pitanje pravednosti kriterija ako u Evidenciji ista prava i koristi imaju oni koji nešto ostvaruju i oni koji tek planiraju ostvariti.

S obzirom na važnost Evidencije potrebno joj je pristupiti s jasnim i jednakim pravilima za sve te ustrajati na njenoj provedbi. U suprotnom neće biti jasna uloga kriterija donesenih za Evidenciju i njena opća svrha.

Glavni cilj i posebni ciljevi/mjere i aktivnosti

Cilj je *Nacionalne strategije za razvoj društvenog poduzetništva* „stvaranje poticajnog okruženja za razvoj društvenog poduzetništva u Republici Hrvatskoj, zakonodavnih i fiskalnih okvira, financijske i tehničke potpore društvenim poduzetnicima, definiranje kriterija i instrumenata za prepoznavanje, praćenje i razvoj društvenih poduzetnika, te izobrazbe na svim razinama radi prepoznavanja važnosti društvenog poduzetništva kao bitne komponente gospodarskog razvitka“ (MRMS, 2015: 4). Kasnije se pak tvrdi kako je opći cilj *Strategije* „uspostava poticajnog okruženja za promicanje i razvoj društvenog poduzetništva u Republici Hrvatskoj kako bi se smanjile regionalne razlike i osiguralo povećanje razine zaposlenosti, te pravednija raspodjela i upravljanje društvenim bogatstvom“ (MEMS, 2015: 20).

Posebni ciljevi su:

1. Uspostava i unapređenje **zakonodavnog i institucionalnog okvira** za razvoj društvenog poduzetništva;
2. Uspostava **financijskog okvira** za učinkovit rad društvenih poduzetnika;
3. Promicanje važnosti i uloge društvenog poduzetništva kroz sve oblike **obrazovanja**;
4. Osiguranje **vidljivosti** uloge i mogućnosti društvenog poduzetništva u Republici Hrvatskoj te informiranje opće javnosti o temama u vezi s društvenim poduzetništvom.

Možemo reći kako četiri posebna cilja vrlo dobro usmjeravaju, ali i zaokružuju proces podrške društvenom poduzetništvu. Radi se o odlično detektiranim područjima djelovanja, stoga četiri posebna cilja oko kojih se razvijaju i Mjere i aktivnosti *Strategije* predstavljaju kičmu cijelog dokumenta koja je dobro postavljena i usmjerena. Područja institucionalnog i zakonodavnog okvira, financijskog okvira, obrazovanja te vidljivosti aktera na terenu pokrivaju trenutačno najvažnije točke djelovanja i potrebe stvaranja uravnoteženog razvoja kako bi

svi uključeni mogli doći u priliku pridonositi realizaciji nekim dijelovima općeg cilja. Uostalom, to su područja na kojima treba najviše raditi i drugdje u zemljama članicama EU-a, što zorno pokazuju brojna istraživanja i analize (Spear, 2013), kao i izvještaj *A Map of Social Enterprises and their Eco-Systems in Europe* (2014) koji je Europska komisija naručila u sklopu Inicijative za društveno poslovanje. Tu su kao prepreke u razvoju društvenih poduzeća u EU-u navedeni: nedovoljno razumijevanje pojma društveno poduzeće, nedovoljna razina specifičnih poslovno razvojnih usluga, manjak podupirućeg legislativnog okvira, pristup tržištu, pristup financijama, nepostojanje zajedničkog alata za mjerenje društvenog utjecaja (ICF, 2014a).

Svaki posebni cilj prati jedna od mjera za čije je ispunjenje namijenjeno nekoliko od 28 direktnih aktivnosti i tri za praćenje provedbe. Ukupna svota potrebna za ostvarenje tih četiriju područja jest vrlo značajnih 270.650,000,00 kuna od čega će se većina namiriti preko EU fondova, posebno Europskog društvenog fonda (Europe Social Fund), a onda i Europskog fonda za razvoj regija (European Regional Development Fund). Ono što posebno upada u oči jest namjera da se za mjeru broj 2 – *Poboljšanje dostupnosti financijskih instrumenata namijenjenih društvenim poduzetnicima* izdvoji najveći iznos, čak 60% ukupno namijenjenih sredstava. Tako se pokazuje da postoji spremnost ispunjavanjem mjera *Strategije* riješiti jedan od najvećih problema društvenih poduzeća, a to je financijska potpora pokretanju društvenoposlovne ideje i potom razvijanju novih proizvoda i usluga.

Od kada smo započeli s istraživačko-analitičkim radom u okviru projekta *iPRESENT* te mapiranjem aktera društvene ekonomije u Hrvatskoj uočava se još uvijek nedovoljna stabilnost sektora te nedostatak kapaciteta za dugoročni razvoj većine aktera. Dio razloga za to nalazi se unutra, u samim organizacijama koje nose društvenopoduzetničke projekte i poduzeća, u još uvijek velikom prostoru za educiranje o uspješnom vođenju poslova, u još uvijek nezadovoljenoj potrebi za novim sposobnim ljudima s poduzetničkim vještinama. No, mnogo je više posrijedi činjenica da društvena poduzeća danas u Hrvatskoj djeluju i rade u prilično nepovoljnim uvjetima.

Premda je potrebno provesti istraživanje na terenu kako bismo imali relevantne podatke o razini povezanosti i vrsti identiteta zaposlenika s društvenim poduzećima u kojima rade, prema definicijama i kriterijima sektora radnici i poduzetnici su na istoj strani, razlika među njima slabije je prisutna i vidljiva i glavni na profita ne ide direktno na korist samim poduzetnicima, nego se reinvestira ili ulaže u potrebe lokalne zajednice i ljudi koji žive oko poduzeća. U Hrvatskoj nije lako biti poduzetnik, a najteže je biti radnik. Ako je teško „običnim“ poduzećima preživjeti na tržištu, možemo samo zamisliti kako je preživjeti društvenim poduzećima koja imaju još veću odgovornost, očekivanja i vrijednosti koje moraju zadovoljiti. Jer radi se zapravo o tome kako preživjeti na tržištu, koliko god

ga široko shvaćali. Unatoč tome što je potrebno naglašavati ostvarivanje društvene misije takvih naprednih poslovnih subjekata ili inicijativa, ostaje činjenica; ako poduzeća ne opstanu na tržištu, ako ne ponude dodanu ili inovativnu ili potrebnu ideju i proizvod, neće niti moći ostvarivati svoju društvenu misiju.

Bez obzira na to što i mi već možemo nabrojiti zaista „jake igrače“ i primjere dobre prakse, ukupno gledano naš je sektor društvene ekonomije osjetljiv na izvanjske rizike i česte su promjene stanja i statusa, od godina kada se ostvaruje prihod i do nekoliko stotina tisuća kuna te zapošljavaju ljudi da bi se sljedeće godine završilo u blokadi i stečaju. Možda nije slučajno što su oba primjera koja su u 2012. i 2013. dobila nagrade za najbolje društvenopoduzetničke ideje, još uvijek to – dobre ideje koje čekaju da se ostvare. Toliko puta spominjana organizacija NESsT o kojoj su ovisile prve godine razvoja društvenog poduzetništva u Hrvatskoj ima u svojoj bazi 43 pravna subjekta koji su prošli njihovu jednogodišnju edukaciju planiranja i pokretanja društvenog poduzetništva i u nekom obliku ušli u izradu poslovnog plana za svoje ideje.

Danas je u ovom području zaista aktivno njih manje od pola i nalaze se u našoj bazi, a od toga ih se prema dostupnim podacima deset upustilo u avanturu osnivanja zasebnog pravnog subjekta (trgovačko društvo ili zadruga). Takva je situacija normalna posljedica trenutne razvojne putanje društvene ekonomije u Hrvatskoj, no u skladu s njom zaista je nužno opredjeljenje u *Strategiji* da se osigura veća dostupnost financijskih instrumenata za društvena poduzeća kroz pet aktivnosti. A najvažnije je da ta podrška bude sustavna i kontinuirana jer je dosad upravo to bio jedan od najvećih razvojnih problema društvenih poduzeća, posebno za start-up razdoblje i investicije.

Aktivnosti koje trebaju osigurati uspješnu provedbu ove Mjere pokrivaju sljedeća područja: sustavne financijske potpore, zapošljavanje teže zapošljivih skupina i socijalne inovacije te usluge, javna dobra i sustavi solidarne razmjene, jedinstveni fond te inovativni financijski instrumenti kao potporni stupovi društvenom poduzetništvu.

KLJUČNI IZAZOV: Osiguranje dostatne i sustavne financijske potpore društvenim poduzećima koja imaju ideje/proizvode/usluge i kapacitete za opstanak na tržištu.

Mjera Promicanje obrazovanja o važnosti i ulozi društvenog poduzetništva na svim razinama zauzima u ukupnim sredstvima gotovo trećinu i ne samo tim iznosom istaknuta je važnost obrazovanja o našoj temi, premda treba dodati kako se znanstvena istraživanja spominju i u mjeri koja prati razvoj institucionalnog i zakonodavnog okvira.

Devet aktivnosti koje trebaju pomoći ostvarivanju ove mjere pokrivaju sljedeća područja: podrška sinergiji obrazovanja i društvenog poduzetništva kroz praksu te nagrađivanje primjera dobre prakse, potpora stručnom usavršavanju

nastavnika za društveno poduzetništvo, podrška uključivanju obrazovanja o društvenom poduzetništvu u obrazovne programe, cjeloživotno učenje i obrazovanje odraslih prema društvenom poduzetništvu, publiciranje obrazovnih materijala i alata te financijsko i porezno opismenjavanje. Drugi su autori već detektirali problem nedovoljne educiranosti mladih o društvenom poduzetništvu te nedovoljne zastupljenosti cjelokupne društvene ekonomije u obrazovnim programima fakulteta i sveučilišta (Perić i Delić, 2014), pa se može očekivati popravljavanje tog stanja provedbom aktivnosti za ovu mjeru.

KLJUČNI IZAZOV: Integracija i implementacija obrazovanja o društvenom poduzetništvu u sve razine obrazovnog sustava.

Druge dvije mjere, *Definiranje i razvoj zakonodavnog i institucionalnog okvira za društvene poduzetnike* i *Promicanje javne vidljivosti i prepoznatljivosti društvenog poduzetništva*, zauzimaju manje financijske iznose u ukupnim sredstvima, zajedno jedva više od 10% ukupnih troškova, no to ne znači da nisu važne, osobito u pogledu uređivanja zakonodavnog i institucionalnog okvira. Ovdje bismo čak istaknuli kako su ta dva okvira doduše povezana, ali da bismo ih trebali promatrati i odvojeno jer će zahtijevati različit pristup i dinamiku razvoja. Može se očekivati da će bavljenje *Strategijom*, pa i drugim dokumentima koji uređuju područja bliska i kompatibilna s društvenim poduzetništvom kao što je najavljena strategija razvoja zadrugarstva, institucionalno urediti i osnažiti sektor. U tom će kontekstu posebnu ulogu imati u Ministarstvu rada i mirovinskog sustava nedavno uspostavljen interni Odjel za razvoj društvenog poduzetništva čijim osnivanjem se cijelom sektoru dala zaslužena važnost i pozicija, ali još veću ulogu, kako je i napisano u *Strategiji*, imat će Savjet za razvoj društvenog poduzetništva, a kojeg će imenovati Vlada RH. Po svemu sudeći svojom strukturom Savjet će zamijeniti radnu skupinu za izradu *Strategije* jer će biti sastavljen od predstavnika državne uprave i OCD-a te drugih partnera i zainteresiranih dionika. No, ako je radna skupina imala veliku odgovornost zbog izrade najvažnijeg državnog dokumenta za sektor, Savjet će imati još veću odgovornost praćenja provedbe *Strategije* te davati strateške preporuke za razvoj društvenog poduzetništva. Jedan od ključnih trenutaka u uspjehu *Strategije* bit će evaluacija njene provedbe u prvom tromjesečju 2017. godine, odnosno mogućnost usvajanja revidiranog plana aktivnosti *Strategije* u sljedećem tromjesečju.

Premda je iz napisanog jasno kako će razvoj institucionalnog okvira zahtijevati predanost i angažman, reforma zakonodavnog okvira će nedvojbeno ići teže jer ovisi o mnogo širem krugu dionika te njihovoj spremnosti na velike iskorake. Nije nikakva tajna da se već dugo govori o potrebi progresivnijeg poreznog odnosa prema akterima društvene ekonomije s obzirom na njihovu društvenu misiju i ulogu. Također, područje javne nabave potrebno je uskladiti s EU direktivom o javnoj nabavi (Direktiva 2014/23, Direktiva 2014/24, Direktiva 2014/25), posebno s obzirom na velik udio u BDP-u hrvatske potrošnje

kroz javnu nabavu, koji je prema *Statističkom izvješću o javnoj nabavi u Republici Hrvatskoj za 2014. godinu* Ministarstva gospodarstva iznosio 12,82% ukupnog BDP-a odnosno 42.157.174.728 kuna (MINGO, 2015). Trebali bismo usvojiti iskustva zemalja EU-a u kojima su upravo direktni ugovori i pružanje usluga i proizvoda aktera društvene ekonomije kroz javnu nabavu mnoge spasili od utjecaja ekonomske krize. Jasno, otvaranje sustava javne nabave prema društvenim poduzećima zagovaramo isključivo za poslove u kojima svojim kapacitetima i kvalitetom mogu ponuditi zadovoljavajuću robu ili uslugu za naručioca, ali i krajnjeg korisnika.

Dodali bismo kako je dio ove mjere i aktivnost primjene mjerenja društvenog utjecaja o čemu smo već pisali kao potrebnom smjeru kretanja društvenog poduzetništva uz prijedlog pažljivijeg i postupnijeg, ali na čvršćim temeljima postavljenog procesa primjene ove metodologije.

Nadalje, potrebno je inicirati komunikaciju s Državnim zavodom za statistiku kako bi se počeli pratiti relevantni podaci za sektor i u skladu s tim učinilo transparentnijim i preciznijim realno stanje aktera društvene ekonomije.

Ohrabruje uključivanje gore nabrojenog u devet aktivnosti kojima će se zadovoljiti ova mjera, a koje pokrivaju sljedeća područja: uspostava institucionalne jedinice za praćenje provođenja i koordinaciju aktivnosti *Strategije*, istraživanje potreba i uspostava baze društvenih poduzeća, analiza zakonodavnog okvira i prijedlog promjena s ciljem stvaranja poticajnog okruženja, razvoj sustava poticaja i olakšica nakon promjene zakonodavnog okvira, uspostava Evidencije društvenih poduzeća, veća otvorenost korištenja neiskorištenih prostornih resursa te investiranje u infrastrukturu, jačanje sustava podrške, potpora znanstvenim istraživanjima, vrednovanje društvenog utjecaja.

