

Perspektive razvoja "EuSEF" fondova u Republici Hrvatskoj

Piljek, Antonija

Master's thesis / Diplomski rad

2020

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Zagreb, Faculty of Economics and Business / Sveučilište u Zagrebu, Ekonomski fakultet**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:148:402917>

Rights / Prava: [Attribution-NonCommercial-ShareAlike 3.0 Unported/Imenovanje-Nekomercijalno-Dijeli pod istim uvjetima 3.0](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2024-07-20**



Repository / Repozitorij:

[REPEFZG - Digital Repository - Faculty of Economics & Business Zagreb](#)



Sveučilište u Zagrebu
Ekonomski fakultet
Integrirani preddiplomski i diplomski sveučilišni studij
Poslovna ekonomija - smjer Financije

**PERSPEKTIVE RAZVOJA „EuSEF“ FONDOVA U
REPUBLICI HRVATSKOJ**

Diplomski rad

Antonija Piljek

Zagreb, rujan 2020.

Sveučilište u Zagrebu
Ekonomski fakultet
Integrirani preddiplomski i diplomski sveučilišni studij
Poslovna ekonomija - smjer Financije

PERSPEKTIVE RAZVOJA „EuSEF“ FONDOVA U
REPUBLICI HRVATSKOJ
DEVELOPMENT PERSPECTIVE OF „EuSEF“ FUNDS IN
CROATIA

Diplomski rad

Student: Antonija Piljek

JMBAG studenta: 0067542382

Mentor: doc. dr. sc. Jakša Krišto

Zagreb, rujan 2020.

Sažetak i ključne riječi

Cilj ovog rada je istražiti perspektive za razvoj fondova socijalnog poduzetništva u Republici Hrvatskoj. U prvom dijelu definirani su pojmovi socijalnog poduzetništva i socijalnog poduzetnika te je istaknuta važnost istih za društvo i gospodarstvo u cjelini. Nadalje, uspoređuju se zakonodavni okvir, izvori financiranja i strategije poticanja razvoja socijalnog poduzetništva u Republici Hrvatskoj te zemljama Europske Unije. Na temelju navedenog ocjenjuje se stanje socijalnog poduzetništva u Republici Hrvatskoj te se navode daljnje preporuke za razvitak ovog potencijalno korisnog sektora za naše gospodarstvo. Konačno, kroz analizu fonda Feelsgood, prvog hrvatskog fonda za ulaganja s društvenim učinkom, proučava se potencijal hrvatskog tržišta za razvoj ovog područja poduzetništva.

Ključne riječi: socijalno poduzetništvo, socijalni poduzetnik, EuSEF, društveni učinak

Abstract and key words

The aim of this paper is to analyze the development perspective of social entrepreneurship funds in Croatia. First part of the paper defines terms of social entrepreneurship and social entrepreneur and highlights their importance in society as well as in the entire economy. Furthermore, the paper compares institutional framework, financing framework and strategies for the development of social entrepreneurship in Croatia and EU members. Based on those data we analyze the position of social entrepreneurship in Croatia and give certain recommendations that could be helpful in future development of this potentially useful sector. Finally, through the analysis of the first Croatian social impact investment fund- Feelsgood fund, we discuss the potential in Croatia for the development of this area of entrepreneurship.

Key words: social entrepreneurship, social entrepreneur, EuSEF, social impact

IZJAVA O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI

Izjavljujem i svojim potpisom potvrđujem da je seminarski rad isključivo rezultat mog vlastitog rada koji se temelji na mojim istraživanjima i oslanja se na objavljenu literaturu, a što pokazuju korištene bilješke i bibliografija.

Izjavljujem da nijedan dio rada nije napisan na nedozvoljen način, odnosno da je prepisan iz necitiranog rada, te da nijedan dio rada ne krši bilo čija autorska prava.

Izjavljujem, također, da nijedan dio rada nije iskorišten za bilo koji drugi rad u bilo kojoj drugoj visokoškolskoj, znanstvenoj ili obrazovnoj ustanovi.

(vlastoručni potpis studenta)

(mjesto i datum)

STATEMENT ON THE ACADEMIC INTEGRITY

I hereby declare and confirm by my signature that the final thesis is the sole result of my own work based on my research and relies on the published literature, as shown in the listed notes and bibliography.

I declare that no part of the thesis has been written in an unauthorized manner, i.e., it is not transcribed from the non-cited work, and that no part of the thesis infringes any of the copyrights.

I also declare that no part of the thesis has been used for any other work in any other higher education, scientific or educational institution.

(personal signature of the student)

(place and date)

SADRŽAJ

1. UVOD	1
1.1. Područje i cilj rada	1
1.2. Izvori i metode prikupljanja podataka	1
1.3. Sadržaj i struktura rada	2
2. SOCIJALNO PODUZETNIŠTVO	3
2.1. Definicija socijalnog poduzetništva i socijalnog poduzetnika	3
2.1.1. Definiranje socijalnog poduzetništva	3
2.1.2. Definiranje socijalnog poduzetnika	5
2.2. Značaj socijalnog poduzetništva za društvo i gospodarstvo u cjelini	7
2.3. Prednosti i rizici socijalnog poduzetništva	9
2.4. Razmjer socijalnog poduzetništva i pozitivna iskustva u svijetu	12
3. SOCIJALNO PODUZETNIŠTVO U HRVATSKOJ	15
3.1. Povijesni pregled	15
3.2. Regulatorni okvir	17
3.3. Zadruge i ostali pravni oblici socijalnih poduzeća	19
3.3.1. Zadruge	19
3.3.2. Analiza stanja zadruga u Hrvatskoj	22
3.3.3. Ostali oblici djelovanja društvenih poduzeća	25
3.4. Strategija razvoja društvenog poduzetništva u Republici Hrvatskoj za razdoblje od 2015. do 2020. godine	26
4. EUROPSKA UNIJA I INICIJATIVE POTICANJA SOCIJALNOG PODUZETNIŠTVA	30
4.1. Socijalno poduzetništvo u Europskoj uniji	30
4.2. Ključni akti i regulatorni okvir kao oblik poticanja socijalnog poduzetništva u EU. 33	
4.3. Europski fondovi za socijalno poduzetništvo (EuSEF)	37
5. USPOREDBA ZASTUPLJENOSTI SOCIJALNOG PODUZETNIŠTVA U HRVATSKOJ I ZEMLJAMA EUROPSKE UNIJE	41

5.1. Usporedba regulatornog okvira	41
5.2. Financiranje socijalno odgovornih poduzeća u Hrvatskoj.....	42
5.3. Financiranje socijalno odgovornih poduzeća u usporedivim zemljama Europske unije	44
5.4. Ocjena stanja i preporuke za Hrvatsku	45
6. ANALIZA FONDA FEELSGOOD- PRVOG HRVATSKOG FONDA ZA ULAGANJA S DRUŠTVENIM UTJECAJEM	48
6.1. Područje interesa i ulagačka politika	49
6.2. Ključni akti fonda	51
6.3. Organizacijski ustroj.....	52
7. ZAKLJUČAK	53
LITERATURA.....	55
POPIS TABLICA.....	59
POPIS GRAFIKONA	59
POPIS SLIKA	59
ŽIVOTOPIS STUDENTA	60

1. UVOD

1.1. Područje i cilj rada

Iako je za područje Republike Hrvatske specifičan izostanak tradicije socijalnog poduzetništva, u posljednje vrijeme svi više raste podizanje svijesti o značaju i ulozi samog socijalnog poduzetništva kao i institucionalizacija istog.

Socijalno poduzetništvo integrira ekonomske i socijalne vrijednosti, no ne postoji njegovo jedinstveno pojmovno određenje. Svaka zemlja prilagođava definicije svojim realnim potrebama i prilikama. Predmet ovog rada biti će upravo analiza praksi zemalja Europske unije te Republike Hrvatske kao i pozitivnog utjecaja proizašlog iz socijalnog poduzetništva koji bi Hrvatska u budućnosti morala iskoristiti. Posebna pažnja skreće se na inicijativu Europske komisije vezano u „EuSEF“ fondove i uspostavu regulatornog okvira za fondove za društvena ulaganja.

Cilj ovog rada jest ukazati na važnost socijalnog poduzetništva kao instrumenta za poboljšanje socijalnog i ekonomskog statusa zajednice, ukazati na pozitivne primjere iz prakse europskih zemalja i ostalih zemalja svijeta, primjenjive na Republiku Hrvatsku, i istražiti potencijal budućeg razvoja kroz praktičnu analizu fonda Feelsgood.

1.2. Izvori i metode prikupljanja podataka

Za potrebe analize teme ovog rada korištene su, prije svega, deskriptivna, induktivna i deduktivna metoda istraživanja. Od velike su važnosti bili sekundarni izvori podataka, odnosno stručna literatura sastavljena od knjiga, znanstvenih radova te članaka hrvatskih i stranih autora. Nadalje, korišteni su i brojni portali s dostupnim informacijama relevantnima za temu ovog rada.

1.3. Sadržaj i struktura rada

Rad je podijeljen na 7 poglavlja počevši sa uvodom u kojem se поближе opisuju tema te predmet i ciljevi rada. Drugo poglavlje definira pojmove socijalnog poduzetnika i poduzetništva, daje predodžbu utjecaja kojeg ovaj vid poduzetništva vrši na društvo i gospodarstvo, ističe njegove prednosti i nedostatke te navodi odabrane pozitivne primjere iz svijeta. Nadalje, u trećem poglavlju, daje se osvrt na razmjer socijalnog poduzetništva u Republici Hrvatskoj. Poglavlje započinje povijesnim pregledom nakon čega slijede prikaz trenutnog regulatornog okvira koji se tiče problematike socijalnog poduzetništva, opis potencijalnih pravnih oblika koje socijalna poduzeća u Hrvatskoj mogu preuzeti te sažetak Strategije razvoja društvenog poduzetništva u Republici Hrvatskoj za razdoblje od 2015. do 2020. godine. Četvrto poglavlje odnosi se na inicijative poticanja socijalnog poduzetništva u Europskoj uniji. Daje se kratki osvrt na stanje socijalnog poduzetništva na razini Unije te posebno navode regulatorni okvir i akti doneseni od strane tijela EU kao instrumenti poticaja razvoja ove sfere poduzetništva. Poseban osvrt dan je na Uredbu Europskog parlamenta i Vijeća o europskim fondovima za socijalno poduzetništvo iz 2013. kojom je Europska komisija odlučila potaknuti uspostavljanje regulatornog okvira za društvena ulaganja kroz utvrđivanje jedinstvenog skupa pravila vezano uz uporabu oznake „EuSEF“ za kvalificirane fondove za socijalno poduzetništvo. Ujedno je i ukratko predstavljen prvi EuSEF fond na području Unije- Creas Impacto fond. Sljedeće poglavlje uspoređuje regulatorni okvir i izvore financiranja socijalnog poduzetništva između Hrvatske i zemalja Europske unije te navodi preporuke za poboljšanje primijećenog stanja, vezano uz ovu tematiku, u našoj zemlji. Šesto poglavlje analizira prvi hrvatski fond za ulaganja s društvenim učinkom, Feelsgood Social Impact Investment Fund, kroz prikaz njegovog područja interesa i ulagačke politike, predstavljanje ključnih pravila fonda te analize organizacijskog ustroja. Konačno, u zaključku, iznose se temeljna saznanja stečena tijekom pisanja ovog rada.

2. SOCIJALNO PODUZETNIŠTVO

2.1. Definicija socijalnog poduzetništva i socijalnog poduzetnika

2.1.1. Definiranje socijalnog poduzetništva

Iako je koncept integracije ekonomskih i socijalnih vrijednosti prisutan u teoriji i praksi već čitavo stoljeće, sam termin socijalnog poduzetništva veći značaj i popularnost u svijetu dobiva posljednjih 30-ak godina nakon što je William Bill Drayton u 80-im godinama prošloga stoljeća predstavio njegovu prvu definiciju. Drayton opsuje socijalno poduzetništvo kao poduzetništvo s etičkim integritetom čiji je cilj maksimizacija društvene vrijednosti, a ne privatne vrijednosti ili profita. On je ujedno i zaslužan za osnivanje organizacije pod nazivom Ashoka: Inovatori za javnost (eng. Innovators for the Public) čija je zadaća upravo bila promocija koncepta socijalnog poduzetništva.¹ Ipak, danas u svijetu ne postoji opće prihvaćena definicija socijalnog poduzetništva. Prema nekim autorima trenutno postoji čak 49 definicija termina socijalno poduzetništvo, od čega 27 opisuje pojam u kontekstu stvaranja društvene vrijednosti, 16 definicija usmjereno je na stvaranje socijalnih promjena, a njih 6 na rješavanje samih socijalnih problema.² Znanstvenike koji se bave problematikom definiranja pojma socijalno poduzetništvo možemo svrstati u tri grupe. Prvoj grupi pripadaju znanstvenici koji socijalno poduzetništvo smatraju neprofitnom inicijativom koja traži alternativne osnivačke strategije ili upravljačke sheme, a sve s ciljem kreiranja društvene vrijednosti. S druge strane, određeni znanstvenici gledaju na socijalno poduzetništvo kao na društvenu odgovornost komercijalnih poduzeća koja su dio međusektorskih partnerstva. Konačno, treća skupina znanstvenika vidi u socijalnom poduzetništvu potencijal za rješavanje društvenih problema i transformaciju društva u cjelini.

Socijalno poduzetništvo stvara socioekonomske strukture, veze, mjere, institucije i organizacije koje pak rezultiraju održivim društvenim koristima. U ovom slučaju su poduzetnički pothvati vezani prvenstveno uz društvene ciljeve, a manje uz profitne te se generirani profiti usmjeravaju prema marginaliziranim i potlačenim skupinama u društvu.³ Navedeno ne znači da socijalni

¹ Škrtić, M., Mikić, M. (2011) Poduzetništvo Zagreb: Sinergija, str. 23

² Vincetić, V., Babić, Z., Baturina, D. (2013) Definiranje područja i potencijal razvoja socijalnog poduzetništva Hrvatske u komparativnom kontekstu, Ekonomski pregled, 64(3), str. 259

³ Škrtić, M., Mikić, M. (2011). Op. cit, str. 23

poduzetnici izbjegavaju profitne poduhvate. Bilo da je riječ o neprofitnom ili profitnom poduzeću, poduhvati realizirani od strane socijalnih poduzetnika mogu generirati prihode. Ono što razlikuje socijalno poduzetništvo od tradicionalnog profitnog jest društvena dobrobit. Greg Dees sa sveučilišta Duke koji se smatra začetnikom edukacije o socijalnom poduzetništvu⁴ naveo je tri komponente koje najbolje sumiraju ideju i djelokrug socijalnog poduzetništva:

1. Socijalno poduzetništvo počiva na identifikaciji neravnoteža u društvu koje su dovele do isključenja, marginalizacije ili patnje određenog dijela stanovništva temeljene na oskudnosti njihovih financijskih sredstava ili manjku političke moći;
2. U navedenoj neravnoteži socijalni poduzetnici uočavaju priliku te koristeći inspiraciju, kreativnost, hrabrost i spremnost na akciju, svojim poduzetničkim pothvatom izazivaju stabilnu državnu hegemoniju;
3. Zahvaljujući socijalnom pothvatu trebala bi se stvoriti nova, stabilna ravnoteža koja će osloboditi zarobljeni potencijal ili ublažiti patnju ciljane skupine, čime se osigurava bolja budućnost ne samo za navedenu ciljanu skupinu, već i društvo u cjelini.⁵

Ovisno o prioritetu koji je dan socijalnim ciljevima u poslovanju poduzeća razlikujemo nekoliko tipova socijalnog poduzetništva koji su prikazani u tablici koja slijedi.

Tablica 1. Tipovi socijalnog poduzetništva

Pozicija socijalnih ciljeva	Uloga komercijalne razmjene
Ciljevi su isključivo socijalni	Nema komercijalne razmjene
Ciljevi su isključivo socijalni	Postoji određeni stupanj komercijalne razmjene; bilo kakva dobit se ulaže u socijalne potrebe ili kao potpora aktivnostima koje vode socijalnim ciljevima
Ciljevi su većinom socijalni, ali ne isključivo	Komercijalna razmjena postoji; dobit se djelomično koristi za socijalne ciljeve
Socijalni ciljevi su iznad ostalih ciljeva organizacije/poduzeća	Komercijalna razmjena postoji; stvaranje dobiti je podjednako važan cilj
Socijalni ciljevi su podređeni ostalim ciljevima organizacije/poduzeća	Komercijalna razmjena postoji; stvaranje dobiti je primaran i nadređeni cilj

⁴ Kolaković, M., Turuk, M., Turčić, I. (2018) Social Entrepreneurship: Strategic Development in Croatia, Zagreb International Review of Economics & Business, 21(2), str. 131

⁵ Martin, R. L., Osberg, S. (2009) Socijalno poduzetništvo. Čakovec: Autonomni centar- ACT

Izvor: Izrada autora prema: Vidović, D. (2012). Društveno poduzetništvo u Hrvatskoj. Doktorska disertacija. Zagreb: Filozofski fakultet, str. 44

Tablica 1 govori nam o postojanju dvaju tipa djelovanja organizacija i poduzeća. Prvi je tipično komercijalno usmjeren te su socijalni ciljevi samo dodatni element poslovanja. S druge strane, postoji tradicionalno neprofitni tip organizacija civilnog društva. Negdje između smješta se socijalno poduzetništvo, tj. različiti oblici socijalno-poduzetničkih djelovanja koji se pak međusobno razlikuju prema odnosu prioriteta između socijalnih i tržišnih ciljeva.⁶

Socijalno poduzetništvo danas se sve manje smatra marginalnom aktivnošću poduzeća te je prepoznato kao ključni element u prevladavanju društvenih i ekonomskih problema.⁷

2.1.2. Definiranje socijalnog poduzetnika

Socijalnog poduzetnika možemo opisati kao pojedinaca usmjerenog na postizanje društvenih ciljeva, koristeći se profitabilnim strategijama, koji simultano traži i financijske i društvene povrate na investiciju. Socijalni poduzetnik kombinira raspoložive resurse, inovacije i prilike kako bi identificirao praktična rješenja kompleksnih društvenih problema. Njihov rad može biti usmjeren na razvoj poduzeća, okoliš, obrazovanje, zdravstvo, ljudska prava, uvjete rada itd. U svakom slučaju, socijalni poduzetnici sposobni su uočiti probleme i sagledati ih kao potencijalnu priliku za transferiranje društva. Ključne osobine koje bi trebale krasiti uspješnog socijalnog poduzetnika su:

- Kreativnost,
- Posjedovanje snažne, nove ideje koja može promijeniti sustav,
- „revolucionarski“ potencijal,
- Poduzetnička kvaliteta i moral,
- Volja za samodisciplinom,
- Volja za dijeljenjem zasluga,
- Volja za „rušenjem“ postojećih struktura,
- Volja za prevladavanjem interdisciplinarnih ograničenja,
- Volja za radom u tišini,

⁶ Vidović, D. (2012) Društveno poduzetništvo u Hrvatskoj. Doktorska disertacija. Zagreb: Filozofski fakultet

⁷ Dronjak, M. (2019) Utjecaj odrednica poslovanja na rast društvenih poduzeća. Doktorski rad. Zagreb: Ekonomski fakultet

- Etika kao pokretač.

