

Značaj društvenoga poduzetništva u lakšem pristupu zapošljavanja i većoj socijalnoj uključenosti hrvatskih branitelja

Alen Halilović¹

Rad pruža uvid u rezultate istraživanja o upućenosti hrvatskih branitelja i osoba bliskih istima u temu društvenog poduzetništva te prijedlog smjernica u razvoju javnih politika na temu društvenog poduzetništva i ciljane skupine hrvatskih branitelja. Istražuje se pojam društveno poduzetništvo kao oblik poduzetništva kojem nije cilj maksimiziranje profita nego kombiniranje postojećih resursa iz zajednice s ciljem stvaranja ekonomske i društvene vrijednosti, uravnotežujući tako socijalne i ekonomske ciljeve. Cilj je rada dodatno promicati društveno poduzetništvo i njegov potencijal u području lakšeg pristupa zapošljavanja i većoj socijalnoj uključenosti hrvatskih branitelja te produbiti konstruktivne rasprave o unaprjeđivanju javnih politika u navedenom području.

Ključne riječi: hrvatski branitelji, društveno poduzetništvo, javne politike, socijalna ekonomija, društveni poduzetnik.

1. Uvod

Društveno poduzetništvo je prije svega inovativan i kreativan poduzetnički model koji pokreće stvaranje ekonomske i društvene vrijednosti koje zadovoljavaju potrebe i nude priliku za zapošljavanje teško zapošljivih i marginaliziranih društvenih kategorija.

¹ Alen Halilović, mag. oec., Zbor udruga veterana hrvatskih gardijskih postrojbi, Avenija Dubrava 220, 10040 Zagreb, Hrvatska. E-pošta: zuvhgp@gmail.com. Rad je nastao u okviru projekta *Analiza društvenih faktora koji utječu na kvalitetu života braniteljske populacije – smjernice za budućnost* (UP.04.2.1.06.004) koji je sufinanciran sredstvima Europske unije iz Europskoga socijalnog fonda na poziv *Tematske mreže za društveno ekonomski razvoj te promicanje socijalnog dijaloga u kontekstu unaprjeđivanja uvjeta rada*.

Iako u Republici Hrvatskoj postoji tradicija zadrugarstva koja je stara više od 150 godina, još uvijek ne možemo govoriti o visokoj razvijenosti društvenoga poduzetništva. Zapravo, većina primjera dobrih praksi u području razvoja društvenoga poduzetništva, društvenih inovacija i općenito primjenu društveno poduzetničkih načela u svom svakodnevnom poslovanju dolazi iz organizacija civilnog društva koje su kroz raznim metodama (društveno poduzetničke inicijative, otvaranje posebne pravne osobe koja je vlasništvu organizacije civilnog društva i sl...) pokazale koji doprinos stvaraju društveni poduzetnici u području zadovoljavanja ekonomskih, društvenih i okolišnih ciljeva.

Budući da trenutno većina društveno poduzetničkih inicijativa dolazi iz organizacija civilnog društva, društveni poduzetnici suočavaju se s istim problemima kao i većina organizacija civilnog društva u Hrvatskoj: nedostatak financijskih sredstava, ovisnost o donacijama i financiranju javnog sektora, nedostatak poduzetničkih vještina i znanja i to posebno u području financijskog upravljanja, strateškog planiranja, poslovnoj organizaciji i razvoju poslovanja.

Braniteljske zadruge i udruge prepoznate su kao jedne od ključnih organizacija koje mogu aktivno doprinijeti razvoju društvenih inovacija koje će izravno utjecati na zapošljavanje ranjivih skupina u koje spadaju hrvatski branitelji i stradalnici Domovinskog rata.

U radu će se predstaviti pojam društvenog poduzetnika i kriteriji prepoznavanja društvenih poduzetnika koji su definirani u sklopu Strategije razvoja društvenoga poduzetništva 2015. – 2020. Također će se predstaviti anketno istraživanje o upućenosti hrvatskih branitelja i osoba bliskih istima u temu društvenog poduzetništva koje se provelo u sklopu projekta *Analiza društvenih faktora* koji utječu na kvalitetu života braniteljske populacije – smjernice za budućnost čiji je nositelj Zbor udruga veterana hrvatskih gardijskih postrojbi (ZUV – HGP).