KLJUČNI IZAZOV: Unaprijediti područje porezne politike i javne nabave prema akterima društvene ekonomije u skladu s primjerima najbolje prakse u Europi te vrednovanje društvenog utjecaja uvesti etapno i s osjetljivošću na kontekst društvenog poduzetništva u Hrvatskoj.

Četvrta mjera, *Promicanje javne vidljivosti i prepoznatljivosti društvenog poduzetništva*, zapravo je „paralelni svemir“ druge mjere fokusirane na širenje i primjenu društvenog poduzetništva u obrazovnom sektoru, dok je ovdje konačni korisnik najšira javnost. Četvrtu mjeru treba ispuniti pet aktivnosti koje pokrivaju sljedeća područja: informiranje medija i javnosti, promocija primjera dobre prakse, potpora promotivnim materijalima i multimediji, potpora zajedničkim nastupima na tržištu te zajedničko stvaranje proizvoda i usluga, deklariranje proizvoda i usluga s dodanom vrijednosti.

KLJUČNI IZAZOVI: Učiniti društveno poduzetništvo vidljivijim u javnosti, a time društvena poduzeća primjereno vrednovati.

Peta mjera u *Strategiji* odnosi se na praćenje provedbe i u nju su kao aktivnosti nabrojene: osnivanje Savjeta, praćenje programa financiranja društvenog poduzetništva iz ESF-a i vanjska evaluacija provedbe *Strategije*.

Na kraju još moramo izdvojiti jednu od osnovnih napomena vezanih za analizu *Strategije*, već spominjano predugo čekanje da se stvari pokrenu. Zato neke aktivnosti u *Strategiji* dolaze ranije na naplatu i sada će trebati još više ubrzati, a da to ne ugrozi bit i kvalitetu. Dapače, rokovi u *Strategiji* vrlo su blizu, a 2015. godina brzo prolazi i doslovno je pretrpana aktivnostima koje su pozicionirane u nekom od tromjesečja ili će se provoditi kontinuirano sve do 2020. godine, ali s početkom u ovoj godini. Premda ohrabruje otvaranje Odjela za razvoj društvenog poduzetništva pri Ministarstvu rada i mirovinskog sustava, osnivanje Savjeta bit će veći iskorak, a već kasni. Poznato je naime, u Hrvatskoj mnoge strategije ostaju lebdjeti u zrakopraznom prostoru jer sve padne na leđa jednom jedinom nadležnom tijelu kojem se strategija „utrapi“. Niti jedna nacionalna strategija ne može uspjeti ako se provodi samo iz jedne adrese, iz jednog ministarstva ili agencije ili nekog trećeg tijela. U Hrvatskoj neovisno o temi vrlo često zapinje upravo na nužnoj sinergiji i suradnji svih zainteresiranih, pa je samim time i osnivanje Savjeta u ovoj godini potrebno kako bi se njegovi članovi i članice na vrijeme upoznali i počeli raditi. S obzirom na širinu i dubinu područja i tema koje pokriva društveno poduzetništvo, *Strategija* ne može uspjeti ako ostane isključiva briga trenutačno nadležnog ministarstva i ljudi koji rade u Odjelu za razvoj društvenog poduzetništva.

Za ostvariti u zadnjem tromjesječju 2015. godine stavljena je analiza zakonodavnog okvira kako bi se stvorilo poticajno okruženje za razvoj društvenog poduzetništva, a početkom sljedeće godine na to se nadovezuje konkretan sustav poticaja i olakšica za društveno poduzetništvo. Kako smo naveli, drugo tromjesječje 2016. godine trebalo bi biti obogaćeno uspostavom Evidencije društvenih poduzeća, što nam se čini iznimno rano, no bit ćemo prvi u redu za isprike ako se ta aktivnost obavi u danim okvirima. Ono što može zabrinuti jest da bi u tekućoj 2015. godini trebale započeti ni više ni manje nego 19 aktivnosti. Čini nam se da stavljanje tako gustog kalendara s toliko aktivnosti, od kojih su neke iznimno odgovorne i zahtjevne (društvena revizija, Evidencija...), odmah na početku predstavlja prevelik teret za Odjel za razvoj društvenog poduzetništva i nadolazeći Savjet.

Četiri direktne mjere i jednu vezanu za praćenje provedbe *Strategije* smatramo krvotokom društvenog poduzetništva u Hrvatskoj. Sva četiri posebna cilja, odnosno njima pripadajuće mjere i aktivnosti, usmjereni su u točno ona područja koja su godinama čekala da ih se usmjeri i ojača kroz strateški državni dokument.

U analizi *Strategije* objasnili smo razloge zbog kojih vidimo prostora za konceptualnu doradu, sistematizaciju pojmova i koncepata kako bi jasnije pratili

definicije i opći duh koji prevladava u *Strategiji*, a koji je ukorijenjen u europski kontekst i pogled na sektor. Također smo istaknuli potrebu za oprezom kako u pogledu sadržajnog dijela *Strategije* (izazov Evidencije i baze aktera na terenu, način uvođenja i modeli izračuna društvenog utjecaja...) i u pogledu vremenskog okvira koji određuje kada se koje aktivnosti provode. Ovdje želimo naglasiti kako oprez ne znači preispitivanje potrebe aktivnosti, primjerice uvođenja i Evidencije i društvenog utjecaja. Dapače, smatramo ih neupitnim dijelovima bilo koje društvene ekonomije koja javnosti želi prezentirati svoj rad i djelovanje na transparentan i kvalitetan način. Upravo iz neupitne potrebe za njima i velike vrijednosti za cijeli sektor i javnost, smatramo da ih treba uvesti tako da mogu osigurati kvalitetnu primjenu i funkciju. Da se slikovito izrazimo, prije njihova slijetanja potrebno je izgraditi pistu i pojačati infrastrukturu.

U svakom slučaju *Strategija* je stigla kao dugo očekivan dokument, ali i proces koji će sektor promijeniti nabolje. Njen glavni dio koji se tiče ciljeva i mjera jasno je strukturiran i imamo povezan strateški okvir koji na okupu drži čitav niz konkretnih aktivnosti. U tom kontekstu možemo reći kako je lansiranje *Strategije* uspjelo, a praćenje uspješnosti leta odnosno provedbe dat će konačnu ocjenu o njenom vlastitom društvenom utjecaju.

BAZA AKTERA DRUŠTVENOG PODUZETNIŠTVA

Potrebno je odmah na početku poglavlja istaknuti kako u Hrvatskoj ne postoji općeprihvaćena baza društvenih poduzeća ili onih koja to imaju šanse postati ili žele ići u tom smjeru. Naša baza koju ovdje predstavljamo nije tome nadomjestak i također ne ispunjava tu potrebu u potpunosti. Prava baza društvenih poduzeća izradit će se na inicijativu nadležnog ministarstva ili tijela imenovanog za praćenje provedbe *Strategije* kako bi se mogla izraditi Evidencija kao jedinstvena i relevantna baza društvenih poduzeća u Hrvatskoj. Ipak, vjerujemo kako će informacije i podaci koje donosi naša baza pomoći tom puno opsežnijem i detaljnijem poslu nego što smo ga mi za potrebe izvještaja i projekta proveli. Uostalom, dobili smo dugo očekivane podatke za posljednje godine o rasprostranjenosti društvenih poduzeća po županijama, godišnjim prihodima, broju zaposlenih i drugim bitnim odrednicama stanja na terenu. Iz tih bi razloga našu bazu bilo uputnije smatrati bazom aktera društvene ekonomije kao koncepta šireg i fleksibilnijeg od društvenih poduzeća ili, u kontekstu *Strategije*, bazom aktera društvenog poduzetništva kao također šireg koncepta. Napominjemo također da u suglasju sa svim do sada napisanim, kada govorimo o akterima, mislimo na organizacije i pravne subjekte, a ne na pojedince ili pojedinke.

Naš prvotni impuls za izradu baze bilo je sređivanje stanja i popisa aktera aktivnih u ovom području kako bi nama samima bilo lakše provoditi terenska istraživanja i kako bismo mapirali najaktivnije aktere na terenu što smatramo uvjetom ozbiljnog znanstvenog rada.

Nakon prvotnog impulsa započeo je proces komunikacije s najvažnijim akterima u sektoru neovisno o tome jesu li to oni koji rade na terenu i stvaraju društvenopoduzetničke projekte ili poduzeća, osiguravaju institucionalnu i razvojnu podršku akterima na terenu ili predvode procese zagovaranja i umrežavanja, pa sami imaju određene liste „who is who“ te poznaju sektor društvenog poduzetništva ili organizacije koje mu naginju. Konkretnije, kontaktirali smo u vezi s bazom 24 organizacije ili institucije koje su se bavile područjem od našeg

interesa. Na naše iznenađenje, suočili smo se s činjenicom kako zapravo nema jedinstvene, sigurne i provjerene baze, kamoli da je kontinuirano obnavljana. Koliko je iznenađenje bilo veliko dovoljno govori podatak kako u projekt uopće niti nismo uvrstili izradu baze društvenih poduzeća i onih koji provode društvenopoduzetničke projekte jer smo očekivali da je samo pitanje pristojnog zahtjeva da nam netko ustupi bazu za potrebe znanstveno-istraživačkog projekta. Provjera statusa i pozicije potencijalnih društvenih poduzeća ili organizacija koje su bile nositelji društvenopoduzetničkih projekata obavljali smo provjerom:

- popisa odobrenih projekata i njihovih nositelja koje je kroz natječaje bliske području od našeg interesa (Program IPA komponenta IV – Operativni program Razvoj ljudskih potencijala 2007.–2013.) koordiniralo i provodilo Ministarstvo rada i mirovinskog sustava
- popisa financiranja udruga kroz pregled odobrenih financijskih potpora na stranici Ureda za udruge Vlade RH, a da su bliski području od našeg interesa
- popisa svih odobrenih projekata EU-a na stranici strukturnih fondova (<http://www.strukturnifondovi.hr>) i na stranici Europskog socijalnog fonda za Hrvatsku (<http://www.esf.hr>)
- popisa socijalnih zadruga koje nam je dostavio Hrvatski centar za zadružno poduzetništvo
- konzultiranjem literature u kojoj se spominju akteri društvene ekonomije iz proteklog razdoblja (Slap, 2009; Vidović, 2012; CEDRA Čakovec, 2014)
- baze aktera koje je kroz godine podrške stvorio NESsT
- baze 40 društvenih poduzeća koju je izradila udruga SLAP, a koja se nalazi na internetskoj stranici portala Pomak i
- baze društvenih poduzeća koju je izradila u do sada najopsežnijem istraživanju udruga SLAP i kojom se koriste CEDRA HR i njene članice.

Vezano za posljednju bazu dužni smo istaknuti kako se radi o izvještaju *Social Entrepreneurship in Croatia (2014)*. Naime, udruga Slap uz podršku članica CEDRA HR provela je sredinom 2013. godine opsežno istraživanje i analizu dobivenih podataka objavila 2014. godine. S obzirom na to da se radi o jedinstvenom i kvalitetnom primjeru istraživačkog rada, možemo zaključiti kako je izvještaj nepravedno zapostavljen i da je ostao nevidljiv čak i mnogim bitnim dionicima sektora. Izradu naše baze u smislu najrelevantnijih informacija i podataka te aktera na terenu najviše dugujemo tom istraživanju. Njihovo istraživanje završava s godinom 2012. pri čemu su obrađivali podatke u čak 13 cjelina. Naše istraživanje baze potencijalnih društvenih poduzeća nadovezuje se na njihovo, a obradili smo podatke za 2013. i 2014. godinu.

Još moramo istaknuti kako smo nakon prve faze obrade i analize podataka za bazu započeli nov krug konzultacija, pri čemu smo najveću pomoć dobili od ACT Grupe, te bez njih ne bismo uspjeli dobiti zadovoljavajuću situaciju.

Jasno, završni izgled i sastav baze, podaci i obrada naša su odgovornost i sve prigovore i kritike valja uputiti isključivo na našu adresu.

Izrađivati bazu društvenih poduzeća u Hrvatskoj uopće nije bio lagan zadatak. Dosadašnje liste projekata ili pravnih subjekata te baze nisu usustavljene, izrađivale su se prema različitim kriterijima te obiluju zastarjelim pa i nejasnim podacima. Znatan broj pravnih subjekata koji se nalaze na popisu i „bildaju“ brojke isključivo svojom prisutnošću na papiru nalaze se u blokadi, prestali su raditi ili im danas društveno poduzetništvo više nije zanimljivo jer su im projekti završili. Svi takvi akteri maknuti su iz baze.

Drugi otežavajući moment, a koji je izazvao pravo čuđenje s obzirom na vrijednosti koje bi društveno poduzetništvo i ekonomija trebali njegovati i promovirati, bilo je to što je dio aktera na terenu odbio sudjelovati u istraživanju te ustupiti nam informacije uz pozivanje na privatnost i zaštitu svojih podataka, sumnju u to da će se dobiveni podaci koristiti isključivo u znanstvenoistraživačke svrhe sve do optužbi da se podaci traže kako bi se dostavili konkurenciji?! Unatoč tome što smo tražili javne ili polujavne podatke, u svakom slučaju one do kojih nije teško doći manje izravnim pristupom. Radi se o manjem broju aktera iz baze, no ipak nas je iznenadio takav stav i nepovjerenje.

Posebno je bilo zahtjevno dobiti potrebne informacije od pojedinih (socijalnih) zadruga. Tu će biti potrebno još edukacije i osvješćivanja o tome da danas zadruge više nemaju ulogu ispunjavanja isključivo potreba i ciljeva svojih članova, već i, kako je od kongresa Međunarodnog saveza zadruga iz 1995. godine naglašeno uvođenjem 7. principa – služenje i briga za zajednicu, što podrazumijeva i otvorenost i komunikativnost (Ridley-Duff i Bull, 2013), a isto načelo prisutno je i u našem Zakonu o zadrugama (NN 34/11). Gotovo polovica zadruga iz baze nakon uspostavljenog kontakta nije željela ustupiti tražene podatke. S obzirom na važnost zadruga za društvenu ekonomiju, a posebno socijalnih zadruga, radi se o velikom gubitku moguće sinergije i suradnje oko zajedničkog cilja, a to je djelotvoran i kvalitetan sektor društvene ekonomije.