Socijalni poduzetnici imaju jednak temperament kao i tradicionalni poduzetnici, no ključna razlika je što socijalni poduzetnici svoje talente iskorištavaju za rješavanje društvenih problema.⁸

Tablica 2. Temeljne razlike između društvenih i tradicionalnih poduzetnika

Društveni poduzetnik	Tradicionalni poduzetnik
Uviđa priliku za poboljšanje života drugih ljudi	Uviđa priliku
Preuzima rizik	Preuzima rizik
Prihvaća odgovornost	Prihvaća odgovornost
Zarađuje kako bi održao misiju	Zarađuje
Obogaćuje druge	Težnja za bogatstvom
Dijeli zaštićeno intelektualno zajedništvo cijele zajednice	Štiti i teži intelektualnom vlasništvu
Ovisan je o drugima	Neovisan je
Odriče se kontrole	Zadržava kontrolu
Pouzda se u znanje i iskustvo ljudi koji ga podupiru i okružuju	Pouzda se u vlastite vještine i znanje
Fokusira se na dugoročne ciljeve	Fokusira se na kratkoročnu financijsku dobit
Profit je sredstvo	Profit je cilj
Profit se koristi i ulaže za pomoć najpotrebitijima	Profit se koristi i ulaže kako bi se generiralo još profita
Vođen je društvenim i ekološkim ciljevima	Vođen komercijalnim ciljevima

Izvor: izrada autora prema Dronjak, M. (2019). Utjecaj odrednica poslovanja na rast društvenih poduzeća. Doktorski rad. Zagreb: Ekonomski fakultet

U prikazanoj tablici vidljivo je kako su motivi društvenih i tradicionalnih poduzetnika različiti jer tradicionalni poduzetnici prvenstveno teže postizanju profita dok društveni poduzetnici nastoje ostvariti poboljšanje života u zajednici. Pet karakteristika koje se najčešće ističu kao ključne razlike između tradicionalnih i društvenih poduzetnika su: poduzetnički proces, mrežna ukorijenjenost, uloga pojedinca u upravljanju i strukturiranju društvenog poduzetništva, priroda financijskog rizika i profita te inovacije i kreativnost.

Postoje tri vrste socijalnih poduzetnika: društveni usmjerivači, društveni konstruktori i društveni inženjeri. Društveni usmjeritelji uočavaju i rješavaju lokalne društvene potrebe

⁸ Škrtić, M., Mikić, M. (2011). Op. cit, str. 25-26

kombinacijom postojećih osobnih resursa i novih mogućnosti. Društveni poduzetnik konstruktor pronalazi alternativne načine pružanja proizvoda i usluga potrebitima, gdje je zakazala pomoć nadležnih institucija. Za razliku od usmjeritelja, opseg ove vrste poduzetnika nisu samo lokalne već i međunarodne neodgovorene potrebe. Društveni inženjeri su najmotiviraniji tip poduzetnika koji uviđa systemske probleme u postojećim društvenim strukturama i usmjereni su na mijenjanje statusa quo u društvu.

Društveni poduzetnici mogu voditi i profitne i neprofitne organizacije te stvaraju ekonomsku i društvenu vrijednost uz ograničene resurse. Iako su važni pokretači u rješavanju društvenih i ekonomskih problema, značaj socijalnih poduzetnika u Republici Hrvatskoj još uvijek nije dovoljno prepoznat.⁹

2.2. Značaj socijalnog poduzetništva za društvo i gospodarstvo u cjelini

Socijalno poduzetništvo, poput klasičnog poduzetništva, ostvaruje ekonomsku vrijednost. Poimanje te vrijednosti pak čini razliku između ova dva vida poduzetništva. Ono što se u klasičnom poduzetništvu smatra profitom, kod socijalnog poduzetništva naziva se viškom (eng. *surplus*) kojeg karakterizira tendencija alokacije. Za ostvarenje socijalnih ciljeva, socijalno poduzetništvo primjenjuje tržišne, tj. ekonomske aktivnosti, međutim rezultat tržišnih aktivnosti u ovom slučaju nije samo generiranje prihoda odnosno ekonomskih vrijednosti, već i društvenih vrijednosti. Upravo je generiranje društvenih vrijednosti ključno za identifikaciju socijalnih poduzetnika i socijalnog poduzetništva. Društvene vrijednosti podrazumijevaju sve vrijednosti koje neko društvo smatra važnima i poželjnima, tj. oko njihove poželjnosti postoji društveni konsenzus. Tretiraju se kao norme i ideali neke društvene zajednice koji su pak ključni za funkcioniranje društva, a ovise o nizu kulturnih, političkih i ekonomskih čimbenika koji se pak mogu mijenjati kroz vrijeme te stoga postoje razlike u njihovom poimanju od društva do društva.¹⁰ Socijalna se poduzeća, za razliku od profitnih, u svom poslovanju vode načelom tzv. „trostruke donje crte“ koja podrazumijeva brigu za ljude, planet i dobit.¹¹ Dakle, klasično poduzetništvo usmjereno je na ostvarenje dobiti koja je preduvjet za osvajanje tržišta, što je uglavnom krajnji cilj. Socijalno-poduzetnički pothvati, pak, teže ostvarenju društvenih

⁹ Dronjak, M. (2019). Op. cit, str.18-23

¹⁰ Vidović, D. (2012). Op. cit, str. 48-49

¹¹ Petričević T. (2012). O društvenoj ekonomiji i društvenom poduzetništvu, Poduzetništvo u službi zajednice, Zbornik tekstova o društvenom poduzetništvu, Zagreb: Nacionalna zaklada za razvoj civilnoga društva, str. 15

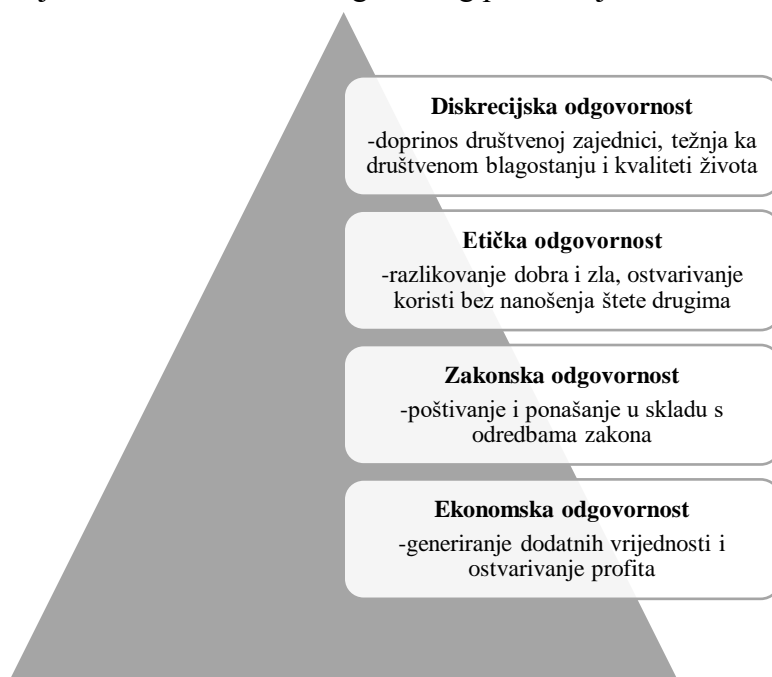
vrijednosti za cijelo društvo u cjelini ili barem za značajan dio zajednice.¹² Za mjerenje ekonomskih vrijednosti postoje precizni ekonomski pokazatelji dok se učinci socijalnog poduzetništva u društvu teško daju procijeniti.

Primjeri društvenih vrijednosti koje socijalno poduzetništvo može kreirati:

- Generiranje zapošljavanja,
- Uključivanje marginaliziranih skupina,
- Poticaj društveno odgovornom poslovanju,
- Poticaj sudjelovanju građana, posebno u lokalnim zajednicama,
- Poticaj socijalnim inovacijama,
- Povećanje socijalne osviještenosti,
- Poticaj povećanju solidarnosti i socijalne kohezije,
- Povećanje konkurentnosti na tržištu.¹³

Prikaz hijerarhijskih razina društvene odgovornosti u poslovnom sustavu dan je grafikonom 1.

Grafikon 1. Hijerarhijske razine društveno odgovornog poslovanja



Izvor: izrada autora prema Ivaniš, M. (2018). *Društveno poduzetništvo: Poluga društava blagostanja*.

Opatija: Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu Sveučilišta u Rijeci, str. 201

¹² Martin, R. L., Osberg, S. (2009). Op. cit

¹³ Vidović, D. (2012). Op. cit, str. 48-50

Ekonomska odgovornost čini prvu razinu društvene odgovornosti poduzeća. Ona se očituje na dvije razine jer poduzeće posluje s namjerom ostvarivanja profita što je u skladu s ciljevima i zahtjevima vlasnika i dioničara. Istovremeno, poduzeće ima i obvezu prema društvenoj zajednici u vidu plasmana željenih dobara i usluga. Govoreći o zakonskoj odgovornosti, misli se na društveno odgovorno poslovanje poduzeća koje je u skladu s relevantnim pravnim odredbama na nacionalnoj i međunarodnoj razini. Etička odgovornost poduzeća podrazumijeva moralno ispravne poslovne aktivnosti i moralno ispravno poslovno ponašanje. Sastoji se od etičke odgovornosti samih pojedinaca koje je proizašlo iz njihovih svjetonazora, odgoja i obrazovanja te od internih pravila i propisa koja donose sama poduzeća s ciljem zakonske i moralne prihvatljivosti poslovanja za svoje djelatnike i širu zajednicu. Konačno diskrecijska odgovornost, koja se još naziva i filantropijskom, usmjerena je na društveno blagostanje i kvalitetu življenja na koje je poduzeće svojim aktivnostima i poslovanjem imalo utjecaja. Osim navedenog, poduzeća implementiraju društvenu odgovornost i na internoj razini kroz upravljanje ljudskim resursima, zdravlje i sigurnost zaposlenika na poslu, prilagođavanje promjenama koje utječu na poslovanje, upravljanje utjecajima na okoliš, minimiziranje štetnih utjecaja na okolinu.¹⁴

Danas se naveliko govori o socijalnom poduzetništvu kao fenomenu sa potencijalnom za adresiranjem i inovativnim rješavanjem već nagomilanih društvenih problema korištenjem postojećih resursa. Iako je socijalno poduzetništvo još uvijek slabo zastupljeno u nerazvijenim zemljama, u razvijenim zemljama jasno je vidljiva uloga socijalnog poduzetništva u poticanju ekonomskog rasta, poticanju zapošljavanja i smanjenju siromaštva. Ipak, za ostvarenje punog potencijala socijalnog poduzetništva potrebna je njegova značajnija integracija u sustav javnih politika, potpora i razvojnih strategija.¹⁵

2.3. Prednosti i rizici socijalnog poduzetništva

Brojna istraživanja u svijetu provedena su s ciljem utvrđivanja koristi društveno odgovornog poslovanja kako za poduzeća tako i za same krajnje korisnike. Utvrđeno je kako potrošači pridaju puno više pažnje proizvodima i poduzećima povezanim sa društvenim ciljevima, do kojih je potrošačima stalo, od onih koji su isključivo povezani uz ekonomske ciljeve. Ako

¹⁴ Ivaniš, M. (2018). Op. cit, str. 201

¹⁵ Dronjak, M. (2019). Op. cit, str.26

potrošači imaju pozitivnu sliku o poduzeću za koje se smatra kako je društveno odgovorno i ako će potrošači prije kupiti proizvod povezan sa društvenim ciljem do kojeg im je stalo, može se zaključiti kako implementacija društvene odgovornosti u poslovanju poduzeća izravno pridonosi strateškim ciljevima povećanja prodaje i udjela na tržištu. Nadalje, stvaranje imidža društveno odgovornog poduzeća u očima potrošača jača i samu poziciju brenda što se ponovno pozitivno odražava na prihode poduzeća. Osim potrošača, istaknuta društvena odgovornost privlačno djeluje i na investitore i financijske analitičare. Takvo poslovanje može povećati vrijednost dionica i pružiti bolji pristup kapitalu, koji im možda u drugom slučaju ne bi bio dostupan. U određenim područjima poslovanja, društveno odgovorne inicijative smanjuju troškove poslovanja zbog ostvarivanja bespovratnih pomoći i olakšica, štednje vode i električne energije, ponovne upotrebe materijala i reciklaže. Osim toga, društveno odgovorno poslovanje koje stvara pozitivan imidž poduzeća, ujedno i stvara pozitivan publicitet čime se smanjuje potreba samog poduzeća za reklamiranjem kao i troškovi vezani uz promotivne aktivnosti.¹⁶

Ipak, ostaju neka neodgovorena pitanja vezana uz namjere poduzeća prilikom uključivanja socijalne odgovornosti u njihovo poslovanje. Jesu li socijalno odgovorne investicije poduzećima samo strategija preživljavanja na sve zahtjevnijim tržištima te koriste li se socijalnom odgovornošću samo kako bi privukli investitore? Ako je tako postavlja se pitanje koliko njihovi socijalni angažmani odgovaraju prilikama i potrebama javnosti na koju se odnose, a koliko su uvjetovani tržišnom utakmicom.¹⁷ Menadžeri i dioničari mogu pretjerano provoditi strategije socijalne odgovornosti samo radi privatnih interesa, tj. radi poboljšanja njihovog imidža.¹⁸ Također, treba ocijeniti je li uopće moguće ostvariti ravnotežnu situaciju u kojoj od socijalnih investicija jednako profitira i javnost i poduzeće. Hoće li poduzeće prihvatiti potencijalno smanjenje prihoda kako bi osiguralo zadanu razinu socijalne aktivnosti ili će javnost biti ta koja će u kriznim situacijama podnositi žrtvu?¹⁹

Ideja jest da kupci i šira javnost ostvare značajne prednosti od društveno odgovornog poslovanja poduzeća kroz: viši stupanj informiranosti, indirektnu uključenost u poslovne odluke, pristup kvalitetnim i sigurnim proizvodima, sudjelovanje u društvenim projektima od strane zaposlenika, sudjelovanje poduzeća u projektima obrazovanja i procesu zapošljavanja, razvoj civilnog društva i demokracije, povećanje kvalitete života i zadovoljstva građana

¹⁶ Ivaniš, M. (2018). Op. cit, str. 204-209

¹⁷ Hellsten, S., Mallin, C. (2006) Are 'Ethical' or 'Socially Responsible' Investments Socially Responsible?, *Journal of Business Ethics*, 66. str. 393-406

¹⁸ Renneboog, L., Ter Horst, J., Zhang, C. (2008) Socially responsible investments: Institutional aspects, performance, and investor behavior, *Journal of Banking & Finance*, 32, str. 1731

¹⁹ Hellsten, S., Mallin, C. (2006). Op. cit, str. 393-406

odnosno stvaranje zdravijeg društvenog okruženja za buduće naraštaje.²⁰ Ipak, najveći doprinos društvenog poduzetništva ogleda se u pravednijoj raspodjeli dobiti koja nadalje ekonomski i politički jača cijele zajednice, a ne samo uske financijske i političke grupacije.²¹

Prilikom definiranja socijalnog poduzetništva važno je postaviti granice jer bez njih socijalno poduzetništvo bi postalo izrazito širok pojam te bi mu se izgubio smisao. Ovdje prvo treba napraviti razliku između socijalnog poduzetništva i pružanja društveno korisnih usluga. Martin i Osberg kao primjer navode otvaranje škole za afričku siročad oboljelu od AIDS-a od strane pojedinca. Iako bi takva škola zasigurno pomogla lokalnoj djeci u zdravstvenoj zaštiti i edukaciji, malo je vjerojatno da će takav individualni poduhvat doprinijeti uspostavi nove i pravednije ravnoteže. Takvi primjeri socijalnih aktivnosti najčešće ne uspiju izaći iz zadanih okvira jer im područje djelovanja ostaje ograničeno na lokalno stanovništvo te je određeno resursima koje su u stanju privući. Poduhvati tog tipa sami su po sebi ranjivi i mogu dovesti do ometanja pružanja ili čak gubitka usluge za populaciju kojoj su inicijalno bili namijenjeni. Da bi se takav projekt mogao poistovjetiti sa socijalnim poduzetništvom potrebni su planovi kojima bi se škole razvile u čitavu mrežu škola koja bi onda služila kao temelj novim školama, a ravnoteža bi se održala čak i u slučaju zatvaranja jedne od njih. Možemo zaključiti kako je glavna razlika između socijalnog poduzetništva i društveno korisnih usluga upravo u rezultatima. Nadalje, treba spomenuti razliku između socijalnih poduzetnika i društvenih aktivista. Iako je im je motiv za pokretanjem isti- nepovoljna ali stabilna ravnoteža, socijalni poduzetnici poduzimaju izravne akcije. S druge strane, društveni aktivisti neizravno, utječući na vladu, organizacije civilnog društva i druge aktere, pokušavaju napraviti promjenu. Kada bismo objedinili ova dva naziva pod jedan- društveni poduzetnik, zbunili bismo javnost koja je već upoznata sa društvenim aktivistima (Martin Luther King, Mahatma Gandhi) što ne bi imalo koristi ni za društvene aktiviste ni za socijalne poduzetnike. Postoji bojazan kako će ozbiljni teoretičari zanemariti socijalno poduzetništvo te kako će neprikladno korištenje termina umanjiti njegov značaj i potencijalnu važnost. Postojanje jasne definicije doprinijelo bi razvoju tog područja koje ima veliki potencijal, a pogotovo u našim, hrvatskim, okvirima.²²

²⁰ Ivaniš, M. (2018). Op. cit, str. 204-209

²¹ Medić M. (2012) Ljudi, planet, dobit, Poduzetništvo u službi zajednice, Zbornik tekstova o društvenom poduzetništvu, Zagreb: Nacionalna zaklada za razvoj civilnoga društva, str. 53

²² Martin, R. L., Osberg, S. (2009). Op. cit

2.4. Razmjer socijalnog poduzetništva i pozitivna iskustva u svijetu

Prve rasprave i promišljanja o socijalnom poduzetništvu javila su se u SAD-u i Kanadi odakle su se proširile na ostatak svijeta, uključujući i Europu. 80-ih godina prošloga stoljeća u Americi su osnivane prve zaklade s ciljem poticanja socijalnog poduzetništva dok je u 90-ima započelo uključivanje tematike socijalnog poduzetništva u sveučilišne programe. Kroz vrijeme profilirala su se dva smjera socijalnog poduzetništva: anglosaksonski i američki model. U anglosaksonskom modelu socijalno se poduzetništvo razvija iz neprofitnog sektora te socijalna poduzeća koristeći poduzetničke strategije ostvaruju socijalne ciljeve. U središtu pozornosti američkog modela je pak pojedinac odnosno poduzetnik, a manje kolektiv ili zajednica.²³ Kanadski model je zbog fokusa na kolektiv i ulogu zajednice bliži europskom konceptu nego američkom što se posebno donosi na pokrajinu Quebec koja ima izrazito razvijeno socijalno poduzetništvo.

