Društveno poduzetništvo u praksi

Čaljkušić Ivanović, Mislav

Undergraduate thesis / Završni rad

2016

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Split, Faculty of economics Split / Sveučilište u Splitu, Ekonomski fakultet**

Permanent link / Trajna poveznica: https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:124:890567

Rights / Prava: In copyright / Zaštićeno autorskim pravom.

Download date / Datum preuzimanja: **2024-03-28**

Repository / Repozitorij:

REFST - Repository of Economics faculty in Split

zir.nsk.hr

UNIVERSITY OF SPLIT

dabar

DIGITALNI AKADEMSKI ARHIVI I REPOZITORIJI

SVEUČILIŠTE U SPLITU

EKONOMSKI FAKULTET

ZAVRŠNI RAD

Društveno poduzetništvo u praksi

Mentor:

doc.dr.sc. Zoran Mihanović

Student:

Mislav Čaljkušić Ivanović

Split, kolovoz, 2016.

SADRŽAJ:

1. UVOD 3

1.1. Definiranje problema 3

1.2. Cilj rada 4

1.3. Metode rada 4

1.4. Struktura rada 4

2. DRUŠTVENO PODUZETNIŠTVO 6

2.1. Razlika između društvenog i tradicionalnog poduzetništva 6

2.2. Definiranje pojma društvenog poduzetništva 8

2.3. Pokretanje i razvoj društvenog poduzetništva 10

2.4. Pravni oblici društvenog poduzetništva 13

2.5. Društveno poduzetništvo u svijetu 15

2.6. Društveno poduzetništvo u Republici Hrvatskoj 17

2.6.1. Primjeri društvenog poduzetništva u Republici Hrvatskoj 21

3. DRUŠTVENO PODUZETNIŠTVO U PRAKSI 25

3.1. „Husk Power Systems“ 25

3.1.1. O organizaciji 25

3.1.2. Poslovni rezultati organizacije 26

3.2. „Enterprise Community Partners“ 28

3.2.1. O organizaciji 28

3.2.2. Prikaz poslovanja organizacije 32

4. ZAKLJUČAK 39

LITERATURA.....41

POPIS GRAFIKONA.....44

POPIS TABLICA.....44

1. UVOD

1.1. Definiranje problema

Temeljni predmet i problem ovog završnog rada je društveno poduzetništvo kao koncept društvenog i neprofitnog marketinga i sektora, a koje integrira stvaranje ekonomske i društvene vrijednosti.

U današnjem vremenu stanovništvo se suočava s brojnim krizama koje su ponajprije uzrokovane onom egzistencijalne prirode. Većina siromašnih građana osjeća se zapostavljeno, bespomoćno, odbačeno, bezvrijedno i nekorisno, te svoj život financira kreditima. Ljudska povijest se s ovakvim fenomenom destabilizacije civilnog društva susreće od kraja sedamdesetih godina, a još uvijek nije uspostavljena nova socio-ekonomska ravnoteža (Vidović, 2012).

Pojava globalnih problema kao što su siromaštvo, glad, neadekvatni zdravstveni uvjeti, upitna održivost postojećih mirovinskih fondova, nezaposlenost, globalno zatopljenje, te nemogućnosti javnih institucija i vlada da riješe takve probleme dovelo je do razvoja privatnog sektora. Upravo društveno (socijalno) poduzetništvo, kao spona između privatnog i društvenog sektora, omogućuje primjenu poduzetničkih načela (preuzimanja rizika, odgovornosti, inovativnosti...) u društvenom sektoru s ciljem unaprjeđenja kvalitete života. Društveni poduzetnici se vide kao osobe koje su sposobne transformirati načine djelovanja u socijalnoj sferi, te su potrebne za uspostavljanje nove socio-ekonomske ravnoteže (Dees, 1998).

U ovom radu će se analizirati poslovanje dviju organizacija "Husk Power Systems" i "Enterprise Community Partners" koje spadaju u deset najpoznatijih svjetskih primjera društvenog poduzetništva (Pomakonline – Magazin za društveni razvitak, 2009).

1.2. Cilj rada

Cilj ovog završnog rada je istražiti specifičnosti i mogućnosti društvenog poduzetništva u teorijskom i praktičnom smislu. Empirijski dio rada odradit će se na primjerima dviju organizacija, a to su: "Husk Power Systems" i "Enterprise Community Partners", te će se uz kritički osvrt prikazati njihov doprinos društvu. Također će se na temelju primjera dati osvrt na razliku između socijalnog i tradicionalnog poduzetništva.

1.3. Metode rada

Metode korištene u ovom radu su dio opće znanstvene metode, a to su:

- Metoda analize
- Metoda sinteze
- Metoda deskripcije
- Metoda indukcije
- Metoda dedukcije
- Metoda komparacije
- Metoda grafičkog prikazivanja

1.4. Struktura rada

Ovaj završni rad sastoji se od 4 poglavlja: uvoda, teorijskog dijela rada, empirijskog dijela rada i zaključka.

U uvodu prikazan je kratki osvrt na temu kojom će se rad baviti, odnosno definiran je problem kako bi se moglo objasniti zbog čega je ova tema odabrana. Također, utvrđeni su i temeljni ciljevi, te su navedene i objašnjene metode koje se koriste u ovom radu.

U teorijskom dijelu rada razrađena je tema ovog rada, odnosno definirani su osnovni pojmovi koji su vezani za društveno i tradicionalno poduzetnišvo, te je utvrđena njihova temeljna razlika. Ovi pojmovi su važni radi boljeg razumjevanja daljnjeg istraživanja i prikazivanja podataka dvaju odabranih poduzeća.Također, prikazan je i utjecaj društvenog poduzetništva u svijetu i Republici Hrvatskoj.

U empirijskom dijelu rada detaljno je razrađeno poslovanje poduzeća „Husk Power Systems" i "Enterprise Community Partners", te njihov doprinos društvu. Njihovo poslovanje bit će prikazano određenim grafičkim metodama, odnosno tablicama i grafikonima na temelju posljednjih dostupnih podataka.

U završnom dijelu rada prikazana su zaključna razmatranja i kritički osvrti na rad.

2. DRUŠTVENO PODUZETNIŠTVO

2.1. Razlika između društvenog i tradicionalnog poduzetništva

Da bismo mogli definirati pojam društvenog (socijalnog) poduzetništva, potrebno je najprije definirati pojam tradicionalnog poduzetništva, te potom utvrditi njihovu razliku.

Riječ tradicionalno poduzetništvo dolazi od francuske riječi „entreprendre“. Rani ekonomisti bilježe da proizvodni procesi zahtjevaju rad, fizički kapital, ljudski kapital i zemlju. Ali proizvodnja također zahtjeva i nešto manje shvatljivo: menadžerske vještine i želju za preuzimanjem rizika (Brooks, 2009). Sažeta definicija poduzetništva koju danas često čujemo je ta da je to proces koji provodi mogućnosti bez trenutnog ograničenja resursa. Ključna riječ ovdje je proces (Brooks, 2009). Tradicionalno poduzetnišvo je kombinacija tri bitna faktora, a to su prilika, osobine koje su potrebne da se identificira i realizira prilika, te mogućnost ostvarenja rezultata.

Društveno poduzetništvo također uključuje tri faktora, pa se postavlja pitanje u čemu je temeljna razlika između ta dva pojma. Smatra se da je to *društvena dobrobit*. Tradicionalno poduzetništvo se smatra ***profitnim poduzetničkim poduhvatom***, a društveno poduzetništvo ***socijalnim poduzetničkim poduhvatom***. Za razliku od profitnog poduzetničkog poduhvata koji pretpostavlja da tržište može platiti za inovaciju, pa čak i da osigura financijsku korist za investitore, socijalni poduzetnički poduhvat usmjeren je na zanemareno ili ugroženo stanovništvo kojema nedostaju financijska sredstva ili politička moć da ostvare promjene u vlastitu korist (Martin, Osberg, 2009). Međutim, to ne znači da društveni poduzetnik ne može ostvarivati prihode svojim poslovanjem. On može ostvarivati prihode kroz profitno ili neprofitno poduzeće. Temelj za dugoročno djelovanje i opstanak društvenog poduzetništva u širem smislu je usmjerenost na socijalnu misiju (Dees, 1998). Autor Stryjan društveno poduzetništvo ne odvaja od poduzetništva, nego ga samo vidi kao njegov oblik (Stryjan, 2005).

Društveno poduzetništvo karakteriziraju tri komponente (Martin, Osberg, 2009):

1. identificiranje stabilne, ali inherentne i nepravedne neravnoteže koja uzrokuje isključivanje, marginalizaciju ili patnju dijela stanovništva kojem nedostaju financijska sredstva ili politička moć da ostvare bilo kakve korisne promjene za sebe,

2. prepoznavanje prilike u toj nepravednoj neravnoteži, razvijanje socijalno korisnih poduzetničkih poduhvata, korištenje inspiracije, kreativnosti, spremnosti na akciju, hrabrosti i snage za dobrobit, i na taj način izazivanje stabilne državne hegemonije,

3. stvaranje nove, stabilne ravnoteže koja oslobađa zarobljeni potencijal ili ublažuje patnju ciljane skupine, kroz imitiranje i kreiranje stabilnog sustava koji okružuje ravnoteža osiguravajući time bolju budućnost za ciljanu skupinu, ali i društvo u cjelini.

Također, potrebno je utvrditi razliku između tradicionalnih i društvenih (socijalnih) poduzetnika. Društveni poduzetnici su pokretači i nositelji socijalno-poduzetničkog procesa, te uspješnost i opstanak tog procesa ovisi isključivo o njima. Za razliku od tradicionalnih poduzetnika kojima je primarni cilj vlastiti interes i stjecanje profita, društvenim poduzetnicima je primarni cilj postizanje općeg dobra. Oba tipa poduzetnika posjeduju sposobnost uočavanja problema, pronalaženja rješenja i upornost u njihovu provođenju. Društveni poduzetnici su osobe koje se suprotstavljaju nepovoljnoj ravnoteži koja uzrokuje zanemarivanje ili patnju čovječanstva, doprinose promjenama svojom inspiracijom, kreativnošću i hrabrošću, te utječu na stvaranje nove stabilne ravnoteže koja osigurava trajnu dobrobit za određenu skupinu i društvo u cjelini (Perčin, 2011).

Nakon što smo utvrdili razlike između tradicionalnog i društvenog poduzetništva i poduzetnika, potrebno je utvrditi razliku i između te dvije vrste poduzeća. Ključna značajka njihovog razlikovanja je razlika u misiji, koja se manifestira na višestrukim razinama menadžmenta poduzeća i osobnog ponašanja.