Na kraju smo sve dobivene podatke uspoređivali s dostupnim podacima koji se nalaze na internetskim stranicama www.blokade.hr, www.fininfo.hr i na stranici Registra neprofitnih organizacija Ministarstva financija Republike Hrvatske.

Prije prezentacije dobivenih podataka dužni smo napomenuti kako se javni oblici društvenog poduzetništva u Hrvatskoj gotovo potpuno manifestiraju u tri pravna oblika, a to su udruge, zadruge i trgovačka društva.

Naš zakonodavni okvir još uvijek ne poznaje status društvenog poduzeća ili slično, te se trenutačno mogu primjenjivati zakoni koji su važni za sektor:

- Zakon o zadrugama (NN 36/95, NN 67/01, NN 12/02, NN 34/11, NN 125/13)
- Zakon o udrugama (NN 74/14)
- Zakon o zakladama i fondacijama (NN 36/95, NN 64/01)
- Zakon o ustanovama (NN, 76/93, 29/97, 47/99, 35/08)
- Zakon o trgovačkim društvima (NN 152/11, NN 111/12)
- Zakon o profesionalnoj rehabilitaciji i zapošljavanju osoba s invaliditetom (NN 143/02, NN 33/05, NN 157/13)
- Zakon o javnoj nabavi (NN 90/11, NN 83/13, NN 143/13)
- Zakon o poticanju razvoja malog gospodarstva (NN 29/02, NN 63/07, NN 53/12, NN 56/13) i
- Zakon o pravima hrvatskih branitelja iz Domovinskog rata i članova njihovih obitelji (NN 174/04, 92/05, 2/07, 107/07, 65/09, 137/09, 146/10, 55/11, 140/12, 33/13, 148/13, 92/14).

Radi se po našem sudu i prema situaciji na terenu o previše zakona koji se, svaki na svoj način, odnose na društveno poduzetništvo, a to rezultira često nesuglašenim pristupom sektoru i nedovoljnom potporom razvojnim potrebama aktera na terenu. Uostalom, rad na zakonodavnom okviru smo i ocijenili u analizi *Strategije* kao jedan od ključnih izazova za uspjeh čitavog procesa. Nama se iz tih razloga sve više javlja potreba za raspravom ne bi li možda i za Hrvatsku bilo bolje, efikasnije i jasnije imati jedinstvenu pravnu regulativu za društveno poduzeće kao što su učinile neke druge zemlje EU-a (Francuska, Belgija, Velika Britanija, Finska, Latvija, Litva i druge)?

Već smo naveli kako, pored onih koji su osiguravali financijsku i drugu potporu, razvoj društvenog poduzetništva u Hrvatskoj gotovo u cijelosti pratimo kroz projekte i rad udruga. Zakon o udrugama (NN 74/14) definira udruge 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 te ekološka, humanitarna, informacijska, kulturna, nacionalna, pronatalitetna, prosvjetna, socijalna, strukovna, športska, tehnička, zdravstvena, znanstvena ili druga uvjerenja i ciljeve, a bez namjere stjecanja dobiti, podvrgavaju pravilima koja uređuju ustroj i djelovanje toga oblika udruživanja“. Prema zakonski reguliranom određenju raspolaganja viškom prihoda te unutarnjim ustrojem koji se temelji na demokratskom načelu participacije i odlučivanja, udruge kao pravni oblici mogu biti iznimno suglasne s načelima i kriterijima društvenog poduzetništva.

Najveći problem bit će što sam status i pravna uređenost područja udruga u Hrvatskoj još uvijek nisu zadovoljavajuće riješeni. Službeno se koristi podatak o

preko 52.000 udruga u Hrvatskoj, a od tog je broja manje od pola upisano u Registar neprofitnih organizacija Ministarstva financija.

Prema važećim zakonima tu pripadaju i klasične organizacije civilnog društva osnovane radi poboljšanja uvjeta i stanja u društvu zajedno sa sportskim udruženjima, strukovnim udruženjima, usko interesnim organizacijama, do profitabilnih organizacija kojima je status OCD-a paravan za neplaćanje poreza i ispunjavanje drugih obveza prema državi i društvu s obzirom na njihovo profitno djelovanje. Hvalevrijedan pokušaj Ureda za udruge Vlade Republike Hrvatske da se uz javnu raspravu izradi Zakon o organizacijama koje djeluju za opće dobro kako bi se povećala ne samo transparentnost rada OCD-a, nego i provela jasnija klasifikacija OCD-a prema njihovom krajnjem cilju i svrsi postojanja, a kako bi se u skladu s tim transparentnije dodjeljivala javna sredstva, nije proveden do kraja, do samog zakona, vjerojatno zbog nedostatka političke volje odnosno vizije transparentnog i pravednog društva. Takav zakon olakšao bi i analizu eventualnih društvenih aktera koji imaju potencijal ili već ostvaruju svoje društvenopoduzetničke ideje i projekte (Vidović, 2013).

Ipak, Vlada Republike Hrvatske donijela je na sjednici s početka ožujka 2015. godine *Uredbu o kriterijima, mjerilima i postupcima financiranja i ugovaranja programa i projekata od interesa za opće dobro koje provode udruge*. Radi se o pravnom aktu nižeg ranga, ali možemo reći da je određen pomak to što će se kroz Uredbu skrbiti za način dodjele sredstava iz javnih izvora kako bi se ta sredstva zaista koristila za opće dobro. I prije je u novi Zakon o udrugama (NN 74/14) u čl. 32. i čl. 33. unesena ta nužna odrednica naprednijeg i progresivnijeg dijela civilnog društva, čak je ostavljena otvorenom mogućnost da se „posebnim propisima mogu utvrditi porezne olakšice i druge povlastice za udruge koje provode programe ili projekte od interesa za opće dobro“. Inzistiranje na jasnijem određenju i vidljivosti organizacija koje rade za opće dobro nužno je kako bi se dokinula trenutačna situacija u kojoj se iza pravnog statusa udruge krije sve i svašta, a to samo povećava odbojnost i sumnjičavost javnosti. Onima koji zaista rade za opće dobro nije lako djelovati u takvim okolnostima i atmosferi.

Zadruga kao drugi pojavni oblik nekada su živjele slavne dane u Hrvatskoj, no na početku 2013. godine svedene su na svega 1033 pravna subjekta koja posluju po zadružnom modelu (MRMS, 2015). Zadruga se određuju kroz definiciju o „dragovoljnom, otvorenom, samostalnom i neovisnom društvu kojim upravljaju njezini članovi, a svojim radom i drugim aktivnostima ili korištenjem njezinih usluga, na temelju zajedništva i uzajamne pomoći ostvaruju, unapređuju i zaštićuju svoje pojedinačne i zajedničke gospodarske, ekonomske, socijalne, obrazovne, kulturne i druge potrebe i interese i ostvaruju ciljeve zbog kojih je zadruga osnovana“. Sedam zadružnih načela kojih se zadruga u svojem radu trebaju pridržavati, a koje su integrirane u Zakon o zadrugama (NN 34/11, 129/13), još su više u skladu s načelima društvenog poduzetništva: dragovoljno i otvoreno

članstvo; nadzor poslovanja od strane članova; gospodarsko sudjelovanje članova u radu zadruga i raspodjela; samostalnost i neovisnost; obrazovanje; stručno usavršavanje i informiranje članova zadruga; suradnja među zadrugama te briga za zajednicu. Već smo spomenuli i posebno izdvajanje socijalnih zadruga (članak 66.) koje s obzirom na to da se bave pomaganjem i zapošljavanjem najugroženijih i najmarginaliziranih društvenih skupina imaju načelno još veći stupanj suglasja s društvenim poduzetništvom. No, trebamo istaknuti kako nam s obzirom na važnost i mogućnosti te na iskustva iz EU-a gdje socijalne zadruga igraju veliku ulogu u djelotvornosti društvene ekonomije, a s obzirom na trenutačnih nekoliko redaka u Zakonu, razrada okvira djelovanja i jačanje statusa socijalnih zadruga tek predstoje. Možemo izraziti nadu da će najavljena strategija razvoja zadrugarstva ojačati taj sektor te dodatno približiti zadrugarstvo i društveno poduzetništvo.

Pored socijalnih zadruga, ugrožene i izolirane društvene skupine dobivaju potporu kroz još dva modela djelovanja: model integrativne radionice koji zahtijeva najmanje 40% zaposlenih osoba s invaliditetom i model zaštitne radionice u kojem se zahtijeva 51% zaposlenih osoba s invaliditetom u odnosu na ukupan broj zaposlenih.

U ovom trenutku to su jedini pravni oblici u sektoru društvene ekonomije koji prema Zakonu o javnoj nabavi (NN 90/11, 83/13, 143/13) imaju mogućnost koristiti rezerviranje prava sudjelovanja u postupcima javne nabave te mogu dobiti porezne olakšice i poticaje zbog vrste zaposlenika.

Treći pravni oblik koji najčešće nalazimo u Hrvatskoj kao aktere društvenog poduzetništva jesu trgovačka društva, i to uglavnom trgovačka društva s ograničenom odgovornošću – d.o.o. Prema našoj bazi radi se o pravnom obliku koji je u društvenom poduzetništvu zastupljen manje od udruga i zadruga, no zanimljivo je primijetiti uzlazni trend u pogledu broja poduzeća. Također, zanimljivo je da je većinu poduzeća koja se nalaze u našoj bazi osnovala neka udruga kao nov subjekt preko kojeg se provodi društveno poduzetništvo.

Još veća tema za raspravu jest činjenica da su se najaktivnije udruge na terenu u trenutku odluke o osnutku novog pravnog subjekta koji bi preuzeo društveno poduzetništvo uglavnom odlučivale osnivati d.o.o., a ne zadrugu. S obzirom na sve dosad napisano, ali i na stanje zadrugarstva u Hrvatskoj, čini nam se važnim raspraviti prave razloge za to jer su načelno zadruga kao pravni oblik bliže društvenom poduzetništvu nego d.o.o. Indikativno je da čak ni oni koji su, možemo otvoreno reći, najosvješteniji i najaktivniji u sektoru te pioniri novih ekonomskih oblika u Hrvatskoj nisu odabrali zadrugarstvo u praksi. Smatramo da je razlog za to nepovoljan status zadruga u Hrvatskoj i u pogledu općeg odnosa i u pogledu sustava podrške i porezne regulative, koja ne gleda na zadruga kao na društveno korisno organiziranje poslovnog pothvata i kao takvo ga primjereno honorira. Danas je u Hrvatskoj jednostavnije osnovati i voditi poslovanje kao

d.o.o nego kao zadругu, a i lakše je povezati d.o.o. s „organizacijom majkom“ nego što bi to bio slučaj sa zadrugom.

S obzirom na važnost teme, trebalo bi dodatno istražiti ne leži li dio razloga i u općem nepovjerenju u hrvatskom društvu, a u takvom ozračju zadruge posljedično padaju u drugi plan jer ovise o želji i potrebi da se radi na principima solidarnosti i pomaganja. Smatramo ovo vrijednim daljnjeg istraživanja jer može uvelike dati odgovore na opće stanje u društvu, ali i na inicijalne i vrijednosne okvire iz kojih se društveno poduzetništvo pokreće u Hrvatskoj.

U svakom slučaju, prema trenutačno važećim zakonima o trgovačkim društvima u Hrvatskoj mnoga načela društvenog poduzetništva predstavljaju izazov za d.o.o. kao pravni subjekt, od demokratskog upravljanja i participacije do odnosa prema višku prihoda. Većina udruga koje su osnivale trgovačka društva vezala su njihov status za sebe tako da se sav višak profita reinvestira u „majku osnivačicu“ ili ide za potrebe lokalne zajednice. U tom smislu potreban je detaljniji uvid i praćenje razvoja poslovanja, jer je u suprotnom teško procijeniti koliko se tu radi o produženoj ruci samofinanciranja, a koliko o društvenom poduzetništvu?

Trebamo spomenuti još jedan pravni oblik, donedavno nekorišten u sektoru društvene ekonomije u Hrvatskoj. To je ustanova koja je također regulirana zakonom gdje stoji kako se radi o subjektu kojem nije svrha obavljanje određene djelatnosti (odgoj i obrazovanje, skrb o djeci, zdravstvo, socijalna skrb, skrb o invalidima i druge) radi stjecanja dobiti. Ako je to slučaj, primjenjuju se propisi iz Zakona o trgovačkim društvima. U našoj bazi su svega dva primjera provedbe poslovanja u okviru društvene ekonomije preko pravnog subjekta ustanove, i to oba slučaja s obavljanjem djelatnosti skrbi o starijim osobama. Radi se o još uvijek nedovoljno velikom uzorku za ozbiljniju analizu, no za vjerovati je kako će daljnjim jačanjem kapaciteta udruga i drugih aktera da pružaju socijalne usluge te ulaskom jedinica lokalne (regionalne) uprave i samouprave u sektor društvene ekonomije, dio njih posegnuti za (su)osnivanjem ustanova kao pravnog subjekta koji će osiguravati socijalne usluge na njihovom teritoriju.

U Hrvatskoj su nedovoljno razvijeni ili gotovo nisu prisutni ostali poduzetnički subjekti koji su dio sektora društvene ekonomije, a možemo ih pratiti u zemljama EU-a i drugdje: dionička društva, zaklade i filantropske institucije ili pojedinci, društva za uzajamno osiguranje, kreditne unije i drugi.

U Hrvatskoj djeluje preko 150 registriranih zaklada i/ili fondacija (UZUVRH, 2010). Od tog broja samo ih je nekoliko bilo aktivno u ovom području kako smo naveli u poglavlju povijesne analize razvoja sektora. Privatnih investicija u društveno poduzetništvo, što je u nekim zemljama poput SAD-a i drugdje u početku bio temelj razvoja, kod nas u pravilu nema. Možemo više kao na iznimke gledati primjere poput onog s kraja 2014. godine kada smo dobili najveću privatnu investiciju u društveno poduzetništvo: poduzetnik i investitor Nenad Bakić

uložio je u tvrtku E-Glas, koja proizvodi i prodaje Servus, elektronički sustav koji osigurava osobama s teškim tjelesnim oštećenjima upravljanje domom pomoću glasovnih uputa.

Druge manje izvaninstitucionalne oblike društvene ekonomije kao što su direktne građanske inicijative, volontiranje, neformalni oblici uzajamne pomoći i solidarnosti, sustavi razmjene roba i usluga te znanja i vještina još je teže pratiti i odrediti njihov ukupan značaj za društvenu ekonomiju u Hrvatskoj.