Za razvoj i aktivnosti socijalno-poduzetničkih organizacija i poduzeća u SAD-u odgovorna je krovna organizacija Savez socijalnih poduzeća (Social Enterprise Alliance) koja okuplja socijalne poduzetnike te putem godišnjih skupova promovira socijalno poduzetništvo. Specifičnost u SAD-u predstavlja veliki broj zaklada koje promiču razvoj ovog tipa poduzetništva dok se sama praksa temelji na pružanju financijske pomoći u vidu temeljnog kapitala potrebnog za pokretanje socijalno-poduzetničkih projekata. Jedna od poznatijih zaklada je Ashoka koju je 1980. u Washingtonu osnovao Bill Drayton s ciljem pružanja potpore poduzetnicima sa socijalnom vizijom. Zatim, treba spomenuti Skoll Foundation koju je osnovao suosnivač eBay-a Jeff Skoll i Social Entrepreneurship pod vodstvom izvršnog predsjednika Svjetskog gospodarskog foruma, Klause Schwaba. Za ove tipove filantropskih organizacija karakteristično je da ih osnivaju vlasnici velikih korporacija odnosno uspješni biznismeni, a djeluju kao instrument preraspodjele financijskih sredstava iz profitnog u neprofitni sektor.²⁴

U nerazvijenim zemljama, zastupljenost socijalnog poduzetništva je vrlo mala, a temeljni problem koji se nastoji prevladati kroz socijalno poduzetništvo jest smanjenje siromaštva i smanjenje socijalne isključenosti. Klasični primjeri pružanja socijalnih usluga kroz oblike socijalnog poduzetništva u nerazvijenim zemljama su:

²³ Zuanić, M. (2017) Socijalno poduzetništvo u Republici Hrvatskoj. Završni rad. Split: Ekonomski fakultet, str.18-19

²⁴ Vidović, D. (2012). Op. cit, str. 93-97

- Proizvodnja i prodaja proizvoda vrhunske kvalitete od strane nekog poduzeća, ali po vrlo niskim cijenama radi siromašne i neuhranjene djece kojom područje u kojem poduzeće posluje obiluje,
- Neko socijalno poduzeće pruža medicinsku skrb i nudi police zdravstvenog osiguranja siromašnim korisnicima,
- Jedna od aktivnosti nekog socijalnog poduzeća je recikliranje smeća i drugih otpadnih proizvoda koji zagađuju siromašno područje u kojem ono posluje.

Neki od najpoznatijih i najznačajnijih projekata iz domene socijalnog poduzetništva u nerazvijenim zemljama su: Grameen Bank, Aravind Eye Hospital, Sekem, Green Belt Movement i Plan Puebla.²⁵

Grameen Bank je 1976. godine osnovao sveučilišni profesor ekonomije Muhammad Yunus u Bangladešu kako bi siromašni dobili pristup financijskim uslugama koje bi im pomogle u uspostavi profitabilnog poslovnog pothvata. Razvio je sustav mikro kreditiranja odnosno odobravanja malih iznosa zajmova uz prihvatljive kamate najsiromašnijim pojedincima. Kasnije se ispostavilo da su siromašni korisnici kredita, suprotno opće uvriježenom mišljenju, uspijevali vratiti zajam u zadanom roku. Inicijalno, ovaj model temeljio se na principu uzajamnog jamstva unutar manjih seoskih skupina, prvenstveno žena, ali kako je model pokazao učinkovitost proširen je i na druge skupine sa slabijim položajem na tržištu rada i sa slabijim pristupom financijskim instrumentima. Kroz vrijeme, Grameen banka je proširila svoju djelatnost i na obrazovanje, stanovanje i opći društveni razvoj te se ovaj model pokazao uspješnim u smanjenju siromaštva u brojnim zemljama diljem svijeta.

Aravind Eye Hospital je 1976. godine osnovao oftalmolog Govindappa Venkataswamy u Indiji. Ova bolnica pružala je usluge poput operacija očne mrežnice, liječenja sljepoće i općenito liječenja bolesti očiju, a sve po vrlo niskim cijenama s ciljem da se siromašnom stanovništvu učine dostupnima zdravstvene usluge ovog tipa.

Sekem je socijalno poduzeće koje je 1977. osnovao doktor farmakologije Ibrahim Abouleish u Egiptu. Originalno, poduzeće je osnovano s ciljem redukcije upotrebe pesticida na plantažama pamuka te pretvaranja proizvodnje istog u isključivo organsku. Danas je ovo poduzeće preraslo u multinacionalnu kompaniju koja je pokrenula niz institucija ključnih za razvoj egipatskog društva poput školi, sveučilišta, centara za obrazovanje odraslih i medicinskih centara.

²⁵ Zuanić, M. (2017). Op. cit, str. 18-19

Green Belt Movement osnovan je 1977. godine u Keniji od strane Nacionalnog vijeća žena u suradnji s doktoricom veterine Wangari Maathai. Ovaj pokret organizirao je preko 6.000 grupa u akcijama sadnje i uzgoja drveća. Kako su projektom uspjeli zasaditi preko 20 milijuna drveća, prošireno je djelovanje pokreta na mnoge afričke zemlje s ciljem poticanja njihovog stanovništva u zaštiti okoliša i održivog razvoja. Maathai je 2004. godine nagrađena Nobelovom nagradom za mir.

Plan Puebla je osnovala mala skupina istraživača u poljoprivredi iz Meksika 1966. godine. Oni su uočili kako potrebe malih poljoprivrednika nisu adekvatno prepoznate te su uspjeli unaprijediti tehnike proizvodnje kukuruza za te poljoprivrednike što je utjecalo i na poboljšanje njihovog životnog standarda općenito. Ovaj model znatno je utjecao na smanjenje siromaštva u ruralnim krajevima, a sam model je repliciran i u drugim susjednim zemljama.²⁶

²⁶ Vidović, D. (2012). Op. cit, str. 119-121

3. SOCIJALNO PODUZETNIŠTVO U HRVATSKOJ

3.1. Povijesni pregled

U Hrvatskoj, kao i zemljama u okruženju, vidljiv je problem nepostojanja jedinstvenog pojmovnog određenja društvene ekonomije, društvenog poduzetništva, društvenog poduzeća i društvenog poduzetnika. Također, često se pribjegava izravnim prijevodima pojmova social economy, social entrepreneurship, social enterprise i social entrepreneur bez razumijevanja konteksta u kojima su nastali. Iako je u Hrvatskoj kod većine organizacija civilnog društva, predstavnika javnog sektora i ostalih relevantnih dionika uvriježeno korištenje pojma socijalne ekonomije, brojni autori smatraju kako riječ „socijalno“ preusko određuje područje djelovanja takve vrste poduzetništva, usmjeravajući se prvenstveno na sektor socijalne skrbi, a zanemarujući neka druga potencijalna područja djelovanja poput ekološke poljoprivrede ili turizma, kulture i ostalih djelatnosti.²⁷ Sama ideja solidarnosti, uključivanja, stvaranja nove društvene vrijednosti i svih ostalih aktivnosti koje možemo uključiti u današnju definiciju društvenog poduzetništva prisutna je u Hrvatskoj već 150 godina, prije svega na tradicijskim temeljima zadruga i zadrugarstva. Ipak, današnju situaciju možemo opisati kao poprilično nejasnu i fragmentiranu.²⁸

U Hrvatskoj su prve naznake razvoja socijalnog poduzetništva vidljive u dokumentu *Program suradnje Vlade Republike Hrvatske i nevladinog neprofitnog sektora u Republici Hrvatskoj* iz 2000. godine. Ipak, navedenom dokumentu manjka veća vidljivost i primjena ovakvog vida poduzetništva.²⁹ Naime, u ovom dokumentu se samo prenose iskustva i spoznaje iz razvijenih zemalja, što je tada bilo neprimjenjivo na specifičnost hrvatskog prostora. Prvi strateški dokument u kojem se izričito spominje društveno poduzetništvo je *Nacionalna strategija stvaranja poticajnog okruženja za razvoj civilnog društva od 2006. do 2011. godine*. Dokument prepoznaje socijalno poduzetništvo kao potencijalnu samofinancirajuću djelatnost organizacija civilnog društva. Strategija sadrži niz konkretnih ciljeva i mjera za poticaj programa socijalnog poduzetništva i socijalne ekonomije, između ostalih:

²⁷ Petričević T. (2012). Op. cit, str. 14-15

²⁸ Vojvodić, I., Šimić Banović, R. (2019). Analiza socijalnog poduzetništva u Hrvatskoj s komparativnim osvrtom na regulatorni okvir, *Pravni vjesnik*, 35(2), str. 105

²⁹ Šimleša, D., Bušljeta Tonković, A., Puđak, J. (2016). Društveno poduzetništvo u Hrvatskoj: od prepoznavanja do primjene, *Revija za sociologiju*, 46(3), str. 278

- Razvoj mjera za izgradnju infrastrukturne podrške,
- Razvoj mjera za sustavno praćenje uspješnosti ulaganja u neprofitno poduzetništvo,
- Praćenje mogućnosti osiguranja financijske podrške za ulaganja u ranoj fazi socijalnog poduzetništva i održivost u kasnijim fazama,
- Poticaj profitnog sektora za uključivanjem u programe socijalnog zapošljavanja,
- Poticaj zajedničkog udruživanja javnog, poslovnog i nevladinog neprofitnog sektora u programima socijalnog zapošljavanja,
- Osiguravanje posebnih poreznih uvjeta itd.

Ključnu ulogu u donošenju ovog dokumenta imali su Ministarstvo gospodarstva, rada i poduzetništva, Ured za udruge Vlade Republike Hrvatske i Nacionalna zaklada za razvoj civilnog društva. Nažalost, velik broj mjera uopće nije proveden čime je usporena dinamika razvoja socijalnog poduzetništva.

Potrebno je navesti i *Program poticanja malog i srednjeg poduzetništva 2008. – 2012.* u kojem je predviđen sustav poticaja namijenjen posebnim skupinama, ženama, mladima te kojim se želi revitalizirati zadrugarstvo.³⁰

Uslijedilo je donošenje dokumenta pod nazivom *Nacionalna strategija stvaranja poticajnog okruženja za razvoj civilnog društva 2012. – 2016. godine.* I ovaj dokument povezuje pojam društvenog poduzetništva s demokratskim načelima upravljanja i konceptom održivog razvoja.

Od samih početaka, međunarodne organizacije su imale presudnu ulogu u razvoju društvenog poduzetništva u Hrvatskoj prije svega kroz savjetovanje, edukaciju, umrežavanje pa i izravne potpore. Tu su se u počecima istaknuli AED (Academy for Educational Development) čiji je pokrovitelj bila Američka organizacija za međunarodni razvoj (USAID) zatim NESsT čije je sjedište europskog ogranka bilo u Budimpešti te British Council sa uredom u Zagrebu. Svojim angažmanom navedene organizacije uspjele su osnažiti nekoliko hrvatskih organizacija civilnog društva, uključujući Slap iz Osijeka i Autonomni centar Čakovec (ACT) do razine gdje one same počinju pružati savjetodavno-potporne funkcije novim društveno-poduzetničkim inicijativama. 2009. u Hrvatskoj je osnovan Forum socijalnih poduzetnika Hrvatske (SEFOR) čija je temeljna misija bila okupljanje i edukacija socijalnih poduzetnika u Hrvatskoj. Od 2012. četiri najveća hrvatska grada (Zagreb, Split, Rijeka i Osijek) djeluju kao Cluster za ekodruštvene inovacije i razvoj (CEDRA) pružajući stručnu mentorsku i marketinšku potporu.

³⁰ Vincetić, V., Babić, Z., Baturina, D. (2013). Op. cit, str. 270-271

Kroz procese pristupnih pregovora oko ulaska Hrvatske u Europsku uniju jačao je i utjecaj na oblikovanje i razumijevanje društvenog poduzetništva. 2011. godine Europska komisija je objavila Inicijativu za društveno poslovanje, a iste godine u Hrvatskoj je kao dio Zakona o zadrugama prvi put izričito spomenuta socijalna zadruga kao poseban model zadrugarstva.

Općenito, između 2005. i 2015. može se govoriti o određenim pomacima u smjeru kreiranja kombinirane socijalne politike između države i civilnog društva u području socijalnih usluga. Civilni sektor je taj uz koji se veže razvoj društvenog poduzetništva, dok javni sektor promatra socijalno poduzetništvo kao gospodarski segment koji može biti nositeljem pozitivnih društvenih promjena, ali isključivo u području pružanja socijalnih usluga. Pokretači razvoja socijalnog poduzetništva u Hrvatskoj su udruge koje pak od strane međunarodnih organizacija dolaze do vrijednih znanja i kompetencija.³¹ Konačno, sve navedeno dovelo je do prepoznavanja socijalnog poduzetništva kao važnog čimbenika ostvarenja strateških ciljeva prvenstveno vezanih uz borbu protiv siromaštva i povećanje zaposlenosti, kreiranje novih proizvoda, konkurentnost, očuvanje resursa, očuvanje bioraznolikosti i sl., što je sve navedeno u Strategiji razvoja društvenog poduzetništva u Republici Hrvatskoj za razdoblje od 2015. do 2020. godine.³²

3.2. Regulatorni okvir

Društveno poduzetništvo kao zaseban pojam nije prepoznato u hrvatskom zakonodavstvu, ali zakonski okvir ne sprječava poslovanje i razvitak društvenih poduzetnika.³³ S obzirom na brojnost hrvatskih zakona i usvojenih strategija, posebno od trenutka potpisivanja Sporazuma o stabilizaciji i samog pristupanja Europskoj uniji, posebna pozornost društvenom poduzetništvu se izravno ili neizravno pridaje u mnogim dokumentima, primjerice:³⁴

- Zakon o zadrugama (NN 34/11, 125/13, 76/14, 114/18, 98/19)
- Zakon o udrugama (NN 74/14, 70/17, 98/19)

³¹ Šimleša, D., Bušljeta Tonković, A., Puđak, J. (2016). Op. cit, str. 278-281

³² Strategija razvoja društvenog poduzetništva u Republici Hrvatskoj za razdoblje od 2015. do 2020. godine, Zagreb: 2015, str. 6, dostupno na: <http://www.esf.hr/wordpress/wp-content/uploads/2015/02/Strategija-razvoja-dru%C5%A1tvenog-poduzetni%C5%A1tva-u-RH-za-razdoblje-2015-2020.pdf>

³³ Ibid., str.16

³⁴ Lupšić D. (2012). Zakonodavni okvir za razvoj društvene ekonomije i društvenog poduzetništva u Republici Hrvatskoj, Poduzetništvo u službi zajednice, Zbornik tekstova o društvenom poduzetništvu, Zagreb: Nacionalna zaklada za razvoj civilnoga društva, str. 27

- Zakon o zakladama i fondacijama (NN 36/95, 64/01) te Zakon o zakladama (NN 106/18, 98/19)
- Zakon o ustanovama (NN 76/93, 29/97, 47/99, 35/08, 127/19)
- Zakon o trgovačkim društvima (NN 152/11, 111/12, 68/13, 110/15, 40/19)
- Nacionalna strategija stvaranja poticajnog okruženja za razvoj civilnog društva 2006.-2011., 2012.-2016.
- Strategija razvoja društvenog poduzetništva u Republici Hrvatskoj za razdoblje od 2015. do 2020. godine.

Osim navedenih, problematikom društvenog poduzetništva u određenoj mjeri bave se i Zakon o profesionalnoj rehabilitaciji i zapošljavanju osoba s invaliditetom (NN 157/13, 152/14, 39/18, 32/20), Zakon o javnoj nabavi (NN 90/11, 83/13, 143/13, 120/16), Zakon o poticanju razvoja malog gospodarstva (NN 29/02, 63/07, 53/12, 56/13, 121/16) te 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).³⁵

Iako su pojam i karakteristike društvenog poduzetništva u Hrvatskoj prisutni više od 150 godina, prije svega kroz tradiciju zadrugarstva, danas govorimo u velikoj fragmentaciji postojećih zakonodavnih, institucionalnih i financijskih okvira relevantnih za ovu problematiku. Pojmovi društveno i socijalno poduzetništvo većinom se u znanstvenoj i stručnoj literaturi koriste kao sinonimi pa se do 2015. godine u Hrvatskoj većinom koristio termin „socijalno poduzetništvo“. Donošenjem Strategije razvoja društvenog poduzetništva u Republici Hrvatskoj za razdoblje od 2015. do 2020. godine usvaja se termin „društveno poduzetništvo“ radi razgraničavanja poduzetničkih praksi s društvenim ciljem od pojma socijalnog poduzetništva koji opisuje isključivu angažiranost u socijalnoj sferi.

Kako je već istaknuto, društveno poduzetništvo nije sustavno i na jednom mjestu regulirano zakonskim propisima, već je integrirano u pozitivno zakonodavstvo. Iz te činjenice proizlaze brojne slabosti postojećeg regulatornog okvira. Prije svega treba navesti zadruge koje su vodeći akteri društvenog poduzetništva u Hrvatskoj. Prema nekim mišljenjima, odredbe Zakona o zadrugama su nejasne i ograničavajuće. S druge strane, istaknut je problem dvostrukog oporezivanja ostvarene dobiti jer su zadruge kao društva osoba, prema odredbama Zakona o porezu na dobit, obveznici i poreza na dobit. Govoreći o udrugama, iako je unazad nekoliko

³⁵ Strategija razvoja društvenog poduzetništva u Republici Hrvatskoj za razdoblje od 2015. do 2020. godine, Op. cit, str. 16-17

godina zakonska regulativa koja ih opisuje postrožena, kao najveća prepreka ističe se i dalje neefikasna i nedovoljno informirana administracija te preopterećenost papirologijom. Važnost izrade jedinstvenog zakona koji bi uređivao problematiku društvenih poduzeća i poduzetnika ističe se i zbog potrebe razrade zasebnog sustava poreznih olakšica koji bi se izričito odnosio na društvene poduzetnike i aktere socijalne ekonomije. Konačno, manjak kvalitetnog i jasnog zakonodavnog okvira vezanog uz društveno poduzetništvo doprinosi traženju takozvanih „rupa u zakonu“ ili čak odustajanju aktera od postojećih projekata.³⁶

Postojeće slabosti regulatornog okvira prepoznate su i u dokumentu Strategije za razvoj društvenog poduzetništva u Republici Hrvatskoj u razdoblju od 2015. do 2020. godine gdje je uspostava i unaprjeđenje zakonodavnog i institucionalnog okvira za razvoj društvenog poduzetništva istaknuto kao jedan od strateških ciljeva kojima se nastoji potaknuti razvoj društvenog poduzetništva. Ključne mjere i aktivnosti Strategije kao i ocjena provedbe bit će prikazani kasnije u radu.

3.3. Zadruge i ostali pravni oblici socijalnih poduzeća

Društvena poduzeća u Republici Hrvatskoj imaju na raspolaganju nekoliko pravnih oblika djelovanja koje mogu preuzeti. To su: zadruga, udruga, trgovačko društvo, dioničko društvo, društvo s ograničenom odgovornošću, obrt.

3.3.1. Zadruge

Zadruge se mogu pojavljivati u raznim oblicima i mogu ih karakterizirati različite posebnosti. Neki od oblika zadruga su: poljoprivredne, ribarske, graditeljske, stambene, obrtničke, radničke itd. Poseban oblik predstavljaju socijalne zadruge čiji je glavni cilj osigurati ravnopravnost u položaju na tržištu rada za subjekte koji ga sami nisu u mogućnosti ostvariti. Zadrugarstvo u svijetu nastoji prije svega zadovoljiti ekonomske, socijalne i kulturne potrebe članova dok samo

³⁶ Vojvodić, I., Šimić Banović, R. (2019). Op. cit, str. 105-134

socijalno zadrugarstvo u velikoj mjeri veliku pozornost usmjerava na socijalno ugrožene dijelove populacije.³⁷

Zakonom o zadrugama uređuje se pravni položaj zadruga, njihovo osnivanje, upravljanje kao i organi zadruga, stjecanje i prestanak rada te druga značajna pitanja. Prema Zakonu, zadruga se osniva kao otvoreno, dragovoljno, samostalno i neovisno društvo osnovano u svrhu ispunjenja ekonomskih, gospodarskih, kulturnih, obrazovnih i socijalnih ciljeva. Ključne vrijednosti na temelju kojih zadruga djeluje su između ostalih: samopomoć, demokratičnost, solidarnost, društvena odgovornost i skrb za druge.

