



Shema 2. Tri komponente socijalnog poduzetništva

Izvor: Izrada autorice prema Perčin, 2011:12

2.5. Socijalni poduzetnik

Pojam *socijalni poduzetnik* već je definiran početkom 20. stoljeća, od strane Josepha Schumpetera, „opisujući poduzetnika kao agenta društvene i ekonomske promjene implicirajući kako su poduzetnici posebno osjetljivi na društveno okruženje.“ (Šrtić i Mikić, 2007:156). Prema Noyi (2006), socijalni poduzetnik prepoznaje socijalni problem i koristi poduzetnička načela da organizira, stvara i upravlja poslovnim pothvatom kako bi generirao socijalne potrebe.“ Takvi su poduzetnici vrlo važni u društvu jer utječu na promjene u javnom sektoru i mijenjaju percepciju o brojnim društvenim pitanjima. Da bi ispunili željenu ulogu, moraju biti vizionari i kreativci, imati snažan osjećaj za moral i ogromnu želju za promjenama u društvu.

Tablica 4. Ključne osobine uspješnih socijalnih poduzetnika

| Osobina | Opis |
|-------------------------------------|--|
| Volja za samodisciplinom | Rastuća poduzeća u socijalnom sektoru moraju biti u korak s promjenama – vođe koji drže korak će profitirati |
| Volja za dijeljenjem zasluga | Istinska mjera poduzetnikove osobnosti – dijeljenje uspjeha s drugima |

3. POKRETANJE I TIPOVI SOCIJALNOG PODUZENIŠTVA

3.1. Od ideje i uočavanja socijalne prilike do socijalnog učinka

Socijalna se poduzeća javljaju kao odgovor na nemogućnost vlade neke države da riješi određeni socijalni problem. Za razliku od tradicionalnih poduzetnika, socijalni poduzetnici imaju želju i ideju uvesti pozitivnu promjenu u društvu, odnosno želja im je ostvariti neki pozitivan socijalni učinak. Iako se u mnogočemu razlikuje od tradicionalnog, socijalni poduzetnik isto tako mora doći na ideju, istražiti tržište i resurse, stvoriti tim, kreirati poslovni plan i razraditi ostale elemente poduzetničkog pothvata. Za početak, potrebno je identificirati društvenu potrebu koja se nastoji riješiti te razviti plan za rješavanje problema. Nakon toga, poduzetnik mora odlučiti želi li problem riješiti sam ili će okupiti tim ljudi oko sebe ili zajednicu. Na kraju ostaje provođenje plana u djelo. „Za pokretanje socijalnog poduzetništva potrebno je zadovoljiti 4 osnovna preduvjeta:

1. postojanje tržišta – potreba za robom i uslugama koje ćemo proizvoditi, zadovoljenje navike kupaca, praćenje trendova, dobro razmotrena realna konkurencija, zašto baš mi možemo pružiti usluge ili proizvesti robu
2. isplativost poslovnog pothvata – potrebna količina robe ili usluge za ostvarivanje dobiti, odnos uložениh sredstava i vrijeme potrebno za realiziranje dobiti, imamo li ljudske, materijalne i financijske resurse za pokretanje aktivnosti
3. ima li organizacija potrebno znanje – marketing, utvrđivanje cijena usluga ili robe, kvalitetna tehnologija za pružanje usluga i roba, osiguran sustav kvalitete vrednovanja
4. utjecaj pothvata na zajednicu – analiza utjecaja na (in)direktne korisnike, analiza utjecaja pokrenutog pothvata na razvoj zajednice, osiguranje održivosti pokrenutih aktivnosti“ (Perčin, 2011:13-14)

Za socijalne poduzetnike je vrlo važno da uvijek traže nove načine kako bi ostvarili socijalnu misiju ili postojeću održavali konstantnom. Kod toga je važna mreža ljudi okupljena oko poduzetnika koja mu omogućuje veću garanciju pozitivnog djelovanja i uspjeha. Osim toga, socijalni poduzetnici moraju znati kako najbolje iskoristiti resurse te pronaći način kako će ostvariti viziju uslijed oskudnosti resursa. Zbog toga je raspoloživost resursa često presudna za izbor i/ili iskorištavanje socijalne prilike koja će kasnije biti pretočena u socijalni učinak.