Najveći problem izrade Baze aktera društvenog poduzetništva bili su kriteriji. Radi se o problemu koji je prisutan i u Europskoj uniji (Ridley-Duff i Bull, 2013; Bridge, Murtagh i O'Neill, 2014) jer se u različitim zemljama pa čak i u istim kod različitih autora ili institucija, koriste drugačiji kriteriji za klasificiranje nekog pravnog subjekta kao dijela društvene ekonomije. Negdje su to svi pravni subjekti koji provode društveno korisne projekte ili obavljaju takve djelatnosti i u tim slučajevima dobivamo iznimno velike brojke. Negdje se koriste dublji i stroži kriteriji kakvi su najavljeni i u našoj *Strategiji*, pa se radi o manjem uzorku. Moguće je daljnje smanjenje broja aktera kada se počne pratiti ispunjavanje svih devet kriterija za Evidenciju do neke razine, nakon čega bi se provedbom Strategije broj aktera trebao povećavati. I sam razvoj društvenog poduzetništva u Hrvatskoj pokazuje da se kod nas, barem do primjene kriterija iz Strategije, različito pristupalo toj dilemi. U već spominjanom mapiranju društvenih poduzeća Hrvatske (ICF, 2014b) brojka varira od 40 do čak 210 društvenih poduzeća.

Naši kriteriji za uvrštenje u Bazu aktera bili su:

- pojavljivanje u medijima, znanstvenim radovima ili u javnosti s jasnim određenjem konkretnog aktera o provedbi društvenog poduzetništva
- provedba projekata ili iniciranje pravnih subjekata koji provode društveno poduzetništvo
- bivanje na jednoj od lista ili u bazama koje smo spomenuli na početku poglavlja.

Ono što nas je zanimalo kao minimum jest da pravni subjekt zadovoljava sva tri kriterija. Primjerice, u spomenuto istraživanje koje je provela udruga Slap uvršteno je i gotovo 50 poljoprivrednih zadruga, te je time dosegnuta brojka od 148 poslovnih subjekata u bazi društvenih poduzeća. Mi smo za potrebe našeg istraživanja smatrali neprimjerenim uključiti poljoprivredne zadruge isključivo zbog njihova pravnog statusa, osobito zato što je u većini riječ o zadrugama koje ne promoviraju i ne prakticiraju ekološku proizvodnju, pa dio kriterija društvenog poduzetništva iz *Strategije* ne bi ni mogli zadovoljiti.

Nakon ta tri kriterija provedena je, kako smo već naveli, provjera svih aktera i njihovog trenutačnog stanja. Ako se više na bave društvenim poduzetništvom

ni na kojoj razini ili im se pravni status promijenio zbog raznih razloga (blokada, prestanak rada...) brisali smo ih iz baze.

Bazu aktera društvenog poduzetništva u Hrvatskoj prezentiramo kroz najvažnija područja koja smo dobili mapiranjem i analizom dobivenih podataka kroz istraživanje: njihov ukupni broj i raspodjela prema pravnim oblicima, godina osnutka, regionalna rasprostranjenost prema županijama, broj zaposlenih, godišnji prihodi i kao najvažniji podatak udio prihodovanog na tržištu u odnosu na ukupne godišnje prihode, odnosno kako je napisano u *Strategiji* udio prihodovanog kroz obavljanje poduzetničke djelatnosti (MRMS, 2015: 8).

Kako je već rečeno, istraživanje udruge Slap i članica CEDRA HR završeno je 2012. godine, pa smo mi istražili i analizirali podatke za 2013. i 2014. godinu.

Na kraju u našoj bazi nalazimo 95 pravnih subjekata, aktera na terenu društvenog poduzetništva 2013. godine, a godinu poslije 90 aktera. Dajemo pregled u donjoj tablici.

Tablica 1. – Akteri društvenog poduzetništva

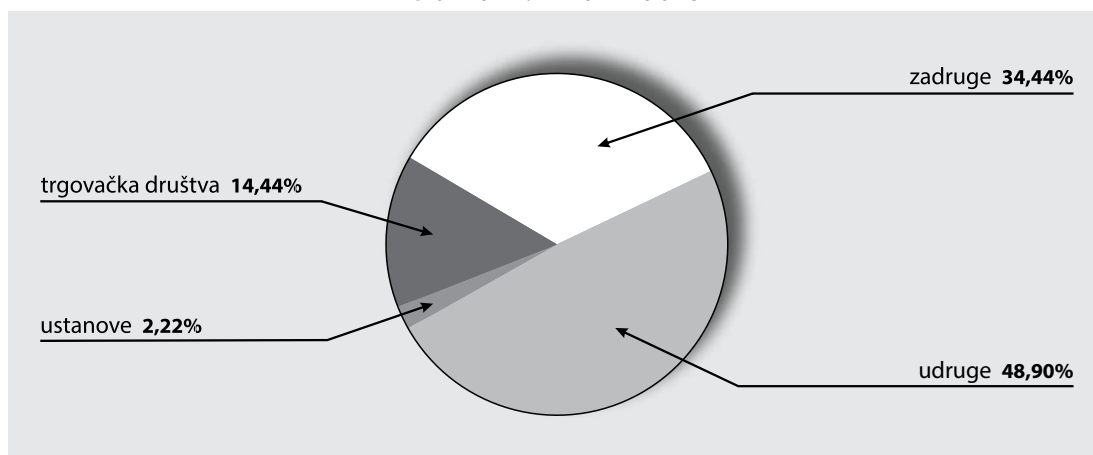
| Pravni oblik \ Godina | 2013. | 2014. |
|-----------------------|-----------|-----------|
| Udruge | 45 | 44 |
| Zadruga | 36 | 31 |
| Trgovačka društva | 13 | 13 |
| Ustanove | 1 | 2 |
| UKUPNO | 95 | 90 |

Izvor: Projekt iPRESENT 2015., Institut društvenih znanosti Ivo Pilar

Ovo smanjenje broja aktera rezultat je prestanka rada i blokada, uglavnom u području zadruga kojima je u Hrvatskoj sigurno teže opstati nego udrugama. I podaci koje imamo za 2015. godinu, koji će biti obrađeni sljedeće godine, također pokazuju naznake daljnjeg smanjenja broja aktera iz ekonomskih razloga. Zbog malog uzorka ustanova od svega dva aktera nećemo se dalje u analizi podataka i Izvještaju referirati na taj pravni oblik jer ne raspoložemo dovoljnim brojem aktera za bilo kakvu ozbiljniju analizu.

U postocima udio pravnih oblika u društvenom poduzetništvu u Hrvatskoj za 2014. godinu izgleda ovako:

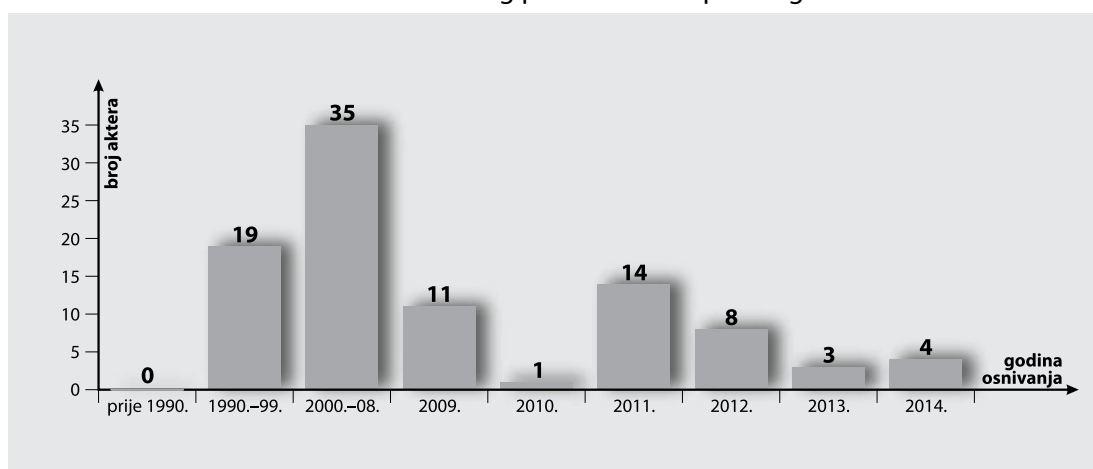
Grafikon 1. – Pravni oblici



Izvor: Projekt iPRESENT 2015., Institut društvenih znanosti Ivo Pilar

Raspodjelu aktera društvenog poduzetništva prema godini osnutka pokazuje sljedeći grafikon:

Grafikon 2. – Akteri društvenog poduzetništva prema godini osnutka



Izvor: Projekt iPRESENT 2015., Institut društvenih znanosti Ivo Pilar

S obzirom na to da su trenutačno u bazi akteri različitih pravnih oblika koji podliježu i različitim zakonima i pravilima, možemo reći i na koje na različite načine utječe duh vremena, ovom općem grafikonu treba pristupiti opreznije jer bismo na prvi pogled mogli zaključiti da je većina aktera društvenog poduzetništva osnovana u godinama kada je ono u Hrvatskoj bilo još jedva vidljivo. Radi se o tome da je od 44 udruge koje imamo u bazi za 2014. godinu samo 5 osnovano poslije 2009. godine, odnosno možemo reći kako se lijevi dio grafikona uglavnom odnosi na udruge. S druge strane, u našoj bazi nema ni jedne zadruga osnovane prije 2005. godine, a većina socijalnih zadruga osnovana je nakon 2011. godine i novog Zakona o zadrugama kojim je taj oblik zadrugarstva prvi put izrijekom definiran u članku 66.

Nije slučajno da nemamo zadruge iz prijašnjeg razdoblja, premda one postoje odavno u Hrvatskoj, posebno u poljoprivrednom sektoru, ali većina zadruga koje su pokazale interes za društveno poduzetništvo i nove ekonomsko-poslovne oblike rada osnivane su kasnije. U za zadruge „mračnim“ devedesetima, zadruge se u boljem slučaju ignoriralo, a u gore otvoreno napadalo i puštalo da propadaju zbog slijepog etiketiranja kao ostatka bivšeg socijalističkog režima. Time je čitavoj tradiciji rada i privređivanja, zajedničkog pomaganja i solidarnosti onemogućeno da procvjeta u demokraciji i konačno pokaže pravo zadrugarstvo bez direktne kontrole od vlasti, što zaista nije bio rijedak slučaj u bivšem socijalističkom sustavu. Tako se zorno pokazalo da su demokratski odnosi i oblici upravljanja nešto više i dublje od pukih izbora svake četiri godine.

Što se tiče trgovačkih društava bliskih društvenom poduzetništvu u našoj bazi, većina je osnovana u godinama nakon prvih razvojnih potpora i edukacija o društvenom poduzetništvu, a vrijedi istaknuti da su znatnu većinu zapravo osnovale udruge kako bi na sebe preuzele društvenopoduzetničke djelatnosti što je znak njihove zrelosti i dugoročne vizije.

Teritorijalna pripadnost aktera društvenog poduzetništva daje zanimljivu sliku u kojoj dvije županije, Splitsko-dalmatinska i Osječko-baranjska, okupljaju više od trećine svih upisanih u bazu. Ono što dodatno otvara mogućnosti za daljnja istraživanja i analize jest to što su upravo te dvije županije vodeće i po broju zadruga u Hrvatskoj prema Analizi zadružnog saveza (HSZ, 2014). Više od polovine županija ima manje od tri aktera društvenog poduzetništva, a svakako zabrinjava što čak šest županija nema ni jednog aktera. Nudimo prikaz u sljedećoj tablici:

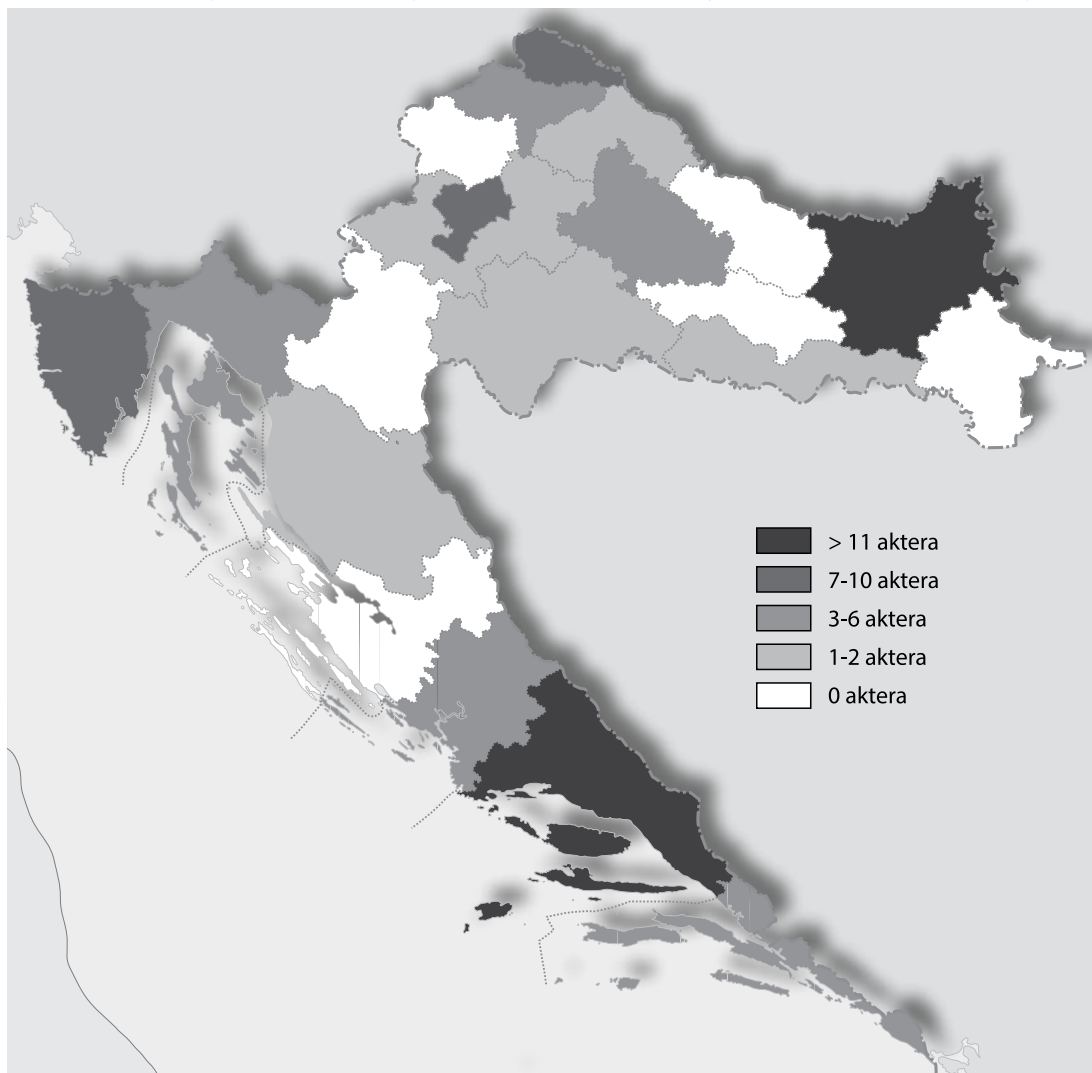
Tablica 2. – Društveno poduzetništvo po županijama

| Županija | Broj aktera | Postotak | Županija | Broj aktera | Postotak |
|------------------------|-------------|----------|-----------------------|-------------|----------|
| Splitsko-dalmatinska | 17 | 18,89% | Sisačko-moslavačka | 2 | 2,22% |
| Osječko-baranjska | 14 | 15,56% | Brodsko-posavska | 1 | 1,11% |
| Grad Zagreb | 10 | 11,11% | Ličko-senjska | 1 | 1,11% |
| Istarska | 9 | 10,00% | Zagrebačka | 1 | 1,11% |
| Međimurska | 8 | 8,89% | Karlovačka | 0 | 0,00% |
| Dubrovačko-neretvanska | 6 | 6,67% | Krapinsko-zagorska | 0 | 0,00% |
| Bjelovarsko-bilogorska | 6 | 6,67% | Požeško-slavonska | 0 | 0,00% |
| Šibensko-kninska | 6 | 6,67% | Virovitičko-podravska | 0 | 0,00% |
| Primorsko-goranska | 4 | 4,44% | Vukovarsko-srijemska | 0 | 0,00% |
| Varaždinska | 3 | 3,33% | Zadarska | 0 | 0,00% |
| Koprivničko-križevačka | 2 | 2,22% | UKUPNO | 90 | 100% |

