

Društveno poduzetništvo na primjeru doma za starije osobe Kantrida Rijeka

Bratanić, Andro

Undergraduate thesis / Završni rad

2021

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **The Polytechnic of Rijeka / Veleučilište u Rijeci**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:125:958124>

Rights / Prava: [In copyright](#)/[Zaštićeno autorskim pravom.](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2025-02-05**



Repository / Repozitorij:

[Polytechnic of Rijeka Digital Repository - DR PolyRi](#)



VELEUČILIŠTE U RIJECI

Andro Bratanić

**DRUŠTVENO PODUZETNIŠTVO NA PRIMJERU DOMA ZA
STARIJE OSOBE KANTRIDA RIJEKA**

(završni rad)

Rijeka, 2021.

VELEUČILIŠTE U RIJECI

Poslovni odjel

Preddiplomski stručni studij Informatika

DRUŠTVENO PODUZETNIŠTVO NA PRIMJERU DOMA ZA STARIJE OSOBE KANTRIDA RIJEKA (ZAVRŠNI RAD)

MENTOR

Daniel Trošić, pred

STUDENT

Andro Bratanić

MBS: 2422035838/11

Rijeka, rujan 2021.

VELEUČILIŠTE U RIJECI

Poslovni odjel

Rijeka, 12.04.2021.

**ZADATAK
za završni rad**

Pristupniku: Andru Brataniću

MBS: 2422035838/11

**Studentu preddiplomskog stručnog studija INFORMATIKA u Rijeci izdaje se
zadatak za završni rad – tema završnog rada pod nazivom:**

**DRUŠTVENO PODUZETNIŠTVO NA PRIMJERU DOMA ZA STARIJE OSOBE
KANTRIDA RIJEKA**

Sadržaj zadatka:

U teorijskom dijelu završnog rada predstaviti osnovne pojmove i ključna obilježja društvenog poduzetništva. Zatim pobliže pojasniti metodu dizajnerskog promišljanja i Lean start up metodologiju te obrazložiti primjere dobre prakse iz zemlje i inozemstva. U praktičnom dijelu rada izraditi minimalno funkcionalni proizvod (prototip) koji je usmjeren na specifične potrebe starijih osoba, a koji može pomoći Domu za starije osobe „Kantrida“ Rijeka da razvije održiv društvenopoduzetnički pothvat. Prototip se mora temeljiti na osnovnoj logici društvenog poduzetništva, uravnoteženosti ekonomskih, okolišnih i društvenih ciljeva.

Rad obraditi sukladno odredbama Pravilnika o završnom radu Veleučilišta u Rijeci.

Zadano: 12.04.2021.

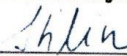
Predati do: 15.09.2021.

Mentor:



Daniel Trošić, pred.

Pročelnik odjela:



Dr.sc. Anita Stilić, v. pred.

Zadatak primio dana: 12.04.2021.



Andro Bratanić


Dostavlja se:

- mentoru
- pristupniku

IZJAVA

Izjavljujem da sam završni rad pod naslovom **Društveno poduzetništvo na primjeru doma za starije osobe Kantrida Rijeka** izradio samostalno pod nadzorom i uz stručnu pomoć mentora Daniela Trošića, pred.

Andro Bratanić



(potpis studenta)

Sažetak

U ovome stručnome radu opisan je postupak izrade pomagala za ljude sa poteškoćama u hodaњу a pomagalo sadrži GPS lokator, te je opisan razvoj društvenog poduzetništva u domu za starije osobe Kantrida Rijeka. U uvodu su navedeni problemi istraživanja s kojima smo se susreli u izradi ovoga rada i koji su ciljevi istraživanja postavljeni, te su navedene metode istraživanja. U uvodu je još opisana struktura rada. Opisana je uloga društvenog poduzetništva u suvremenom društvu. Prikazano je zašto je društveno poduzetništvo ključan čimbenik moderne ekonomije. Navedeni su primjeri dobre prakse u društvenom poduzetništvu i opisan je njihov način poslovanja i utjecaj koji su imali na živote marginaliziranih osoba i na smanjenje zagađenosti. Navedeno je što je to dizajnersko promišljanje i lean start up metodologija. Prikazan je proizvod sa minimalnom funkcionalnošću koji je ujedno i izrađen kao dio ovog rada te je u koracima prikazana njegova izrada. U zaključku je raspisano sve šta se naučilo i zaključilo u izradi stručnog rada.