Istraživanja (GEM, 2009) pokazuju kako je udio socijalnog poduzetništva u svijetu još uvijek dosta malen, posebice u nerazvijenim zemljama. Primjerice, u zemljama poput Maroka ili Gvatemale, razina socijalno – poduzetničkih aktivnosti je svega 0,1%, dok je u srednje razvijenim zemljama ta razina oko 4,3%. Uspoređujući oblike socijalnog poduzetništva, najprisutniji su neprofitni (24%) i hibridni oblik (23%). Zanimljivo je istaknuti kako udio socijalnog poduzetništva raste s razvojem ukupne privrede neke zemlje. „Potencijalno objašnjenje jest da se pojedinci u razvijenim zemljama, nakon što su uspjeli zadovoljiti vlastite individualne ekonomske potrebe, okreću prema potrebama zajednice i pokazuju veći altruizam.“ (Bosma i Levie, 2010:44). S druge strane, u nerazvijenim zemljama se socijalno i tradicionalno poduzetništvo često preklapaju, odnosno socijalno poduzetništvo nije institucionalizirano pa je teško utvrditi razinu njegovog postojanja. Od ostalih rezultata do kojih se došlo istraživanjem bitno je istaknuti sljedeće:

- ✓ više muškaraca nego žena pokreće socijalno – poduzetničke projekte, iako je socijalna sfera u izvaninstitucionalnom obliku tradicionalno dominantno „ženska“
- ✓ udio žena u socijalnom poduzetništvu se povećava s povećanjem razvoja zemlje
- ✓ mlada populacija pokazuje sve veći interes za ovaj tip poduzetništva
- ✓ razvijenost zemlje često je ključan kriterij koji određuje čime će se socijalni poduzetnik baviti – u nerazvijenim zemljama socijalni se poduzetnici bave rješavanjem elementarnih pitanja poput pitke vode, kanalizacije i sl., dok se u visoko razvijenim zemljama usmjeravaju na pitanja dodatnih usluga za marginalizirane osobe ili pitanja zaštite okoliša
- ✓ problematičnost intitucionaliziranja socijalnog poduzetništva u mnogim državama svijeta čime se potvrđuje teza o složenosti fenomena socijalnog poduzetništva

4.2. Pristup socijalnom poduzetništvu u razvijenim zemljama

Prve rasprave o socijalnom poduzetništvu počele su u SAD-u i Kanadi, da bi se kasnije proširile na Europu i ostatak svijeta. U Americi su već 80-ih godina prošlog stoljeća osnivane prve zaklade kako bi se potaknulo socijalno poduzetništvo, a devedesetih godina započelo je uvrštavanje tematike socijalnog poduzetništva u sveučilišne programe o čemu je već pisano u ovom radu.

S vremenom su razvijena dva osnovna koncepta socijalnog poduzetništva. U anglosaksonskom svijetu socijalno se poduzetništvo razvilo iz neprofitnog sektora u kojem se naglašava tržišni

zemljama predstavlja temeljni model smanjenja siromaštva i povećanja zaposlenosti. „U velikoj mjeri mikrokrediti i drugi mikro-financijski mehanizmi dočekani su kao ključ smanjenja siromaštva i poticanja ekonomskog razvoja u ovim zemljama. Oni omogućuju financijska sredstva jako siromašnim pojedincima i obiteljima kako bi pokrenuli ekonomsku djelatnost kroz koju bi se (samo)zaposlili.“ (Vidović, 2012:118). „Neki od tipičnih oblika socijalnog poduzetništva koji se javljaju u nerazvijenim zemljama su primjerice:

- ✓ socijalno poduzeće koje proizvodi i prodaje prehrambene proizvode vrhunske kvalitete po vrlo niskoj cijeni na tržištu prepunom siromašne i loše uhranjene djece
- ✓ socijalno poduzeće koje nudi police zdravstvenog osiguranja i medicinsku skrb za siromašne korisnike
- ✓ socijalno poduzeće koje reciklira smeće i druge otpadne proizvode koji inače zagađuju siromašna područja“ (Yunus, 2009:33-34)

U tablici 6. prikazani su neki od najznačajniji projekata socijalnog poduzetništva u nerazvijenim zemljama.

Tablica 7. Najpoznatiji primjeri socijalnih projekata u nerazvijenim zemljama

| Naziv | Opis |
|-----------------------------|--|
| Grameen Bank | Omogućila je siromašnima korištenje bankarskih financijskih usluga za uspostavljanje profitabilnog poslovnog pothvata kako bi izašli iz siromaštva; model se pokazao kao uspješan model smanjenja siromaštva |
| Aravind Eye Hospital | Bolnica koja je pružala usluge liječenja bolesti očiju po veoma niskim cijenama; cilj je bio zdravstvene usluge učiniti dostupnim siromašnijem stanovništvu |
| Sekem | Poduzeće koje je pokrenulo niz institucija ključnih za razvoj društva – škole, bolnice i sl.; medicinski centri brojne korisnike osplužuju besplatno |
| Green Belt Movement | Mobilizacija lokalnog stanovništva u cilju zaštite okoliša i održivog razvoja |
| Plan Puebla | Unapređenje tehnike proizvodnje kukuruza za male poljoprivrednike; projekt je imao znatan utjecaj na smanjenje siromaštva ruralnog poljoprivrednog stanovništva Meksika |

Izvor: Izrada autorice prema Vidović, 2012:120-121

4.4. Socijalno poduzetništvo u Europskoj uniji

I u Europskoj uniji je prepoznata važnost socijalnog poduzetništva koje omogućuje rješavanje brojnih društvenih problema s kojima se Europa susreće. EMES, mreža za istraživanje socijalnog