Izvor: Projekt iPRESENT 2015., Institut društvenih znanosti Ivo Pilar

Teritorijalna rasprostranjenost aktera društvenog poduzetništva po županijama prikazana je na sljedećoj slici:

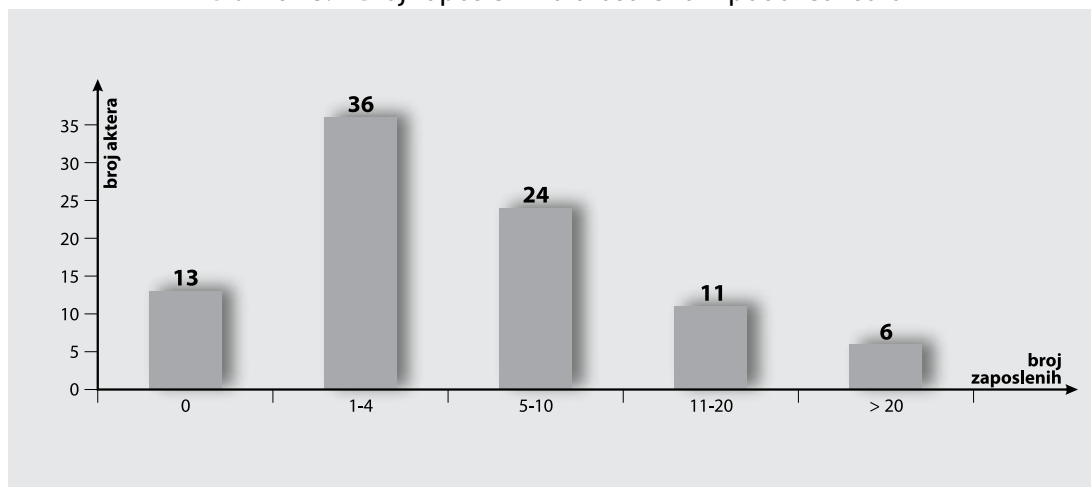
Slika 2. – Teritorijalna rasprostranjenost aktera društvenog poduzetništva po županijama



Izvor: ProjektT iPRESENT 2015., Institut društvenih znanosti Ivo Pilar

Nadalje, istraživali smo broj zaposlenih, što je jedan od najbitnijih podataka za sektor jer upućuje na potencijale i važnost društvenog poduzetništva. Akteri društvenog poduzetništva koji se nalaze u našoj bazi 2013. godine zapošljavali su 784 osobe, a 2014. godine taj se broj povećao na ukupno 795 zaposlenih osoba u 90 pravnih subjekata. Jasno, i ovdje je manje važan prosjek, a više podatak kako je ta ukupna brojka raspoređena prema akterima, ali i prema pravnim oblicima.

Grafikon 3. – Broj zaposlenih u društvenom poduzetništvu

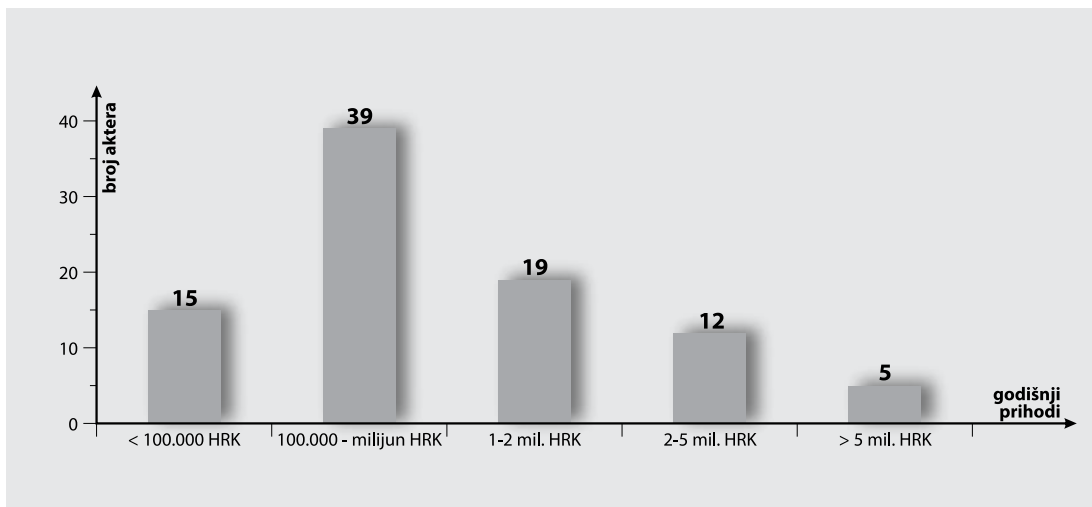


Izvor: Projekt iPRESENT 2015., Institut društvenih znanosti Ivo Pilar

Manje od petine aktera ima više od 10 zaposlenih, odnosno pripadaju u grupaciju kakvom se prema definicijama određuje malo poduzeće. Ono što nas ovdje može zabrinuti jest niska zaposlenost u zadrugama. Kada se analiziraju podaci, dolazimo do brojke od samo 10 posto zaposlenih u zadrugama u odnosu na ukupan broj od 795 osoba u 2014. godini. Čak 12 zadruga iz naše baze nema ni jednu zaposlenu osobu. U već spomenutom izvještaju *Analiza zadružnog sustava* (HSZ, 2014) ističe se kako čak 58 posto zadruga u Hrvatskoj nema ni jednu zaposlenu osobu što otvara pitanje o kapacitetima i mogućnostima koje takvi poslovni subjekti imaju za opstanak na tržištu? Neki će istaknuti kako nije na akterima društvene ekonomije odnosno društvenog poduzetništva da za svoj prioritet postave zapošljavanje jer je glavni cilj ostvariti društveni učinak i na bilo koji način pomoći marginaliziranim ili osiromašenim skupinama u društvu. No zadruga, pa i socijalne zadruga, poslovni su subjekti i djeluju na zahtjevnom tržištu čije izazove je teško prolaziti ukoliko ne postoji makar određena razina profesionalizacije što podrazumijeva i zaposlene osobe.

Sljedeći podatak koji nas zanima i koji smo analizirali jest godišnji prihod. Akteri upisani u bazu društvenog poduzetništva ostvarili su 2013. godine godišnji prihod od 188.282.030,00 kuna, a 2014. godine bilježimo blagi pad jer ukupni godišnji prihod 90 aktera iznosi 178.659.135,00 kuna. To nisu više mali iznosi i predstavljaju značajne kapacitete i zalag aktera društvenog poduzetništva. Nudimo prikaz godišnjih prihoda u sljedećem grafikonu:

Grafikon 4. – Godišnji prihodi aktera društvenog poduzetništva



Izvor: Projekt iPRESENT 2015., Institut društvenih znanosti Ivo Pilar

Vidimo da većina aktera ima godišnji prihod do 2 milijuna kuna. No, i ovdje se ponavlja situacija slična prethodnoj temi, pa udruge imaju godišnji prihod gotovo dvostruko veći od zadruga upisanih u bazu.

Ono što poziva na dodatan komentar jest prvi stupac u kojem se vidi kako svaki šesti akter društvenog poduzetništva ima godišnji prihod manji od 100.000,00 kuna što je zaista nevelik iznos. Taj podatak, kao i prethodni o broju zaposlenih, može se gledati dvojako: ili kao znak slabosti zbog malih ekonomskih indikatora ili kao znak inovativnosti i maštovitosti da se i s malim sredstvima djeluje prema ispunjenju društvenih ciljeva i zadovoljavaju potrebe korisnika i lokalne zajednice. Radi se uglavnom o manjim organizacijama lokalnog karaktera koje ipak ispunjavaju svoju ulogu važnih aktera u smanjenju siromaštva i marginaliziranosti te jačanju socijalne kohezije i solidarnosti. Bez obzira na to što bespogovorno zagovaramo jačanje ekonomske pozicije i financijske potpore sektoru i akterima društvene ekonomije, potrebno je ostati otvoren i za manje (ne)formalne oblike provođenja poduzetničkih ideja i aktivizma, lokalne akcije direktnog pomaganja i volontiranja.

Zadnji podatak iz naše baze koji nas je, usudili bismo se reći, najviše zanimao, jest onaj o udjelu prihoda dobivenog poduzetničkim aktivnostima, prodajom roba i usluga na tržištu u ukupnom iznosu godišnjih prihoda. Ukupni prihodi od prodaje roba i usluga na tržištu aktera društvene ekonomije iz naše baze iznosi za 2013. godinu 100.856.671,00 kuna, a za 2014. godinu 102.600.475,00 kuna. Taj podatak ohrabruje u kontekstu kvalitete i potencijala obavljanja poduzetničkih djelatnosti jer za 2014. godinu ovaj prihod iznosi značajno više od polovice ukupnih godišnjih prihoda. To nam pokazuje kako se u Bazi društvenog poduzetništva nalaze akteri koji nisu isključivo ovisni o donacijama, natječajni-

ma i fondovima, već imaju ideje i znanje, proizvode i usluge koje mogu ponuditi lokalnoj zajednici i društvu i što je najvažnije, koji imaju svoje korisnike.

Ovdje imamo situaciju obratnu od dosadašnje analize, i ovaj indikator daje nepovoljnije rezultate za udruge kao aktere društvenog poduzetništva. Ako kao referentnu točku uzmemo 3. kriterij iz *Strategije* o najmanje 25% godišnjeg prihoda koji je potrebno ostvariti obavljanjem poduzetničke aktivnosti, podaci za 2014. godinu pokazuju da od 44 aktera u bazi pod pravnim oblikom udruge tek 7 zadovoljava taj kriterij, a još njih četiri su blizu.

Činjenica da svaka šesta udruga ostvaruje svoje prihode na tržištu u iznosu većem od četvrtine svojih ukupnih godišnjih prihoda, ne govori toliko o njihovoj nesposobnosti ili manjku želje za privređivanjem, već o trenutačnoj nemogućnosti da se malo i nerazvijeno tržište na kojem operira društvena ekonomija natječe s javnim natjecajima kojima „prirodno“ gravitiraju udruge. Posebno se to odnosi na velike udruge, koje imaju i najveće godišnje prihode i proračune, jer godišnje provode pored svih drugih i nekoliko velikih EU projekata. Doduše, sve je više kritika trenda „projektizacije udruge“ (Stubbs, 2009) i njihova pretvaranja u hladno proračunate birokratsko-profesionalne organizacije koje su više okrenute udovoljavanju uvjetima određenih natjecaja nego vlastitim izvorima i razlozima za osnivanje ili potrebama korisnika i zajednice.

Kako bilo, ovdje možda imamo velik problem jer se velika većina udruge koje su u našoj bazi neće moći kvalificirati za upis u Evidenciju zbog nemogućnosti da zadovolje ovaj kriterij iz *Strategije*. Većina pionira društvenog poduzetništva u Hrvatskoj, udruge koje su najzaslužnije da uopće imamo sektor, ne zadovoljavaju ni izbliza treći kriterij *Strategije*. Ti nam podaci ostavljaju upitnim i podatak o čak 21,9% udruge koje kao glavni izvor prihoda navode samofinanciranje. Radi se o široko korištenom podatku i u *Strategiji* i na drugim mjestima (MRMS, 2015; ICF, 2014b; NZRCD, 2012a), a temelji se isključivo na samoprocjeni samih udruge. Primijenimo li stroži kriterij o više od polovine svih prihoda dobivenih kroz aktivnosti samofinanciranja, u našoj bazi to zadovoljava 9% udruge, odnosno svega njih četiri. Vrlo je izjesno da naša baza nije zahvatila sve udruge koje su sposobne prodajom vlastitih proizvoda i usluga osigurati si većinu svojih prihoda, no više od dvostruko manji podatak iz naše baze u odnosu na samoprocjenu udruge nam se čini prevelikim s obzirom da je u našoj bazi velika većina najpoznatijih i najaktivnijih organizacija civilnog društva.

Jasno, glavni cilj Evidencije ne mora niti treba biti nekritičko uvrštavanje unutra svih koji žele, zato i postoje kriteriji, ali pitanje je što s namjenskim natjecajima ako zaista mali broj aktera društvene ekonomije ima uvjete za upis u Evidenciju.