Ključne riječi: društveno poduzetništvo, društveni poduzetnik, lean start up, dizajnersko promišljanje, demencija

SADRŽAJ

1	UVOD	1
1.1	Problem i cilj istraživanja.....	1
1.2	Metode istraživanja.....	2
1.3	Struktura rada.....	2
2	DRUŠTVENO PODUZETNIŠTVO - ULOGA U SUVREMENOM DRUŠTVU	4
2.1	Pojmovno određenje društvenog poduzetništva	4
2.2	Društveno poduzetništvo - ključan čimbenik moderne ekonomije.....	6
3	DRUŠTVENO PODUZETNIŠTVO U PRAKSI.....	11
3.1	Dizajnersko promišljanje.....	11
3.2	Lean Start up metodologija	13
3.3	Primjeri dobre prakse.....	17
4	DRUŠTVENO PODUZETNIŠTVO U DOMU ZA STARIJE OSOBE KANTRIDA.....	27
4.1	Prijedlog razvoja društvenog poduzetništva u domu za starije osobe „Kantrida“ Rijeka	27
4.2	Predstavljanje minimalno funkcionalnog proizvoda	29
5	ZAKLJUČAK	32
	POPIS LITERATURE.....	33
	POPIS SLIKA	35
	POPIS TABLICA.....	36

1 UVOD

U uvodnom dijelu ovoga završnog rada biti će navedeni problemi u današnjem društvu zbog kojih se provelo ovo istraživanje. Biti će navedeni ciljevi koje bi ovaj stručni rad trebao ispuniti te će biti prikazana struktura rada.

1.1 Problem i cilj istraživanja

Probleme ovog istraživanja predstavljaju niski prihodi te nedostatak poslova za osobe starije životne dobi. Problem je neiskorištenost ljudskih potencijala i neiskorištenost novca iz fondova Europske unije za pokretanje društveno-poduzetničkih projekata.

Problemi sa istraživanjem za kreiranje ovoga završnog rada su već počeli pri početku ovoga rada. Nije se mogao provesti intervju sa potencijalnim korisnicima i budućim kreatorima pomagala, jer je pristup u domove za starije osobe onemogućen zbog širenja virusa covid-19 koji bi mogao imati kobne posljedice za stariju populaciju. Istraživanje se provelo sa podacima koji su skupljeni iz knjiga, časopisa, interneta te telefonskih razgovora sa zaposlenicima u domu za starije osobe Kantrida. Online anketa nije provedena iz razloga što se osobe starije životne dobi slabo koriste internetom.

Cilj ovog istraživanja je da se stvori ideja kakvo pomagalo bi bilo od najveće koristi osobama starije životne dobi koje pate od demencije, te da se to pomagalo izradi. Procjenjuje se da u Hrvatskoj prema popisu stanovništva iz 2011. godine ima 86 000 osoba s demencijom.

(<https://www.hzjz.hr/aktualnosti/alzheimerova-bolest/>; 01.07.2021).

Demencija je bolest koja ponajviše ukazuje na poteškoće u pamćenju i na ostale intelektualne sposobnosti. Demencija ili stanje demencije ima posljedice ne samo na oboljelu osobu već i na njegovu okolinu, jer osobe koje pate od demencije trebaju sve veću pomoć kako bolest napreduje te nisu u mogućnosti samostalno se brinuti o sebi. Cilj ovog završnog rada je konstruirati pomagalo za starije osobe sa demencijom i poteškoćama u kretanju. U pomagalo je ugrađen GPS (global positioning system) lokator da bi starije osobe koje pate od demencije mogle biti locirane ukoliko se izgube. Ciljano je da se osposobe osobe koje su starije životne dobi u domu za starije osobe Kantrida koje imaju viška vremena i želje da izrađuju navedena pomagala i povrh toga si stvore dodatne prihode.

Izrađena pomagala nudili bi ostalim domovima ili ustanovama za starije osobe te svima kome bi to pomagalo bilo od koristi. Profit koji bi ostvarili od prodaje navedenih pomagala koristili bi za investiranje u neke slične ili druge oblike društvenog poduzetništva. Društvena poduzeća su budućnost održive socijalne ekonomije. Socijalna ekonomija kao pojam predstavlja suprotnost kapitalizmu koji je danas naša svakodnevnica. Za izradu pomagala koristili bi se otpadni materijali koji bi bili reciklirani, time smanjujući otpad konstruirajući proizvod. GPS lokator je dio pomagala koji se ne može izraditi te bi on morao biti nabavljen iz prodavaonica koje prodaju GPS lokatore. Planirano je da pomagalo bude izrađeno od otpadnog drveta koje bi se bacilo ili samljelo na pilanama ili drugim poduzećima koje se bave preradom drveta. Da bi se dobila besplatno tražena sirovina od koje će se izrađivati pomagalo mora se u dogovoru s vlasnikom pilanskog poduzeća dogovoriti da će se uzimati to jest da će on dopustiti da se uzme otpad od drveta koji nije potreban tome poduzeću i naglasiti mu da je to od društveno ekonomske koristi. Sirovine za izradu pomagala se mogu pronaći i u prirodi.