Na kraju rada predstaviti će se prijedlog smjernica u razvoju javnih politika s naglaskom na unaprjeđenje zakonodavnog okvira, međusektorske suradnje i unaprjeđenje vještina i razine informiranosti o društvenom poduzetništvu zbog lakšeg pristupa zapošljavanju i većoj socijalnoj uključenosti hrvatskih branitelja i stradalnika Domovinskoga rata te članova njihovih obitelji.

2. Društveno poduzetništvo

Jedan od izazova u primjeni društvenoga poduzetništva jest i sama definicija pojma. Naime, stručnjaci različito definiraju pojam društveno poduzetništvo, što dovodi do problema prilikom razumijevanja same uloge društvenih poduzetnika u lokalnoj zajednici. Društveno poduzetništvo predstavlja fenomen određene specifične poduzetničke aktivnosti koja je sukladna kriterijima koji ga određuju. Osoba koja se bavi društvenim poduzetništvom naziva se društveni poduzetnik, a ona predstavlja nositelja aktivnosti tog društvenog i poduzetničkog pothvata. Takav društveni i poduzetnički pothvat definira se kao društveno poduzeće koje predstavlja pravno organizacijski oblik kroz koji se obavlja poduzetnička i društvena djelatnost.

Scwab Foundation prepoznaje da se kod društvenog poduzetništva radi o primjeni praktičnih, inovativnih, održivih pristupa s ciljem razvoja društva, s naglaskom na ljude koji su marginalizirani i siromašni (Petričević, 2012).

Definicija međunarodne neprofitne organizacije NESsT (*Non-profit Enterprise and Self Sustainability Team*) glasi: „Društveno poduzeće označava pomno planiranu poduzetničku aktivnost kreiranu na način da pronađe inovativna i održiva rješenja socijalnih problema. Društvena poduzeća mogu biti neprofitne organizacije koje koriste poslovne modele kako bi zadovoljile svoju primarnu misiju. Također to mogu biti i konvencionalna poduzeća kojima je cilj postići znatan društveni učinak koji pak prelazi granice njihovih ustaljenih poslovnih ciljeva vezanih za akumulaciju dobiti. Cilj je tih poduzeća postizanje dvojakog rezultata, što zapravo označava usklađenost poslovnih i društvenih ciljeva te održavanje ravnoteže među njima“ (Šimleša i sur., 2016: 275).

Društveno poduzetništvo možemo definirati kao proces u kojem građani koristeći poduzetničke metode i sredstva grade ili transformiraju postojeće strukture kako bi pronašli rješenja društvenih problema kao što su siromaštvo, isključenost, nepismenost, kršenje ljudskih prava, uništavanje okoliša i korupcija, a sve u svrhu poboljšanja kvalitete života svih slojeva stanovništva (Training o osnovama socijalnog poduzetništva, 2012).

Društveno poduzetništvo možemo odrediti kao aktivnu djelatnost usmjerenu na adresiranje socijalnih potreba i opće dobrobiti na poduzetnički način, kroz primjenu ekonomskih aktivnosti i preuzimajući rizik, pri čemu kreira socijalnu inovaciju, kombinirajući postojeće resurse iz zajednice na novi način, čime, osim ekonomskih, generira i društvene vrijednosti, uravnotežujući tako socijalne i ekonomske ciljeve (Vidović, 2012).

Strategija razvoja društvenog poduzetništva 2015. – 2020. predstavlja konkretan iskorak u procesu unapređenja društvenog poduzetništva u Hrvatskoj. Strategijom društveno poduzetništvo definira se kao poslovanje temeljeno na načelima društvene, okolišne i ekonomske održivosti, kod kojeg se stvorena dobit/višak prihoda u cijelosti ili većim dijelom ulaže za dobrobit zajednice. Navedenom definicijom pokušale su se naglasiti temeljne odrednice društvenog poduzetništva koje se odnose na ispunjavanje društvenih ciljeva i ulaganje dobiti od društveno poduzetničkih aktivnosti u daljnje ostvarenje svoje društvene misije (Strategija razvoja društvenog poduzetništva u Republici Hrvatskoj za razdoblje od 2015. do 2020. godine, 2015).

Iako su u sklopu Strategije razvoja društvenog poduzetništva 2015. – 2020. definirane konkretne mjere i aktivnosti, kao i financijska alokacija za primjenu istih, odrađene su minimalne aktivnosti u provedbi same strategije. Glavni model financiranja društvenih poduzetnika i njihovih inicijativa i dalje ostaju prijave projektnih prijedloga na Pozive za dostavu projektnih prijedloga u sklopu Europskog socijalnog fonda te specifičnih natječaja na nacionalnoj razini.