S druge strane, o vitalnosti i dobrim temeljima sektora govore podaci za zadruge i poduzeća: gotovo svi iz naše baze zadovoljavaju kriterij od barem 25% prihoda dobivenih poduzetničkim djelatnostima. Poduzeća koja su upisana u bazu daleko premašuju iznos od 25%, a svega tri zadruge nisu 2014. godine zadovoljile

taj kriterij. Prema drugim pokazateljima koje imamo, za najmanje dvije od njih izgledno je gašenje i prestanak s radom u sljedećoj godini.

Radi se o bitnom podatku u kontekstu zagovaranja potrebe osnaživanja i veće potpore zadrugama i trgovačkim društvima u sektoru društvene ekonomije, jer i ovo što imamo u Bazi pokazuje kako već sada ispunjavaju svoju poduzetničko-ekonomsku dimenziju.

Dotaknuli smo se kriterija iz *Strategije* pa ćemo njima i završiti ovo poglavlje jer će ovih 90 aktera i još mnogi drugi biti glavni kandidati za ulazak u Evidenciju. U izvještaju *Mapiranje društvenih poduzeća i njihovih eko-sistema u Europi – Izvještaj o Hrvatskoj* (ICF, 2014b) koji smo zbog preglednosti i kvalitete češće spominjali, vrlo je dobro analizirano na koji se način tri najčešća pravna oblika društvene ekonomije u Hrvatskoj odnose prema trima glavnim dimenzijama društvenih poduzeća (poduzetnička/ekonomska, društvena i dimenzija demokratskog upravljanja/participacije) koje se spominju i u Inicijativi za društveno poslovanje EU-a, EMES-ovim promišljanjima o sektoru i u našoj *Strategiji*. Nema potrebe da ovdje prenosimo cijelu tablicu te upućujemo na direktan izvor. Iz istih razloga nismo se upuštali ni u analizu prepreka i prilika za razvoj društvenog poduzetništva jer je to dostupno i vrlo detaljno ispisano u samoj *Strategiji* (MRMS, 2015). Na kraju se sve takve analize mogu sažeti u sljedeća vanjska ograničenja: nedostatak institucionalno-zakonodavnog okvira, nedostatak financijske potpore, te slaba vidljivost i razumijevanje što je društveno poduzeće izvan užeg kruga zainteresiranih dionika, plus unutarne ograničenje, a to je nedostatak menadžerskih i poduzetničkih znanja i vještina među samim akterima (ICF, 2014). U samom izvještaju smo se na više mjesta bavili svim tim ograničenjima.

U kontekstu do sada napisanog u Izvještaju, izazov nam je zaokružiti cijelu analizu tako da sagledamo na koji se način tri najčešća pravna oblika društvene ekonomije u Hrvatskoj odnose prema 9 kriterija za upis u Evidenciju kako je navedeno u *Strategiji*.

Prvo ćemo istaknuti kriterije gdje su sva tri pojavna oblika u sličnoj poziciji. Prvi i drugi kriterij iz *Strategije* su više-manje iste poruke i kreću se po općenitoj razini određivanja radijusa kretanja aktera društvenog poduzetništva.

1. Društveni poduzetnik ostvaruje ravnotežu društvenih, okolišnih i ekonomskih ciljeva poslovanja.
2. Društveni poduzetnik obavlja djelatnost proizvodnje i prometa roba, pružanja usluga ili obavlja umjetničku djelatnost kojom se ostvaruje prihod na tržištu, te koja ima povoljan utjecaj na okoliš, doprinosi unapređenju razvoja lokalne zajednice i društva u cjelini.

Unatoč svojoj općenitosti i načelnosti, ovi kriteriji prizivaju zapravo već spominjani *model trostruke bilance* i mjerenje uspjeha poslovne djelatnosti kroz sva tri

područja održivog razvoja: ekonomsko, okolišno i društveno. Ono što je upitno u Hrvatskoj jest na koji način mjeriti provedbu modela trostruke bilance i tko će biti educiran ili ovlašten to raditi s obzirom na to da trenutačno u tom području nema kapaciteta i znanja, iskustva i prakse. To nas vodi do još većeg problema, izravno postavljenog u kriteriju br. 8, a tiče se primjene mjerenja društvenog utjecaja/revizije. Imamo nedostatak znanja i prakse u primjeni tog korisnog i dugoročno nužnog, ali i zahtjevnog alata pri čemu različiti akteri društvene ekonomije s obzirom na svoju djelatnost, veličinu, godišnje prihode, korisnike i druge indikatore koriste različite modele alata. Za sva tri pravna oblika bit će izazov provoditi mjerenje društvenog utjecaja poslovanja. Treba dodati kako se ovdje iskorak očekuje jer već spominjani rad ACT-a na ovom području treba uskoro rezultirati prvim sustavom i metodologijom mjerenja za OCD-e, a u pripremi je i za društvena poduzeća. Bude li taj sustav adaptabilan i primjenjiv za pravne subjekte različitog područja djelovanja, veličine i broja zaposlenika te drugih indikatora, imat ćemo izazov manje u ispunjavanju kriterija.

Također, svaki od tri pravna oblika, u donekle različitim razmjerima i razinama, imat će problem s kriterijem br. 7 koji ističe da „odlučivanje nije isključivo vezano uz vlasničke udjele ili članske uloge već obuhvaća ključne dionike: radnike, članove, korisnike ili potrošače te suradničke organizacije“. Počevši od trgovačkih društava koja prema zakonu koji ih uređuje uopće nemaju obvezu uključivanja vanjskih dionika u odlučivanje, to vrijedi i za zadruge premda se takvo što ohrabruje i promovira. Također, u ovom trenutku nema relevantnih podataka koliko i same udruge koriste taj mehanizam široke konzultacije pri donošenju odluka. Trenutačno ne postoji zakonska osnova ili obveza ni za jedan od tri pravna oblika da to moraju činiti.

Dok u Hrvatskoj nema zasebnog pravnog oblika za obavljanje društvenopoduzetničkih aktivnosti i primjerenog zakona koji uređuje područje, općenito možemo reći da nije jasno kako će se neki kriteriji sagledavati u kontekstu već postojećih i važećih zakona kada nisu u suglasju.

Izdvojit ćemo sada specifične odnose prema konkretnim kriterijima pojedinih pravnih oblika, a možemo ih ocijeniti kao za njih najveće izazove ili čak one koje će biti teško ostvariti.

Udruge

Kao što je prije istaknuto, najveći će problem imati s kriterijem br. 3 koji ističe potrebu ostvarenja 25% prihoda poduzetničkim djelatnostima u odnosu na ukupan prihod. Doduše, a na to smo se već kritički osvrnuli, sam kriterij nije dovoljno jasan te otvara različite interpretacije – treba li se 25% prihoda od poduzetničkih aktivnosti ostvariti ili se to planira ostvariti? Strateški bi dokument trebao izbjegavati nejasne formulacije ili dvostruke kriterije jer se ne može

očekivati da će se jednako vrednovati oni koji nešto ostvaruju i oni koji to tek planiraju ostvariti. Ostane li se pri jednoznačnom i jasnom stavu o 25% prihoda od poduzetničkih djelatnosti, većina dosadašnjih aktera društvene ekonomije iz sektora udruga, neće biti u stanju zadovoljiti ovaj kriterij i samim time biti upisani u Evidenciju kao društveni poduzetnici. Prema podacima koji su javno dostupni u Registru neprofitnih organizacija, ni većina drugih udruga, posebno one najaktivnije i/ili najveće ne zadovoljavaju ovaj kriterij. Detektirali smo razloge za takvu situaciju, počevši od glavnog, nerazmjera između trenutne ekonomske snage društvene ekonomije u Hrvatskoj i fondova/natječaja kojima gravitiraju udruge, posebno onima s predznakom EU-a.

Dodatni je problem s udrugama na koji način razdvojiti njihove projekte unutar kojih zagovaraju i educiraju o društvenom poduzetništvu od ostatka godišnjeg prihoda i kako to valorizirati u odnosu na prihode dobivene poduzetničkim djelatnostima. Možemo postaviti i dodatno pitanje smislenosti uključivanja udruga u bazu s obzirom na zakonske odredbe o najvišem iznosu koji se smije uprihoditi obavljanjem gospodarske djelatnosti.

Trgovačka društva

Najveći izazov s kojim će se suočiti trgovačka društva bit će zahtjev kriterija *Strategije* za otvorenim upravljanjem i uključivanjem široke lepeze dionika, reinvestiranjem dobiti te statusom imovine uslijed prestanka obavljanja djelatnosti. Trgovačka društva se osnivaju radi obavljanja gospodarske djelatnosti pri čemu koristi privajaju vlasnici na način koji im odgovara, tako da je to u skladu sa zakonom i osnivačkim aktom. Znatan dio kriterija ima drugačiji prizvuk od toga. To ne znači da trgovačka društva ne smiju koristiti čitav niz demokratsko-participativnih modela upravljanja i odnosa prema višku prihoda, već da se to rijetko događa i da nema čvrstog utemeljenja ni u povijesti ni u praksi. Doduše, u Hrvatskoj je specifična prednost to što su većinu trgovačkih društava aktivnih u društvenoj ekonomiji osnivale udruge za opće dobro koje su svjesne tih ograničavajućih elemenata, a svoja poduzeća zaista koriste za opće dobro. Višak prihoda ide ili udrugama koje su ih osnovala čime one imaju veću fleksibilnost i održivost u aktivnostima i aktivizmu za opće dobro ili ih one direktno vraćaju u zajednicu financiranjem određenih programa, projekata ili drugih organizacija.

Zadruga

Prema većini kriterija zadruga bi bile idealni modeli za društveno poduzetništvo. Uglavnom su poslovno i poduzetnički orijentirane, reinvestiraju višak prihoda u daljnje aktivnosti i razvoj djelatnosti, svaki član ima jedan glas čime su osigurani temelji za demokratsko odlučivanje, a u zakonu o zadrugama već je propisano da uslijed prestanka djelovanja imovinu preuzima druga zadruga iste

djelatnosti, odnosno ide u vlasništvo jedinici lokalne samouprave kako i jest napisano u kriteriju br. 9 *Strategije*.

Ono što će zadrugama predstavljati najveći izazov već je spominjani kriterij br. 7 s obzirom na to da se zadruge uglavnom osnivaju da zadovolje potrebe i interese svojih članova.

U tablici 3. dajemo sažetak najvažnijih nalaza o odnosu različitih pravnih oblika prema kriterijima *Strategije*. Razlikujemo tri opcije: izvedivo u smislu da će kriterij biti uglavnom zadovoljen; izazov u smislu da je kriterij moguće zadovoljiti, ali će biti potrebno uložiti dodatnu energiju, sredstva, edukaciju ili slično; i teško u smislu da su vrlo mali izgledi zadovoljenja konkretnog kriterija.

Tablica 3. – Sažetak najvažnijih nalaza o odnosu pravnih oblika prema kriterijima *Strategije*

| Kriteriji | Pravni oblici | Udruge | Zadruge | Trgovačka društva |
|---|---------------|---|----------|-------------------|
| 1. Ravnoteža društvenih, okolišnih i ekonomskih ciljeva | | Izazov | | |
| 2. Ispunjavanje modela trostruke bilance (ekonomski, okolišni i društveni uspjeh) | | Izazov | | |
| 3. Osigurati 25% ukupnih prihoda obavljanjem poduzetničke djelatnosti | | Teško | Izvedivo | Izvedivo |
| 4. Reinvestiranje dobiti | | Izvedivo | | |
| 5. Otvoreno članstvo/autonomija djelovanja | | Izvedivo | Izvedivo | Izazov |
| 6. Nosioци političke vlasti na bilo kojoj razini ne mogu biti isključivi osnivači | | Nije primjenjiv kriterij za analizu ovdje | | |
| 7. Demokratsko odlučivanje/participacija svih zainteresiranih | | Izazov | | |
| 8. Mjerenje društvenog utjecaja/revizija | | Izazov | | |
| 9. Prenošanje imovine i vlasništvo | | Izvedivo | Izvedivo | Izazov |

Izvor: Projekt iPRESENT 2015., Institut društvenih znanosti Ivo Pilar

Upravo zbog svoje kompleksnosti i širine, mogućih različitih interpretacija i pogleda, područje društvenog poduzetništva jasnije i bolje komunicira s javnosti svoje značenje i ciljeve kada se zna tko su njeni akteri i nositelji. Vjerujemo da smo ovim poglavljem o bazi donekle približili aktere i nositelje sektora u Hrvatskoj.

Također smo svjesni kako ovime baza nije posve popunjena te je smatramo otvorenom za daljnji rad na njoj koji će pridonijeti razvoju, prepoznatljivosti i

analizi stanja društvenog poduzetništva u Hrvatskoj. Bez obzira na to što smo naveli da neki od aktera već pokazuju znakove umora i da ih se istiskuje sa tržišta, što će biti vidljivo u analizi sljedeće godine, svi moramo biti svjesni kako se radi o zaista vibrantnom i dinamičnom području u kojem su promjene i izmjene česte. Kako znamo da će neki akteri nestati sljedeće godine iz baze, tako već sad znamo da mnogi dolaze poput spominjane Zadruga za etično financiranje ili niza organizacija koje trenutačno provode projekte u sklopu EU Operativnog programa „Razvoj ljudskih potencijala“ 2007.–2013. – Jačanje sposobnosti organizacija civilnog društva za pružanje socijalnih usluga, Podrške programima organizacija civilnog društva aktivnih u području volonterstva za jačanje gospodarske i socijalne kohezije, Jačanje regionalnih i lokalnih struktura za podršku razvoju civilnoga društva, Podrške programima organizacija civilnoga društva u području zagovaranja i motivacije za društveno isključene skupine te Mikroprojekata podrške inovativnim aktivnostima malih organizacija civilnog društva za lokalni razvoj.

Prema podacima s terena vrijedilo bi kroz *Strategiju* ostaviti prostora i za istraživanje interesa za društvenom ekonomijom ili štoviše utemeljenosti uvrštavanja u bazu mnogih „običnih“ trgovačkih društava i poduzeća, obiteljskih i malih obrta, drugih oblika zadruga koje nismo ovdje zahvatili, novoosnovanih start-upova i malih tvrtki u području IKT-a (informacijskih i komunikacijskih tehnologija) te drugih. U Hrvatskoj djeluju i poslovno su prisutni mnogi koji redistribuiraju profit, usvajaju principe demokratskog upravljanja i odlučivanja, odgovorno se odnose prema okolišu, svojim radnicima i potrebama lokalne zajednice, a do sada se sami nisu prepoznali ili percipirali kao dio društvene ekonomije. Potrebno je uspostaviti zaseban komunikativno-istraživački alat koji bi išao prema tim akterima jer bi bio velik gubitak izostaviti ih u procesu razvoja *Strategije*. Možemo citirati onu poznatu kinesku izreku o željama za životom o uzbudljivim vremenima, jer u Hrvatskoj se, kad je o društvenoj ekonomiji riječ, nalazimo upravo u takvom vremenu.