2.2. Definiranje pojma društvenog poduzetništva

Društveno poduzetništvo (eng. social entrepreneurship) je pojam koji je relativno mlad i još uvijek u fazi razvoja. Naziva se još i socijalno poduzetništvo.

Stručnjaci različito definiraju pojam društveno poduzetništvo. Prvi društveno poduzetništvo definiraju kao neprofitnu organizaciju sa svrhom stvaranja društvene, a ne privredne vrijednosti i dobiti. Drugi pod društvenim poduzetništvom podrazumijevaju društvenu odgovornost tržišnih poduzeća i njihovih međusektorskih partnerstava. Treći smatraju da je društveno poduzetništvo sredstvo za rješavanja društvenih problema, te poticanje društvenih promjena (Bosnić, 2013).

Posljednjih desetljeća popularnost koncepta društvenog poduzetništva eksponencijalno raste, pa tako raste i broj definicija tog pojma. Većina definicija društvenog poduzetništva naglašava inovativni karakter njihove inicijative (Praszkier, Nowak, 2012). Ne postoji univerzalna definicija društvenog poduzetništva, ali osnovu svake definicije predstavlja misija rješavanja socijalnih problema i kreiranja društvene vrijednosti.

Pojam društvenog poduzetništva je problematičan iz dvaju razloga (Martin, Osberg, 2009):

1. socijalna komponenta – može se nazvati i društveno korisnom komponentom

2. poduzetništvo klasičnog tipa podrazumijeva tržišni pristup i orijentaciju na poslovne ciljeve.

Društveno poduzetništvo funkcionira po modelu trostruke bilance (3P) koje uključuje (Bosnić, 2013):

1. People – ravnopravnost i jednake mogućnosti za sve

2. Planet – zaštita okoliša

3. Profit – financijska održivost i ponovno investiranje profita.

Razlozi rasta društvenog poduzetništva na globalnoj razini su brojni, a možemo ih promatrati sa strane ponude i potražnje. Sa strane ponude dolazi do povećanja globalnog

bogatstva, broja demokratskih vlada, moći multinacionalnih kompanija, ukupne razine obrazovanja, te poboljšane globalne komunikacijske moći. Također, poboljšana je i socijalna mobilnost, te je produžen produktivni dio života. Sa strane potražnje dolazi do povećanja ekonomske nejednakosti, te uloge civilnog društva. Na društveno poduzetništvo utječu i ekološke krize i krize u zdravstvu, neučinkovitost država u pružanju javnih usluga, povlačenje država u susretu s ideologijom slobodnog tržišta, , te natjecanje za resurse (Nicholls, 2006; Baturina, 2013).

Dimenzije društvenog poduzetništva prema Levenson Keohane (2013) su:

- Socijalna misija
- Socijalna inovacija
- Socijalne promjene
- Poduzetnički duh
- Osobnost.

Mnogi autori (Dees, 1998; Drayton, 2002; Bornstein, 2004; Roberts&Woods, 2005; Nichols, 2008) ističu da je ***socijalna misija*** središte socijalnog poduzetnika (Levenson Keohane, 2013). Ona može biti pronađena svugdje, u svim okolnostima.

Društveni poduzetnik obično ulazi na scenu u trenutku kada se situacija čini nepremostiva. Te situacije stalno pozivaju na nove pristupe, nove ideje i nove strategije. (Levenson Koehane, 2013). Vjerojatno najuočljiviju definiciju ***socijalne inovacije*** pruža Mulgan (2008) jednostavno stavljajući: „Nove ideje koje rade“ (Levenson Koehane, 2013).

Levenson Koehane (2013) navodi da su ***socijalne promjene*** prepoznatljive kao bitan i neophodan faktor socijalnog poduzetnišva prema mnogim autorima – Drucker (1985), Dees (1998), Roberts and Woods (2005), and Martin and Osberg (2007).

Poduzetnički duh je važna komponenta društvenog poduzetnišva. Prema Levenson Koehane (2013) društveni poduzetnik je netko tko „organizira važne projekte i aktivnosti“.

Osobnost je također važna komponenta društvenog poduzetnišva. Prema Bornsteinu (2004) većina definicija društvenog poduzetništva podrazumijeva dvije crte osobnosti: kreativnost i poduzetničke vještine (Levenson Koehane, 2013).

2.3. Pokretanje i razvoj društvenog poduzetništva

Kako bi se uopće pokrenulo društveno poduzetništvo, potrebno je najprije zadovoljiti 4 osnovna preduvjeta, a to su (Perčin, 2011):

1. postojanje tržišta

2. isplativost poslovnog pothvata

3. ima li organizacija potrebno znanje

4. utjecaj pothvata na zajednicu.

Postojanje tržišta uključuje potrebu za robom i uslugama koje će se proizvoditi, zadovoljene navike kupaca, praćenje trendova, dobro razmotrenu realnu konkurenciju, te odgovor na pitanje zašto baš to poduzeće može pružiti usluge ili proizvesti robu. Isplativost poslovnog pothvata uključuje potrebnu količinu robe ili usluga za ostvarivanje dobiti, odnos uloženih sredstava i vrijeme koje je potrebno za realiziranje dobiti, te se postavlja pitanje postoje li ljudski, materijalni i financijski resursi za pokretanje aktivnosti. Preduvjet „ima li organizacija potrebno znanje“ uključuje marketing i utvrđivanje cijena usluga ili robe, kvalitetnu tehnologiju za pruženje usluga i roba, te osiguran sustav kvalitete vrednovanja. Posljednji preduvjet „utjecaj pothvata na zajednicu“ uključuje analize utjecaja na direktne i indirektne korisnike, zatim utjecaja pokrenutog pothvata na razvoj zajednice, te osiguranje održivosti pokrenutih aktivnosti (Perčin, 2011).

Također, postoje 3 bitne odrednice koje istovremeno moraju biti zadovoljene kako bi neka privredna aktivnost imala obilježje društvenog poduzetništva. Te odrednice su prema Perčin (2011):

1. *Socijalna* – udruživanje

- društvena korist za zajednicu

- realizirana inicijativa i zadovoljene potrebe skupine građana

- poštovani demokratski procesi u donošenju odluka

- ravnopravno sudjelovanje zaposlenika i članova, kupaca ili korisnika

- reinvesticija profita u zajednicu.

2. *Ekonomska* – poduzetništvo

- kontinuirano djelovanje

- visok stupanj autonomije djelovanja

- preuzimanje odgovornosti za financijske rizike poslovanja

- određeni postotak plaćenih radnika (da nisu svi volonteri).

3. *Politička* – ostvariti nešto novo i drugačije.

Kada su ostvareni svi preduvjeti i kriteriji za pokretanje društvenog poduzetništva, moguće je započeti sam proces pokretanja. Taj proces uključuje 8 osnovnih koraka, a to su: analiza vlastitih potencijala, te mogućnosti i prijetnji u okruženju, informiranje o konkurenciji, izbor djelatnosti u skladu s vlastitim potencijalom i potrebom tržišta, izrada poslovnog plana, upoznavanje investitora s poslovnim planom, realiziranje poslovnog plana, te evaluacija i izvještavanje (Perčin, 2011).

Najčešći oblici stjecanja dohotka u društvenom poduzetništvu su (Perčin, 2011):

- pružanje usluga

- prodaja proizvoda

- intelektualno vlasništvo

- članarina

- investicije.

Kao i kod svakog poduzetničkog pothvata, tako i kod društvenog postoje određeni rizici i prijetnje s kojima se socijalni poduzetnici moraju suočiti prilikom održivog razvoja. Ta kritična područja su posebno naglašena ako se radi o udrugama ili nekim manjim poslovnim subjektima. To mogu biti npr. nedovoljno stručnih osoba, financijskih sredstava, iznenadna pojava konkurencije, promjena politike dobavljača, ukusa i potreba potrošača itd. Također, društveni poduzetnici zbog održivosti na tržištu moraju provesti određene analize, te sebi postavljati najvažnija pitanja koja se tiču njihovog poslovanja, kao što su npr. što je dobro, a što treba poboljšati, koje su prednosti u odnosu na konkurenciju, treba li dodatno poboljšati marketinške aktivnosti, treba li popraviti odnose s kupcima, mogu li se smanjiti troškovi, a da se pri tome zadrži kvaliteta proizvoda i brojna druga pitanja (Perčin, 2011).

Društveno poduzetništvo doprinosi zajednici kroz modele poslovnog povezivanja, a taj doprinos vidljiv je kroz postizanje efikasnosti, održivosti, te učinka. Postoje 4 modela poslovnog povezivanja, te svi imaju ista načela, a to su: sloboda izbora, pravo na privatno vlasništvo, motiviranje vlasnika na dobit, te kontrola vlasnika nad poslovanjem. Modeli poslovnog povezivanja su zadruge, udruživanje individualnih poduzeća, udruživanje po principu ortačkog poduzeća, te dioničko društvo s ograničenom odgovornošću (Perčin, 2011).

Zadruge predstavljaju oblik organiziranja malih poduzetnika u sustavu tržišne privrede s pravom privatne inicijative i slobodne tržišne utakmice (Perčin, 2011). Primjenjuje se u nekim granama privrede kao što su poljoprivreda, komunalne i socijalne usluge itd. One su osnovane s određenim ciljem, te članovi zajednički dolaze do njegovog ostvarenja.

Udruživanje individualnih poduzeća predstavlja povezivanje dvaju ili više individualnih, inokosnih ili samostalnih gospodarskih subjekata. Individualno poduzeće je u vlasništvu jednog individualnog vlasnika. Orjentirani su samo na proizvodnju jednog ili nekoliko sličnih proizvoda, pa je njihovo poslovanje relativno jednostavno.

Udruživanje po principu ortačkog poduzeća je udruživanje, partnerstvo ili ortaštvo kao oblik poslovanja u kojemu su vlasnici dvije ili više osoba. Te osobe su poduzetnici koji raspolažu dobrim idejama, ali ne i dovoljnom količinom kapitala za njihovu provedbu. Zbog toga se udružuju s partnerima kako bi zajednički realizirali te ideje.

Društvo s ograničenom odgovornošću je trgovačko društvo koje čine jedna ili više pravnih ili fizičkih osoba. Oni svojim ulogama sudjeluju u unaprijed dogovorenom temeljnom kapitalu. Za svoje obveze društvo odgovara cjelokupnom svojom imovinom, dok članovi ne odgovaraju za obveze društva.