Kao zadružna načela koja uređuju odnose između članova zadruga ističu se:

1. Dragovoljno i otvoreno članstvo- prema svim osobama bez ikakvog oblika diskriminacije,
2. Nadzor poslovanja od strane članova- članovi zadruga aktivno sudjeluju u stvaranju poslovne politike i donošenju odluka po principu jedan član – jedan glas,
3. Gospodarsko sudjelovanje članova zadruga i raspodjela- članovi sudjeluju u radu zadruga i doprinose njezinom razvoju dok se dobit raspoređuje u svrhu razvitka zadruga, porasti pričuva, jednim dijelom pripada članovima te kao pomoć ostalim aktivnostima zadruga,
4. Samostalnost i neovisnost- zadruga djeluje kao samostalna i neovisna pravna osoba koja se oslanja na svoje članove i zadružne resurse u svim pravnim pitanjima s državnim tijelima i drugim pravnim osobama,
5. Obrazovanje, stručno usavršavanje i informiranje- zadruga provodi stručno usavršavanje svojih članova koje ujedno, kao i širu javnost, informira o koristima i prednostima zadrugarstva,
6. Suradnja među zadrugama- na lokalnoj, regionalnoj, nacionalnoj i međunarodnoj razini čime najučinkovitije služe svojim članovima,
7. Briga za zajednicu- zadruga su dužne pridonositi održivom razvoju okruženja i lokalne zajednice.

Osim navedenih, zadruga, u svom poslovanju, dužne su pridržavati se i dobrih poslovnih običaja.

³⁷ Ivaniš, M. (2018). Op. cit, str. 338

Zadrugu može osnovati najmanje sedam osnivača te ona djeluje pod imenom tvrtke. Tvrtka zadruga mora sadržavati naznaku iz koje je vidljivo da se radi o zadruzi i naznaku glavne djelatnosti koju obavlja. Zadruga se upisuje u sudski registar sukladno propisima. Članom zadruga postaje se upisom u imenik članova i član može biti samo osoba koja neposredno sudjeluje u radu zadruga, posluje putem zadruga ili koristi njezine usluge čime sudjeluje u ostvarenju ciljeva zbog kojih je zadruga i osnovana. S druge strane, članstvo se prekida sporazumom između člana i zadruga, smrću fizičke osobe, istupanjem i gubitkom uvjeta za članstvo, isključenjem iz rada zadruga i prestankom rada same zadruga.

Ključna tijela zadruga su: skupština nadzorni odbor i upravitelj. Najviše tijelo je skupština koju čine svi članovi zadruga, a zadužena je za donošenje pravila i drugih općih akata, bira i opoziva predsjednika skupštine, članove nadzornog odbora, upravitelja i druga tijela, donosi poslovni plan i usvaja godišnja financijska izvješća, odlučuje o raspodjeli dobiti i zaštiti prava članova. Broj članova u nadzornom odboru mora biti neparan te iznosi tri člana od kojih jedan smije biti osoba koja nije član zadruga. Ključna aktivnost koju nadzorni odbor provodi jest nadzor nad zakonitošću vođenja poslova zadruga. Nadzorni odbor bira se na mandat od četiri godine. Upravitelj se pak bira na mandat od pet godina te on zadrugu predstavlja i zastupa.

Imovinu zadruga čine ulogi članova, sredstva proizašla iz obavljanja djelatnosti i sredstva stečena na druge načine. Zadruga u pravnom prometu za pravne poslove odgovara svom svojom imovinom.

U razloge za prestanak djelovanja zadruga ubrajamo:

1. Odluka skupštine o prestanku poslovanja, pripajanju drugoj zadruzi, spajanju ili podjeli na više zadruga,
2. Pravomoćna odluka suda o ukidanju ili brisanju iz sudskog registra,
3. Nedostavljanje godišnjih financijskih izvještaja nadležnom tijelu,
4. Poslovanje neprekidno šest mjeseci s brojem članova ispod zakonom propisanog,
5. Drugi slučajevi predviđeni zakonom.

Samostalni zakon o zadrugama donesen je 2011. godine, a posljednje izmjene stupile su na snagu 01.01.2020. godine. Nadzor nad primjenom odredaba ovog Zakona provodi ministarstvo nadležno za poslove poduzetništva i obrta.

Člankom 66. Zakona o zadrugama definira se pravni oblik socijalne zadruga: "Socijalna zadruga je zadruga osnovana radi:

- Obavljanja 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,
- Uključivanja 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.”³⁸

Time je 2011. godine u Hrvatskoj postavljen okvir za razvoj društvenog poduzetništva.

Ipak, sama implementacija zakona obilježena je određenim problemima od kojih se prvenstveno ističu dva vezana uz Hrvatski savez zadruga. Hrvatski savez zadruga je stručna poslovna organizacija zadruga i zadružnih saveza čije se glavne aktivnosti vežu uz promociju, usklađivanje i zastupanje interesa zadruga, zadružnih saveza i zadrugara. Za zadruge je članstvo u Hrvatskom savezu zadruga obvezno i prisilno što je oprečno temeljnim načelima zadrugarstva o dragovoljnom i otvorenom članstvu. Nadalje, ističe se kako sam Hrvatski savez zadruga nema dovoljno razvijene kapacitete za nošenje s njemu postavljenim izazovima, pa su socijalne zadruge, osnovane u Hrvatskoj, prepuštene same sebi i podršci drugih podržavajućih razvojnih organizacija.³⁹

3.3.2. Analiza stanja zadruga u Hrvatskoj

Prve zadruge javljaju se u Hrvatskoj još prije 150 godina te su bile snažne gospodarske institucije te pokret koji je imao utjecaja na politička kretanja. Zadruge su zadržavale lokalno stanovništvo na njihovom području te su okupljale istomišljenike i usmjeravale njihovo poslovanje. Svi prihodi zadruga ostajali su na raspolaganje njihovim članovima, a ostvarene koristi su se očitovale u lokalnoj i životnoj sredini zadrugara. Doprinosi zadrugarstva vidljivi su kroz povećanje zaposlenosti, jačanje položaja zaposlenika, smanjenje siromaštva, osnaživanje ruralnog razvoja i ostale elemente karakteristične za društveno poduzetništvo.

³⁸ Narodne novine (2011). Zakon o zadrugama. Zagreb: Narodne novine d.d., 34/11, 125/13, 76/14, 114/18, 98/19

³⁹ Petričević T. (2012). Zakonodavni i institucionalni okvir za razvoj društvenog poduzetništva u jugoistočnoj Europi Čakovec: CEDRA (str. 68)

Unatoč dugoj tradiciji, zadrugarstvo je u Hrvatskoj nedovoljno priznato i vrednovato da bi moglo ostvariti značajnije rezultate.⁴⁰

Tradicionalno, zadruge sudjeluju u sektorima obrazovanja, sporta i kulture gdje su vođene socijalnim i humanitarnim ciljevima. U novije vrijeme, javlja se trend prisutnosti aktera društvenog poduzetništva i u sektoru obnovljivih izvora energije, u području agro poslovanja i na primjeru osnivanja prve domaće etičke banke. Prisutnost socijalnih zadruga ponajviše je vidljiva u aktivnostima radne integracije marginaliziranih skupina.

Tablica 3. Pregled zadružnog sektora u Hrvatskoj

	31.12.2011	31.12.2012	31.12.2013	31.12.2014	21.12.2015
Broj zadruga	2.060	1.069	1.169	1.255	1.302
Prihodi	2,19 mlrd kn	1,9 mlrd kn	1,69 mlrd kn	1,6 mlrd kn	1,59 mlrd kn

Izvor: izrada autora prema Strategija razvoja društvenog poduzetništva u Republici Hrvatskoj za razdoblje od 2015. do 2020. godine, Zagreb: 2015 i Hrvatski centar za zadružno poduzetništvo: Poslovanje zadruga u 2015. godini, dostupno na: http://digarhiv.gov.hr/webpac-hidra-pprh/?f=SubjectIndexHR&last_PAGER_offset=0&v=zadruga%20001278&show_full=1&rm=results&path=hidra-sdrh%2343152

Prema posljednje dostupnim podacima Hrvatskog centra za zadružno poduzetništvo, ukupan broj zadruga na kraju 2015. godine iznosio 1.302 zadruga što je oko 3,7% više nego u godini ranije. Unatoč tome, ostvaren je lošiji financijski rezultat nego u 2014. godini.

Rezultati poslovanja zadruga pokazali su određene zaključke o zadružnom sektoru u Republici Hrvatskoj. Između ostalog, istaknuta je prevladavajuća uloga poljoprivrednih i prerađivačkih zadruga s dominacijom malih i mikro zadruga (velikih zadruga nema). Okosnicu zadružnog poduzetništva čine poljoprivreda, šumarstvo i ribarstvo, a najveći broj zadruga nalazio se 2015. godine u Splitsko-dalmatinskoj županiji koju slijede Osječko-baranjska županija te Grad Zagreb.⁴¹

⁴⁰ Strategija razvoja društvenog poduzetništva u Republici Hrvatskoj za razdoblje od 2015. do 2020. godine, Op. cit, str. 14-15

⁴¹ Hrvatski centar za zadružno poduzetništvo: Poslovanje zadruga u 2015. godini, dostupno na: http://digarhiv.gov.hr/webpac-hidra-pprh/?f=SubjectIndexHR&last_PAGER_offset=0&v=zadruga%20001278&show_full=1&rm=results&path=hidra-sdrh%2343152

U sljedećoj tablici dana je usporedba najvažnijih osnivačkih uvjeta zadruga, društava s ograničenom odgovornošću i dioničkih društava.

Tablica 4. Prikaz osnivačkih uvjeta zadruga, d.o.o.-a i d.d.-a

	Zadruga	Društvo s ograničenom odgovornošću	Dioničko društvo
Temeljni kapital	1.000,00 kn	20.000,00 kn	200.000,00 kn
Osnivački akt	Pravila zadruge	Ugovor ili Izjava o osnivanju	Statut
Tijelo nadležno za registraciju	Trgovački sud	Trgovački sud	Trgovački sud
Odgovornost za obveze	Zadruga: do visine zadružne imovine; Zadrukar: prema zakonu i pravilima zadruge	Društvo: do visine temeljnog kapitala; Članovi: do visine uloga, no ne odgovaraju za obveze društva	Društvo cijelom imovinom; Dioničari: do visine uloga, no ne odgovaraju za obveze društva
Djelatnosti	Sve dopuštene djelatnosti	Sve dopuštene djelatnosti	Sve dopuštene djelatnosti
Tijela	Skupština, nadzorni odbor, i upravitelj	Skupština, nadzorni odbor i uprava	Skupština, nadzorni odbor i uprava
Najmanji broj osnivača	7	1	1

Izvor: Izrada autora prema: Lupšić, D. (2012) Mogući pravni oblici djelovanja društvenih poduzeća u Republici Hrvatskoj, Poduzetništvo u službi zajednice, Zbornik tekstova o društvenom poduzetništvu, str. 33

3.3.3. Ostali oblici djelovanja društvenih poduzeća

Odredbe zakona o trgovačkim društvima dijele trgovačka društva na društva osoba i društva kapitala. U društva osoba ubrajamo javno trgovačko društvo (j.t.d.) i komanditno društvo (k.d.), a društva kapitala predstavljaju gospodarsko interesno udruženje (g.i.u.) te društvo s ograničenom odgovornošću (d.o.o.) i dioničko društvo (d.d.).⁴²

Društvo s ograničenom odgovornošću predstavlja najčešći oblik trgovačkog društva u Republici Hrvatskoj zbog relativno jednostavnog i brzog postupka registracije kao i niskog potrebnog iznosa temeljnog kapitala. Najmanji iznos temeljnog kapitala je 20.000,00 kn. Pri osnivanju, jedna ili više pravnih ili fizičkih osoba ulažu temeljne uloge te njima sudjeluju u temeljnom kapitalu čiji je iznos unaprijed ugovoren. Uplatom temeljnog uloga osnivač stječe određena prava i obveze prema društvu, a najmanji iznos temeljnog uloga jest 200,00 kn. Mogu ga osnovati i domaće i inozemne pravne i fizičke osobe. Imovina društva i imovina članova su strogo odijeljene. Društvo odgovara cijelom svojom imovinom za vlastite obveze dok članovi društva ne odgovaraju za obveze istog. Tijela društva sa ograničenom odgovornošću su: skupština, nadzorni odbor i uprava.

Dionička društva su nešto rjeđe zastupljena u Hrvatskoj, prije svega zbog relativno visokog iznosa potrebnog temeljnog kapitala od 200.000,00 kn. Dioničko društvo je u definiciji društvo kapitala u kojemu dioničari svojim ulozima sudjeluju u temeljnom kapitalu, koji je pak podijeljen na dionice. Razmjerno ulogu imovine u društvu član stječe određena prava i obveze. Osnivač je minimalno jedna osoba, a kao i kod društva s ograničenom odgovornošću, društvo odgovara za vlastite obveze svom svojom imovinom, dok dioničari ne odgovaraju za obveze društva. Tijela dioničkog društva su: uprava, nadzorni odbor i glavna skupština.

Zakon o udrugama dozvoljava udrugama obavljanje prihodovnih aktivnosti bez prethodnog osnivanja posebnog trgovačkog društva kao i uz osnivanje istog. Najčešći oblik trgovačkog društva koje udruge u Republici Hrvatskoj osnivaju jest društvo s ograničenom odgovornošću. Razlog u najvećem broju slučajeva leži u nižem potrebnom iznosu temeljnog kapitala za razliku od primjerice dioničkih društava.⁴³ Zakon definira udruge kao oblike dobrovoljnog i slobodnog

⁴² Narodne novine (2011). Zakon o trgovačkim društvima. Zagreb: Narodne novine d.d., 152/11, 111/12, 68/2013, 110/2015, 40/2019

⁴³ Lupšić D. (2012). Mogući pravni oblici djelovanja društvenih poduzeća u Republici Hrvatskoj, Poduzetništvo u službi zajednice, Zbornik tekstova o društvenom poduzetništvu, Zagreb: Nacionalna zaklada za razvoj civilnoga društva, str. 29-37

udruživanja više fizičkih ili pravnih osoba bez namjere stjecanja dobiti, a s zajedničkim socijalnim, ekološkim, humanitarnim, kulturnim, znanstvenim, zdravstvenim i sličnim ciljevima kao i u svrhu zaštite probitaka i ljudskih prava i sloboda.⁴⁴

Prema odredbama zakona o obrtu, obrtom se može baviti fizička osoba koja samostalno i trajno ostvaruje dobit kroz proizvodnju, pružanje usluga ili promet odnosno obavljanjem zakonom dopuštenih gospodarskih djelatnosti. Iznimno, obrt može obavljati i pravna osoba, ali samo u slučaju obavljanja djelatnosti kroz ručni rad, tj. na neindustrijski način.⁴⁵

3.4. Strategija razvoja društvenog poduzetništva u Republici Hrvatskoj za razdoblje od 2015. do 2020. godine

Kao što je već navedeno, u Hrvatskoj ne postoji jedinstvena definicija društvenog poduzetništva te se u jednakoj mjeri koriste termini socijalnog i društvenog poduzetništva za opisivanje poslovanja s društvenim ciljem. Za potrebe Strategije, usvojen je pojam društveno poduzetništvo koji bi trebao obuhvatiti sve poduzetničke aktivnosti i prakse s društvenim ciljem, za razliku od pojma socijalno poduzetništvo koje ima konotaciju angažiranosti isključivo u socijalnoj sferi.

Osnovni ciljevi Nacionalne strategije za razvoj društvenog poduzetništva jesu stvaranje poticajnog okružja za razvoj društvenog poduzetništva u Republici Hrvatskoj, stvaranje zakonodavnih i fiskalnih okvira, financijske i tehničke potpore društvenim poduzećima i poduzetnicima, razvoj instrumenata za prepoznavanje, praćenje i razvoj društvenih poduzetnika te sveopća izobrazba na svim razinama. Usvojena u travnju 2015. godine, Nacionalna strategija za razvoj društvenog poduzetništva definira ključne ciljeve i aktivnosti u petogodišnjem razdoblju, kako bi se stvorio pravni, financijski i institucionalni okvir za razvoj društvenog poduzetništva u Republici Hrvatskoj, te sustave mjera i aktivnosti za razvoj društvenih poduzetnika. Članovi radne skupine koja je izradila strategiju bili su predstavnici tijela državne i javne vlasti, socijalnih partnera, strukovnih organizacija, akademske zajednice, regionalnih razvojnih agencija i organizacija civilnog društva.

Radna skupina ove Strategije utvrdila je 9 kriterija prepoznavanja društvenih poduzetnika:

⁴⁴ Narodne novine (2014). Zakon o udrugama. Zagreb: Narodne novine d.d., 74/14, 70/17, 98/19

⁴⁵ Narodne novine (2013). Zakon o obrtu. Zagreb: Narodne novine d.d., 143/13, 127/19, 41/20

1. Svojim poslovnim aktivnostima postižu ravnotežu društvenih, okolišnih i ekonomskih ciljeva,
2. Djelatnost proizvodnje i prometa roba, pružanja usluga ili umjetnička djelatnost koju obavljaju te kojom ostvaruju prihode na tržištu, ujedno ima i povoljan utjecaj na okoliš i razvoj lokalne zajednice i društva u cjelini,
3. U trogodišnjem razdoblju poslovanja, najmanje 25% godišnjeg prihoda ostvaruju ili planiraju ostvariti obavljanjem svoje poduzetničke djelatnosti čime stvaraju novu vrijednost i osiguravaju financijsku održivost,
4. Višak prihoda ostvaren obavljanjem vlastite djelatnosti, odnosno 75% godišnje dobiti ulažu u ostvarivanje i razvoj ciljeva poslovanja,
5. Odlikuje ih 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. Karakterizira ih demokratski način odlučivanja što podrazumijeva uključenost dionika u transparentno i odgovorno upravljanje; odlučivanje nije isključivo vezano uz vlasničke udjele ili članske uloge već obuhvaća radnike, članove, korisnike ili potrošače kao i suradničke organizacije kao ključne dionike,
8. Društveni poduzetnik prati i vrednuje svoje društvene, ekonomske i okolišne učinke, kao i njihov utjecaj, te rezultate tih vrednovanja koristi pri planiranju daljnjeg poslovanja i daljnjeg poboljšanja takvih učinaka,
9. U slučaju prestanka obavljanja djelatnosti, društveni poduzetnik ima obvezu svoju preostalu imovinu, nakon podmirenja obveza prema vjerovnicima i pokrića gubitka prethodnog razdoblja, prenijeti u vlasništvo drugog društvenog poduzetnika sa sličnim ili istim ciljevima poslovanja.

Strateški cilj Strategije jest stvaranje poticajnog okruženja za razvoj i promociju društvenog poduzetništva u Hrvatskoj u svrhu smanjenja regionalnih razlika, povećanja razine zaposlenosti te pravednije raspodjele društvenog bogatstva i upravljanja istim. Osim navedenog istaknuti su i određeni posebni ciljevi koji se nastoje ostvariti implementacijom Strategije:

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. Informiranje opće javnosti o temama povezanim s društvenim poduzetništvom.