Još će veći izazov biti ući u često površinski „nevidljiv“ svijet solidarne ekonomije koja se manifestira manje poduzetničkim djelovanjem, a više korištenjem ekonomskih alata za dublje društvene promjene, preispitivanje odnosa moći i transformativne ciljeve prema društvu. Primjeri solidarne ekonomije u Splitu i čitav niz aktera i aktivnosti oko udruge MoST (Šimleša i dr., 2015) pokazuju nam kapacitete sveobuhvatnog paralelnog sustava socijalne skrbi i pomaganja bez premca u Hrvatskoj. Velik dio tih aktera, od kojih mnogi djeluju kroz neformalne grupe pomaganja i solidarnosti nije vidljiv u službenim statistikama i tablicama.

No, i naša baza pokazuje kako je riječ o izrazito potentnom i kvalitetnom sektoru za razvoj društva koji je bez obzira na to što je u začecima i što je do sada čekao na snažniju i direktniju institucionalnu i financijsku potporu došao do

razine da može biti aktivan akter u jačanju održivosti lokalnih ekonomija, zapošljavati ljude i to vrlo često one koji su u marginaliziranom i nepovoljnom položaju, jačati socijalnu koheziju i solidarnost. Time se već i sad u nekim mjestima, lokalnim zajednicama, gradovima i županijama ispunjavaju ciljevi iz *Strategije* vezano za spomenute pozitivne momente u društvu, ali i za one koji se tiču smanjenja regionalnih razlika te pravednije raspodjele i upravljanja društvenim bogatstvom. Najveća brojnost aktera društvene ekonomije u Splitsko-dalmatinskoj i Osječko-baranjskoj županiji te vrlo snažna prisutnost i u drugima koje nisu pri vrhu ljestvice Indeksa razvijenosti (MRRFE, 2015), kao što su Međimurska, Bjelovarsko-bilogorska ili Šibensko-kninska županija pokazuje nam da nije sve u ekonomskoj moći i BDP-u nekog prostora. Radi se o ljudima, njihovom znanju i odlučnosti, međusobnoj povezanosti i pomaganju, etičnom osjećaju i ponašanju koji stoje ispred ekonomske aktivnosti i poduzetničkog djelovanja te kao takvi ostvaruju svoj glavni cilj – jačanje kvalitete života za ljude oko sebe, u prostoru gdje se živi i radi.

Društveno poduzetništvo definira se u *Strategiji* kao dio šireg ekonomskog sustava pri čemu je prioritet ispuniti društvene ciljeve uz primjenu neposrednog sudjelovanja i upravljanja. I zato je iznimno važno što smo odabrali put razvoja cijelog sektora koji inzistira na uključivanju, participaciji i komunikaciji. Iznimno je važno da sektor nismo sveli samo na proračunate projektne zadatke, već da je jasno kako bez suradnje i sinergije ljudskih potencijala nema društvenog poduzetništva.

Dobro je što Hrvatska ima takve aktere unatoč još uvijek nerazvijenom sektoru društvene ekonomije. Još je bolje to što imamo *Strategiju* kojoj je cilj „uspostava poticajnog okruženja za promicanje i razvoj društvenog poduzetništva u Republici Hrvatskoj“ (MRMS, 2015: 20). Poglavlje iz kojeg izlazimo pokazuje kako postoje akteri i postoji potreba za stvaranjem takvog okruženja u Republici Hrvatskoj.

ZAKLJUČAK

Izvještaj *Mapiranje novih obzora* prvi je u nizu izvještaja i radova u sklopu trogodišnjeg projekta *iPRESENT – Installation Project for REsearch about Social ENTrepreneurship* (Uspostavni projekt za istraživanje društvenog poduzetništva). Vidimo ga kao poveznicu između onoga što je bilo i onoga što slijedi. Mapiramo ono što je već tu, a obzori su pred nama, donose novo i prema njima idemo. Zato su unutar cjeline Izvještaja njegovi temporalno različiti ali međusobno povezani i prožimljajući dijelovi – povijesna analiza razvoja društvenog poduzetništva u Hrvatskoj, analiza *Strategije razvoja društvenog poduzetništva u Republici Hrvatskoj za razdoblje 2015–2020*, i revidirana Baza aktera društvenog poduzetništva u Hrvatskoj.

Povijesna analiza bila nam je potrebna kako bismo direktno spoznali uloge i utjecaje raznih aktera u razvoju društvenog poduzetništva u Hrvatskoj te koji su bili najvažniji događaji i procesi u godinama iza nas, a čije refleksije i danas osjećamo.

Ako kao što smo napomenuli, *Strategiju* vidimo kao važan, presudan korak prema sazrijevanju cijelog sektora, trebamo osvijestiti kako se svako putovanje sastoji od prethodnih iskoraka i kretanja. Zato smo smatrali iznimno važnim za razumijevanje ukupnog stanja društvene ekonomije započeti Izvještaj povijesnim pregledom razvoja sektora. Razumijevanjem prethodnih koraka možemo shvatiti razmjere i razloge našeg trenutačnog položaja.

Iz komunikacije s nekim članovima radne skupine za izradu *Strategije*, te iz do sada provedenih istraživanja samih aktera na terenu koji su stvarali društveno-poduzetničke projekte vidljivo je kako se *Strategija* iščekivala kao nasušan spas, kao dugo očekivan putokaz, kao nešto što više ne može čekati. Možemo shvatiti i prihvatiti takvu potrebu kroz praćenje trendova društvene ekonomije u EU-u i šire, situacije u Hrvatskoj s ekonomskom krizom i visokom nezaposlenošću te stanja društvenog poduzetništva koje je doseglo određenu razinu razvoja, ali za daljnje uspješno kretanje treba jasniju i snažniju potporu. Mišljenja smo

kako *Strategija* kao prekretnica, trenutak nakon kojeg će se početi računati novo vrijeme, nosi i „teret“ koraka učinjenih prije nje odnosno koraka koji su do nje doveli. I u *Strategiji* se to vidi ako se provede dubinska analiza. Kao istraživači i znanstvenici dužni smo bili upozoriti na to bez obzira na njenu neupitnu opću i društvenu vrijednost.

S obzirom na to da se gotovo nije osušila tinta pri usvajanju *Strategije* na sjednici Vlade RH, analiza same *Strategije* može na prvi pogled izgledati preuranjena. Unatoč tome, u dobroj vjeri i namjerama vidimo potrebu za analizom s obzirom na refleksiju današnje *Strategije* kroz povijesnu analizu, s obzirom na važnost *Strategije* za cijeli sektor u Hrvatskoj i s obzirom na njene ciljeve i općenito ambiciozan duh koji je potrebno manifestirati i materijalizirati u realan život. Možemo reći kako nam *Strategija* zaista otvara nove obzore.

Baza aktera društvenog poduzetništva bila nam je potrebna da donekle zaokružimo vrlo često nepotpunu priču o akterima u sektoru u Hrvatskoj s obzirom na dosadašnju nedovoljnu komunikaciju i razmjenu podataka onih koji su imali svoje baze i/ili liste te opću kakofoniju i nejasne kriterije o tome što znači biti društveno poduzeće, ili kako smo mi šire postavili, akteri društvene ekonomije. Premda daleko od potrebnog posla da se uspostavi Evidencija društvenih poduzeća kao jedna od važnijih aktivnosti iz *Strategije*, naša baza može olakšati težinu dijela prtljage na tom putu.

U skladu sa svime do sada rečenim, dajemo još jednom pregled ključnih izazova za uspjeh *Strategije*, onako kako ih mi vidimo. Naglašavamo to zato što smo svjesni teškoće izdvajanja ključnih izazova iz jednog strateškog i dalekosežnog dokumenta te mogućeg osjećaja arbitrarnosti. S druge strane, vjerujemo kako smo do sada u Izvještaju uspjeli argumentirati razloge za upravo ove ključne izazove. U svakom slučaju, ne vidimo ih kao zaključana vrata, već i kao područja za otvorenu raspravu i komunikaciju.

KLJUČNI IZAZOVI STRATEGIJE ZA RAZVOJ DRUŠTVENOG PODUZETNIŠTVA U REPUBLICI HRVATSKOJ ZA RAZDOBLJE 2015.–2020.

1. Osiguranje dostatne i sustavne financijske potpore društvenim poduzećima koja imaju ideje/proizvode/usluge i kapacitete za opstanak na tržištu.
2. Unaprijediti područje porezne politike, poticaja i olakšica za aktere društvene ekonomije u skladu s primjerima dobre prakse u Europi.
3. Otvoriti sustav javne nabave prema akterima društvene ekonomije u skladu s primjerima najbolje prakse u Europi.
4. Uvesti vrednovanje društvenog utjecaja nakon dubinske analize raznih modela i analize primjenjivosti na raznolik kontekst društvenih poduzeća u Hrvatskoj.
5. Integracija i implementacija obrazovanja o društvenom poduzetništvu u obrazovni sustav Hrvatske na svim razinama.

6. Učiniti društveno poduzetništvo vidljivijim u javnosti, a time društvena poduzeća primjereno vrednovati.

Usuđujemo se zaključiti kako će uspješni i kvalitetni odgovori na ove izazove dovesti do puno razvijenijeg i uspješnijeg sektora društvene ekonomije u Hrvatskoj na kraju razdoblja koje prati *Strategija*. Osobito prva četiri izazova smatramo iznimno važnima za uspjeh svrhe i ciljeva *Strategije*, ali i za razvoj cijelog sektora.

Jedan izazov predviđamo za budućnost, pa ga navodimo tek kao markaciju dalekih obzora, no iskustvo nas uči da nikad nije dovoljno rano početi se pripremati za dugo putovanje. Većina zemalja EU-a ima razvijeniji zakonodavno-institucionalni okvir u ovom području nego Hrvatska, a čak 12 zemalja ima uređen zaseban pravni oblik društvenog poduzeća, a koji gotovo zazivamo donesenim kriterijima u *Strategiji*. Druge zemlje imaju daleko bolje, dubinski razvijen okvir koji se odnosi na (socijalne) zadruge, što je također posao koji nas čeka, a zbog važnosti zadružnog sektora za ovo područje vidimo to kao paralelan smjer koji vodi do istog cilja. Izazov koji ovdje nemamo ni potrebe ni prostora dalje razrađivati, ali koji se kao samoispunjavajuće proročanstvo oslikava na novim obzorima koji će nam postati jasniji na kraju razdoblja provedbe sadašnje *Strategije* jest:

7. Priprema zakonodavno-institucionalnog okvira za novi pravni subjekt društvenog poduzeća.

Vjerujemo da bi takva situacija uklonila neke nejasnoće u pristupu akterima ili u kriterijima te učinila još jasnijima i transparentnijima ukupne javne politike prema sektoru društvene ekonomije. Također bi se time bolje „balansirala hibridna priroda društvene misije i ekonomsko-tržišnih aktivnosti“ kako ističu Caffagi i Lamiceli (Vidović, 2013: 10). Time bismo riješili i problem stavljanja pod isti mikroskop različitih pravnih oblika što smo činili u poglavlju o bazi.

Upitna je usporedba i stavljanje na istu listu udruge, zadruge, poduzeća, a u budućnosti i novih pravnih oblika, jer kako smo istaknuli, radi se o pravnim subjektima koji podliježu različitim zakonima, pravilima obavljanja djelatnosti, a posebno pristupu financijskim sredstvima, gdje su u Hrvatskoj zadruge nepravedno zapostavljene i nemaju dovoljnu potporu, ali bi im nesumnjivo dobro došlo i osnaživanje kapaciteta prema različitim opcijama osiguranja ekonomske održivosti (Babić i Račić, 2011) jer natječaji i fondovi koji su okrenuti prema njima također postoje. Sektoru zadrugarstva u Hrvatskoj treba pridati posebnu pažnju i potporu u svrhu jačanja društvene ekonomije, a već predložene Smjernice za unapređenje zadružnog sustava (HSZ, 2014) mogu biti dobar putokaz.

Nema nikakve sumnje kako s razvojem društvenog poduzetništva ili šire gledano društvene ekonomije kasnimo, da ne kažemo uobičajeno kaskamo za Europom i znatnim dijelom svijeta. Kao na maratonu, gdje su neki sudionici već na

polovici puta ili na 30. kilometru, mi smo još u svlačionici raspravljali je li uputno priču nazivati socijalnim ili društvenim poduzetništvom.

Izlazak iz svlačionice i dolazak na start vidimo u razvojnom smislu kao proces odrastanja. Dapače, razvoj naših društvenih poduzeća te brojnih inicijativa u smjeru pravednijih i održivijih ekonomskih modela te konačno stavljanje *Strategije* u operativno i realno stanje, vidimo kao presudan korak prema sazrijevanju cijelog sektora društvene ekonomije u Hrvatskoj. Strategija je dugo očekivan razvojni okvir koja može pomoći društvenoj ekonomiji u Hrvatskoj da odraste. Jasno, ne ignorirajući pri tome važnost zadržavanja dječje znatiželje i slobodnog duha. Upravo će uspješna provedba *Strategije*, s obzirom na donesene ciljeve i mjere do 2020. godine, biti odraz zrelosti društvene ekonomije u Hrvatskoj.

Danas smo na stazi, trčimo, trudimo se. Na stazi smo najviše zahvaljujući brojnim akterima iz naše baze, organizacijama civilnog društva i njihovim inicijativama i projektima, poduzećima i zadrugama. Na stazi smo zahvaljujući pokretanju procesa izrade *Strategije* i čvrstog pozicioniranja iza nje te zauzimanja za njen put u nadležnom Ministarstvu rada i mirovinskog sustava. Osim želje za učenjem i refleksijom što smo primjenjivali u Izvještaju, nema previše smisla boraviti u prošlosti i žaliti za propuštenim prilikama. Više ima smisla biti svjestan sadašnjeg trenutka, posvetiti mu se da bude bolji i otvoriti se novim obzorima. To je i priča o društvenoj ekonomiji u Hrvatskoj.