2.4. Pravni oblici društvenog poduzetništva

Svaka pravna ili fizička osoba koja ispunjava određene kriterije smatra se društvenim poduzetnikom. Međutim, da bi poduzetnik bio poduzetnik, njegovo poslovanje mora imati neki pravni oblik. Neke zemlje društveno poduzetništvo reguliraju posebnim pravnim propisom, a neke u sklopu postojećih pravnih propisa. Društveno poduzetništvo se može obavljati kroz 6 pravnih oblika, a to su: ***udruga, zadruga, ustanova, zaklada/fundacija, trgovačko društvo i obrt***. Budući da društveno poduzetništvo spaja profitni i neprofitni sektor, može se obavljati kroz pravne oblike koji spadaju i jednom i drugom sektoru. U neprofitni sektor ubrajamo prva četiri oblika, a to su udruge, zadruge, ustanove, te zaklade/fundacije. U profitni sektor ubrajamo preostala dva pravna oblika, a to su trgovačka društva i obrt (Centar tehničke kulture Rijeka, 2015).

Udruge kao dio neprofitog sektora djeluju po načelu neprofitnosti, a to znači da obavljaju gospodarsku djelatnost, ali bez namjere stjecanja dobiti ili drugih gospodarskih koristi za svoje članove ili treće osobe. Ako se ostvari višak prihoda nad rashodima, on se mora koristiti isključivo za ostvarenje ciljeva utvrđenih statutom. **Zadruge** se mogu definirati kao dragovoljna, otvorena, samostalna i neovisna društva. Njome upravljaju njezini članovi koji svojim aktivnostima unapređuju i štite svoje pojedinačne i zajedničke interese i ostvaruju ciljeve zbog kojih je zadruga i osnovana. **Ustanove** pripadaju javnom sektoru, a mogu biti javne i privatne.

One se ne obavljaju radi stjecanja dobiti. Osnivaju se radi obavljanja djelatnosti odgoja, obrazovanja, znanosti, kulture, skrbi o djeci, zdravstva, socijalne skrbi itd. **Zaklada** je imovina namijenjena da sama, odnosno prihodima što ih stječe, trajno služi ostvarivanju neke općekorisne ili dobrotvorne svrhe, a **fundacija** je imovina namijenjena da u određenom vremenskom razdoblju služi ostvarivanju neke općekorisne ili dobrotvorne svrhe.[1] Općekorisna svrha je ona putem koje se unapređuje kulturna, znanstvena, zdravstvena, ekološka djelatnost ili neka druga društvena djelatnost, a dobrotvorna je ona putem koje se pruža potpora osobama kojima je potrebna pomoć.

S razvojem društvenog poduzetništva dolazi do odmicanja od neprofitnog sektora, te se ono počinje obavljati u pravnim oblicima u kojim se obavlja tradicionalno poduzetništvo, dakle u profitnom sektoru. **Trgovačko društvo** je trgovac - pravna osoba, koja samostalno i trajno obavlja gospodarsku djelatnost radi stjecanja dobiti. **Obrt** je samostalno i trajno obavljanje dopuštenih gospodarskih djelatnosti od strane fizičkih osoba radi stjecanja dohotka ili dobiti.

Svaki od ovih oblika ima svoje prednosti i nedostatke. Koji od njih će se odabrati ovisi o nekoliko kriterija, a to *su okolnosti pojedinog slučaja, veličina pothvata, raspoloživa financijska sredstva, te sadržaj djelatnosti koja se obavlja*.

[1] Centar tehničke kulture Rijeka, http://www.ctk-rijeka.hr/hr/dobrodo%C5%A1li-u-online-savjetovali%C5%A1te-za-dru%C5%A1tvene-poduzetnike#mogu-i-pravni-oblici-dru-tvenih-poduze-a , 24.06.2016.

2.5. Društveno poduzetništvo u svijetu

Klasifikacija društvenog poduzetnišva uključuje 4 oblika, a to su (Bosnić, 2013):

1. tradicionalne nevladine organizacije ili udruge koje obilježava visok stupanj udjela socijalnih ciljeva i neprofitni status

2. neprofitno socijalno poduzetnišvo uključuje inovativni pristup u postizanju ciljeva

3. hibridno socijalno poduzetništvo posvećeno je socijalnim ciljevima i generiranjem prihoda u skladu sa socijalnom misijom

4. profitno socijalno poduzetništvo ima postavljene socijalne ciljeve, ali im generiranje prihoda nije komplementarno.

U nastavku će se utvrditi koji od ovih oblika društvenog poduzetništva prevladava u pojedinim dijelovima svijeta, ali i u Republici Hrvatskoj.

Iako pojam društvenog poduzetništva postoji na društvenoj sceni tek nekoliko desetljeća, njegova aktivnost seže u daleku prošlost. Početci socijalno-poduzetničkog djelovanja zabilježeni su još u drugoj polovici devetnaestog stoljeća u Viktorijanskim privatnim bolnicama. Od razvijenih zemalja socijalno poduzetništvo se najprije javlja u Sjevernoj Americi (SAD-u i Kanadi), a krajem sedamdesetih i početkom osamdesetih godina i u Velikoj britaniji. Udio socijalnog poduzetništva u poduzetničkim aktivnostima u prvoj fazi razvoja u nerazvijenim zemljama iznosi 0,1% (Maroko, Gvatemala), a u srednje razvijenim (Argentina) i razvijenim zemljama (Island, SAD) 4,3%. Ukupno, u prosjeku za sve zemlje taj udio iznosi 1,8% (Bosnić, 2013).

Budući da se društveno poduzetništvo najviše javlja u području *obrazovanja, zdravstva, kulture i zaštite okoliša*, moguće je utvrditi razlike među zemljama različitog ekonomskog razvoja. Društveni poduzetnici u zemljama najnižeg ekonomskog razvoja se najviše bave elementarnim pitanjima i potrebama, kao što su pristup pitkoj vodi ili kanalizaciji. U tim zemljama prevladava profitni oblik društvenog poduzetništva. S druge strane, zemlje najvišeg

stupnja ekonomskog razvoja usmjerene su na dodatne usluge za osobe s posebnim potrebama ili pitanjima zaštite okoliša i recikliranja. U tim zemljama prevladava hibridni i neprofitni oblik društvenog poduzetništva. Društveno poduzetništvo najbrži rast bilježi u zemljama u razvoju, budući da je u tim zemljama najviše prisutno siromaštvo, glad, neadekvatni zdravstveni uvjeti, nezaposlenost itd. (Bosnić, 2013).

2.6. Društveno poduzetništvo u Republici Hrvatskoj

Poznato je da Republika Hrvatska zaostaje u svim parametrima gospodarskog razvoja, no to nije slučaj i kod društvenog poduzetništva. Ono, iako ne formalno i sadržajno, ali kao aktivnost datira u povijest i prije osamostaljenja i postanka nezavisne države. Prve zadruge osnovane su prije gotovo 150 godina. Imale su snažan utjecaj, te su doprinijele povećanju zaposlenosti, suzbijale siromaštvo, snažile ruralni razvoj itd.

Završetkom Domovinskog rata dolazi do značajnog razvoja broja društvenih poduzetnika, iako se s konceptom društvenog poduzetništva hrvatska javnost upoznala tek nedavno. Zbog povezanosti tradicionalnog i društvenog poduzetništva, problemi koji postoje u tradicionalnom (ratne okolnosti) dovode do ograničenja u razvoju društvenog poduzetništva. Određena prepreka značajnijem razvoju društvenog poduzetništva povezana je i sa činjenicom *da njegova problematika razvoja nije regulirana zasebnim zakonom, nego je integrirana u pozitivno zakonodavstvo u okviru većeg broja zakona* (Vincetić et al., 2013).

Za pojavu društvenog poduzetništva u Republici Hrvatskoj zaslužni su i vanjski i unutarnji akteri. Vanjske aktere čine inozemne i međunarodne organizacije koje donose koncept socijalnog poduzetništva, a unutarnje čine javni sektor, nositelji socijalnog poduzetništva i medijatorne organizacije, te manjim dijelom i crkvene organizacije. Među vanjskim akterima treba razlikovati nekoliko različitih pravaca djelovanja, a to su:

- donatorske organizacije – napuštaju djelovanje u državi, te mijenjaju smjer djelovanja od projektnog financiranja prema poticanju samofinanciranja i samoodrživosti organizacija, npr. AED
- organizacije čije je djelovanje novost u Hrvatskoj – pojavljuju se kao novi akteri prvenstveno u području društvenog poduzetništva, npr. NESsT
- organizacije koje su etablirane u Hrvatskoj s dužom tradicijom djelovanja – u njihovom programu se pojavljuje društveno poduzetništvo kao novi tip aktivnosti, npr. British Council

- zaklade – organizacije koje pružaju financijske potpore, između ostalog i za razvoj socijalno-poduzetničkih pothvata

U posebnu kategoriju promotora društvenog poduzetništva spadaju domaći akteri, koji su potpomognuti utjecajem međunarodnih organizacija.

2009. godine u Republici Hrvatskoj u prvoj fazi razvoja poduzeća stopa socijalno-poduzetničkih aktivnosti iznosi 2,6%, što predstavlja visok postotak. To je znatno više od prosjeka skupine zemalja srednje ekonomskog razvoja u koji spada i Hrvatska, a koji iznosi 1,8%. Veća je također i od prosjeka udjela socijalno-poduzetničkih aktivnosti u najrazvijenijim ekonomijama, koji iznosi 1,9%. U društveno poduzetništvo uključeno je više muškaraca (1,7%), nego žena (0,9%). Također, prevladavaju neprofitne oraganizacije i tradicionalne udruge s više od jedne trećine. Ostatak čine ostale kategorije društvenog poduzetništva, a to su hibridni oblici i profitno orjentirana poduzeća (Bosnić, 2013).

Društveno poduzetništvo i kod nas djeluje kao koncept koji ujedinjuje želju za rješavanjem društvenih problema i ostvarenjem dobiti.

Republika Hrvatska 1. srpnja 2013. godine postaje članica Europske Unije, te time Vlada Republike Hrvatske usvaja „*Strategiju razvoja društvenog poduzetništva do 2020. godine" koju je izradilo Ministarstvo rada i mirovinskog sustava*. Uz ministarstvo koje je nositelj najvećeg broja aktivnosti, u provedbi će sudjelovati i druga tijela državne uprave, te organizacije civilnog društva. Osigurano je 270 650 000 kuna za za razvoj društvenog poduzetništva u Republici Hrvatskoj, od čega je najveći dio sredstava iz Europskog socijalnog fonda. Europska unija društveno poduzetništvo prepoznaje kao jedan od ključnih elemenata u prevladavanju trenutnih socijalnih i ekonomskih problema.

Nacionalna strategija za razvoj društvenog poduzetništva prema Ministarstvu rada i mirovinskog sustava (2015) definira osnovne ciljeve i aktivnosti za razdoblje 2015.-2020. kako bi se stvorio pravni, financijski i institucionalni okvir za razvoj društvenog poduzetništva u Republici Hrvatskoj, kao i sustave mjera i aktivnosti za razvoj društvenih poduzetnika.