Jedna od ključnih prednosti Strategije razvoja društvenog poduzetništva 2015. – 2020. jest u tome što je definirala kriterije prepoznavanja društvenih poduzetnika:

- Društveni poduzetnik ostvaruje ravnotežu društvenih, okolišnih i ekonomskih ciljeva poslovanja
- Društveni poduzetnik obavlja djelatnost proizvodnje i prometa roba, pružanja usluga ili obavlja umjetničku djelatnost kojom se ostvaruje prihod na tržištu, te koja ima povoljan utjecaj na okoliš, doprinosi unapređenju razvoja lokalne zajednice i društva u cjelini
- Društveni poduzetnik stvara novu vrijednost i osigurava financijsku održivost na način da u trogodišnjem razdoblju poslovanja najmanje 25% godišnjeg prihoda planira ostvariti ili ostvaruje obavljanjem svoje poduzetničke djelatnosti
- Društveni poduzetnik najmanje 75% godišnje dobiti, odnosno višak prihoda ostvaren obavljanjem svoje djelatnosti ulaže u ostvarivanje i razvoj ciljeva poslovanja, odnosno djelovanja
- Društvenog poduzetnika odlikuje dobrovoljno i otvoreno članstvo te autonomija poslovanja, odnosno djelovanja

- Republika Hrvatska, jedinica lokalne i područne (regionalne) samouprave ili tijelo javne vlasti ne može biti isključivi osnivač društvenog poduzetnika
- Društvenog poduzetnika odlikuju demokratski način odlučivanja (uključenost dionika u transparentno i odgovorno upravljanje), odnosno odlučivanje nije isključivo vezano uz vlasničke udjele ili članske uloge već obuhvaća ključne dionike: radnike, članove, korisnike ili potrošače te suradničke organizacije
- Društveni poduzetnik prati i vrednuje svoje društvene, ekonomske i okolišne učinke i utjecaj te rezultate vrednovanja koristi u planiranju svog daljnjeg poslovanja i vodi računa o njihovu poboljšanju
- Društveni poduzetnik u slučaju kada prestaje obavljati djelatnost, svojim općim aktima ima definiranu obvezu svoju preostalu imovinu, nakon pokrića obveza prema vjerovnicima i pokrića gubitka iz prethodnog razdoblja, prenijeti u vlasništvo drugog društvenog poduzetnika s istim ili sličnim ciljevima poslovanja, ili u vlasništvo jedinice lokalne i područne (regionalne) samouprave koja će je upotrijebiti za razvoj društvenog poduzetništva

Strategijom je također predviđeno da će ispunjavanje svih navedenih kriterija društveni poduzetnik dokazivati svojim aktima osnivanja i poslovanja, koje će biti potrebno podnijeti prilikom podnošenja zahtjeva za upis u Evidenciju društvenih poduzetnika. U skladu s prethodno navedenim kriterijima, društveni poduzetnik bit će svaka pravna ili fizička osoba koja će kontinuirano obavljati registriranu gospodarsku djelatnost i svojim trogodišnjim strateškim/poslovnim planom, godišnjim programom rada ili, ako bude poslovala dulje od tri godine, dotadašnjim rezultatima moći dokazati da djeluje u skladu s kriterijima za prepoznavanje društvenih poduzetnika. Ako smatra da udovoljava svim prethodno navedenim kriterijima, pravna ili fizička osoba moći će podnijeti zahtjev za upis u Evidenciju društvenih poduzetnika. Tek prema operativnoj uspostavi Evidencije društvenih poduzetnika, ista će služiti kao temelj za prijavljivanje na posebne natječaje i ostvarenje poticaja koji su namijenjeni društvenim poduzetnicima.

Neovisno što u Hrvatskoj Strategija razvoja društvenog poduzetništva u Republici Hrvatskoj postoji duže od 7 godina, još uvijek nije pokrenuta Evidencija društvenih poduzetnika i nije moguće službeno steći status društvenog poduzetništva. Međutim neovisno se predlaže da svaka fizička ili pravna osoba koja želi djelovati prema društveno poduzetničkim načelima i tako se promovirati

u javnosti treba zadovoljiti određene kriterije prepoznavanja koji su definirani predmetnom Strategijom i dokazati ih svojim aktima osnivanja i poslovanja.