LITERATURA

- ACT Grupa (2014) Godišnji izvještaj 2013, dostupno na <http://www.act-grupa.hr>
- Babić, Z. i Račić, D. (2011) Zadrugarstvo i socijalna ekonomija u Hrvatskoj, Zagreb: Hrvatski savez zadruga.
- Bežovan, G. (1996) Privatni neprofitni sektor i razvoj socijalnog režima u Hrvatskoj, *Revija za socijalnu politiku* 3(3-4): 299-311.
- Borzaga, C. i Galera, G. (2014), New Trends in the Nonprofit Sector in Europe: The Emergence of Social Enterprises, u Ericka Costa, Lee D. Parker, Michele Andreaus (ur.) *Accountability and Social Accounting for Social and Non-Profit Organizations (Advances in Public Interest Accounting, Volume 17)* Emerald Group Publishing Limited, 89-110.
- Brajdić Vuković, M., Ančić, B. i Domazet, M. (2014) Podrška: Trajni učinak ili poticajni trenutak?, Zagreb: NCRCD.
- Bridge, S., Murtagh, B. i O'Neill, K. (2014) *Understanding Social Economy and The Third Sector*, Hampshire: Palgrave Macmillan.
- CEDRA Čakovec (2014) Hrvatske socijalne zadruge, Čakovec: CEDRA Čakovec.
- Defourny, J. (2014) From Third Sector to Social Enterprise, u J. Defourney, L. Hulgård i Pestoff, V. (ur.), *Social Enterprise and the Third Sector – Changing European Landscapes in a Comparative Perspectives*, Abingdon: Routledge, 17-42.
- Defourny, J. i Nyssens, M. (2014) The EMES Approach of Social Enterprise in a Comparative Perspective, u J. Defourney, L. Hulgård i Pestoff, V. (ur.), *Social Enterprise and the Third Sector – Changing European Landscapes in a Comparative Perspectives*, Abingdon: Routledge, 42-66.
- EU Direktiva 2014/23, EU Direktiva 2014/24, EU Direktiva 2014/25, dostupno na <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=celex:32014L0024>
- EMS (2014) Strategic Study on Social Economy Development in the Context of the South East Europe 2020 Strategy, dostupno na http://www.emins.org/uploads/useruploads/projektiEnpdf/RCC_Study-on-SE-in-SEE-Region_za-prelom.pdf.pdf
- European Commission (2010) Europe 2020 – A strategy for smart, sustainable and inclusive growth, dostupno na <http://ec.europa.eu/eu2020>
- European Commission (2011) Social Business Initiative – Creating a favourable climate for social enterprises, key stakeholders in the social economy and innovation, EC, COM(2011)682, dostupno na <http://eurlex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2011:0682:FIN:EN:PDF>

- EU-Eurostat (2015) Quality of life in Europe – facts and views – overall life satisfaction, dostupno na http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Quality_of_life_in_Europe_-_facts_and_views_-_overall_life_satisfaction#Life_satisfaction
- Grad Split, *Službeni glasnik* br. 22/2014., dostupno na <http://www.split.hr>
- Gvozdanović, A., Potočnik, D., Sočo, A. (2009) Sam svoj majstor – istraživanje socijalnog poduzetništva u neprofitnom sektoru mladih. Zagreb: Mreža mladih Hrvatske.
- HSZ (2014) Analiza Zadružnog Sustava do 31. 12. 2013., dostupno na <http://www.zadruga.hr/images/stories/pdf/Analiza%20zadruznog%20sustava.pdf>
- Hulgård, L. (2014) Social Enterprise and the Third Sector: innovative service delivery or a non-capitalist economy?, u J. Defourney, L. Hulgård i Pestoff, V. (ur.), *Social Enterprise and the Third Sector – Changing European Landscapes in a Comparative Perspectives*, Abingdon: Routledge.
- ICF (2014a) A map of social enterprises and their eco-systems in Europe, London: ICF Consulting Services Limited.
- ICF (2014b) A map of social enterprises and their eco-systems in Europe – Country Report Croatia, dostupno na <http://www.icfi.com>
- Ivanković Knežević, K. i dr. (2013) Social entrepreneurship and other models to secure employment for those most in need (Croatia, 29-30 October 2013). Host Country Report, Peer Review on social entrepreneurship, dostupno na <http://ec.europa.eu/social/main.jsp?catId=89&langId=en&newsId=1904&moreDocuments=yes&tableName=news>
- Millstone, C. (2013) The Potential of Social and Solidarity Economy (SSE) Organizations to Complement or Replace Publicly Traded Companies in the Provision of Goods and Services, dostupno na [http://www.unrisd.org/80256B42004CCC77/%28httpInfoFiles%29%2F8E-DE666368A12E10C1257B720035E9D0/\\$file/Millstone%20draft%20paper.pdf](http://www.unrisd.org/80256B42004CCC77/%28httpInfoFiles%29%2F8E-DE666368A12E10C1257B720035E9D0/$file/Millstone%20draft%20paper.pdf)
- MINGO (2015) Statističko izvješće o javnoj nabavi u Republici Hrvatskoj za 2014. godinu, dostupno na http://www.javnabava.hr/userdocsimages/userfiles/file/Statisticko-C4%8Dka%20izvje%C5%A1%C4%87a/Godi%C5%A1nja/Statisticko_izvjesce_JN-2014.pdf
- MRMS (2014) Izvješće o provedenom savjetovanju sa zainteresiranom javnošću na Nacrt prijedloga strategije razvoja socijalnog/društvenog poduzetništva u Republici Hrvatskoj za razdoblje (2014. do 2020.), dostupno na <http://mrms.hr>
- MRMS (2015) Strategije razvoja društvenog poduzetništva u Republici Hrvatskoj za razdoblje od 2015. do 2020. godine, dostupno na <http://www.mrms.hr>
- MRRFEU (2015) Indeks razvijenosti, dostupno na <https://razvoj.gov.hr/o-ministarstvu/regionalni-razvoj/indeks-razvijenosti/112>
- MSPM (2014) Strategija borbe protiv siromaštva i socijalne isključenosti u Republici Hrvatskoj (2014.-2020.), dostupno na http://www.mspm.hr/novosti/vijesti/strategija_borbe_protiv_siromastva_i_socijalne_iskljucenosti_republike_hrvatske_2014_2020
- NESsT (2004) Priprema, pozor... Početak putovanja cestom samofinanciranja, dostupno na <http://www.nesst.org>
- NESsT (2007) Pokreni se. Iskustva održivog socijalnog poduzetništva u Hrvatskoj, <http://www.nesst.org>
- NESsT (2012) An Assessment of Self-Financing and Social Enterprise Among Civil Society Organizations in Croatia – Developments Since 2006, <http://www.nesst.org>
- NZRCD (2006) Časopis *Civilno društvo* br. 11/12, 2006 (Tema broja Socijalno poduzetništvo), dostupno na http://zaklada.civilnodrustvo.hr/upload/File/hr/izdavastvo/casopis/broj11_12/casopis_11_12.pdf

- NZRCD (2012a) Procjena stanja razvoja organizacija civilnoga društva u Republici Hrvatskoj u 2011., dostupno na http://civilnodrustvo.hr/upload/File/hr/vijesti_i_priopcenja/priopcenja/2012/Procjena.pdf
- NZRCD (2012b) *Poduzetništvo u službi zajednice*, zbornik tekstova o društvenom poduzetništvu, dostupno na http://zaklada.civilnodrustvo.hr/upload/File/hr/izdavastvo/digitalna_zbirka/poduzetnistvo_u_sluzbi_zajednice.pdf
- Pearce, J. (2009) Social economy: engaging as a third system, u Ash Amin (ur.) *The Social Economy – International Perspectives on Economic Solidarity*, London: Zed Books: 22-37.
- Perić, J. i Alpeza, M. (2011) *Policy pretpostavke za razvoj socijalnog poduzetništva: slučaj Hrvatska*. Tuzla: Zbornik međunarodnog znanstvenog skupa, Ekonomski fakultet.
- Perić, J. i Delić, A. (2014). Social Entrepreneurship in Croatia: doregional disparities influence young people's perception of social entrepreneurship as a potential career path? u *Ekonomski vjesnik*, god. XXVII, br. 1/2014., str. 81-92.
- Petričević, T. (2012) *Zakonodavni i institucionalni okvir za razvoj društvenog poduzetništva u Jugoistočnoj Europi*, Čakovec: CEDRA.
- Pomakonline, *Socijalno poduzetništvo – pokretač razvoja* 24. 11. 2009., dostupno na <http://www.pomakonline.com/content/view/543/30/>
- Ridley-Duff, R. i Bull, M. (2013) *Understanding Social Enterprise – Theory & Practice*, London: SAGE Publications.
- SLAP (2009) *Bolji put. Dobra praksa socijalnog poduzetništva u Hrvatskoj*, Osijek: Slap.
- SLAP (2014) *Social Entrepreneurship in Croatia. Survey and Analysis of the Results*, Osijek: Slap
- Sočo, A. (2009) *Početnica iz socijalnog poduzetništva za organizacije mladih i za mlade*, Zagreb: Mreža mladih Hrvatske.
- Spear, R. (2013) Socijalno poduzetništvo i drugi modeli zapošljavanja za najpotrebitije, dostupno na <http://ec.europa.eu/social/main.jsp?catId=1024&langId=en&newsId=1904&furtherNews=yes>
- Stubbs, P. (2009) Participacija, partnerstvo i/ili pomoć: unutarnji i vanjski dionici u održivom razvoju, u Željka Kordej De-Villa, Paul Stubbs i Marijana Sumpor, *Participativno upravljanje za održivi razvoj*, Zagreb: EIZ, 149-167.
- Šimleša i dr. (2015) *Solidarity Economy in Croatia. The Case Study of City Split*, 5th EMES International Research Conference on Social Enterprise, Helsinki, June 30 – July 3, 2015.
- UNDP (2014) Human Development Report 2014, dostupno na <http://hdr.undp.org/en/content/human-development-report-2014>
- Utting, P. (ur.) (2015) *Social and Solidarity Economy – Beyond the Fringe*, London: ZedBooks.
- UZUVRH (2006) *Nacionalna strategija stvaranja poticajnog okruženja za razvoj civilnoga društva od 2006. do 2011.*, dostupno na <https://udruge.gov.hr/print.aspx?id=275&url=print>
- UZUVRH (2008) *Prijedlog rješenja temeljnih pitanja uređenja statusa organizacija koje u Republici Hrvatskoj djeluju za opće dobro*, dostupno na [http://www.uzuvrh.hr/UserFiles/Dokument_radne_skupine100308\(1\).pdf](http://www.uzuvrh.hr/UserFiles/Dokument_radne_skupine100308(1).pdf)
- UZUVRH (2010) *Nacrt Zakona o organizacijama koje djeluju za opće dobro*, dostupno na <https://udruge.gov.hr/print.aspx?id=1852&url=print>
- UZUVRH (2012) *Nacionalna strategija stvaranja poticajnog okruženja za razvoj civilnoga društva od 2012. do 2016. godine*, dostupno na <https://uzuvrh.hr/arhiva/izdvojeno-hrv/u-fokusu/vlada-donijela-nacionalnu-strategiju-stvaranja-poticajnog-okruzenja-za-razvoj-civilnoga-drustva-od-2012-do-2016-godine/1702>

- UZUVRH (2015) *Priručnik za postupanje u primjeni Uredbe o kriterijima, mjerilima i postupcima financiranja i ugovaranja programa i projekata od interesa za opće dobro koje provode udruge*, dostupno na <https://udruge.gov.hr/vijesti/objavljen-prirucnik-za-primjenu-uredbe-o-financiranju-udruga/2808>
- Vidović, D. (2012) *Socijalno poduzetništvo u Hrvatskoj*. Doktorska disertacija. Zagreb: Filozofski fakultet, Sveučilište u Zagrebu.
- Vidović, D. (2013) *Social entrepreneurship in Croatia: a framework for development*, dostupno na <http://www.euricse.eu/publications/wp-612013-social-entrepreneurship-in-croatia-a-framework-for-development-2/>
- Vincetic, V., Babic, Z. i Baturina, D. (2013) Definiranje područja i potencijal razvoja socijalnog područja Hrvatske u komparativnom kontekstu, Zagreb: *Ekonomski pregled*, 64 (3): 256-278.
- Vlada RH (2000) *Program suradnje Vlade Republike Hrvatske i nevladinog, neprofitnog sektora u Republici Hrvatskoj*, dostupno na <http://www.uzuvrh.hr/stranica.aspx?pageID=42>

Zakoni

- Zakon o zadrugama (NN 36/95, NN 67/01, NN 12/02, NN 34/11, NN 125/13)
- Zakon o udrugama (NN 74/14)
- Zakon o zakladama i fondacijama (NN 36/95, NN 64/01)
- Zakon o ustanovama (NN, 76/93, 29/97, 47/99, 35/08)
- Zakon o trgovačkim društvima (NN 152/11, NN 111/12)
- Zakon o profesionalnoj rehabilitaciji i zapošljavanju osoba s invaliditetom (NN 143/02, NN 33/05, NN 157/13)
- Zakon o javnoj nabavi (NN 90/11, NN 83/13, NN 143/13) i
- Zakon o poticanju razvoja malog gospodarstva (NN 29/02, NN 63/07, NN 53/12, NN 56/13)
- Zakon o pravima hrvatskih branitelja iz Domovinskog rata i članova njihovih obitelji (NN 174/04, 92/05, 2/07, 107/07, 65/09, 137/09, 146/10, 55/11, 140/12, 33/13, 148/13, 92/14).

Važniji internetski izvori za potrebe izrade Izvještaja

- Autonomni centar (ACT) Čakovec, <http://actnow.hr>
- CEDRA HR, www.cedra.hr
- EMES, www.emes.net
- EU politike za društvenu ekonomiju i poduzetništvo, http://ec.europa.eu/internal_market/social_business/index_en.htm
- Europski socijalni fond za Hrvatsku, <http://www.esf.hr>
- EU Strukturni fondovi, <http://www.strukturnifondovi.hr>
- Hrvatski centar za zadružno poduzetništvo, <http://zadruga.hr>
- Nacionalna zaklada za razvoj civilnog društva, <http://zaklada.civilnodrustvo.hr/frontpage>
- Ministarstvo rada i mirovinskog sustava, <http://mrms.hr>
- Pomakonline, <http://www.pomakonline.com>
- Stranice za financijsko-ekonomski pregled podataka za Bazu, <http://www.blokade.hr>, <http://www.fininfo.hr>, <https://banovac.mfin.hr/>
- Udruga za kreativni razvoj SLAP, Osijek, <http://www.pomakonline.com>
- Ured za udruge Vlade Republike Hrvatske, <http://www.uzuvrh.hr>