Ministarstvo rada i mirovinskog sustava (2015) ističe da je opći cilj Strategije za razvoj društvenog poduzetništva u Republici Hrvatskoj u razdoblju od 2015. do 2020. uspostava

poticajnog okruženja za promicanje i razvoj društvenog poduzetništva u Republici Hrvatskoj kako bi se smanjile regionalne razlike i osiguralo povećanje razine zaposlenosti, te pravednija raspodjela i upravljanje društvenim bogatstvom.

Posebni ciljevi prema Ministarstvu rada i mirovinskog sustava (2015) su:

1. Uspostava i unapređenje zakonodavnog i institucionalnog okvira za razvoj društvenog poduzetništva

2. Uspostava financijskog okvira za učinkovit rad društvenih poduzetnika

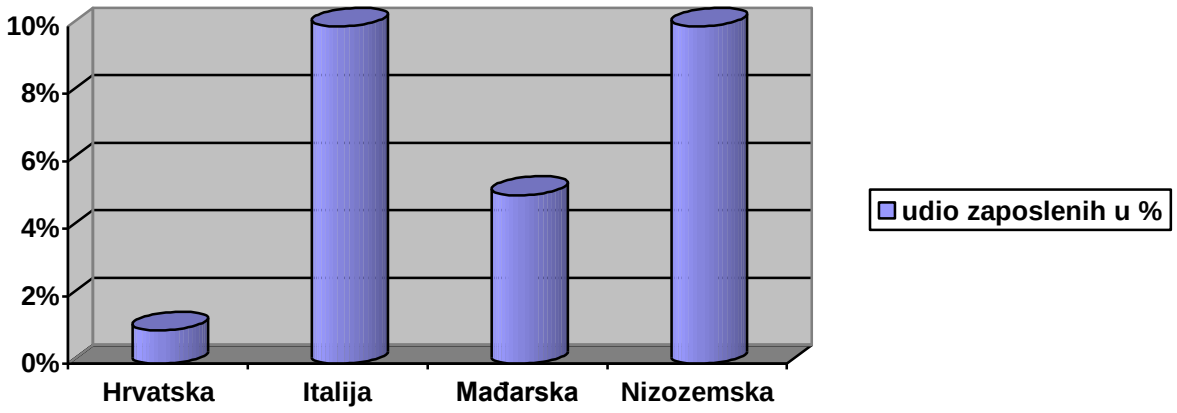
3. Promicanje važnosti i uloge društvenog poduzetništva kroz sve oblike obrazovanja

4. Osiguranje vidljivosti uloge i mogućnosti društvenog poduzetništva u Republici Hrvatskoj, te informiranje opće javnosti o temama u vezi s društvenim poduzetništvom.

Strateški prioriteti predstavljaju temelj razvojnog modela kojim se želi unaprijediti socio-ekonomska slika Europske unije u razdoblju 2015.-2020. godine, ali i dalje. Društveno poduzetnišvo može znatno doprinijeti ispunjenju strateških ciljeva kroz inovativne načine rješavanja problema nezaposlenosti, siromaštva i socijalne isključenosti, ali i širih društvenih (kultura, zdravstvo, obrazovanje) i okolišnih problema.

Strategija razvoja društvenog poduzetništva jasno definira pojam društvenog poduzetništva, razvija kriterije za prepoznavanje društvenih poduzetnika, te razrađuje mjere i aktivnosti za njihovo buduće poslovanje.

Na sljedećem grafikonu (Grafikon 1.) bit će prikazan udio zaposlenih u društvenom poduzetništvu u ukupnom broju zaposlenih u Republici Hrvatskoj, te će se usporediti s nekim zemljama Europske Unije.



Izvor: Večernji list, http://www.vecernji.hr/poduzetnistvo-i-karijere/vracaju-nam-se-socijalne-zadruge-prve-vec-uspjele-1009314

Grafikon 1. Udio zaposlenih RH u odnosu na zemlje EU

Iz Grafikona 1. se vidi da je društveno poduzetništvo u Republici Hrvatskoj u odnosu na ostale prikazane zemlje Europske unije najslabije razvijeno. Udio zaposlenih u ukupnom broju zaposlenih iznosi svega 1%, dakle oko 10 000 zaposlenika. U Italiji i Nizozemskoj taj udio iznosi 10%, dok je u Mađarskoj 5% od ukupnog broja zaposlenika. Očekuje se da bi se u budućnosti socijalno poduzetništvo u RH trebalo razvijati, te dostići stopu od 5% zaposlenih, što bi značilo oko 50 000 zaposlenika u ovom sektoru.

2.6.1. Primjeri društvenog poduzetništva u Republici Hrvatskoj

Tema ovog završnog rada je prikazati društveno poduzetništvo u praksi, te će se stoga u empirijskom dijelu rada poseban naglasak staviti na dvije organizacije koje su jedne od najpoznatijih primjera društvenog poduzetništva u svijetu. U ovom dijelu rada će se prikazati društveno poduzetništvo na dva primjera u Republici Hrvatskoj. Za primjer će se uzeti Autonomni centar – ACT i Ustanova za profesionalnu rehabilitaciju i zapošljavanje osoba s invaliditetom - URIHO, te će se ukratko objasniti čime se oni bave.

Autonomni centar – ACT

Autonomni centar – ACT osnovan je u siječnju 2003. godine u Čakovcu i predstavlja jedan od najpoznatijih primjera društvenog poduzetništva u Republici Hrvatskoj. Godine 2012. dobiva prvu godišnju nagradu za socijalno poduzetništvo, što je i dokaz brzog razvoja takvog oblika poduzetništva u RH. To je udruga građana koja radi na *razvoju društvenog kapitala zajednice i civilnog društva putem informiranja, izobrazbe i drugih oblika podrške*. Njihova vizija je stvoriti društvo s jednakim pristupom resursima, znanju i informacijama u kojem će svaki pojedinac biti jednak i važan, te djelovati za dobrobit društva i prirode. Udruga djeluje na područjima demokratske političke kulture, gospodarstva, obrazovanja, znanosti i istraživanja, održivog razvoja i socijalne djelatnosti.[2]

Postoji više ciljeva zbog kojih je ova udruga osnovana, a neki od njih su promicanje i potpora cjeloživotnog učenja i izvaninstitucionalnog obrazovanja, poticanje socijalnog partnerstva, promicanje i razvoj slobodne i nezavisne kulture, humanitarno djelovanje u skladu s posebnim propisima i zakonima, razvoj i pružanje socijalnih usluga itd. Djelatnosti putem kojih se ostvaruju navedeni ciljevi su savjetovanje, izobrazba, mentorstvo, javno zagovaranje, organizacija konferencija, seminara, predavanja, humanitarno djelovanje, te mnoge druge djelatnosti.

[2] http://actnow.hr/podaci/statut/, 25.06.2016.

Udruga djeluje kroz partnersku suradnju, te povezivanje s organizacijama civilnog društva, jedinicama lokalne i regionalne samouprave, državnim tijelima, razvojnim agencijama, poslovnim sektorom, javnim ustanovama i drugim organizacijama i institucijama u Republici Hrvatskoj, ali i inozemstvu.

Članom udruge može postati svaka fizička ili pravna osoba, odnosno svaki poslovno sposoban državljanin RH. Članom se postaje upisom u Evidenciju članova Udruge, te uplatom članarine. Prihodi udruge ostvaruju se od članarina, donacija, nagrada, dobrovoljnih priloga i darova, dotacija, udjela u dobiti, kotizacija i upisnina itd. Svi ostvareni prihodi koriste se isključivo za ostvarivanje ciljeva udruge, te se raspoređuju na njene programske aktivnosti.

Autonomni centar – ACT do sada je pomogao osnivanje četiri društvena poduzeća, a to su: ACT Printlab d.o.o., ACT Konto d.o.o., Socijalna zadruga Humana Nova, te Cluster za eko-društveni razvoj CEDRA.

ACT Printlab d.o.o. je neprofitno društveno poduzeće, grafički i web dizajn studio, koji partnerima (organizacijama civilnog društva, društvenim poduzećima...) nudi profesionalne, kvalitetne, inovativne proizvode i usluge koji prate/odgovaraju potrebama partnera i zajednice (ACT Printlab,). To je vodeće društveno poduzeće na području grafičkog weba i dizajna u Republici Hrvatskoj, ali i zemljama u okruženju. Iako kao društveno poduzeće ne teže maksimiziranju dobiti, ipak teže financijskoj održivosti kako bi tu dobit mogli reinvestirati u poslovanje.

ACT Konto d.o.o. 2009. godine je ostnovala udruga ACT iz Čakovca. Ovo poduzeće je osnovano zbog poteškoća koje neprofitne organizacije imaju u svom financijskom poslovanju. Nakon procesa stabilizacije, Autonomni centar – ACT je 2012. godine prenio svoje vlasništvo na zaposlenice, s ciljem poticanja ekonomskog sudjelovanja radnika u vođenju poduzeća (ACT Konto,). Poduzeće je specijalizirano za pružanje računovodstvenih usluga neprofitnim organizacijama. Ostvarena dobit se ne isplaćuje vlasnicima, nego se reinvestira u edukaciju i zapošljavanje osoba s invaliditetom.

Socijalna zadruga Humana Nova je lider društvenog poduzetništva iz Čakovca. Potiče zapošljavanje osoba s invaliditetom i drugih kroz proizvodnju i prodaju tekstilnih proizvoda. Proizvodi su od ekoloških i recikliranih materijala, a proizvode se i za domaća i inozemna tržišta.

Zadruga je svojim djelovanjem doprinijela izgradnji društva tolerancije i suradnje te je pomogla socijalno isključenim osobama i njihovim obiteljima unaprijediti samopouzdanje i kvalitetu života. Aktivno doprinosi i održivom razvoju lokalne zajednice, smanjenju siromaštva i očuvanju prirode (Socijalna zadruga Humana Nova,).

Cluster za eko – društveni razvoj CEDRA je mreža centara podrške za društvene poduzetnike i one koji će to tek postati. Umrežuje civilne, privatne i javne gospodarske, razvojno istraživačke, znanstvene subjekte iz područja eko – društvenog razvoja te stvara okvir za trajnu, poticajnu i ekonomičnu međusobnu suradnju i razmjenu, odnosno zajednički nastup na lokalnom, nacionalnom i globalnom tržištu proizvoda i usluga eko – društvene ekonomije (CEDRA,). Cluster počinje djelovati u neformalnom obliku 2011. godine, a 2012. godine se na skupštini osniva udruga CEDRA HR sa sjedištem u Zagrebu. Ostali centri se nalaze u Čakovcu, Dubrovniku, Osijeku, Rijeci i Splitu.