Proces izrade nove Strategije razvoja društvenog poduzetništva 2015. – 2020. još nije pokrenut tako da je usvajanje iste u dalekoj budućnosti što otežava razvoj društvenog poduzetništva i izrade strategije za ostvarivanje poticaja. S obzirom na to da ne postoji zakonodavni okvir teško je očekivati da postoji i institucionalni okvir. U zadnjih nekoliko godina organizacije civilnog društva preuzele su ulogu stvaranja poticajnog okruženja za nove društvene poduzetnike i njihove društvene inovacije.

Dosadašnja praksa pokazala je kako primjena načela društvenog poduzetništva pridonose dugoročnom poslovnom uspjehu organizacija koje ga primjenjuju iz sljedećih razloga (Petričević, 2012):

- privlače nove klijente i pomažu povećanju lojalnosti;
- postalo je jasno da kupci, osobito oni na višim razinama društveno-ekonomskog spektra, sve više žele kupovati proizvode/usluge koje im daju „osjećaj da su učinili nešto dobro“;
- osiguravaju da proizvodi/usluge imaju dodanu vrijednost za razliku od konkurencije, zbog čega mogu naplatiti višu cijenu i postići veću profitnu maržu;
- sprječavaju loš publicitet i mogući bojkot potrošača; pomažu privući i zadržati kvalitetne zaposlenike;
- nedavna istraživanja upućuju na to da ljudi više vole raditi u društveno odgovornim organizacijama i društvenim poduzećima;
- ponekad doprinose smanjenju troškova, npr. smanjenjem ulaznih resursa, smanjenjem količine proizvedenog otpada;
- olakšavaju pristup kapitalu i resursima;
- poboljšavaju odnose s lokalnom zajednicom i dr.

Upravo zbog navedenih razloga nužno je da tijela nacionalne, regionalne i lokalne vlasti pruže konkretnu podršku inicijativama u području društvenog poduzetništva koje aktivno rade s ciljanom skupinom hrvatskih branitelja i stradalnika Domovinskoga rata te članova njihovih obitelji. Prilikom definiranja javnih politika potrebno je provesti detaljna istraživanja o potrebama ciljane skupine te provesti aktivnosti međusektorske suradnje i dijaloga s ciljem odabira optimalnog pristupa koji je usklađen s potrebama na terenu, ali i realnim mogućnostima tijela javne vlasti za provedbu istih.

3. Rezultati istraživanja o upućenosti hrvatskih branitelja i osoba bliskih istima u temu društvenoga poduzetništva

U sklopu projekta Analiza društvenih faktora koji utječu na kvalitetu života braniteljske populacije – smjernice za budućnost čiji je nositelj Zbor udruga veterana hrvatskih gardijskih postrojbi (ZUV – HGP), provedeno je anketno istraživanje o upućenosti hrvatskih branitelja i osoba bliskih istima u temu društvenog poduzetništva. Projekt je sufinanciran sredstvima iz EU-fondova.

Predviđeno vrijeme za ispunjavanje upitnika bilo je oko 10 minuta, a sudjelovanje u upitniku bilo je u potpunosti dobrovoljno i anonimno. Istraživanje je provedeno tijekom mjeseca svibnja 2021., na ukupno realiziranom uzorku od 300 ispitanika.

Kao istraživačka metoda koristilo se empirijsko, odnosno kvantitativno istraživanje. Anketni upitnik sastavljen je uglavnom pomoću pitanja zatvorenog tipa koji ispitanicima pružaju moguće odgovore, a sadrže Likertovu numeričku ljestvicu. Istraživanje je provedeno putem <https://docs.google.com>, odnosno putem online ankete, a svi podatci ukomponirani su u *Excel* za potrebe provođenja statističke analize. Prvi dio upitnika čine pitanja o socio-demografskim obilježjima ispitanika i to starosna dob, stupanj školovanja te radni status, dok se drugi dio sastoji od tvrdnji koje dopuštaju objektivnu analizu o poznavanju termina društvenog poduzetništva. Dobiveni rezultati analizirani su pomoću deskriptivne statistike.