Ministarstvo rada i mirovinskog sustava nositelj je najvećeg broja aktivnosti, a osim njega za provedbu su zadužena i druga tijela državne uprave te organizacije civilnog društva. Strategijom je osigurano 270.650.000,00 kn za razvoj društvenog poduzetništva, a najveći dio sredstava dolazi iz Europskog socijalnog fonda. Ostvarenje zacrtanih ciljeva planirano je kroz 5 mjera i 9 aktivnosti.⁴⁶

Tablica 5. Pregled financiranja

Aktivnost	Mjera				
	Definiranje i razvoj zakonodavnog i institucionalnog okvira za društvene poduzetnike	Poboljšanje dostupnosti financijskih instrumenata namijenjenih društvenim poduzetnicima	Promicanje obrazovanja o važnosti i ulozi društvenog poduzetništva na svim razinama	Promicanje javne vidljivosti i prepoznatljivosti društvenog poduzetništva	Praćenje provedbe Strategije (uključujući evaluaciju)
1	3.000.000,00	24.000.000,00	4.000.000,00	4.000.000,00	100.000,00
2	300.000,00	40.000.000,00	18.000.000,00	2.000.000,00	/
3	200.000,00	8.000.000,00	6.000.000,00	2.000.000,00	300.000,00
4	400.000,00	45.000.000,00	32.000.000,00	6.500.000,00	
5	100.000,00	43.850.000,00	2.000.000,00	2.000.000,00	
6	2.400.000,00		3.000.000,00		
7	3.500.000,00		6.000.000,00		
8	2.000.000,00		2.000.000,00		
9	6.000.000,00		2.000.000,00		
<i>Ukupno</i>	7.900.000,00	160.850.000,00	75.000.000,00	16.500.000,00	400.000,00
Sveukupno: 270.650.000,00					

Izvor: izrada autora prema Strategija razvoja društvenog poduzetništva u Republici Hrvatskoj za razdoblje od 2015. do 2020. godine, Zagreb: 2015

Iz tablice je vidljivo kako je najveći izvor sredstava, čak 61,71% ukupnog iznosa, namijenjen mjeri pod nazivom *Poboljšanje dostupnosti financijskih instrumenata namijenjenih društvenim poduzetnicima* jer se nedostatak sredstava za financiranje vlastitih poduzetničkih projekata pokazao jednom od ključnih prepreka kojima su hrvatski socijalni poduzetnici izloženi. Druga mjera s najvećim namijenjenim izvorom sredstava jest *Promicanje javne vidljivosti i prepoznatljivosti društvenog poduzetništva*. Opće je uvriježeno mišljenje kako javnost u

⁴⁶ Strategija razvoja društvenog poduzetništva u Republici Hrvatskoj za razdoblje od 2015. do 2020. godine, Op. cit

Hrvatskoj nije dovoljno upoznata s pojmom socijalnog poduzetništva kao ni s njegovom ulogom i mogućnostima. Također, često se ističe kako je socijalno poduzetništvo nedovoljno zastupljeno u sveučilišnim programima. Na ostale 3 mjere iz Strategije otpada manje od 10% predviđenih sredstava.

Iako je donošenje nacionalne strategije korak u pravom smjeru, ostaje vidljiv problem njezine implementacije. Jedna od aktivnosti prve mjere: *Definiranje i razvoj zakonodavnog i institucionalnog okvira za društvene poduzetnike* trebala je biti uspostava jedinstvene evidencije društvenih poduzetnika, razrada kriterija i pravila prepoznavanja društvenih poduzetnika. Iako je navedeni rok za ovu aktivnost bio drugo tromjesečje 2016. godine, u Hrvatskoj još uvijek ne postoji jedinstveni registar socijalnih poduzetnika pa je tako javnosti i dalje nepoznat ukupni broj socijalnih poduzeća. Također, u Hrvatskoj ne postoji jedinstveni zakonodavni okvir koji bi uređivao pitanje socijalnih poduzetnika i socijalnih poduzeća. Stoga, sljedeća aktivnost, nakon provedbe mjera i aktivnosti iz Strategije, bi trebala biti vezana uz kreaciju jasnog institucionalnog okvira.⁴⁷

⁴⁷ Kolaković, M., Turuk, M., Turčić, I. (2018). Op. cit, str. 140-141

4. EUROPSKA UNIJA I INICIJATIVE POTICANJA SOCIJALNOG PODUZETNIŠTVA

4.1. Socijalno poduzetništvo u Europskoj uniji

U Europi se fenomen socijalnog poduzetništva prvo javlja u Italiji kasnih osamdesetih, te se do sredine devedesetih širi i na ostale europske zemlje. Socijalno poduzetništvo danas se javlja u različitim oblicima – udrugama, zadrugama, zakladama, dobrotvornim društvima, organizacijama uzajamne pomoći, socijalnim poduzećima, centrima za zapošljavanje itd., a najčešći oblici u svim zemljama su upravo udruge i zadruge. Iako socijalno poduzetništvo možemo prepoznati u bilo kojem području djelovanja sa socijalnom svrhom, utvrđeno je kako se ono u Europi uglavnom javlja u dva tipa djelatnosti: integracija u tržište rada i usluge socijalne skrbi u zajednici.⁴⁸

Socijalna poduzeća na razini EU razlikuju se s obzirom da povijesnu, političku i tradicijsku uvjetovanost svojih matičnih država. Ipak, Europska komisija istaknula je Belgiju, Francusku, Italiju, Sloveniju i Ujedinjeno Kraljevstvo kao zemlje s posebnim legislativnim uobličanjem za društvena poduzeća koje je u skladu s definicijom iz dokumenta Social Business Initiative koju kojeg je Komisija objavila 2011. godine. Posebno uspješni primjeri su zemlje Belgija i Francuska koje se u najvećoj mjeri koriste udrugama u provođenju društveno-poduzetničkih projekata, a ne opterećuju iste dvostrukim fiskalnim nametima (što je slučaj i jedna od najvećih negativnih karakteristika hrvatskog sustava). S druge strane, zemlje poput Bugarske, Češke, Flamanske regije Belgije, Mađarske, Poljske, Rumunjske i Slovačke više su okrenute WISE modelu poduzeća.⁴⁹ WISE model prije svega je usmjeren na integraciju osoba s invaliditetom u svijet rada i društvo putem produktivnih aktivnosti odnosno zapošljavanja.⁵⁰ Mogućnost financiranja takvih projekata uglavnom je ograničena na financiranje putem fondova EU-a.

Govoreći o području djelovanja, također razlikujemo dvije skupine zemalja. Prvoj skupini pripadaju Njemačka, Austrija i zemlje skandinavske regije te njih karakterizira jaka tradicija socijalne skrbi. U takvim zemljama društvena poduzeća koriste inovativan pristup u poslovanju tražeći novu socijalnu uslugu koju će pružiti te se profiliraju u posebnim nišama. Nasuprot

⁴⁸ Vidović, D. (2012). Op. cit, str. 96

⁴⁹ Vojvodić, I., Šimić Banović, R. (2019). Op. cit, str 109

⁵⁰ Marković, L., Baturina D., Babić, Z. (2017). Socijalna poduzeća za radnu integraciju (WISE) u postsocijalističkim zemljama, Hrvatska revija za rehabilitacijska istraživanja, 53(1), str. 139-158

njima, Italija, Grčka, Portugal, Španjolska, Poljska i Irska razvile su model u kojem društvena poduzeća popunjavaju praznine s područja socijalne skrbi koje tijela javne vlasti nisu u mogućnosti adekvatno obavljati.⁵¹

Tablica 6. Usporedni prikaz odabranih zemalja EU

<i>Zemlja članica EU</i>	<i>Prihvaćenost koncepta društvenog poduzetništva</i>	<i>Oblici društvenih poduzeća</i>
<i>Njemačka</i>	Ne poznaje jedinstvenu definiciju društvenog poduzetništva; društveni poduzetnici su akteri koji osnivaju društvena poduzeća i organizacije individualnim građanskim angažmanom i inovativnim se poduzetničkim pristupom nose s postojećim socijalnim potrebama	Nemaju poseban zakonom predviđen oblik, različite pravne forme, najčešće GmbH; nosioci su određenih pogodnosti uključujući porezne i fiskalne olakšice
<i>Francuska</i>	Od 2014. zakonom reguliran pojam društvene ekonomije; koncept označava inicijative privatno-javnog partnerstva sa socijalnim ciljevima, profitne inicijative sa socijalnim inovacijama ili sve te aktivnosti ujedinjene pod nazivom "društvena odgovornost poduzeća" (RSE)	Zadruga, uzajamna društva i fondacije uključene u ekonomsku aktivnost ne slijede posebnu proceduru ili uvjete
<i>Italija</i>	2006. ustavno priznat pojam socijalne ekonomije uz priznanje kategorije <i>Impresa sociale</i>	Neprofitne organizacije za socijalne ciljeve tzv. ONULUS, zadruga, udruge, društvena poduzeća- <i>Impresa sociale</i>
<i>Slovenija</i>	Od 2011. godine socijalna poduzeća posjeduju pravni status	Zadruga, uzajamna društva, fondacije, neprofitni instituti koji provode socijalne

⁵¹ Vojvodić, I., Šimić Banović, R. (2019). Op. cit, str 109-110

		aktivnosti (<i>de facto</i> socijalna poduzeća)
<i>Mađarska</i>	Od 2006. godine zakonom definiram pojam socijalnih zadruga- poduzeća koja pružaju mogućnosti zaposlenja marginaliziranim skupinama	Zadruga, socijalne zadruga, fondacije, kooperacije, neprofitne organizacije

Izvor: izrada autora prema: Vojvodić, I., Šimić Banović, R. (2019) Analiza socijalnog poduzetništva u Hrvatskoj s komparativnim osvrtom na regulatorni okvir, Pravni vjesnik, 35(2), str. 105-134 i European commission, (2020) A map of social enterprises and their eco-systems in Europe, Brussels

Govoreći o implementaciji koncepta socijalnog poduzetništva na razini Europske unije razlikujemo tri modela:

1. Uključivanje pojma socijalnog poduzetništva u već postojeće zakone (Francuska, Grčka, Italija, Poljska, UK);
2. Kreiranje zasebnih zakona i pravnog statusa socijalnim poduzećima (Belgija, Danska, Italija, Finska, Slovačka, Slovenija, Litva);
3. Priznavanje posebnog tipa neprofitnih organizacija koje provode socijalne aktivnosti (neprofitni institut u Sloveniji i poduzeća s društvenim koristima u Češkoj)- iako nisu imenovani socijalnim poduzećima posluju kao ona.⁵²

Sama ideja o važnosti socijalnih investicija, na razini Europske unije, počiva na temeljima danskog predsjedanja Unijom 1997. kada je veliki naglasak stavljen na poveznicu između socijalnih investicija i produktivnosti. Navedeno je kasnije postalo temeljem Lisabonskog ugovora iz 2000. godine sa željom da Europa postane najkompetitivnija i najuspješnija ekonomija temeljena na znanju, sposobna ostvariti održivi rast, povećati zaposlenost i ostvariti socijalnu koheziju.⁵³

⁵² European commission, (2020). A map of social enterprises and their eco-systems in Europe, Brussels

⁵³ Hemerijck, A. (2017). Taking social investment seriously in developed economies, Reframing global social policy: Social investment for sustainable and inclusive growth, Bristol: Bristol University Press; Policy Press, str. 45

4.2. Ključni akti i regulatorni okvir kao oblik poticanja socijalnog poduzetništva u EU

Europska komisija je 2008. izdala dokument pod nazivom *Akt o malom gospodarstvu* gdje se ističe mogućnost razvoja sektora malog i srednjeg poduzeća kroz socijalnu ekonomiju. Također, izričito se spominje potreba za usvajanjem inicijative koja će prvenstveno biti usmjerena na poduzeća s društvenim ciljevima razvoja. Takva inicijativa usvojena je 2011. sa službenim naslovom *Inicijativa za socijalno poduzetništvo – stvaranje povoljne klime za socijalna poduzeća, ključne dionike u socijalnom gospodarstvu i inovacije* (Social Business Initiative). Ovom inicijativom predstavljen je akcijski plan za razvoj društvenog poduzetništva koji obuhvaća 11 aktivnosti podijeljenih na tri skupine: (1) olakšani pristup financiranju, (2) povećanje vidljivosti socijalnog poduzetništva i (3) poticajno zakonodavno okruženje.⁵⁴ Naime, Europska komisija smatra kako sustav financiranja socijalnih poduzeća nije dovoljno razvijen te ovim dokumentom predlaže da se uvede financijska mjera u visini sredstava od 90 milijuna EUR, a istovremeno potiče države članice na pripremu mjera podrške socijalnom poduzetništvu. Osim toga, Komisija planira osnovati višejezičnu platformu koja bi služila za prikupljanje i razmjenu informacija i iskustava za socijalna poduzeća te navodi kako je u pripremi odgovarajući zakonodavni okvir primjeren potrebama europskog socijalnog poduzetništva. Ova inicijativa ima za cilj promociju visoko kompetitivnog socijalnog tržišnog gospodarstva što je u središtu strategije *Europa 2020* objavljene 2010. godine.⁵⁵

Strategija *Europa 2020*, potaknuta ekonomskom i socijalnom krizom, donosi viziju socijalne tržišne ekonomije u Europi sa ciljem pretvaranja EU u pametnu, uključivu i održivu ekonomiju. Tri prioriteta istaknuta u Strategiji su:

1. pametan rast temeljen na ekonomiji znanja i inovacijama;
2. promicanje održivog rasta, tj. energetske učinkovitije i konkurentnije ekonomije;
3. uključiv rast kojim se nastoji postići visoka stopa zaposlenosti te društvena i teritorijalna povezanost.

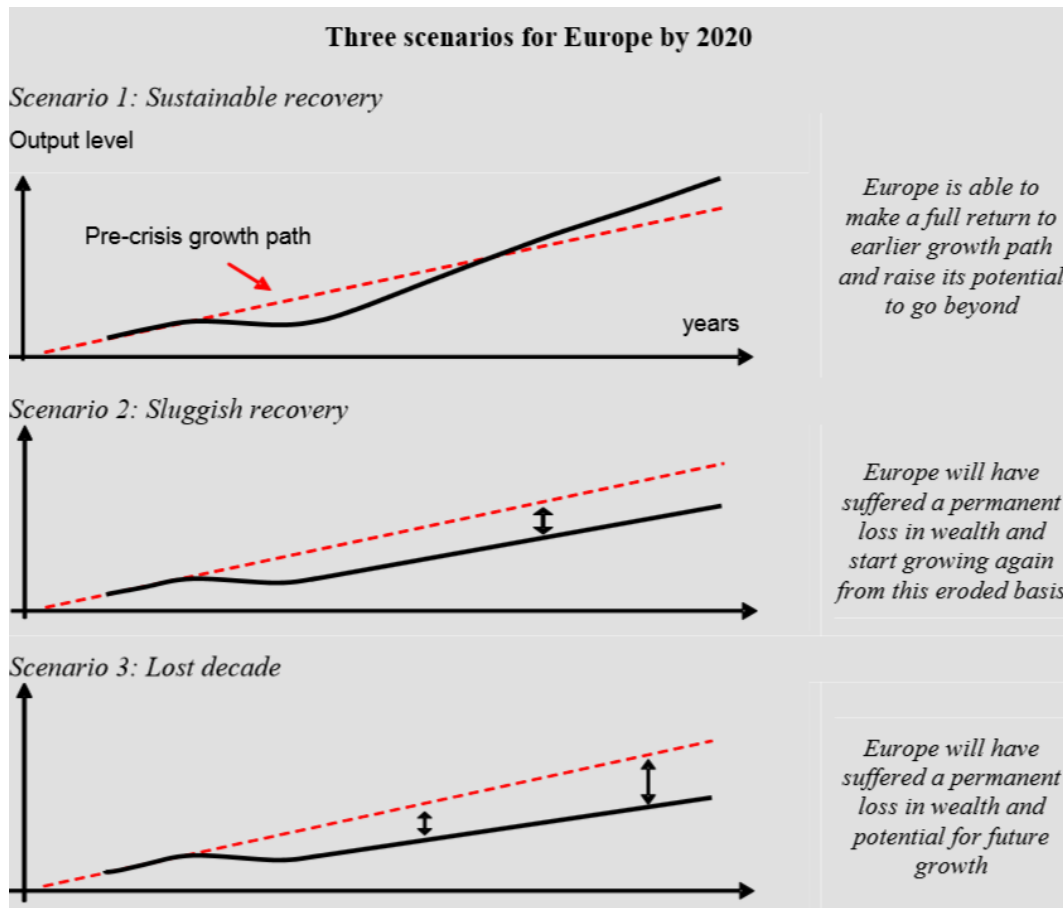
U dokumentu se navodi kako Europa mora reagirati i odlučiti hoće li se zajednički suočiti s izazovom oporavka nakon krize i dugoročnim izazovima u vidu globalizacije, pritiska na

⁵⁴ Strategija razvoja društvenog poduzetništva u Republici Hrvatskoj za razdoblje od 2015. do 2020. godine, Op. cit, str.11

⁵⁵ Vincetić, V., Babić, Z., Baturina, D. (2013). Op. cit, str. 267

resurse i starenjem kako bi povratila konkurentnost, potakla produktivnost i ostvarila održivi oporavak ili će nastaviti u sporom i nekoordiniranom ritmu s reformama.

Slika 1. Predviđeni scenariji na razini Europe do godine 2020.



Izvor: European Commission (2010). Europe 2020: A European strategy for smart, sustainable and inclusive growth, Bruxelles

Slika 1 predstavlja projekciju razvoja europskog gospodarstva od godine 2010. nadalje ovisno o prihvaćanju zaključaka i preporuka ove *Strategije*. U prvom scenariju Europi uspijeva potpuni povratak na ranije razine rasta te posjeduje potencijal da napravi i korak dalje. U drugom scenariju, zbog sporih i nekoordiniranih reformi, Europa riskira trajni gubitak bogatstva i tromi oporavak te počinje sa rastom od uništene osnove. I konačno, prema trećem scenariju, Europa je pretrpila trajan gubitak bogatstva kao i potencijal za budući rast što može dovesti do visokih stopa nezaposlenosti, socijalne bijede i relativnog pada na svjetskoj sceni. Glavna inicijativa unutar *Strategije*, nazvana *Unija inovacija*, stavlja za cilj usmjeriti fokus politike istraživanja, razvoja i inovacija na ključne izazove s kojima se naše društvo susreće kao što su klimatske

promjene, zdravlje i demografske promjene te energetska i resursna učinkovitost.⁵⁶ Teži se ka stalnoj podršci dobrotvornim organizacijama, udrugama i socijalnim poduzetnicima koji pak konstantno traže nove načine za zadovoljenje socijalnih potreba koje tržište i javni sektor ne podmiruju na zadovoljavajući način⁵⁷. 2015. Europski gospodarski i socijalni odbor izdao je Mišljenje vezano uz napredak postignut u provedbi strategije Europa 2020 kojim je ujedno predložena i revizija navedene strategije. Zaključeno je kako je globalna financijska kriza izazvala brojna ograničenja u pogledu učinkovitosti, prikladnosti i legitimnosti ciljeva strategije i njenih modela upravljanja. Mišljenje navodi kako je Europa 2015. godine bila mnogo dalje od ostvarenja ciljeva strategije Europa 2020. nego što je bila u trenutku njezine izrade i njezinog usvajanja.⁵⁸ 2019. Eurostat je objavio analizu napretka članica EU prema ciljevima sadržanima u strategiji Europa 2020. Gledajući na 2008. godinu kao baznu, zaključeno je kako je na razini Unije ostvaren značajan napredak u području zapošljavanja i edukacije, kako je bilo i planirano. S druge strane, investicije u istraživanje i razvoj daleko su od ciljane razine kao i efikasnost mjera za ublažavanje siromaštva. Mjere usvojene od zemalja članica vezano uz energetiku i klimatske promjene okarakterizirane su nekonzistentnima.⁵⁹

Socijalno poduzetništvo se naglašava i u *Aktu o jedinstvenom tržištu* objavljenom, također, od strane Europske komisije 2011. godine kao jedna od glavnih poluga u poticanju gospodarskog rasta. Slično, u nadovezujućem dokumentu *Akt o jedinstvenom tržištu II* iz 2012. socijalno poduzetništvo se ističe kao jedna od temeljnih odrednica u stvaranju jedinstvenog tržišta, postizanju uključivog rasta bez diskriminacije, odrednica koja omogućuje ostvarenje ekonomskih i društvenih ciljeva kao i teritorijalne povezanosti.⁶⁰ U ožujku 2011. osnovana je i inicijativa nazvana *Socijalne inovacije Europe* (SIE) koja za glavne ciljeve ističe: međusobno povezivanje ljudi i projekata sa ciljem razmjene iskustva i znanja, izmjene iskustava vezano uz stjecanje sredstava te traženje dostupnih izvora financiranja, razvoj i poboljšanje odnosa između vlada te javnih i privatnih institucija kao i razvoj konkretnih preporuka. Ovom inicijativom