Ustanova za profesionalnu rehabilitaciju i zapošljavanje osoba s invaliditetom – URIHO

Ustanova za profesionalnu rehabilitaciju i zapošljavanje osoba s invaliditetom (skraćeno URIHO) pod ovim imenom posluje od 1996. godine. Ona je pravni nasljednik „Ivančice“ - najstarije zaštitne radionice u Hrvatskoj osnovane 1946. godine. Djelatnost URIHO-a koja se odnosi na profesionalnu rehabilitaciju i zapošljavanje osoba s invaliditetom od općeg je značaja za društvo u cjelini.[3] Misija ove ustanove je zapošljavanje osoba s invaliditetom, te iznalaženje novih mogućnosti njihovog zapošljavanja kako bi se pri tome stvorilo ugodno radno okruženje. Vizija je izgraditi poznato ime URIHO-a i njegove proizvodne marke u svakom poslu, te time održati rejting najpoznatije institucije za zapošljavanje osoba s invaliditetom u RH. Kako bi se ostvarili misija i vizija, potrebno je zadovoljiti potrebe i želje klijenata. Stoga će se ulagati u tehnološku opremljenost proizvodnih jedinica, te edukaciju zaposlenika.

Godine 2011. u sklopu priznanja „Poslodavac godine za osobe s invaliditetom za 2010. godinu“ URIHO dobiva nagradu za izniman doprinos profesionalnoj rehabilitaciji i zapošljavanju osoba s invaliditetom. Te iste godine otvorena je prva virtualna radionica za

[3] http://www.uriho.hr/o-nama/ustanova-uriho, 25.06.2016.

nezaposlene osobe s invaliditetom u Republici Hrvatskoj. Ustanova surađuje s obrazovnim centrima, institucijama, udrugama i sl. koje se bave problematikom osoba s invaliditetom.

Društveno poduzetništvo u Europskoj uniji obuhvaća oko 2 milijuna organizacija koje zapošljavaju 11 milijuna ljudi, što čini 5% ukupnog radno aktivnog stanovništva. Ostvaruje se oko 10% BDP-a. Budući da se društveno poduzetništvo sve više razvija, danas svako četvrto novoosnovano poduzeće godišnje pripada toj vrsti poduzetništva.

3. DRUŠTVENO PODUZETNIŠTVO U PRAKSI

U ovom dijelu završnog rada bit će prikazane dvije organizacije koje spadaju u deset najpoznatijih primjera društvenog poduzetništva u svijetu. Te dvije organizacije su „Husk Power Systems“ i „Enterprise Community Partners“. Detaljno će se prikazati njihovo poslovanje, te doprinos društvu. Osim njih, među deset najpoznatijih primjera spadaju još i sljedeće organizacije: „The Acumen Fund“, „Hopelab“, „The Institut for OneWorld Health“, „Datadyne“, „The Academy for Urban School Leadership“, „Mercy Corps“, „CivicVentures“ i „Do Something“.[4]

3.1. „Husk Power Systems“

3.1.1. O organizaciji

„Husk Power Systems“ je organizacija koja predstavlja jedan od najpoznatijih primjera društvenog poduzetništva u svijetu. Osnovana je 2007. godine. Osnivač je Gyanesh Pandey, a predsjednik Uprave Brad Mattson.

Na području Indije oko 125 000 ruralnih sela, odnosno više od 400 milijuna stanovništva živi bez opskrbe električnom energijom, te to predstavlja veliki problem. Međutim, na tom području postoje i velike količine riže i njezini ostatci koji ostaju nakon žetve. Zato su se dvojica američkih studenata Chip Ransler i Manoj Sinha dosjetili kako im omogućiti energetsku samodostatnost pretvarajući rižine ostatke u biogorivo, koje bi napajalo mini elektrane.[5] Pepeo koji bi ostao nakon stvaranja plina bi se iskoristio kao gnojivo i jeftini sastojak u proizvodnji cementa.

Organizacija je promovirana od poduzetnika Gyanesh Pandey, Ratnesh Yadav, Manoj Sinha i Charles Ransler koji su osvojili nekoliko natjecanja za poslovni plan u SAD-u i odlučili

[4] http://www.pomakonline.com/content/view/315/29/, 13.07.2016.

[5] http://www.pomakonline.com/content/view/315/29/, 02.08.2016.

provesti svoje ideje u Biharu.[6] Stoga je i sjedište organizacije u saveznoj državi Bihar u istočnom dijelu Indije. To područje je nasiromašniji dio Indije s prosječnim prihodima od 260 dolara godišnje, što znači manje od jednog dolara dnevno. Država Bihar također je poznata po proizvodnji riže. Godišnje se proizvedu dvije milijarde kilograma riže, te se ona može koristiti za proizvodnju električne energije putem uplinjavanja biomase. Razvijena je inovativna tehnologija zasnovana na biomasi koja je u mogućnosti proizvoditi energiju efektivno kao i konvencionalni načini korištenja biomase samo na mikro razini koja omogućuje tvrtki da opskrbljuje ruralna naselja po cijeni koju si mogu priuštiti.[7]

Sustavi koji omogućuju energiju izgrađeni su samo na područjima na kojima ima riže u izobilju. Svaki Husk sustav sastoji se od elektrane jačine od 30 do 50 kilovata (kW) koja se pokreće isključivo na rižine ljuske proizvodeći energiju generiranjem biomase.[8] Prva elektrana od 32 kW izgrađena je odmah nakon osnivanja organizacije, 2007. godine u Tamkuhi u Biharu.[9] Ovisno o veličini sela i broju stanovnika, sustav može opskrbljivati 2 do 4 sela, odnosno oko 500 domaćinstava u radijusu od 1,5 kilometar. Većina korisnika Husk energije je jako siromašno, te zarađuju manje od dva dolara dnevno.

Organizacija „Husk Power Systems“ 2011. godine je osvojila nagradu za održivu energiju, te nagradu za bioznanstveni ekonomski napredak.

3.1.2. Poslovni rezultati organizacije

Organizacija „Husk Power Systems“ je organizacija koja služi za generiranje i opskrbljivanje energije ruralnom dijelu Indije. Na sljedećem grafikonu i tablici bit će prikazani

[6] http://www.ifc.org/wps/wcm/connect/1b7be8004d332ecb8976cdf81ee631cc/Husk+Power.pdf?MOD=AJPERES, 02.08.2016.

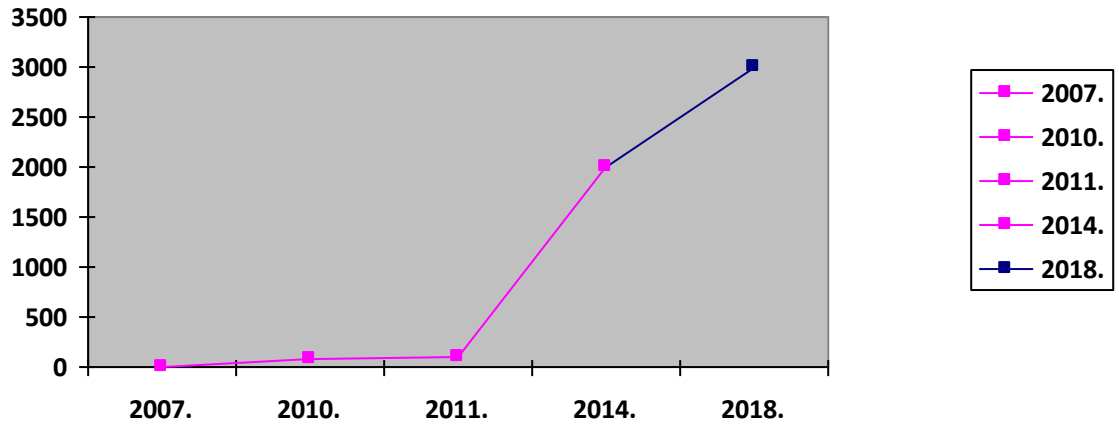
[7] http://www.cseindia.org/userfiles/Gaurav%20Kumar_Design%20to%20Scale.pdf, 02.08.2016.

[8] http://www.ifc.org/wps/wcm/connect/1b7be8004d332ecb8976cdf81ee631cc/Husk+Power.pdf?MOD=AJPERES, 02.08.2016.

[9] http://www.huskpowersystems.com/innerPage.php?pageT=Community%20Impact&page_id=81, 02.08.2016.

podaci koji su vezani za poslovanje ove organizacije, te dostignuća koja su postignuta od osnivanja do danas. Također će se prikazati i očekivanja koja se žele postići u budućnosti.

Na sljedećem grafikonu (Grafikon 2.) bit će prikazan rast broja izgrađenih elektrana od osnivanja organizacije (2007.) do 2014. godine, te broj elektrana koje se očekuju do 2018. godine. Roze linije prikazuju broj izgrađenih elektrana, a plava linija prikazuje očekivanja do 2018. godine.



Izvor: „Husk Power Systems“,
http://www.ifc.org/wps/wcm/connect/1b7be8004d332ecb8976cdf81ee631cc/Husk+Power.pdf?MOD=AJPERES

Grafikon 2. Broj elektrana u razdoblju od 2007. do 2018. godine

Iako mlada, organizacija „Husk Power Systems“ je doživjela brz rast. Na grafikonu se vidi da broj izgrađenih elektrana ubrzano raste. Taj broj je od osnivanja, odnosno 2007. godine sa 3 elektrane porastao na 2000 elektrana u 2014. godini. Posljednja plava linija pokazuje rast koji se očekuje do 2018. godine. Očekuje se da će do tada taj broj narasti na 3000 elektrana, te će se električna energija omogućiti 10 milijuna ljudi diljem svijeta.

Na sljedećoj tablici (Tablica 1.) bit će prikazani najvažniji podaci vezani za poslovanje organizacije koji su ostvareni u 2010. godini.