Udio ispitanika prema spolu iznosi 52% na strani žena i 48% na strani muškaraca što je u potpunosti u skladu sa spolnom strukturom populacije Republike Hrvatske (prema Procjenama stanovništva Državnog zavoda za statistiku za 2020. g.). U anketi su sudjelovali punoljetni pojedinci, njih 52% u dobi do 40 godina i 48% s 41 i više godina. U obrazovnoj strukturi ispitanika, prevladava srednjoškolsko obrazovanje što je uobičajeno za anketna istraživanja ovakvog tipa. Udio visokoškolskog obrazovanja među ispitanicima iznosi 36%. Prema statusu zaposlenja, ispitanici su u najvećoj mjeri zaposleni (stalno ili privremeno), a zatim slijedi skupina umirovljenih.

Svatko od ispitanika koji nisu sami branitelji, ali poznaju barem jednoga, odgovorili su na pitanje u kojem su odnosu sa spomenutim pojedincem/pojedincima. S obzirom na to da su bili mogući višestruki odgovori, svaki odgovor se zasebno brojio te je dodijeljen pripadajućoj skupini. Među odgovorima, s 29% prednjači onaj da se radi o članu uže obitelji: otac/majka, brat/sestra, sin/kći, suprug/supruga.

U istraživanju je sudjelovalo 13% pojedinaca koji imaju status hrvatskog branitelja (dalje u tekstu: HB). Od preostalih 87% pojedinaca, njih 99% izjavilo je kako nisu sami hrvatski branitelji, ali poznaju barem jednog hrvatskog branitelja (uža obitelj, šira obitelj, prijatelj, poznanik). Na pitanje o tome jesu li upoznati s pojmom društvenog poduzetnika, 46% ispitanika koji su hrvatski branitelji je odgovorilo s *DA*, dok je taj postotak za pojedince koji poznaju hrvatskog branitelja jednak 43%.

Najveći broj ispitanika koji su hrvatski branitelji ne slaže se (odgovori „Uopće se ne slažem“ i „Ne slažem se“) da je društveno poduzetništvo u RH dovoljno zastupljeno (52%), dok je taj postotak za pojedince koji poznaju hrvatskog branitelja jednak 42%. Najizraženiji stav (odgovor „U potpunosti se slažem“) ispitanici hrvatski branitelji imaju kod sljedećih koristi društvenog poduzetništva: zapošljavanje marginaliziranih skupina te doprinos unapređenju razvoja lokalne zajednice i društva u cjelini. U najmanjoj mjeri, ispitanici kao korist društvenog poduzetništva prepoznaju reinvesticiju dobiti za ispunjavanje društvenih ciljeva.

Ispitanici koji poznaju hrvatske branitelje su s 33% odgovorili s „U potpunosti se slažem“ da je najveća korist društvenog poduzetništva doprinos unapređenju razvoja lokalne zajednice i društva u cjelini. Slično kao ispitanici hrvatski branitelji i ispitanici koji poznaju hrvatske branitelje najmanje smatraju reinvesticiju dobiti za ispunjavanje društvenih ciljeva kao korist društvenog poduzetništva.

Naime, 84% ispitanika koji su hrvatski branitelji izjavilo je kako se nikad nije bavilo društvenim poduzetništvom, a kod ispitanika koji poznaju hrvatske branitelje, udio takvih odgovora je 92%. 81% ispitanika koji su hrvatski branitelji smatra kako društveno poduzetništvo može doprinijeti razvoju hrvatskog gospodarstva (odgovori „U potpunosti se slažem“ i „Slažem se“), a 76% da bi društveno poduzetništvo trebalo biti više zastupljeno u društvu. 84% ispitanika koji poznaju HB smatra kako društveno poduzetništvo može doprinijeti razvoju hrvatskog gospodarstva (odgovori „U potpunosti se slažem“ i „Slažem se“), a 72% da bi društveno poduzetništvo trebalo biti više zastupljeno u društvu.

S obzirom na navedene rezultate istraživanja nužno je pokrenuti konkretne mjere i aktivnosti koje će doprinijeti većoj razini prepoznatljivosti društvenog poduzetništva i njegovih prednosti među ciljanom skupinom, ali i motivaciji za pokretanje društveno poduzetničkih aktivnosti i društvenih inovacija. U idu-

ćem poglavlju predstavlja se prijedlog smjernica u razvoju javnih politika na temu društvenog poduzetništva i ciljane skupine hrvatskih branitelja.