⁵⁶ Europska komisija, (2010). Europa 2020.: Europska strategija za pametan, održiv i uključiv rast, Bruxelles

⁵⁷ Vincetić, V., Babić, Z., Baturina, D. (2013). Op. cit, str. 266

⁵⁸ Europski gospodarski i socijalni odbor: Mišljenje: Napredak postignut u provedbi strategije Europa 2020. i načini ostvarenja njezinih ciljeva do 2020. godine, dostupno na: <https://www.eesc.europa.eu/en/our-work/opinions-information-reports/opinions/eur007-progress-implementation-europe-2020-strategy>

⁵⁹ Era Portal Austria: Eurostat analyses progress towards Europe 2020 headline indicators, dostupno na: <https://era.gv.at/object/news/4959>

⁶⁰ Strategija razvoja društvenog poduzetništva u Republici Hrvatskoj za razdoblje od 2015. do 2020. godine, Op. cit, str.12

naglašena je potreba za inkorporiranjem socijalnih inovacija u socijalne politike u svrhu odgovora na rastuće socijalne potrebe.⁶¹

Osim Europske komisije veliku važnost razvoju socijalnog poduzetništva pridaje i Europski gospodarski i socijalni odbor (EGSO) u svojem mišljenju iz 2012. godine u kojem smatra socijalne poduzetnike ključnim dionicima u *Europskom socijalnom modelu* te ih je kao takve potrebno u jednakoj mjeri uključivati u inicijative za izradu javnih politika i programa namijenjenih razvoju poduzetništva kao i tradicionalne poduzetnike. Također, naglašena je potreba za omogućavanjem pristupa kvalitetnijim i različitim vrstama kapitala na tržištu, kao što su hibridni kapital ili kombinacija javnog i privatnog kapitala, te potreba za kvalitetnijim pristupom javnoj nabavi poštujući ravnopravnost svih tržišnih dionika. Razumijevanje važnosti integriranja socijalnog poduzetništva u gospodarski i socijalni razvoj Europe istaknuto je i u dokumentu *Rimske strategije* koji je donesen 2014. godine na konferenciji društvenih poduzetnika u Rimu. Ovdje su na jednom mjestu identificirana sva ključna područja vezana uz budućnost socijalne ekonomije te je utvrđen niz inicijativa socijalnog poduzetništva s utjecajem na zapošljavanje, zaštitu okoliša i ruralni i regionalni rast i razvoj. Iste godine, u Strasbourgu sastalo se više od 2000 socijalnih poduzetnika i pristaša socijalnog poduzetništva te je kao rezultat njihovog zasjedanja usvojen *Strasburška deklaracija*. Socijalna poduzeća okarakterizirana su nosiocima socijalne i gospodarske kohezije u Europi te pokretačima promjena sposobnima stvoriti inovativna rješenja za izazove kojima se susrećemo. Među ključne zaključke Deklaracije ubrajamo potrebu proširenja aktivnosti ranije spomenute Inicijative za socijalno poduzetništvo, potrebu razvoja financijskih instrumenata od strane javnih i privatnih dionika te poticanje istraživanja.

Konačno, 2013. Europska komisija je odlučila potaknuti kvalitetniji pristup financijskim instrumentima na tržištu kapitala, što smatra jednim od najvažnijih područja za razvoj sektora društvenog poduzetništva, te je uspostavljen regulatorni okvir za fondove za društvena ulaganja. Dokument pod nazivom *European Social Entrepreneurship Funds – EuSEF* usvojen je upravo s ciljem jednostavnijeg identificiranja financijskih fondova usmjerenih na ulaganja u društvene poduzetnike.⁶² Ključne odrednice dokumenta kao i fondova koje uređuje biti će dani u nastavku.

⁶¹ Vincetić, V., Babić, Z., Baturina, D. (2013). Op. cit, str. 266

⁶² Strategija razvoja društvenog poduzetništva u Republici Hrvatskoj za razdoblje od 2015. do 2020. godine, Op. cit, str. 12-13

4.3. Europski fondovi za socijalno poduzetništvo (EuSEF)

Ulagatelji u Europskoj uniji u sve većoj mjeri provode i socijalne ciljeve, a ne traže samo financijsku dobit. Stoga se u EU pojavilo tržište socijalnih ulaganja čiji su dio i investicijski fondovi usmjereni na socijalne subjekte. Takvi investicijski fondovi osim što osiguravaju financijska sredstva socijalnim subjektima pokretačima društvenih promjena, nude i inovativna rješenja za društvene probleme, uključujući rješavanje društvenih posljedica posljednje financijske krize te ispunjavanje ciljeva strategije Europa 2020. Uredba Europskog parlamenta i Vijeća o europskim fondovima za socijalno poduzetništvo usvojena je 2013. godine te je dio Inicijative za socijalno poduzetništvo. Ovom Uredbom utvrđuje se zajednički okvir pravila vezano uz uporabu oznake „EuSEF“ za kvalificirane fondove za socijalno poduzetništvo, zatim pravila vezana uz sastav imovine fondova koji djeluju pod navedenom oznakom, njihove investicijske ciljeve koji se smatraju prihvatljivima, kategorije ulagatelja koji ispunjavaju uvjete za ulaganje u razmatrane fondove te investicijski alati kojima se mogu služiti.⁶³ Dokument pod nazivom „European Social Entrepreneurship Funds – EuSEF“ koji je uslijedio usvojen je s ciljem jednostavnije identifikacije financijskih fondova čiji je primarni interes ulaganje u aktere socijalnog poduzetništva.⁶⁴

Uredba se primjenjuje na upravitelje subjekata za zajednička ulaganja koji podrazumijevaju alternativne investicijske fondove (AIF) te ispunjavaju sljedeće uvjete:

- a) fond namjerava uložiti najmanje 70% svog ukupno uplaćenog kapitala i obveze uplate kapitala na poziv u imovinu koja predstavlja kvalificirana ulaganja, odnosno ne upotrebljava više od 30% ukupno plaćenog kapitala i obveze uplate kapitala za stjecanje imovine koja se ne ubraja u kvalificirana ulaganja;
- b) poslovni nastan im je u Uniji;
- c) podliježu registraciji pri nadležnim tijelima svoje matične države članice;
- d) upravljaju imovinom kvalificiranih fondova za socijalno poduzetništvo.

Radi jasnoće i sigurnosti, Uredba propisuje kriterije prepoznavanja socijalnih subjekata kao kvalificiranih subjekata za imovinu. Socijalni subjekt je subjekt socijalnog gospodarstva čiji je glavni cilj ostvarenje socijalnog učinka, a ne isključivo postizanje dobiti za vlasnike ili

⁶³ Službeni list Europske unije (2013). Uredba (EU) Europskog parlamenta i Vijeća o europskim fondovima za socijalno poduzetništvo. Europska unija: Službeni list Europske unije, 66/13 (346)

⁶⁴ Strategija razvoja društvenog poduzetništva u Republici Hrvatskoj za razdoblje od 2015. do 2020. godine, Op. cit, str. 12

dioničare. Uključuje široki raspon subjekata različitih pravnih oblika koji pružaju socijalne usluge ili robu osjetljivim, marginaliziranim i isključenim osobama, tj. osobama u nepovoljnom položaju. To može uključivati aktivnosti vezane uz pristup stanovanju, zdravstvenu zaštitu, pomoć starijima i osobama s invaliditetom, pristup zapošljavanju i izobrazbi. Također, uključene su aktivnosti socijalne i profesionalne integracije putem pristupa zapošljavanju za osobe koje pripadaju skupini pojedinaca sa nepovoljnim položajem zbog nedostatnih kvalifikacija ili drugih socijalnih i profesionalnih problema koji su doveli do marginalizacije ili isključenosti. Uz navedeno, subjekti socijalan učinak mogu ostvariti i kroz aktivnosti usmjerene na zaštitu okoliša, primjerice sprečavanjem onečišćenja, recikliranjem ili korištenjem obnovljive energije. S obzirom da je stvaranje pozitivnih socijalnih učinaka, uz ostvarivanje dobiti za ulagatelje, ključna karakteristika investicijskih fondova usmjerenih na socijalne subjekte, od upravitelja kvalificiranog fonda za socijalno poduzetništvo se zahtijeva uspostava postupaka za mjerenje pozitivnih socijalnih učinaka koji se trebaju ostvariti ulaganjem u kvalificirane subjekte za imovinu. Socijalnim subjektom se upravlja na odgovoran i transparentan način, a posebno kroz uključivanje zaposlenika, potrošača i svih dionika pod utjecajem njegovog poslovanja.

Kvalificiranim fondom za socijalno poduzetništvo upravljao bi vanjski ili unutarnji upravitelj. Upravitelj navedenog fonda je pravna osoba čija je osnovna djelatnost upravljanje najmanje jednim kvalificiranim fondom za socijalno poduzetništvo. Kada kvalificiranim fondom za socijalno poduzetništvo upravlja unutarnji upravitelj, fond je ujedno i upravitelj te se kvalificiranom fondu za socijalno upravljanje s unutarnjim upraviteljem ne dopušta da bude vanjski upravitelj drugih subjekata za zajednička ulaganja. Upravitelje fondova za socijalno poduzetništvo trebala bi krasiti karakteristika sposobnosti privlačenja dodatnih uplata u kapital fonda tijekom njegovog životnog vijeka.

Osnovne djelatnosti kvalificiranih fondova za socijalno poduzetništvo predstavljaju primarna ulaganja kojima osiguravaju financijska sredstva socijalnim poduzećima. Takvi fondovi ne bi trebali sudjelovati u aktivnostima tzv. „bankarstva u sjeni“ niti u aktivnostima rizičnog kapitala kao što je otkup poduzeća financijskom polugom. Uporaba financijske poluge ne bi trebala biti dozvoljena kako kvalificirani fondovi za socijalno poduzetništvo ne bi doprinosili razvoju sistemskih rizika. Takvi fondovi se isključivo koncentriraju pružanje podrške kvalificiranim subjektima za imovinu.⁶⁵

⁶⁵ Uredba (EU) Europskog parlamenta i Vijeća o europskim fondovima za socijalno poduzetništvo, Op. cit

U svibnju 2018. CNMV (Spanish Securities & Exchange Commission), španjolski regulator financijskog tržišta, odobrila je rad Creas Impacto fondu, prvom fondu na području Europske unije koji zadovoljava uvjete nošenja „EuSEF“ oznake. Fond je registriran na području Španjolske i glavni mu je cilj ulaganje u kompanije koje svojim poslovanjem stvaraju pozitivne učinke na društvo i okoliš, i to u njihovoj ranoj fazi ili fazi ekspanzije. Ciljani iznos investicija ovog venture capital fonda iznosi 25 milijuna eura, a prvo ulaganje u iznosu od 16 milijuna eura izvršeno je još u lipnju 2018. godine. Prilikom osnutka, fond je predstavio plan ulaganja koji predviđa investicije između 500.000,00 i 3.000.000,00 eura u najviše 15 različitih kompanija. Kriterij ulaganja uvijek predstavlja dokazani socijalni učinak tih kompanija. Posebnu pozornost Creas Impacto fond pridavat će kompanijama usmjerenim na zdravlje i dobrobit, kao i ekološku učinkovitost te socijalne inovacije. Fond je osnovan od strane zatvorenog investicijskog fonda Creas-a s desetogodišnjim iskustvom u podršci i investicijama u poduzeća koja prioritet stavljaju na kreaciju socijalnih vrijednosti i ekološke održivosti.⁶⁶ Europski investicijski fond (EIF) podržao je osnutak fonda s investicijom u iznosu od 10 milijuna eura koja predstavlja dio Social Impact Accelerator programa (SIA) vođenog od strane Europske investicijske banke i EIF-a.⁶⁷

U sljedećoj tablici prikazani su trenutno aktivni EuSEF fondovi na području zemalja članica EU. Najviše fondova koji zadovoljavaju ovu regulativu registrirano je na području Njemačke, njih tri, a slijede Ujedinjeno Kraljevstvo, Nizozemska i Finska sa po dva fonda za socijalno poduzetništvo.

Tablica 7. Pregled „EuSEF“ fondova u EU

Naziv fonda	Zemlja registracije fonda
Big Issue Invest Outcomes Investment Fund (OIF) L.P.	Ujedinjeno Kraljevstvo
Big Issue Invest Social Enterprise Investment Fund II L.P.	Ujedinjeno Kraljevstvo
BonVenture II GmbH & Co. KG	Njemačka
BonVenture III GmbH & Co. KG	Njemačka

⁶⁶ Evpa, Creas launches to market Creas Impacto, the first “impact investment” fund under European regulation approved by CNMV, dostupno na: <https://evpa.eu.com/news/2018/creas-launches-to-market-creas-impacto-the-first-impact-investment-fund-under-european-regulation-approved-by-cnmv>

⁶⁷ European Commission, The European Investment Fund invests in Creas Impacto and Ship2B, dostupno na: https://ec.europa.eu/commission/news/european-investment-fund-invests-creas-impacto-and-ship2b-2018-nov-26_en

MRI-Pilotfonds GmbH & Co. KG	Njemačka
Coöperatieve Social Impact Ventures NL Fund II U.A.	Nizozemska
Pymwymic Impact Investing Coöperatief U.A.	Nizozemska
Creas Impacto, FESE, S.A.	Španjolska
Epiqus Kotouttaminen I Ky	Finska
Epiqus Työhyvinvointi I Ky	Finska
Huruma Fund S.C.A., SICAR-EuSEF- Huruma Fund I	Luksemburg
Phitrust Partenaires	Francuska

Izvor: izrada autora prema: ESMA, dostupno na:

https://registers.esma.europa.eu/publication/searchRegister?core=esma_registers_eusef

5. USPOREDBA ZASTUPLJENOSTI SOCIJALNOG PODUZETNIŠTVA U HRVATSKOJ I ZEMLJAMA EUROPSKE UNIJE

5.1. Usporedba regulatornog okvira

Kako je već navedeno, na razini Europske unije ne postoji jedinstveni okvir koji definira i uređuje problematiku socijalnog poduzetništva i poduzetnika te svaku zemlju karakterizira poseban regulatorni okvir unutar kojeg društvena poduzeća posluju.

Tablica 8. Usporedba regulatornog okvira društvenog poduzetništva odabranih zemalja EU

<i>Zemlja članica EU</i>	<i>Zakonodavni okvir</i>
<i>Njemačka</i>	Socijalna poduzeća funkcioniraju prema postojećem zakonodavnom okviru i nemaju posebnih zakonodavnih odredbi
<i>Francuska</i>	Zakon o društvima od javnog interesa (2001.) koji daje novu pravnu formu zadružnim društvima od javnog interesa, članstvo mora uključivati radnike i korisnike; Zakon o socijalnoj i solidarnoj ekonomiji (2014.) s ključnim naglascima na priznanje solidarne ekonomije, osnaživanje umrežavanja entiteta, pravodobno informiranje radnika
<i>Italija</i>	Zakon o socijalnim zadrugama (1991.); Zakon o društvenim poduzećima (2006.); Zakon o reformi trećeg sektora (2016.) koji se odnosi na poboljšanje pravnog statusa društvenih poduzeća
<i>Slovenija</i>	Zakon o socijalnom poduzetništvu (2011)
<i>Mađarska</i>	Zakon X o zadrugama (2006) (unutar Zakona definirane socijalne zadruge)

Izvor: izrada autora prema: European commission, (2020) A map of social enterprises and their ecosystems in Europe, Brussels i Vojvodić, I., Šimić Banović, R. (2019) Analiza socijalnog poduzetništva u Hrvatskoj s komparativnim osvrtom na regulatorni okvir, Pravni vjesnik, 35(2), str. 113-116

Na primjeru Italije vidimo postojanje zasebnog zakona vezanog uz poslovanje i osnivanje socijalnih zadruga. U Hrvatskoj je, za usporedbu, tek 2011. godine definiran koncept socijalnih zadruga i to unutar Zakona o zadrugama. Sličan primjer je i Mađarska u kojoj su 2006. definirane socijalne zadruge unutar već postojećeg Zakona o zadrugama. Naš najbliži susjed, Slovenija, od 2011. unutar zasebnog zakona definira pojam i aktivnosti socijalnog poduzetništva u toj zemlji. Zakon predviđa postojanje dvaju različitih modela socijalnog poduzetništva: modela "A" koji podrazumijeva poduzeća čija je primarna djelatnost neka od zakonom propisanih socijalnih aktivnosti i model "B" za poduzeća koja se bave aktivnostima koja nužno ne podrazumijevaju neki od socijalnih angažmana, ali aktivno zapošljavaju pripadnike marginaliziranih skupina. Sličan dvojni model postoji i u Italiji.⁶⁸

5.2. Financiranje socijalno odgovornih poduzeća u Hrvatskoj

U Republici Hrvatskoj prepoznaju se tri linije potpora za društveno poduzetništvo:

1. Državne institucije, resorna ministarstva i zaklade: raspodjeljuju sredstva iz državnog proračuna za različite programe;
2. Međunarodne organizacije: pružaju potpore u obliku bespovratnih sredstava za pokretanje društveno-poduzetničkih pothvata;
3. Akteri iz poslovnog sektora, financijske ustanove i fondovi: pružaju financijske mehanizme u vidu investiranja ili mikro kredita za društveno-poduzetničke pothvate.⁶⁹

Kao glavni izvori financiranja društvenih poduzeća u Hrvatskoj ističu se: donacije iz međunarodnih izvora, donacije iz domaćih izvora te prihodi od djelatnosti.⁷⁰ Dakle, financiranje društveno-poduzetničkih pothvata u Hrvatskoj većinom je proizašlo iz aktivnosti donora, a s obzirom na nedovoljno razvijena znanja i vještine u područjima upravljanja, financiranja i promocije društveno-poduzetničkih aktivnosti, poduzetničke potporne institucije (razvojne agencije, poduzetnički centri i CEDRA HR) imaju veliku ulogu u razvoju sektora društvenog poduzetništva.⁷¹

⁶⁸ A map of social enterprises and their eco-systems in Europe, Op. cit, str. 58

⁶⁹ Dronjak, M. (2019). Op. cit, str. 54

⁷⁰ Petričević T. (2012). Op. cit, str. 90

⁷¹ Markulin, Z. (2017). Društveno poduzetništvo na primjeru Republike Hrvatske. Diplomski rad. Pula: Sveučilište Jurja Dobrile: Fakultet ekonomije i turizma, str. 69

U Hrvatskoj su organizacije civilnog društva zapale u probleme vezane uz manjak izvora financiranja zbog odlaska velikog broja inozemnih i međunarodnih organizacija i fondova za vrijeme i nakon financijske krize. Iz navedenog razloga velika se pozornost stavila na samofinanciranje i postizanje financijske neovisnosti. Socijalna poduzeća, koja su u Hrvatskoj uglavnom osnivana kao trgovačka društva, svoje financiranje uvelike temelje na tržišnim, ekonomskim aktivnostima. Ipak, tek je mali dio takvih poduzeća koja imaju uspješno poslovanje i pokazuju da su financijski neovisna i samoodrživa. Većinom, novoosnovana socijalna poduzeća još uvijek posluju nestabilno s upitnom financijskom održivošću i nesigurnim opstankom na tržištu. Navedeno se ponajprije odnosi na novoosnovane zadruge koje nastoje povećati mogućnosti zapošljavanja marginaliziranim skupinama. Osim njih, financijsku nesigurnost osjećaju i osnivači ustanova koji pružaju određene socijalne usluge ugroženim skupinama. U Hrvatskoj se također očituje snažna ovisnost o državnoj pomoći vezna uz ideju da s obzirom da se radi o socijalnoj misiji i socijalnim ciljevima i država tu treba imati interes.⁷²