BROJ RADNIH MJESTA KOJA SU OMOGUĆENA OSNIVANJEM ORGANIZACIJE	358
BROJ IZGRAĐENIH ELEKTRANA	72
BROJ OPSKRBLJENIH KUĆANSTVA	30 000
BROJ OPSKRBLJENOG STANOVNIŠTVA	150 000
BROJ OPSKRBLJENIH NASELJA	250
UŠTEDA STANOVNIŠTVA U ODNOSU NA OSTALE IZVORE ENERGIJE	1 250 000 $

Izvor:
http://www.ifc.org/wps/wcm/connect/1b7be8004d332ecb8976cdf81ee631cc/Husk+Power.pdf?MOD=AJPERES

Tablica 1. Rezultati poslovanja u 2010. godini

3.2. „Enterprise Community Partners“

3.2.1. O organizaciji

Enterprise Community Partners je jedna od najutjecajnijih organizacija koja predstavlja hibrid između neprofitne i klasične biznis organizacije. Osnivač organizacije je Jim Rouse, a slogan glasi: „Decent housing in decent neighborhoods for everyone“ („Pristojno stanovanje u pristojnom susjedstvu za svakoga“). Enterprise koristi tržišne sile, dobre podatke, političku vještinu kako bi stvorila mehanizme koji pomažu neprofitnim investitorima i gradovima da izgrade kvalitetne stambene objekte za stanovnike s niskim primanjima.[10] Približno 19 milijuna

[10] http://www.pomakonline.com/content/view/315/29/, 26.07.2016.

obitelji diljem zemlje, odnosno otprilike svaka šesta obitelj u SAD-u suočena je sa stambenom nesigurnošću. Od toga 10,9 milijuna obitelji iznajmljuje stan, dok 7,5 milijuna posjeduje nekretninu. Ta nesigurnost uzrokuje stres, zdravstvene, te mnoge druge probleme koji spriječavaju uspjeh pojedinih obitelji.

Misija je stvoriti uvjete, odnosno omogućiti ljudima s niskim i srednjim primanjima priliku za stanovanje u uređenim zajednicama. Enterprise misija, ispunjena poslovnom disciplinom i omogućena donatorima i investitorima još od 1982. godine surađuje s partnerima u zajednicama iz cijelog svijeta.[11] Strateški cilj organizacije je zaustaviti stambenu nesigurnost u ovoj generaciji.[12] Kao predujam za postizanje ovog cilja Enterprise će do 2020. godine pomoći omogućiti milijun obitelji s niskim primanjima kvalitetan dom, pristup dobrim školama i poslovima, te zdravstvenoj njezi.[13] Njegovim postizanjem smanjio bi se broj beskućnika, te prevelika izdavanja za stanovanje, a ne bi više ni bilo obitelji koje su lišene prilika za boljim životom.

3 katalizatora koja utječu na sustavne promjene su:

- Utjecaj kapitala
- Inovativna rješenja na terenu
- Preobrazba javne politike

„Enterprise Community Partners“ je jedina stambena organizacija u SAD-u koja ima duboku stručnost u sva tri navedena katalizatora, te ćemo ih ukratko i opisati.

Utjecaj kapitala – Enterprise ima vodeće mjesto u socijalno potaknutoj kapitalnoj investiciji. Ona koristi nove financijske alate od ciljanih investicijskih fondova do socijalnih učinaka dovodeći privatni kapital do niskoinvestiranih susjedstava.[14]

[11] http://www.enterprisecommunity.com/about-us, 26.07.2016.

[12] http://www.enterprisecommunity.com/about-us, 26.07.2016.

[13] http://www.enterprisecommunity.com/strategic-plan, 26.07.2016.

[14] http://www.enterprisecommunity.com/about-us, 26.07.2016.

Inovativna rješenja na terenu - Mnoge obitelji s niskim primanjima u SAD-u se suočavaju s kritičnim problemima, te im Enterprise pokušava pomoći surađujući s brojnim partnerima. Njihove probleme rješavaju omogućujući im dom za život ili zaposlenje, zdravstvenu njegu ili neku drugu uslugu.

Preobrazba javne politike – Enterprise je osmislila i provela niskoprihodni stambeni kredit (Low-Income Housing Tax Credit) kao glavni alat koji omogućuje pristupačne najmove za obitelji s niskim primanjima. [15]

Postoji 5 strateških stupova, a to su:[16]

- Domovi – stvoriti više domova i domove veće kvalitete koji su dostupni
- Sistem – pronaći partnere u javnom i privatnom sektoru kako bi se spriječila stambena kriza u SAD-u, te omogućiti gradovima pristup novim znanjima i novim alatima za spriječavanje krize
- Veze/povezanost – povezati domove s dobrim školama, poslovima, prijevozom i zdravstvenom njegom
- Resursi – povećati privatni i javni kapital za spriječavanje stambene krize i omogućavanje prilika
- Organizacija – izgraditi jaču i prikladniju organizaciju, odnosno ojačati Enterprise.

Unutar ove organizacije djeluju društva koja investiraju svoja sredstva u razvoj, te vode i izgrađuju financijski dostupna mjesta stanovanja. Do danas je investirano 18,6 milijardi, te se pomoglo u izgradnji 340 000 domova. Zahvaljujući ovoj organizaciji ljudi svaki dan dobivaju priliku preseliti se na bolje mjesto za život.

Završetak stambene krize očituje se kroz stvaranje, unaprijeđenje i održavanje domova koji su:[17]

- Financijski pristupačni za obitelji s niskim primanjima

[15] http://www.enterprisecommunity.com/about-us, 26.07.2016.

[16] http://www.enterprisecommunity.com/strategic-plan, 26.07.2016.

[17] http://www.enterprisecommunity.com/strategic-plan, 26.07.2016.

- Dostupni na tržištima gdje ponuda stanova raste
- Zdravi, dobro dizajnirani i održivi
- Povezani s dobrim školama, poslovima, prijevozom i zdravstvenom njegom.

U organizaciji postoje 3 skupine donatora, a možemo ih podijeliti na:

- Spotlights („reflektori“)
- Individualni donatori
- Organizacije

Spotlights („reflektori“) su organizacije donatori koje potpomažu poduzećima prilikom ostvarivanja njihovih ciljeva. Jedan takav primjer je „Living cities“. To je inovativna udruga od 22 najveće svjetske organizacije i financijske institucije.[18] Od 1993. godine ta udruga daje potporu Enterpriseu u izgradnji domova, te je u tom razdoblju osigurala više od 21,5 milijuna dolara.

Individualni donatori su pojedinačne osobe koje doniraju određeni iznos novca organizaciji kao potporu. Na sljedećoj tablici će biti prikazane skupine tih donatora, te iznosi koji pripadaju svakoj pojedinoj skupini izraženi u dolarima.

[18] http://enterprisecommunityannualreport2013.org/donors/spotlights, 29.07.2016.

Tablica 2. Individualni donatori

SKUPINE INDIVIDUALNIH DONATORA	IZNOS ($)
DRUŠTVENI VOĐA	1 000 - 2 499
VJERNIK	2 500 – 4 999
PODUZETNIK	5 000 – 9 999
VIZIONAR	10 000 – 24 999
PROIZVOĐAČ	25 000 – 49 999
INVESTITOR	100 000 – 499 999

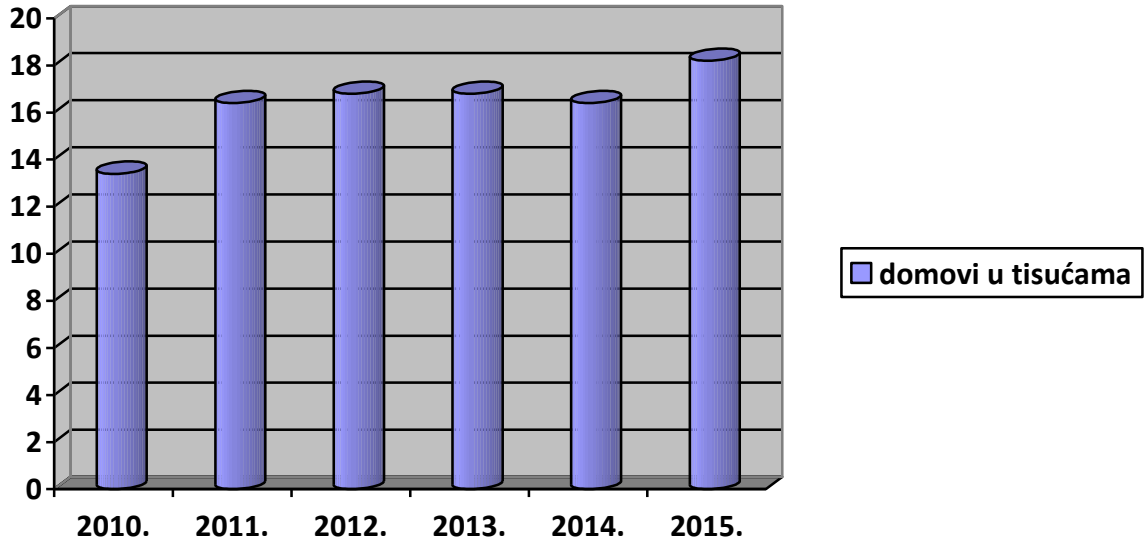
Izvor: Službena stranica organizacije „Enterprise Community Partners“, http://enterprisecommunityannualreport2013.org/donors/individual

Organizacije spadaju u treću skupinu donatora. To su korporacije i udruženja koja doniraju određene iznose novca za potporu organizaciji „Enterprise Community Partners“. Nabrojat ćemo neke najveće od njih, koje su donirale preko milijun dolara. To su Bank of America & Bank of America Foundation, The JPB Foundation, JPMorgan Chase Co. & The JPMorgan Chase Foundation, The Kendeda Fund i Living Cities, Inc.

3.2.2. Prikaz poslovanja organizacije

Organizacija „Enterprise Community Partners“ omogućava stanovnicima s niskim primanjima bolje uvjete života. Na sljedećim grafikonima i tablicama bit će prikazan broj domova i poslova koje je pružila stanovnicima. Također će biti prikazana i visina investiranja u zajednice diljem zemlje, niskoprihodni stambeni krediti i krediti za naseljavanje novih područja.

Na sljedećem grafikonu (Grafikon 3.) bit će prikazan broj dostupnih domova koje je omogućila organizacija u razdoblju od 2010. do 2015. godine. Podatci su prikazani u tisućama.