4. Prijedlog smjernica u razvoju javnih politika na temu društvenoga poduzetništva i ciljane skupine hrvatskih branitelja

Na temelju rezultata istraživanja upućenosti braniteljske populacije o društvenom poduzetništvu, iskustvu organizacija civilnog društva uključenih u projekt te trenutnom stanju društvenog poduzetništva na području Republike Hrvatske u nastavku se daje prijedlog smjernica u razvoju javnih politika s naglaskom na unaprijeđenje zakonodavnog okvira, međusektorske suradnje i unaprijeđenju vještina i razine informiranosti o društvenom poduzetništvu radi lakšeg pristupa zapošljavanju i većoj socijalnoj uključenosti hrvatskih branitelja i stradalnika Domovinskog rata te članova njihovih obitelji.

1. Povećati financijsku potporu projektima društvenog poduzetništva

Provedeno istraživanje o upućenosti braniteljske populacije o društvenom poduzetništvu pokazalo je kako postoji veliki interes hrvatskih branitelja i stradalnika Domovinskog rata za područje društvenog poduzetništva te da postoji potreba da nacionalna tijela (poseban naglasak na Ministarstvu hrvatskih branitelja Republike Hrvatske) u suradnji s nadležnim tijelima sudjeluju u raspisivanju poziva koji će uključivati dodjelu financijskih potpora za projekte društvenog poduzetništva udruga iz Domovinskog rata i zadruga hrvatskih branitelja.

2. Unaprijediti poduzetničke vještine i informirati ciljanu skupinu

Prilikom dodjele financijske podrške u obliku bespovratnih sredstava predlaže se financiranje projekata koji imaju za cilj povećati informiranost o društvenom poduzetništvu i mogućnostima poslovanja društvenih poduzeća te jačati kapacitete za pokretanje poduzetničkog pothvata provedbom aktivnosti unaprijeđenje poduzetničkih vještina za ciljanu skupinu nezaposlenih hrvatskih branitelja.

3. Ojačati kapacitete braniteljskih udruga i zadruga

Na temelju podataka Ministarstva hrvatskih branitelja, braniteljske zadruge-korisnice potpore Ministarstva pretežno se bave poljoprivredom (56%) te turizmom i ugostiteljstvom (12%), a bitno je spomenuti i pčelarstvo, ribarstvo, prerađivačku djelatnost te građevinarstvo. Najveći broj braniteljskih zadru-

ga-korisnica potpore djeluje na području Splitsko-dalmatinske županije, zatim Osječko-baranjske, Karlovačke, Sisačko-moslavačke i Vukovarsko-srijemske županije. Od ukupno 475 braniteljskih zadruga koje su ostvarile potporu Ministarstva, njih 286 i dalje aktivno djeluje i više godina nakon prestanka korištenja potpore.

Sukladno navedenim informacijama može se zaključiti da braniteljske zadruge imaju velike mogućnosti za rast i razvoj te upravo razvoj društvenog poduzetništva hrvatskih branitelja i stradalnika Domovinskog rata radom zadruga i udruga može olakšati njihov pristup tržištu rada. Da bi mogli u potpunosti iskoristiti potencijal koje pružaju braniteljske zadruge potrebno je aktivno raditi na razvoju njihovih poslovnih ideja, oblikovanja ideje u projekt društvenog poduzetništva i pronalaženju odgovarajućih natječaja za financiranje.

4. Poticati transformaciju prema društveno-poduzetničkim načelima

Kao jedan od kriterija prepoznavanja društvenog poduzetnika definirano je da isti najmanje 75% godišnje dobiti, odnosno višak prihoda ostvaren obavljanjem svoje djelatnosti ulaže u ostvarivanje i razvoj ciljeva poslovanja, odnosno djelovanja. Transformacijom braniteljskih zadruga u društvena poduzeća omogućit će se prilika za održivo poslovanje, mogućnost zapošljavanja mladih kadrova te reinvesticija profita u razvoj lokalne zajednice s ciljem pružanja jednakih mogućnosti hrvatskim braniteljima i stradalnicima Domovinskog rata te članova njihovih obitelji. Potencijalni profit provedbom gospodarske djelatnosti prema društveno-poduzetničkim principima braniteljske zadruge trebaju reinvestirati prvenstveno za ispunjavanje gore navedenih ciljeva.