Društveni poduzetnici u svom radu suočeni su s teškoćama u vidu nedostatnih financijskih sredstava, nedovoljnog znanja kako pokrenuti, upravljati i postići održivost poslovanja te prevelike ovisnosti o donacijama i financiranju od strane javnog sektora. Nepovjerljivost ulagača i bankarskog sektora za kreditiranje i odobravanje zajmova dodatno onemogućuje razvoj ovog segmenta. Ono što je potrebno jest dodatno poduprijeti rad potpornih institucija za regionalni razvoj kao što su razvojne agencije te regionalni centri podrške i s njima povezane partnerske organizacije u županijama koje su uključene u Program regionalnog razvoja civilnoga društva i lokalnih zajednica podržan od strane Nacionalne zaklade za razvoj civilnoga društva.⁷³

⁷² Vidović, D. (2012). Op. cit, str. 241-243

⁷³ Strategija razvoja društvenog poduzetništva u Republici Hrvatskoj za razdoblje od 2015. do 2020. godine, Op. cit, str. 15-16

5.3. Financiranje socijalno odgovornih poduzeća u usporedivim zemljama Europske unije

Tablica 9. Izvori financiranja socijalno odgovornih poduzeća u odabranim zemljama

Italija	Slovenija	Austrija	Mađarska
Vlastiti prihodi od djelatnosti; sufinanciranje ili donacije od strane javnog sektora; razni financijski instrumenti; krediti	Donacije iz međunarodnih izvora; donacije iz strukturnih/kohezijskih fondova (Europski socijalni fond); donacije iz domaćih izvora; vlastiti prihodi od djelatnosti	Sufinanciranje iz domaćih izvora (Zavod za zapošljavanje, provincije/gradovi/općine, Državni ured za socijalnu skrb); donacije iz strukturnih/kohezijskih fondova (Europski socijalni fond); vlastiti prihodi od djelatnosti	Sufinanciranje iz domaćih izvora (Nacionalna zaklada za zapošljavanje); donacije iz strukturnih/kohezijskih fondova (Europski socijalni fond); vlastiti prihodi od djelatnosti

Izvor: izrada autora prema Petričević T. (2012). Zakonodavni i institucionalni okvir za razvoj društvenog poduzetništva u jugoistočnoj Europi Čakovec: CEDRA

Slično kao i u Hrvatskoj, Slovenija kao glavne izvore financiranja društvenih poduzeća navodi donacije iz međunarodnih i domaćih izvora te u manjoj mjeri prihode od vlastite djelatnosti. S druge strane kao primjer dobre prakse navodi se Italija u kojoj su najvažniji izvori financiranja društvenih poduzeća prihodi proizašli iz vlastite djelatnosti, razni financijski instrumenti i krediti te sufinanciranje ili donacije od strane javnog sektora. Krediti takvim poduzećima omogućeni su od strane saveza, konzorcija i drugih financijskih institucija čiji su članovi ili od strane razvojnih, etičkih i nacionalnih banaka čiji je najznačajniji primjer Banca Etica. Austrija i Mađarska se pri financiranju društvenih poduzeća najviše oslanjaju na sufinanciranja iz domaćih izvora, donacije iz strukturnih fondova i kohezijskog fonda te, u najmanjem iznosu, prihode od vlastitog poslovanja. Kritičari takav model smatraju dugoročno neodrživim, kako za društvena poduzeća tako i za društvenu ekonomiju u cjelini, s obzirom da sufinanciranje iz

kohezijskog i strukturnih fondova te sufinanciranje iz domaćih izvora redovito premašuju iznose financiranja iz vlastitih prihoda te im se omjer često kreće u odnosu 60% naprema 40%.⁷⁴

Glavni čimbenici koji utječu na diversifikaciju financijskih sredstva društvenih poduzeća su efikasnost zakonodavnog i institucionalnog okvira, tradicija djelovanja i dostupnost različitih izvora financiranja. Tako u zemljama u kojima ne postoji adekvatan zakonodavni i institucionalni okvir za djelatnosti društvenog poduzetništva, jedine izvore financiranja društvenih poduzeća predstavljaju donacije iz međunarodnih i domaćih izvora te prihodi od vlastite djelatnosti. Upravo u tim zemljama društvena poduzeća kao najveći problem ističu nedostatak financijskih sredstava za razvitak njihovih poduzetničkih aktivnosti.⁷⁵

5.4. Ocjena stanja i preporuke za Hrvatsku

Općenito, istraživanja na temu socijalnog poduzetništva prepoznala su nekoliko ključnih prepreka u razvoju socijalnog poduzetništva na svjetskoj razini:

- neadekvatan zakonodavni okvir za djelovanje socijalnih poduzeća;
- nepostojanje povoljnog poreznog okvira za donacije socijalnim poduzećima kao ni za djelovanje istih;
- nedovoljno razvijeno političko okruženje za javne diskusije i provedbu kampanja;
- korupcija i nezaštićeno tržište.

Govoreći o Hrvatskoj vidljive su i dodatne prepreke karakteristične za regiju jugoistočne Europe: nedostatak nacionalnih strategija i potpora, nerazvijen društveni kapital, nepostojanje tradicije socijalnog poduzetništva, izostanak poduzetničkih vještina kod društvenih lidera itd.⁷⁶

U Hrvatskim okvirima socijalno poduzetništvo je još uvijek nedovoljno prepoznato i možemo reći kako je u samim počecima svoga razvoja. Vlada Republike Hrvatske je u posljednjih 20 godina donijela određene programe i mjere s ciljem stvaranja što povoljnijeg okružja za razvoj socijalnog poduzetništva te iako je utjecaj europskih politika i pristupa konceptu socijalnog poduzetništva zamjetan, sama učinkovitost svih vladinih mjera ostaje upitna.

⁷⁴ Petričević T. (2012). Op. cit, str. 90-92

⁷⁵ Dronjak, M. (2019). Op. cit, str. 54

⁷⁶ Petričević T. (2012). Op. cit, str.94-95

Poseban problem predstavlja nepostojanje pravno-institucionalnog okvira koji bi jasno definirao i regulirao socijalno poduzetništvo u Hrvatskoj.⁷⁷ Jedini oblik socijalnog poduzetništva za kojeg postoji institucionalan i zakonodavni okvir jest zadrugarstvo putem Zakona o zadrugama.⁷⁸ Ipak zadruge su u Hrvatskoj podcijenjene iako diljem Europe pokazuju izvrsne rezultate.⁷⁹ Bitni nedostatak hrvatskog zakonodavstva jest i nepostojanje diferencijacije između organizacija s djelovanjem usmjerenim na opće dobro i drugih organizacija koje ulaze u kategoriju civilnog društva. Zbog izostanka precizne definicije općeg dobra, koje se primarno odnosi na djelovanje sa socijalnom svrhom, socijalno poduzetništvo nije u mogućnosti dobiti poseban status. Priznavanje posebnog statusa moglo bi djelovati na prepoznavanje važnosti takvih organizacija što bi pak moglo potaknuti i razvoj posebnih politika za tu svrhu.⁸⁰ Donošenje preciznog i transparentnog zakonodavnog okvira ovisi o političkoj volji u zemlji, a iz priloženog nije pogrešno zaključiti kako ona u Hrvatskoj izostaje. Takav manjak političke volje te nedovoljno razvijena svijest o važnosti socijalnog poduzetništva umanjuje želju, ali i mogućnosti mnogih pojedinaca uopće za bavljenjem ovim vidom poduzetništva. Iz tog razloga potrebno je što prije razviti pravnu regulativu što bi pomoglo i u promociji socijalnog poduzetništva.⁸¹

Zamjetan je i izostanak inozemnih financijskih potpora te se iz tog razloga potiče samofinanciranje i samo održivost. Dodatne okolnosti koje usporavaju razvoj socijalnog poduzetništva su slaba informiranost, nedovoljno razumijevanje samog pojma kao i manjak obrazovnih programa o socijalnom poduzetništvu.⁸² Akademska zajednica u Republici Hrvatskoj u posljednjih je nekoliko godina ipak prepoznala socijalno poduzetništvo kao dio sveukupnih gospodarskih i društvenih aktivnosti te su Ekonomski fakultet u Zagrebu i Osijeku, Zagrebačka škola za ekonomiju i menadžment, VERN, Pravni fakultet u Zagrebu, Agronomski fakultet u Zagrebu i Učiteljska Akademija u Zagrebu uvrstili u svoje kurikule.⁸³ Osvješćivanje javnosti o važnosti i razvojnim potencijalima koje socijalno poduzetništvo posjeduje važno je i u kontekstu maksimizacije potencijala povlačenja sredstava iz europskih fondova koji su Hrvatskoj na raspolaganju od pristupanja u Europsku uniju.⁸⁴

⁷⁷ Vidović, D. (2012). Op. cit, str.183-198

⁷⁸ Vincetić, V., Babić, Z., Baturina, D. (2013). Op. cit, str. 275

⁷⁹ Vojvodić, I., Šimić Banović, R. (2019). Op. cit, str. 129

⁸⁰ Vidović, D. (2012). Op. cit, str. 183

⁸¹ Zuanić, M. (2017). Op. cit, str. 30

⁸² Vidović, D. (2012). Op. cit, str. 197-198

⁸³ Strategija razvoja društvenog poduzetništva u Republici Hrvatskoj za razdoblje od 2015. do 2020. godine, Op. cit, str. 16

⁸⁴ Vincetić, V., Babić, Z., Baturina, D. (2013). Op. cit, str. 275

Sam koncept socijalnog poduzetništva stavlja u fokus ravnotežu između tržišta, države i zajednice, pri čemu se ne smatra poželjnom dominacija ikojeg od triju navedenih elemenata. Upravo ta činjenica predstavlja priliku za oblikovanje novih razvojnih mogućnosti kao i poboljšanja opće kvalitete života.⁸⁵

⁸⁵ Šimleša, D., Bušljeta Tonković, A., Puđak, J. (2016). Op. cit, str. 292

6. ANALIZA FONDA FEELSGOOD- PRVOG HRVATSKOG FONDA ZA ULAGANJA S DRUŠTVENIM UTJECAJEM

Feelsgood je fond rizičnog kapitala koji će podupirati start-upe i tvrtke u ranoj fazi razvoja za koje se utvrdi kako imaju mjerljivi utjecaj na društvo. Fond je u trenutku osnutka raspolagao s 30 milijuna eura, od čega s 15 milijuna eura projekt podržava Europski investicijski fond (EIF). Ulaganje je gotovo u potpunosti bilo pokriveno sredstvima iz Europskog fonda za strateška ulaganja (EFSI) koji čini okosnicu tzv. Junckerovog plana odnosno Europskog investicijskog plana. Europski investicijski fond član je skupine Europske investicijske banke čija je misija olakšanje pristupa financiranju za mikro, mala i srednja poduzeća. EIF dizajnira i razvija instrumente rizičnog kapitala, mikro financiranja i jamstva specifična za navedena poduzeća čime se potiču inovacije, istraživanja, razvoj te ujedno i zapošljavanje u Europskoj uniji. Europski investicijski plan jedan je od glavnih prioriteta Europske komisije, a usmjeren je na poticanje ulaganja s ciljem stvaranja novih radnih mjesta i rast ostvarene upotrebom pametnih izvora financiranja, uklanjanjem prepreka ulaganjima i pružanjem tehničke potpore investicijskim projektima. EFSI je služi kao zaštita od rizika koja omogućuje da Europska investicijska banka investira u više projekata s većim rizikom. Sam izvršni direktor Europskog investicijskog fonda, Uli Grabenwarter, istaknuo je kako je osnutak ovog fonda prilika da se osigura održivi razvoj hrvatskog gospodarstva i da Hrvatska bude u stanju odgovoriti na aktualne društvene i ekološke izazove.⁸⁶

Najprije je u ožujku 2019. godine Europski investicijski fond dao zeleno svjetlo projektu VC fonda, a početkom kolovoza i Hanfa je društvu Feelsgood Capital Partners odobrila rad. Konačno, u lipnju 2020. godine Hanfa je dopustila i osnutak samog VC fonda čime fond može krenuti u investicije.⁸⁷

⁸⁶ Dokonal, T. (2019). Feelsgood prvi je fond u Hrvatskoj fokusiran na društvena poduzeća, Točka Na I Media, dostupno na: <https://tockanai.hr/poduzetnik/financiranje/fond-rizicnog-kapitala-feelsgood-27267/>

⁸⁷ Ivezić, B. (2020). Prvi hrvatski VC fond može krenuti u investicije, Poslovni dnevnik, dostupno na: <https://www.poslovni.hr/hrvatska/prvi-hrvatski-vc-fond-moze-krenuti-u-investicije-4236615>

6.1. Područje interesa i ulagačka politika

Feelsgood Social Impact Investment Fund prvi je VC fond u cijelosti razvijen u Hrvatskoj. Fond i društvo za upravljanje u cijelosti su regulirani u Hrvatskoj, a ukupna vrijednost fonda u iznosu od 30 milijuna eura pokriva tržišta Hrvatske i Slovenije. Dakle, Fond će ulagati u perspektivna hrvatska i slovenska poduzeća koja posluju u sektoru financijske uključenosti i kružnog gospodarstva te u obrazovnom, poljoprivrednom i zdravstvenom sektoru.⁸⁸ Od običnih, rizičnih fondova Feelsgood se razlikuje po tome što pri odlukama o investiranju vodi računa da poduzeća- mete imaju dobar biznis te društveni utjecaj odnosno da svojim poslovanjem utječu na stvaranje pozitivnih promjena u društvenim i ekološkim izazovima.⁸⁹

Kako pravila fonda ističu riječ je o otvorenom alternativnom investicijskom fondu poduzetničkog kapitala koji se osniva u skladu sa Zakonom o alternativnim investicijskim fondovima („Narodne novine“ broj 21/18 i 126/19) i koji će ulagati u mala, srednja i mikro poduzeća koja zadovoljavaju sljedeće uvjete:

1. Njihovi poslovni modeli i strukture omogućavaju im samo održivost u pogledu pribave financijskih sredstava koja nisu na bespovratnoj osnovi;
2. U svojim osnivačkim dokumentima izričito navode svrhu postizanja društvenog učinka pružanjem poduzetničkih rješenja za društvena pitanja;
3. Društveni ciljevi definirani su unutar njihovih poslovnih planova te posjeduju odgovarajuće metrike za usmjeravanje operacija i nadzor;
4. Organizirana su na način da budu samoodrživa.

Takva poduzeća su u pravilima Fonda označena zajedničkim nazivom Društveni SME-ovi te će Fond ulagati u njih u raznim fazama njihovog razvoja, a ponajviše u početnoj fazi poslovanja.

Ciljevi ulaganja Fonda su:

- Kreiranje vrijednosti kroz rast portfeljnih društava;
- Postizanje ciljanih mjerljivih ciljeva društvenog učinka;

⁸⁸ Europska komisija, Prvi hrvatski fond s društvenim učinkom ima podršku Junckerova plana, dostupno na: https://ec.europa.eu/croatia/news/eif_makes_history_in_croatia_with_country%27s_first_social_impact_fund_worth_30_million_euros_hr

⁸⁹ Grgas, G. (2019). Feelsgood je prvi domaći fond za ulaganja s društvenim utjecajem: Milijune ulažemo u tvrtke zbog kojih će djeca zavoljeti znanost, Slobodna dalmacija, dostupno na: <https://slobodnadalmacija.hr/vijesti/biznis/feelsgood-je-prvi-domaci-fond-za-ulaganja-s-drustvenim-utjecajem-milijune-ulazemo-u-tvrtke-zbog-kojih-ce-djeca-zavoljeti-znanost-633741>

- Osigurati utjecaj na upravljanje portfeljnim društvima u svrhu ispunjenja poslovnih planova od zajedničkog interesa;
- Rasporediti rizike ulaganjem u različita portfeljna društva koja posluju na različitim tržištima, sektorima gospodarstva i tržišnim nišama.

Ulaganje će se vršiti u bilo koji od sljedećih instrumenata:

1. Vlasničke instrumente i instrumente nalik vlasničkim instrumentima izdane od strane:
 - a. Društvenog SME i koje je Fond izravno stekao od Društvenog SME-a,
 - b. Društvenog SME-a u zamjenu za vlasnički instrument izdan od strane Društvenog SME-a ili
 - c. Subjekta koji je većinski vlasnik Društvenog SME-a i kojeg je Fond stekao u zamjenu za Vlasnički instrument izdan od strane Društvenog SME-a;
2. Osigurane ili neosigurane zajmove koje Fond daje portfeljnom društvu u kojem Fond već ima ulaganja (za takve zajmove ne upotrebljava više od 20% svih kapitalnih obveza ulagatelja);
3. Poslovne udjele ili dionice Društvenog SME-a stečene od postojećih imatelja udjela ili dionica navedenog subjekta.⁹⁰

Ovaj fond je prvi hrvatski fond poduzetničkog kapitala kojim upravlja isključivo hrvatski tim, što prema riječima osnivača, ukazuje na zrelost i razvijenost lokalnog financijskog tržišta. Trenutno u Hrvatskoj djeluju tri fonda poduzetničkog kapitala, a od toga su dva osnovana uz potporu EIF-a.⁹¹

U lipnju 2020. godine najavljen je projekt partnerstva Feelsgood fonda s Terra Adraticom u cilju povrata više milijardi eura vrijednih zemljišta u produktivnu upotrebu od strane Republike Hrvatske. Terra Adriatica je procijenila kako je najmanje 10% zemljišta u Hrvatskoj ekonomski neisplativo zbog složenosti i troškova koji nastaju prilikom uspostave čistog vlasništva. Društvo Feelsgood Capital Partners pristalo je financirati troškove uspostave čistog vlasničkog stanja i prodaje zemljišta odabranih u Pilot projekt. Ideja je primjenom napredne tehnologije i inovativnih financijskih rješenja stvoriti vrijednost klijentima, ali i hrvatskom gospodarstvu jer

⁹⁰ Hanfa, Rješenje, dostupno na: <https://www.hanfa.hr/media/4689/4-feelsgood.pdf>

⁹¹ L. F. (2019). Osnovat će se prvi fond za ulaganja s društvenim učinkom u vrijednosti od 30 milijuna eura, Tportal, dostupno na: <https://www.tportal.hr/biznis/clanak/osnovat-ce-se-prvi-fond-za-ulaganja-s-drustvenim-ucinkom-u-vrijednosti-od-30-milijuna-eura-20191003>

će se otključavanjem milijardi eura vrijednosti privući investitori, potaknuti gospodarski rast i zapošljavanje, kako tvrde iz Terra Adriatice.⁹²

6.2. Ključni akti fonda

Osim ranije navedenih uvjeta koje poduzeća moraju zadovoljavati kako bi Fond uložio u njih i ciljeva ulaganja, Društvenim ugovorom o osnivanju društva FEELSGOOD CAPITAL PARTNERS d.o.o. predviđa se da Fond neće uložiti više od 10% ukupnih kapitalnih obveza svih ulagatelja u jedno portfeljno društvo. Također, Fond neće ulagati u druge investicijske fondove i subjekte za zajednička ulaganja niti u subjekte koji pripadaju skupini kreditnih institucija, finansijskih holdinga ili mješovitih holdinga.

Na razini Fonda, Društvo ne smije koristiti finansijsku polugu, odnosno niti jednu metodu kojim bi se izloženost Fonda povećala iznad razine njezinih ukupnih kapitalnih obveza svih ulagatelja.

U pravilima Fonda navodi se i kako je profil rizičnosti Fonda procijenjen kao visok. Specifično, kao visokom procijenjena je izloženost pozicijskom riziku i riziku koncentracije u odnosu na geografsko područje i sektor malih i srednjih poduzeća. S obzirom na investicijsku strategiju, i rizik tržišne likvidnosti je inherentno visok te je visokim procijenjen i kreditni rizik u odnosu na portfeljna društva.