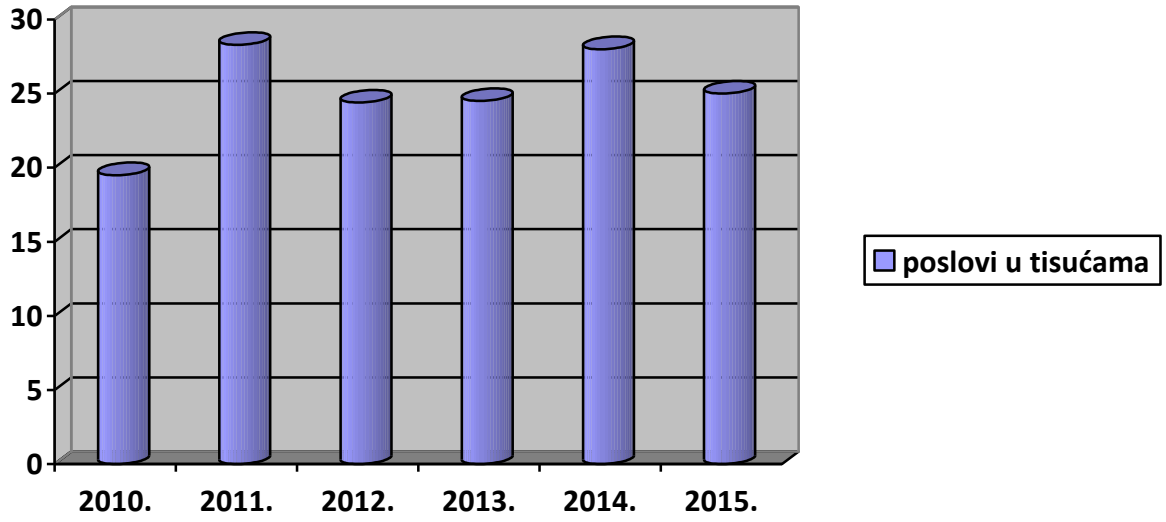


Izvor: Godišnji izvještaji, https://s3.amazonaws.com/KSPProd/cache/documents/676/67621.pdf, https://s3.amazonaws.com/KSPProd/cache/documents/678/67880.pdf, https://s3.amazonaws.com/KSPProd/ERC_Upload/68060.pdf, http://enterprisecommunityannualreport2013.org/results, http://www.enterprisecommunityannualreport2014.org/, http://enterprisecommunityannualreport2015.org/wp-content/themes/enterprise/assets/files/2015-Annual-Report-WEB.pdf

Grafikon 3. Broj dostupnih domova u razdoblju od 2010. do 2015. godine

Iz grafikona 3. vidljivo je da je organizacija „Enterprise Community Partners“ u prvoj prikazanoj godini omogućila najmanji broj domova. Sljedeće godine taj broj raste i približno isti se održava sve do 2015. godine. Te godine dolazi do rasta, te je to najveći broj domova koji je pružen stanovništvu u promatranom razdoblju.

Na sljedećem grafikonu (Grafikon 4.) bit će prikazan broj poslova koje je omogućila organizacija u razdoblju od 2010. do 2015. godine

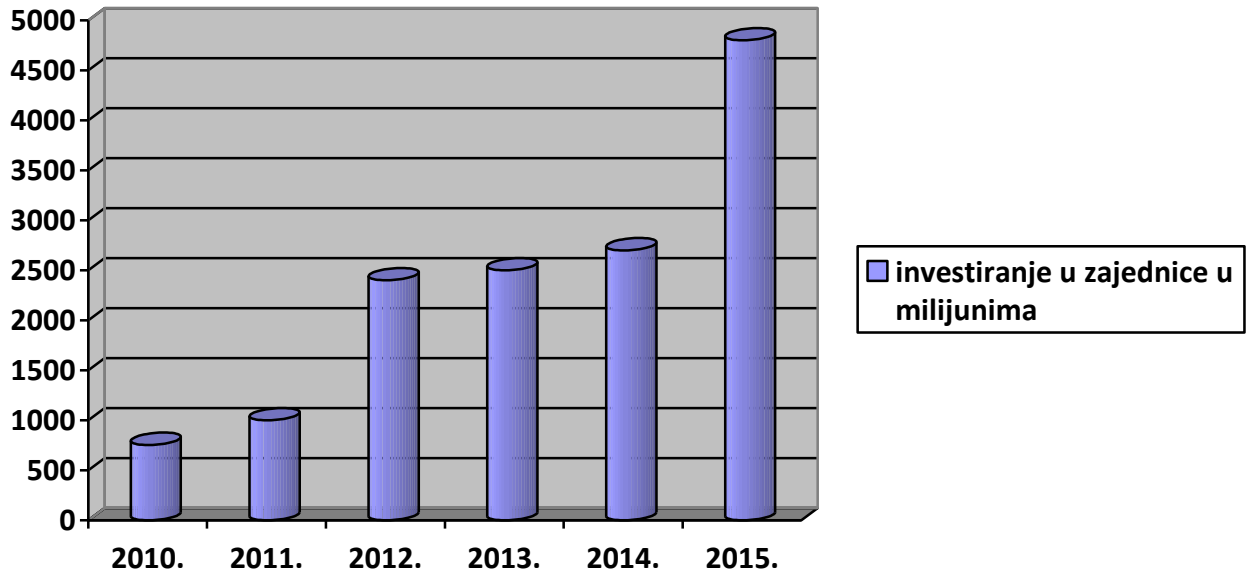


Izvor: Godišnji izvještaji, https://s3.amazonaws.com/KSPProd/cache/documents/676/67621.pdf, https://s3.amazonaws.com/KSPProd/cache/documents/678/67880.pdf, https://s3.amazonaws.com/KSPProd/ERC_Upload/68060.pdf, http://enterprisecommunityannualreport2013.org/results, http://www.enterprisecommunityannualreport2014.org/, http://enterprisecommunityannualreport2015.org/wp-content/themes/enterprise/assets/files/2015-Annual-Report-WEB.pdf

Grafikon 4. Broj poslova u razdoblju od 2010. do 2015. godine

Na grafikonu je vidljivo da u promatranom razdoblju nema drastičnog odstupanja u broju poslova. U 2010. godini osiguran je najmanji broj poslova, dok je taj broj u 2011. godini bio najveći. Približno jednak broj poslova bio je i u 2014. godini. Ostale godine su gotovo jednake.

Na sljedećem grafikonu (Grafikon 5.) prikazat će se iznos u dolarima koji je investiran u zajednice diljem zemlje u razdoblju od 2010. do 2015. godine. Svi iznosi su prikazani u milijunima.

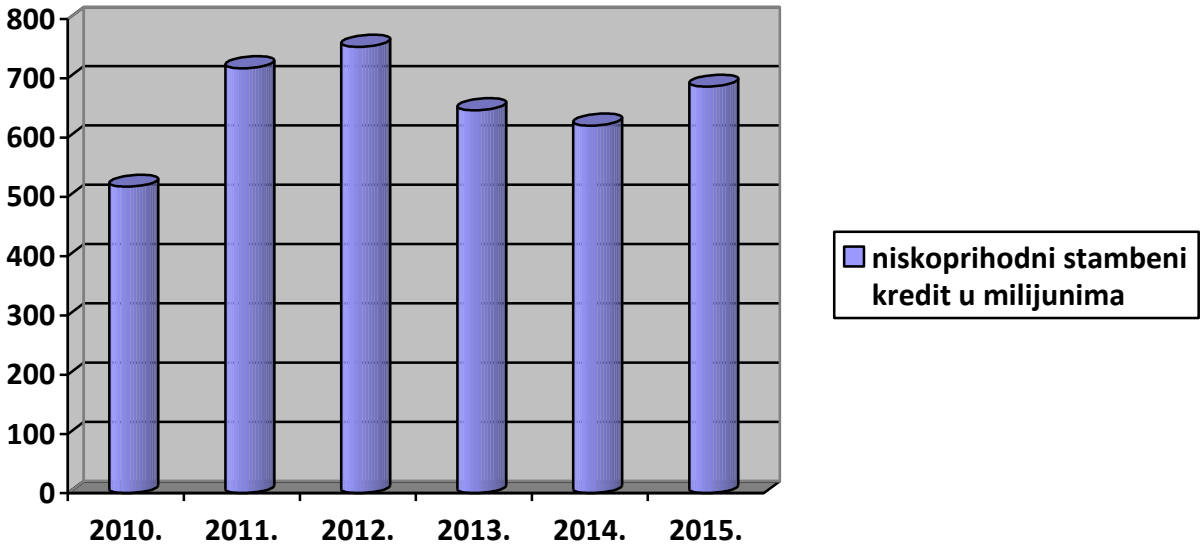


Izvor: Godišnji izvještaji, https://s3.amazonaws.com/KSPProd/cache/documents/676/67621.pdf, https://s3.amazonaws.com/KSPProd/cache/documents/678/67880.pdf, https://s3.amazonaws.com/KSPProd/ERC_Upload/68060.pdf, http://enterprisecommunityannualreport2013.org/results, http://www.enterprisecommunityannualreport2014.org/, http://enterprisecommunityannualreport2015.org/wp-content/themes/enterprise/assets/files/2015-Annual-Report-WEB.pdf

Grafikon 5. Investiranje u zajednice u razdoblju od 2010. do 2015. godine

Na ovom grafikonu vidljivo je kako se iznos investicija svake godine sve više povećava. 2011. godine dolazi do rasta u odnosu na 2010. godinu, ali ne tolikog kao 2012. godine kada broj investicija drastično raste i održava se i sljedećih godina. 2015. godine dolazi do naglog rasta i to je najveći iznos investicija u promatranim godinama. Investiranje u 2015. godini iznosi 4,8 milijardi dolara, dok je u prvoj promatranoj godini, 2010. iznosilo svega 755 milijuna dolara.

Na grafikonu 6. prikazat će se niskoprihodni stambeni krediti koje organizacija pruža stanovnicima. Iznosi su izraženi u milijunima dolarima.

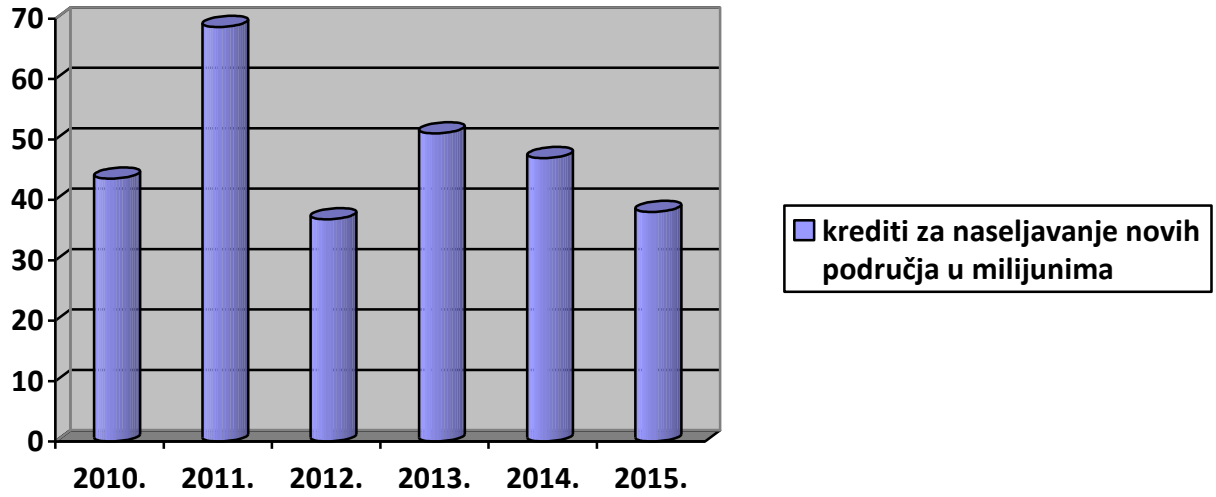


Izvor: Godišnji izvještaji, https://s3.amazonaws.com/KSPProd/cache/documents/676/67621.pdf, https://s3.amazonaws.com/KSPProd/cache/documents/678/67880.pdf, https://s3.amazonaws.com/KSPProd/ERC_Upload/68060.pdf, http://enterprisecommunityannualreport2013.org/results, http://www.enterprisecommunityannualreport2014.org/, http://enterprisecommunityannualreport2015.org/wp-content/themes/enterprise/assets/files/2015-Annual-Report-WEB.pdf

Grafikon 6. Niskoprihodni stambeni kredit u razdoblju od 2010. do 2015. godine

Na ovom grafikonu su prikazani niskoprihodni stambeni krediti koje organizacija nudi stanovnicima. Vidimo da 2011. godine dolazi do rasta u odnosu na 2010. godinu, te se taj rast nastavlja i 2012. godine kada je organizacija dala i najveći iznos kredita u promatranim godinama. Iduće godine dolazi do blagog pada, da bi 2015. godine došlo do ponovnog rasta iznosa kredita.