5. Umrežavati postojeće i nove društvene poduzetnike

Većinu onoga što u Republici Hrvatskoj smatramo dobrim primjerima društvenog poduzetništva pokrenule su upravo organizacije civilnoga društva; bilo osnivanjem izdvojene pravne osobe (najčešće zadruge ili trgovačkog društva, koja svoju dobit vraća OCD-u koji ju je osnovao), bilo organiziranjem društveno-poduzetničke inicijative (u okviru djelovanja same organizacije – kao jedne od aktivnosti koju organizacija provodi kako bi osigurala samoodrživost), ali i organiziranjem izobrazbe za pojedince i organizacije koje su zainteresirane za razvoj društvenog poduzetništva. Upravo zato je bitno poticati umrežavanje i suradnja poduzeća koja posluju prema načelima društvenog poduzetništva i organizacija civilnog društva pri čemu poduzetnici mogu pružati svoje usluge organizacijama civilnog društva i istovremeno jedni od drugih mogu učiti na primjerima dobre prakse društvenog poduzetništva i razmjenjivati iskustva.

6. Razviti sustav potpornih servisa za društvene poduzetnike

Najveće prepreke poslovanju društvenih poduzetnika nedostatak su financijskog kapitala, ali i manjak poslovnih vještina društvenih poduzetnika te slaba javna vidljivost društvenog poduzetništva, kao i nedostatak svijesti o društvenom poduzetništvu kao poslovanju koje uz ekonomsku stvara i dodatnu društvenu vrijednost (zapošljavanje ranjivih skupina, pružanje socijalnih usluga, ekološka održivost).

Rješenje ovakvom problemu nazire se razvojem mreže potpornih servisa (isto je moguće provesti i tematskim mrežama koje rade s ciljanom skupinom hrvatskih branitelja i stradalnika Domovinskog rata te članova njihovih obitelji) koji mogu pružiti potrebne informacije, omogućiti edukacije i stvaranje potrebnih vještina te razmjenu iskustava dobre prakse. Također se predlaže stvaranje posebnih razvojnih fondova kao specifičnih izvora financiranja.

7. Omogućiti ciljanoj skupini novi način pozitivnog utjecaja na zajednicu

Inovativan i kreativan poduzetnički model rješavanja društvenih i ekoloških pitanja koristi se kako bi se potaknuo održivi razvoj te zapošljavanje na korist široj društvenoj zajednici. Društveno poduzetništvo izgrađuje temelje za društvene promjene i često zadovoljava potrebe zajednice participiranjem članova. Za razliku od tradicionalnog poduzetništva, profit koji se ostvaruje putem ovakvog modela poduzetništva reinvestira se ulaganjem u zajednicu ili se koristi za provedbu ostalih programa i ciljeva koji doprinose poboljšanju uvjeta življenja, očuvanju okoliša i održivom razvoju.

Zajednička osnova svim društvenim poduzećima jest obavljanje poslovne djelatnosti zbog ostvarivanja društveno korisnih ciljeva, a njihovo djelovanje doprinosi stvaranju društvenog i socijalnog okruženja koje tada indirektno utječe na gospodarski rast.

8. Definirati egzaktni i neovisni sustav mjerenja uspješnosti implementacije društveno-poduzetničkih načela

Proces mjerenja društvenog utjecaja zahtijeva od poduzeća i zadruge da svoj utjecaj u lokalnoj zajednici procjenjuju kombinacijom okolišne, društvene i ekonomske dimenzije. Da bi proces mjerenja društvenog i okolišnog utjecaja u lokalnoj zajednici mogao biti implementiran, potrebno je dubinsko razumijevanje upravljačkog tijela o metodologiji provedbe te transparentnoj diseminaciji rezultata mjerenja. Za poduzeće ili organizaciju civilnog društva koje provodi društveno poduzetničku djelatnost izuzetno je važno izvještava-

nje, kako bi njihova i vanjska (lokalna zajednica, mediji, korisnici, kupci i sl.) i unutarnja javnost (zaposlenici, volonteri) saznala što je učinjeno. Prihvaćeni model izvještavanja o ovoj praksi takozvani je model trostruke bilance (*Triple Bottom Line Reporting*), po kojem se na kraju godine ne sastavlja samo izvješće o poslovanju, već i o utjecaju poduzeća na okoliš, te na društvo. Ovakav se izvještaj najčešće priprema prema smjernicama Globalne inicijative o izvještavanju (Global Reporting Initiative).