Iz pravila Fonda proizlazi kako se Fond osniva na određeno vrijeme u trajanju od 10 godina od dana početka njegovog rada. Pravila predviđaju produljenje trajanja Fonda za najduže dva uzastopna jednogodišnja razdoblja pod uvjetom suglasnosti ulagatelja koji zajedno imaju kapitalne obveze u iznosu 75% kapitalnih obveza svih ulagatelja.

Najniža veličina Fonda, tj. ukupan novčani iznos obveza na uplatu svih ulagatelja naveden je kao iznos od 15 milijuna eura dok ciljana veličina Fonda iznosi 30 milijuna eura. Najviša veličina Fonda određena je kao 35 milijuna eura dok minimalni iznos kapitalne obveze

⁹² R. I. (2020). Terra Adriatica najavljuje partnerstvo s fondom Feelsgood Social Impact Investment Fund u cilju povrata zemljišta potencijalne vrijednosti od više milijardi eura u produktivnu upotrebu u RH, Direktno, dostupno na: <https://direktno.hr/razvoj/terra-adriatica-najavljuje-partnerstvo-s-fondom-feelsgood-social-impact-investment-fund-u-cilju-povrata-zemljista-potencijalne-vrijednosti-od-vise-mil-196075/>

ulagatelja iznosi 400.000,00 kn. Ulagatelji uplaćuju novčana sredstva u Fond u kunama ili eurima te će se i raspodjela ulagateljima također vršiti u kunama ili eurima.

Prema pravilima Fonda, ulagatelji u ovaj fond su isključivo profesionalni ulagatelji i/ili kvalificirani ulagatelji u AIF rizičnog kapitala.

Pravilima je također predviđeno da se obračunava i naplaćuje ulazna naknada, naknada za upravljanje, naknada depozitaru te drugi troškovi precizirani u prospektu Fonda.⁹³

6.3. Organizacijski ustroj

Kao što je već navedeno, Fond naglašava isključivo hrvatski upravljački tim. Jednom od osnivača 2016. godine pristupio je menadžer EIF-a zainteresiran za osnutak fonda s društvenim utjecajem na području naše regije. Uskoro je oformljen tim osnivača ovog društva, tj. tvrtke koja će upravljati fondom, sastavljen od 5 članova, koji su se 2017. javili na otvoreni natječaj EIF-a, a sama procedura odobravanja trajala je dvije godine.⁹⁴

Pravilima Fonda predviđeno je ustrojenje posebne strukture Fonda koju čine Savjetodavni odbor, Investicijski odbor i Skupština ulagatelja.⁹⁵

Tzv. *Impact panel* čine znanstvenici sa Ekonomskog instituta u Zagrebu, Sveučilišta u Dubrovniku i RIT Croatia, zatim IDEC-Poslovne škole Bled te Ekonomskog fakulteta u Zagrebu sa višegodišnjim iskustvom rada na projektima vezanim uz javni interes. Angažirani su kao savjetnici koji će pomoći razviti metriku za pomoć menadžerima da postignu zadane financijske ciljeve i isporuče investitorima mjerljivi društveni učinak.⁹⁶

⁹³ Hanfa, Rješenje, dostupno na: <https://www.hanfa.hr/media/4689/4-feelsgood.pdf>

⁹⁴ Grgas, G. (2019). Feelsgood je prvi domaći fond za ulaganja s društvenim utjecajem: Milijune ulažemo u tvrtke zbog kojih će djeca zavoljeti znanost, Slobodna dalmacija, dostupno na: <https://slobodnadalmacija.hr/vijesti/biznis/feelsgood-je-prvi-domaci-fond-za-ulaganja-s-drustvenim-utjecajem-milijune-ulazemo-u-tvrtke-zbog-kojih-ce-djeca-zavoljeti-znanost-633741>

⁹⁵ Hanfa, Rješenje, Op. cit

⁹⁶ Grgas, G. (2019). Feelsgood je prvi domaći fond za ulaganja s društvenim utjecajem: Milijune ulažemo u tvrtke zbog kojih će djeca zavoljeti znanost, Slobodna dalmacija, dostupno na: <https://slobodnadalmacija.hr/vijesti/biznis/feelsgood-je-prvi-domaci-fond-za-ulaganja-s-drustvenim-utjecajem-milijune-ulazemo-u-tvrtke-zbog-kojih-ce-djeca-zavoljeti-znanost-633741>

7. ZAKLJUČAK

Tržišni uvjeti u svim zemljama svijeta postaju sve kompleksniji i izazovniji. Kao jedan od odgovora javlja se fenomen socijalnog poduzetništva kao sredstva za rješavanje društvenih problema i transformaciju društva u cjelini. Iako ne postoji jedinstvena definicija i jedinstveni regulacija u svijetu, već svaka zemlja prilagođava pojam vlastitim uvjetima, u svim pristupima socijalnom poduzetništvu ističe se kako je primarna ideja ovakvog djelovanja usmjerenost prema neodgovorenim potrebama u socijalnoj sferi te postizanje općeg dobra i blagostanja.

Kao temeljna prepreka razvitku sektora socijalnog poduzetništva na području Republike Hrvatske ističe se neadekvatan zakonodavni okvir. Naznake socijalnog poduzetništva vidimo tek u definiranju socijalnih zadruga unutar Zakona o zadrugama koje su u Hrvatskoj, pak, izrazito podcijenjene usprkos potencijalu kojeg pokazuju u razvijenim zemljama svijeta. Nadalje, kao nedostatak ističe se i manjak političke volje za aktualizacijom ove problematike. Pozitivni pomak predstavlja usvajanje Strategije razvoja društvenog poduzetništva u Republici Hrvatskoj za razdoblje od 2015. do 2020. od strane Vlade Republike Hrvatske čiji je cilj uspostava poticajnog okružja za promociju i razvoj društvenog poduzetništva u našoj zemlji. Ipak, uspješnost implementacije Strategije ostaje upitna. Također, u Hrvatskoj je potrebno povećati edukaciju o prednostima socijalnog poduzetništva te poboljšati i diversificirati pristup financijskim sredstvima akterima socijalnog poduzetništva, koji u Hrvatskoj prije svega ovise o donacijama i vlastitim prihodima.

U posljednjih dvadesetak godina na razini Europske unije intenziviran je angažman oko stvaranja poticajnog okružja za razvoj socijalnog poduzetništva. U tu svrhu usvojene se brojne uredbe i direktive. Jedna od njih je i Uredba Europskog parlamenta i Vijeća o europskim fondovima za socijalno poduzetništvo kojom se utvrđuje zajednički okvir pravila vezano uz uporabu oznake „EuSEF“ za kvalificirane fondove za socijalno poduzetništvo s ciljem jednostavnije identifikacije financijskih fondova usmjerenih na ulaganje u socijalne poduzetnike.

U lipnju 2020. Hanfa je dopustila osnutak fonda Feelsgood Capital Partners, prvog hrvatskog fonda za ulaganja s društvenim učinkom. Fond namjerava ulagati u start-upe i poduzeća u ranoj fazi za koje procjene da imaju mjerljivi društveni učinak. Iako ovaj venture capital fond sam po sebi ne zadovoljava uvjete korištenje oznake „EuSEF“, njegovo osnivanje korak je u pravome

smjeru za razvitak socijalnog poduzetništva u Hrvatskoj. Prvi projekt već je najavljen, a hoće li fond uspjeti u svojim ciljevima usprkos svim hrvatskim ograničenjima pokazat će vrijeme.

Primjeri brojnih zemalja svijeta, pogotovo slabije razvijenih, pokazuju pozitivan učinak koji socijalno poduzetništvo može ostaviti u društvu i gospodarstvu u cjelini. Hrvatska bi mogla i trebala iskoristiti prednosti proizašle iz članstva u Europskoj uniji i pristupa fondovima Unije za stvaranje poticajnog okruženja za razvoj socijalnog poduzetništva.

LITERATURA

1. Dokonal, T. (2019). *Feelsgood prvi je fond u Hrvatskoj fokusiran na društvena poduzeća*, Točka Na I Media, dostupno na: <https://tockanai.hr/poduzetnik/financiranje/fond-rizicnog-kapitala-feelsgood-27267/>
2. Dronjak, M. (2019). Utjecaj odrednica poslovanja na rast društvenih poduzeća. Doktorski rad. Zagreb: Ekonomski fakultet
3. Era Portal Austria: *Eurostat analyses progress towards Europe 2020 headline indicators*, dostupno na: <https://era.gv.at/object/news/4959>
4. ESMA, dostupno na: https://registers.esma.europa.eu/publication/searchRegister?core=esma_registers_eusef
5. European Commission, *The European Investment Fund invests in Creas Impacto and Ship2B*, dostupno na: https://ec.europa.eu/commission/news/european-investment-fund-invests-creas-impacto-and-ship2b-2018-nov-26_en
6. European commission, (2020). *A map of social enterprises and their eco-systems in Europe*, Brussels
7. Europska komisija, (2010). *Europa 2020.: Europska strategija za pametan, održiv i uključiv rast*, Bruxelles
8. Europska komisija, *Prvi hrvatski fond s društvenim učinkom ima podršku Junckerova plana*, dostupno na: https://ec.europa.eu/croatia/news/eif_makes_history_in_croatia_with_country%27s_first_social_impact_fund_worth_30_million_euros_hr
9. Europski gospodarski i socijalni odbor: *Mišljenje: Napredak postignut u provedbi strategije Europa 2020. i načini ostvarenja njezinih ciljeva do 2020. godine*, dostupno na: <https://www.eesc.europa.eu/en/our-work/opinions-information-reports/opinions/eur007-progress-implementation-europe-2020-strategy>
10. Evpa, *Creas launches to market Creas Impacto, the first "impact investment" fund under European regulation approved by CNMV*, dostupno na: <https://evpa.eu.com/news/2018/creas-launches-to-market-creas-impacto-the-first-impact-investment-fund-under-european-regulation-approved-by-cnmv>
11. Feelsgood Capital Partners, dostupno na: <https://www.feelsgoodcapital.com/>

12. Grgas, G. (2019). *Feelsgood je prvi domaći fond za ulaganja s društvenim utjecajem: Milijune ulažemo u tvrtke zbog kojih će djeca zavoljeti znanost*, Slobodna dalmacija, dostupno na: <https://slobodnadalmacija.hr/vijesti/biznis/feelsgood-je-prvi-domaci-fond-za-ulaganja-s-drustvenim-utjecajem-milijune-ulazemo-u-tvrtke-zbog-kojih-ce-djeca-zavoljeti-znanost-633741>
13. Hanfa, *Rješenje*, dostupno na: <https://www.hanfa.hr/media/4689/4-feelsgood.pdf>
14. Hellsten, S., Mallin, C. (2006). Are 'Ethical' or 'Socially Responsible' Investments Socially Responsible?, *Journal of Business Ethics*, 66. str. 393–406
15. Hemerijck, A. (2017). Taking social investment seriously in developed economies, *Reframing global social policy: Social investment for sustainable and inclusive growth*, Bristol: Bristol University Press; Policy Press, str. 45-74
16. Hrvatski centar za zadružno poduzetništvo: *Poslovanje zadruge u 2015. godini*, dostupno na: http://digarhiv.gov.hr/webpac-hidra-pprh/?f=SubjectIndexHR&last_PAGER_offset=0&v=zadruge%20001278&show_full=1&rm=results&path=hidra-sdrh%2343152
17. Ivaniš, M. (2018). *Društveno poduzetništvo: Poluga društava blagostanja*. Opatija: Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu Sveučilišta u Rijeci
18. Ivezić, B. (2020). *Prvi hrvatski VC fond može krenuti u investicije*, Poslovni dnevnik, dostupno na: <https://www.poslovni.hr/hrvatska/prvi-hrvatski-vc-fond-moze-krenuti-u-investicije-4236615>
19. Kolaković, M., Turuk, M., Turčić, I. (2018). Social Entrepreneurship: Strategic Development in Croatia, *Zagreb International Review of Economics & Business*, 21(2), str. 129-143.
20. L. F. (2019). *Osnovat će se prvi fond za ulaganja s društvenim učinkom u vrijednosti od 30 milijuna eura*, tportal, dostupno na: <https://www.tportal.hr/biznis/clanak/osnovat-ce-se-prvi-fond-za-ulaganja-s-drustvenim-ucinkom-u-vrijednosti-od-30-milijuna-eura-20191003>
21. Lupšić D. (2012). Mogući pravni oblici djelovanja društvenih poduzeća u Republici Hrvatskoj, *Poduzetništvo u službi zajednice, Zbornik tekstova o društvenom poduzetništvu*, Zagreb: Nacionalna zaklada za razvoj civilnoga društva, str. 29-37
22. Lupšić D. (2012). Zakonodavni okvir za razvoj društvene ekonomije i društvenog poduzetništva u Republici Hrvatskoj, *Poduzetništvo u službi zajednice, Zbornik tekstova*

- o društvenom poduzetništvu*, Zagreb: Nacionalna zaklada za razvoj civilnoga društva, str. 27-28
23. Marković, L., Baturina D., Babić, Z. (2017). Socijalna poduzeća za radnu integraciju (WISE) u postsocijalističkim zemljama, *Hrvatska revija za rehabilitacijska istraživanja*, 53(1), str. 139-158
24. Markulin, Z. (2017). *Društveno poduzetništvo na primjeru Republike Hrvatske*. Diplomski rad. Pula: Sveučilište Jurja Dobrile: Fakultet ekonomije i turizma
25. Martin, R. L., Osberg, S. (2009). *Socijalno poduzetništvo*. Čakovec: Autonomni centar- ACT
26. Medić M. (2012). Ljudi, planet, dobit, *Poduzetništvo u službi zajednice, Zbornik tekstova o društvenom poduzetništvu*. Zagreb: Nacionalna zaklada za razvoj civilnoga društva, str. 53-56
27. Narodne novine (2011). *Zakon o trgovačkim društvima*. Zagreb: Narodne novine d.d., 152/11, 111/12, 68/2013, 110/15, 40/19
28. Narodne novine (2011). *Zakon o zadrugama*. Zagreb: Narodne novine d.d., 34/11, 125/13, 76/14, 114/18, 98/19
29. Narodne novine (2013). *Zakon o obrtu*. Zagreb: Narodne novine d.d., 143/13, 127/19, 41/20
30. Narodne novine (2014). *Zakon o udrugama*. Zagreb: Narodne novine d.d., 74/14, 70/17, 98/19
31. Petričević T. (2012). O društvenoj ekonomiji i društvenom poduzetništvu, *Poduzetništvo u službi zajednice, Zbornik tekstova o društvenom poduzetništvu*, Zagreb: Nacionalna zaklada za razvoj civilnoga društva, str. 11-20
32. Petričević T. (2012). *Zakonodavni i institucionalni okvir za razvoj društvenog poduzetništva u jugoistočnoj Europi* Čakovec: CEDRA
33. R. I. (2020). *Terra Adriatica najavljuje partnerstvo s fondom Feelsgood Social Impact Investment Fund u cilju povrata zemljišta potencijalne vrijednosti od više milijardi eura u produktivnu upotrebu u RH*, Direktno, dostupno na: <https://direktno.hr/razvoj/terra-adriatica-najavljuje-partnerstvo-s-fondom-feelsgood-social-impact-investment-fund-u-cilju-povrata-zemljista-potencijalne-vrijednosti-od-vise-mil-196075/>

34. Renneboog, L., Ter Horst, J., Zhang, C. (2008). Socially responsible investments: Institutional aspects, performance, and investor behavior, *Journal of Banking & Finance*, 32, str. 1723- 1742
35. Službeni list Europske unije (2013). *Uredba (EU) Europskog parlamenta i Vijeća o europskim fondovima za socijalno poduzetništvo*. Europska unija: Službeni list Europske unije, 66/13 (346)
36. Strategija razvoja društvenog poduzetništva u Republici Hrvatskoj za razdoblje od 2015. do 2020. godine, Zagreb: 2015, dostupno na: <http://www.esf.hr/wordpress/wp-content/uploads/2015/02/Strategija-razvoja-dru%C5%A1tvenog-poduzetni%C5%A1tva-u-RH-za-razdoblje-2015-2020.pdf>
37. Šimleša, D., Bušljeta Tonković, A., Puđak, J. (2016). Društveno poduzetništvo u Hrvatskoj: od prepoznavanja do primjene, *Revija za sociologiju*, 46(3), str. 271–295
38. Škrtić, M., Mikić, M. (2011). *Poduzetništvo* Zagreb: Sinergija
39. Vidović, D. (2012). *Društveno poduzetništvo u Hrvatskoj*. Doktorska disertacija. Zagreb: Filozofski fakultet
40. Vincetić, V., Babić, Z., Baturina, D. (2013). Definiranje područja i potencijal razvoja socijalnog poduzetništva Hrvatske u komparativnom kontekstu, *Ekonomski pregled*, 64(3), str. 256-278
41. Vojvodić, I., Šimić Banović, R. (2019). Analiza socijalnog poduzetništva u Hrvatskoj s komparativnim osvrtom na regulatorni okvir, *Pravni vjesnik*, 35(2), str. 105-134
42. Zuanić, M. (2017). *Socijalno poduzetništvo u Republici Hrvatskoj*. Završni rad. Split: Ekonomski fakultet

POPIS TABLICA

Tablica 1. Tipovi socijalnog poduzetništva.....	4
Tablica 2. Temeljne razlike između društvenih i tradicionalnih poduzetnika	6
Tablica 3. Pregled zadružnog sektora u Hrvatskoj.....	23
Tablica 4. Prikaz osnivačkih uvjeta zadruga, d.o.o.-a i d.d.-a.....	24
Tablica 5. Pregled financiranja.....	28
Tablica 6. Usporedni prikaz odabranih zemalja EU.....	31
Tablica 7. Pregled „EuSEF“ fondova u EU	39
Tablica 8. Usporedba regulatornog okvira društvenog poduzetništva odabranih zemalja EU	41
Tablica 9. Izvori financiranja socijalno odgovornih poduzeća u odabranim zemljama.....	44

POPIS GRAFIKONA

Grafikon 1. Hijerarhijske razine društveno odgovornog poslovanja	8
------------------------------------------------------------------------	---

POPIS SLIKA

Slika 1. Predviđeni scenariji na razini Europe do godine 2020.....	34
--------------------------------------------------------------------	----

ŽIVOTOPIS STUDENTA

Ime i prezime: Antonija Piljek

Adresa: K. Š. Đalskog 64
10290 Zaprešić

apiljek@net.efzg.hr

00385 91 134 6136

RADNO ISKUSTVO

Zagrebačka banka d.d. tra 2019 – danas

Proizvodi financiranja

- Priprema i izrada dokumentacije za klijente sa svrhom podizanja tužbenih

zahtjeva protiv banke

- izrada financijskih izračuna i elaborata za Pravne poslove i odvjetnike za sudske sporove u tijeku

OBRAZOVANJE

Sveučilište u Zagrebu, Ekonomski fakultet ruj 2015 – danas

Integrirani preddiplomski i diplomski sveučilišni studij

Poslovna ekonomija – smjer Financije

Srednja škola ban Josip Jelačić, Zaprešić ruj 2011 – svi 2015

Smjer: Opća gimnazija

OSTALE VJEŠTINE

Strani jezici engleski (izvrsno u govoru i pismu)
 njemački (izvrsno u govoru i pismu)

Vozačka dozvola B kategorija

MS Office odlično poznavanje

MS Navision sustav osnovno poznavanje

OSOBI NE I INTERESI

Osobine komunikativnost, ljubaznost, timski rad, temeljitost, brzo učenje i prilagođavanje

Interesi financije