Na sljedećem grafikonu (Grafikon 7.) bit će prikazani krediti za naseljavanje novih područja koje organizacija omogućuje stanovništvu u razdoblju od 2010. do 2015. godine. Svi iznosi su prikazani u milijunima dolara.



Izvor: Godišnji izvještaji, https://s3.amazonaws.com/KSPProd/cache/documents/676/67621.pdf, https://s3.amazonaws.com/KSPProd/cache/documents/678/67880.pdf, https://s3.amazonaws.com/KSPProd/ERC_Upload/68060.pdf, http://enterprisecommunityannualreport2013.org/results, http://www.enterprisecommunityannualreport2014.org/, http://enterprisecommunityannualreport2015.org/wp-content/themes/enterprise/assets/files/2015-Annual-Report-WEB.pdf

Grafikon 7. Krediti za naseljavanje novih područja u razdoblju od 2010. do 2015. godine

Na grafikonu 7. prikazani su krediti za naseljavanje novih područja. Možemo primijetiti kako jedne godine visina kredita raste, dok se sljedeće smanjuje i taj naizmjenični rast/pad traje sve do 2013. godine nakon koje počinje opadati. 2011. godina je bila najuspješnija među promatranim godinama, te je tada omogućeno najviše kredita, dok je 2012. godine omogućen najmanji broj.

Na sljedećoj tablici (Tablica 3.) bit će prikazan broj dostupnih domova i poslova koje je dala organizacija ukupno od početka osnivanja pa do danas. Osim toga prikazat će se i iznos investiranja u zajednice diljem zemlje izraženo u dolarima.

Tablica 3. Ukupni podaci od početka poslovanja organizacije

UKUPNO	BROJ/IZNOS
DOMOVI	358 000
POSLOVI	175 000
INVESTIRANJE	23 400 000 000

Izvor: Godišnji izvještaj za 2015. godinu, http://enterprisecommunityannualreport2015.org/

4. ZAKLJUČAK

Iako društveno poduzetništvo posljednjih nekoliko desetljeća bilježi značajan razvoj, taj pojam je još uvijek relativno nova i javnosti nepoznata podzetnička disciplina.

Kao što je već spomenuto u ovom radu temeljna razlika između tradicionalnog i društvenog poduzetništva je društvena dobrobit. Tradicionalno poduzetništvo promatra se kao profitni poduzetnički pothvat kojem je cilj vlastiti interes i stjecanje dobiti. S druge strane društveno poduzetništvo je socijalni poduzetnički pothvat kojem je cilj opća dobrobit.

Posebno se prepoznaje inovativnost koju donosi društveno poduzetništvo. Jedna od najvećih prepreka je ovisnost i visok stupanj očekivanja od državnih programa, subvencija i potpora u području socijalne sfere.

Svijet je trenutno suočen s velikim problemima kao što su glad, siromaštvo, nezaposlenost itd., te se sve više usmjerava na rješavanje tih problema. Budući da tradicionalne profitne organizacije i dobrotvorne udruge nisu dovoljne za rješavanje takvih problema, u budućnosti će sve više dolaziti do razvoja neprofitnih organizacija koje su važne za društvene promjene.

U radu je prikazano kako društveno poduzetništvo u Republici Hrvatskoj još uvijek nije dovoljno razvijeno u odnosu na ostale zemlje Europske unije, ali se taj razvoj očekuje u budućnosti.

Društveno poduzetništvo je prikazano na primjerima dviju organizacija „Husk Power Systems“ i „Enterprise Community Partners“. Možemo zaključiti kako te dvije organizacije uspješno ostvaruju svoje ciljeve i svrhu svog osnivanja pomažući ugroženom stanovništvu.

Povoljna obrazovna i dobna struktura koja je uključena u aktivnosti društvenog poduzetništva je temelj za budući razvoj. Važno je razviti kanale informiranja i medijsku uključenost o društvenom poduzetništvu kako bi taj pojam bio sve više prepoznat u svijetu što bi dovelo do njegovog daljnjeg razvoja.

Društveno poduzetništvo može predstavljati značajan korak u razvoju humanijeg i tolerantnijeg društva, te društveno-ekonomskih odnosa.

LITERATURA

1. Autonomni centar-ACT, http://actnow.hr/podaci/statut [25.06.2016.]

2. Baturina D. (2013): Konceptualiziranje socijalnog poduzetništva i izazovi razvoja područja, Ekonomska misao, str. 127

3. Bosnić I. (2013): Socijalno poduzetništvo, str. 9, 36-42

4. Brooks C.A. (2009): Social entrepreneurship, Pearson Education, Upper Saddle River, New Jersey, str. 2,3

5. Centar tehničke kulture Rijeka, http://www.ctk-rijeka.hr/hr/dobrodo%C5%A1li-u-online-savjetovali%C5%A1te-za-dru%C5%A1tvene-poduzetnike#mogu-i-pravni-oblici-dru-tvenih-poduze-a [24.06.2016.]

6. Dees, J.G. Haas, M&P (1998): The Meaning of Social Entrepreneurshio, Enterprising Nonprofit, Harvard Business Review, str. 54

7. Enterprise, http://www.enterprisecommunity.com/about-us, [26.07.2016.]

8. Enterprise, http://www.enterprisecommunity.com/strategic-plan, [26.07.2016.]

9. Enterprise, Annual Report 2010, https://s3.amazonaws.com/KSPProd/cache/documents/676/67621.pdf, [29.07.2016.]

10. Enterprise, Annual Report 2011, https://s3.amazonaws.com/KSPProd/cache/documents/678/67880.pdf, [29.07.2016.]

11. Enterprise, Annual Report 2012, https://s3.amazonaws.com/KSPProd/ERC_Upload/68060.pdf, [29.07.2016.]

12. Enterprise, Annual Report 2013, http://enterprisecommunityannualreport2013.org/results, http://enterprisecommunityannualreport2013.org/donors/spotlights, http://enterprisecommunityannualreport2013.org/donors/individual, [29.07.2016.]

13. Enterprise, Annual Report 2014, http://www.enterprisecommunityannualreport2014.org/, [29.07.2016]

14. Enterprise, Annual Report 2015, http://enterprisecommunityannualreport2015.org/wp-content/themes/enterprise/assets/files/2015-Annual-Report-WEB.pdf, [29.07.2016.]

15. Gaurav: Husk Power System, http://www.cseindia.org/userfiles/Gaurav%20Kumar_Design%20to%20Scale.pdf, [02.08.2016.]

16. Husk Power Systems, http://www.ifc.org/wps/wcm/connect/1b7be8004d332ecb8976cdf81ee631cc/Husk+Power.pdf?MOD=AJPERES, [02.08.2016.]

17. Husk Power Systems, http://www.huskpowersystems.com/innerPage.php?pageT=Community%20Impact&page_id=81 [02.08.2016.]

18. Levenson Keohane G. (2013): Social entrepreneurship fot the 21st century Innovation Across the Nonprofit, Private and Public Sectors, Mc Graw Hill, USA, str. 15

19. Martin R., Osberg S. (2009): Socijalno poduzetnišvo, Autonomni centar-ACT, Čakovec, str.15-21

20. Ministarstvo rada i mirovinskog sustava (2015): Strategija razvoja društvenog poduzetništva u Republici Hrvatskoj za razdoblje od 2015. do 2020. godine, 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, [23.08.2016.]

21. Nicholls A. (2006): Social Entrepreneurship – New Models of Sustainable Social Change, Oxford, Oxford University Press Nicholls, str. 2

22. Perčin M. (2011): Socijalno poduzetništvo, Organizacija za građanske inicijative, Osijek, str.13-23

23. Pomakonline – Magazin za društveni razvitak, http://www.pomakonline.com/content/view/315/29/, [13.07.-02.08.2016.]

24. Praszkier R., Nowak A. (2012): Social entrepreneurship: theory and practice, Cambridge Unniversity Press, New York, str. 10

25. Ustanova za profesionalnu rehabilitaciju i zapošljavanje osoba s invaliditetom – URIHO, http://www.uriho.hr/o-nama/ustanova-uriho [25.06.2016.]

26. Večernji list, http://www.vecernji.hr/poduzetnistvo-i-karijere/vracaju-nam-se-socijalne-zadruge-prve-vec-uspjele-1009314, [24.06.2016.]

27. Vidović D. (2012): Socijalno poduzetništvo u Hrvatskoj, doktorska disertacija, Zagreb, Filozofski fakultet

28. Vincetić V., Babić Z., Baturina D. (2013): Definiranje područja i potencijal razvoja socijalnog poduzetništva Hrvatske u komparativnom kontekstu, Ekonomski pregled, str. 271

POPIS GRAFIKONA

Grafikon 1. Udio zaposlenih RH u odnosu na zemlje EU 20

Grafikon 2. Broj elektrana u razdoblju od 2007. do 2018. godine 27

Grafikon 3. Broj dostupnih domova u razdoblju od 2010. do 2015. godine 33

Grafikon 4. Broj poslova u razdoblju od 2010. do 2015. godine..... 34

Grafikon 5. Investiranje u zajednice u razdoblju od 2010. do 2015. godine 35

Grafikon 6. Niskoprihodni stambeni kredit u razdoblju od 2010. do 2015. godine 36

Grafikon 7. Krediti za naseljavanje novih područja u razdoblju od 2010. do 2015. godine 37

POPIS TABLICA

Tablica 1. Rezultati poslovanja u 2010. godini..... 28

Tablica 2. Individualni donatori..... 32

Tablica 3. Ukupni podaci od početka poslovanja organizacije..... 38