6. ZAKLJUČAK

Socijalno poduzetništvo specifičan je oblik poslovnog poticanja i organiziranja aktivnosti čiji se prvi oblici mogu prepoznati već u 19. stoljeću, iako tek posljednjih 15-ak godina, zbog raznih političkih i gospodarskih problema u svijetu, započinje zauzimati mjesto koje zaslužuje. Iako u svijetu ne postoji opći konsenzus o tom obliku biznisa, sve dosadašnje definicije objedinjuju dva temeljna elementa koja socijalno poduzetništvo čine – ekonomska aktivnost i usmjerenost na rješavanje određenog društvenog problema. Tako se socijalno poduzetništvo može definirati kao primjena poduzetničkih načela (inovacija, preuzimanje rizika, upornost i dr.) s ciljem unapređenja kvalitete življenja, te ostvarivanje financijske i društvene vrijednosti kako bi se ostvario financijski i društveni povrat na investicije. Većina socijalnih poduzetnika u svijetu svojom misijom smatra potpomaganje upravo marginaliziranih skupina, poput bolesnih, siromašnih ili pak žena. Socijalno se poduzetništvo u načelu ne razlikuje od tradicionalnog, posebice što se tiče tržišnih, odnosno ekonomskih aktivnosti, ali je najveća razlika što usredotočenost na ostvarenje socijalne misije, odnosno misije koja potpomaže dobrobiti društva, dok je tradicionalni poduzetnik isključivo orijentiran tržišnim, odnosno financijskim ciljevima. Da bi socijalni poduzetnik uspio, mora uočiti određenu tržišnu priliku (naći tržište), provjeriti isplativost poslovnog pothvata, procijeniti ima li organizacija mogućnosti ostvariti socijalnu misiju te hoće li njome pozitivno utjecati na neku društvenu dobrobit.

Fenomen socijalnog poduzetništva pojavio se kao odgovor na nemogućnost države da rješava određene socijalne probleme, poput gladi, siromaštva, zagađenja okoliša i sl. Osim mogućnosti rješavanja navedenih problema, smatra se kako socijalni poduzetnici mogu smanjiti jaz nastao između bogatih i siromašnih. Kako bi se iskoristio puni potencijal socijalnog poduzetništva, potrebno je uspostaviti jasan zakonodavni okvir u zemljama diljem svijeta, kako bi se mogao integrirati u strategije, politike i mjere država, čime će mu se omogućiti odgovarajuća politička i financijska podrška.

U EU zanimanje za socijalnu ekonomiju intenzivnije počinje posljednjih 15-ak godina, a u tom je kontekstu osnovana Socijalna ekonomija Europe kojoj je glavni cilj bio definirati zakonodavni okvir kojim bi se reguliralo socijalno poduzetništvo. Trenutno se socijalno poduzetništvo

POPIS SHEMA

| | |
|--|----|
| Shema 1. Realizacija i ciljevi projekata socijalnog poduzetništva | 6 |
| Shema 2. Tri komponentne socijalnog poduzetništva | 11 |
| Shema 3. Matrica socijalnog poduzetništva..... | 14 |
| Shema 4. Tri dimenzije socijalnog poduzetništva | 22 |
| Shema 5. Udio socijalnog poduzetništva u zemljama EU | 23 |
| Shema 6. Posebni ciljevi Strategije..... | 34 |
| Shema 7. Pokazatelji ekonomskog, društvenog i okolišnog povrata 2015. godine..... | . |
| Shema 8. Poslovanje Grupe od 2003. – 2014. godine | 6 |
| Shema 9. Podaci o broju organiziranih događaja, projektima i ukupnom broju korisnika... .. | 37 |
| Shema 10. Dugoročni programi ACT Grupe | 37 |

POPIS TABLICA

| | |
|---|----|
| Tablica 1. Ciljevi socijalnog poduzetništva | 8 |
| Tablica 2. Dimenzije socijalnog poduzetništva. | 9 |
| Tablica 3. Tradicionalno vs. socijalno poduzetništvo..... | 10 |
| Tablica 4. Ključne osobine uspješnih socijalnih poduzetnika. | 11 |
| Tablica 5. Tipovi socijalnog poduzetništva. | 15 |
| Tablica 6. Klasifikacija 4 oblika socijalnog poduzetništva. | 17 |
| Tablica 7. Najpoznatiji primjeri socijalnih projekata u nerazvijenim zemljama. | 20 |
| Tablica 8. Kriteriji definiranja pravnih oblika socijalnih poduzeća. | 28 |
| Tablica 9. Ciljevi mjera usmjerenih prema socijalnom poduzetništvu..... | 31 |

POPIS DIJAGRAMA

| | |
|---|----|
| Dijagram 1. Apsolutna i relativna zaposlenost stanovništva EU u socijalnoj ekonomiji..... | 23 |
|---|----|