Također se potiče da tijela javne vlasti preuzmu značajniju ulogu u razvoju društvenog poduzetništva različitim modelima djelovanja:

- identifikaciju i dodjelu godišnje nagrade za najbolje društvene poduzetnike iz ciljane skupine hrvatskih branitelja i stradalnika Domovinskog rata te članova njihovih obitelji,
- dodjelu nagrade za najbolja istraživanja na području društvenog poduzetništva,
- dodjelu stipendija istraživačima i društvenim poduzetnicima,
- organizaciju različitih obrazovnih programa te
- organizaciju različitih javnih događaja.

Uz navedena, potporu djelovanju i razvoju društvenih poduzeća trebala bi dati i druga tijela i organizacije, posebno na lokalnoj i regionalnoj razini. To se posebno odnosi na jedinice lokalne samouprave i područne (regionalne) samouprave, gospodarske komore, županijske razvojne agencije i centre za razvoj poduzetništva. Upravo suradnjom svih navedenih dionika nužno je potaknuti međusektorsku suradnju koja će biti pokretač u kreiranju okruženja koje će biti poticajno za djelovanje i razvoj društvenih poduzeća i društvenog poduzetništva u cjelini.

5. Zaključak

Društveno poduzetništvo pruža marginaliziranim skupinama poput hrvatskih branitelja lakši pristupu zapošljavanja, ali i priliku da aktivno krenu u vlastiti poduzetnički poduhvat koji zaista doprinosi razvoju lokalne zajednice kombinacijom ekonomskih, okolišnih i društvenih strateških ciljeva i povezanih aktivnosti. Braniteljske udruge i zadruge imaju potencijala za postati potpora sustav za stvaranje društvenih inovacija koji su usklađeni s potrebama na tržištu i prilagođeni tako da budu otporni na krizna razdoblja koja su zadnjih

godina sve češća. Ključni korak za uspjeh međusektorska je suradnja svih dionika u tom procesu, od tijela javne vlasti do poduzetnika i predstavnika marginaliziranih skupina. Kvalitetnom i otvorenom komunikacijom, zajedničkim pristupom rješavanju problema i strateškim planiranjem izravno se utječe na jačanje kapaciteta braniteljskih udruga i zadruga, ali i samih branitelja da postanu novi društveni poduzetnici, novi društveni inovatori koji su primjer dobre prakse u svojoj zajednici ali i na razini Europske unije.

Literatura

- Petričević, T. (2012). *Poduzetništvo u službi zajednice*. Zbornik tekstova o društvenom poduzetništvu. Nacionalna zaklada za razvoj civilnoga društva.
- Petričević, T. (2014). *Društveno odgovorno poslovanje i društvenopoduzetnički pothvati u turizmu*. British Council Hrvatska.
- Strategija razvoja društvenog poduzetništva u Republici Hrvatskoj za razdoblje od 2015. do 2020. godine (2015). Posjećeno 13.9.2022. na mrežnoj stranici <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>
- Šimleša, D., Bušljeta Tonković, A., Puđak, J. (2016). *Društveno poduzetništvo u Hrvatskoj: od prepoznavanja do primjene*. Revija za sociologiju. 46, 3, 271–295.
- Trening o osnovama socijalnog poduzetništva (2012). Organizacija za građanske inicijative. Osijek: Grafika d.o.o.
- Vidović, D. (2012). *Socijalno poduzetništvo u Hrvatskoj*. Doktorska disertacija. Filozofski fakultet Sveučilišta u Zagrebu.

The Importance of Social Entrepreneurship in Easier Access to Employment and Greater Social Inclusion of Croatian Veterans

Summary

This paper provides an insight into the results of the research on the familiarity of Croatian veterans and persons close to them in the topic of social entrepreneurship, as well as a proposal for guidelines in the development of public policies on the topic of social entrepreneurship and Croatian veterans as the target group. The concept of social entrepreneurship is explored as a form of entrepreneurship whose aim is not to maximize profit but to combine existing resources from the community with the aim of creating economic and social value, thus balancing social and economic goals. The aim of the paper is to further promote social entrepreneurship and its potential in the field of easier access to employment and greater social inclusion of Croatian veterans, and to deepen constructive discussions on the improvement of public policies in the aforementioned area.

Keywords: Croatian veterans, social entrepreneurship, public policies, social economy, social entrepreneur.