1.2 Metode istraživanja

Zbog širenja virusa covid-19 metode istraživanja bile su ograničene na knjige, časopise, telefonske razgovore te statistike i članke koji su nađeni na internetu. Pristup domovima za starije osobe je ograničen pa se nije moglo razgovarati sa kranjim korisnicima i budućim izrađivačima pomagala. Podatci su prikupljeni iz raznih zdravstvenih članaka u novinama i na internetu te je potrebitost pomagala raspravljena sa osobljem u domu za starije osobe Kantrida, te sa mentorom Danielom Trošićem koji je predložio ideju te iznio sjajne prijedloge o pomaganju i kako bi ono trebalo biti konstruirano te kako bi ovaj stručni rad trebao biti konstruiran.

1.3 Struktura rada

Stručni rad je podijeljen u pet poglavlja. U prvom poglavlju je uvod u kojem je opisano pomagalo koje je konstruirano za potrebe starijih dementnih osoba sa poteškoćama u kretanju. Po točki 1.1 opisani su ciljevi istraživanja te razlozi zašto je ovo istraživanje provedeno, navedeni su problemi u društvu koji su doveli do ovog istraživanja.

Po točki 1.2 opisane su metode istraživanja. Točkom 1.3 opisana je struktura rada.

Drugo poglavlje dotiče se uloge društvenog poduzetništva u modernom društvu pod nazivom „Društveno poduzetništvo-uloga u suvremenom društvu“. U drugom poglavlju pod točkom 2.1 opisano je pojmovno određenje društvenog poduzetništva. Točkom 2.2 opisano je društveno poduzetništvo kao ključan čimbenik moderne ekonomije. Treće poglavlje opisuje

društveno poduzetništvo u praksi. Pod točkom 3.1 objašnjeno je dizajnersko promišljanje, točkom 3.2 opisana je lean start up metoda a točkom 3.3 prikazani su primjeri dobre prakse u društvenom poduzetništvu. Četvrto poglavlje dotiče se direktno teme ovog stručnog rada pod nazivom društveno poduzetništvo u domu za starije osobe Kantrida. Pod točkom 4.1 iznesen je prijedlog razvoja društvenog društvenog poduzetništva u domu za starije osobe Kantrida Rijeka. Točka 4.2 je predstavljanje minimalno funkcionalnog proizvoda di se prikazuje da proizvod obavlja sve funkcije koje i treba obavljati a to je pomaže kao oslonac pri kretanju te da se može locirati putem GPS lokatora. Peto poglavlje je zaključak, tu se opisuje što smo sve zaključili i naučili pri konstruiranju navedenog pomagala i izradom ovoga završnoga rada.

2 DRUŠTVENO PODUZETNIŠTVO - ULOGA U SUVREMENOM DRUŠTVU

2.1 Pojmovno određenje društvenog poduzetništva

Poduzetnik je prije svega usmjeren na dobit, jer izostanak dobiti poduzetnikov je neuspjeh. No i pored toga uloge poduzetnika su brojne: on treba biti i dobar planer, vođa, inovator, organizator ali i kontrolor (Horvat et. al., 2006). Prema autoru Teodoru Petričeviću u Hrvatskoj, a niti u zemljama u blizini ne postoji unikatno određenje pojma socijalne ekonomije, socijalnog poduzetništva, socijalnog poduzeća i socijalnog poduzetnika. Iskustvo nam nalaže da na temelju rada takvih socijalnih poduzeća ili društvenih organizacija, svaka nacija postavlja značenje društvenog poduzetništva prema svojim potrebama. Danas, one zemlje koje nemaju uređen zakonodavni okvir za djelovanje subjekata u sektoru društvene ekonomije, najčešće pribjegavaju preuzimanju definicija od zemalja koje su bliske u smislu gospodarskog, društvenog, kulturnog djelovanja ili ih pak preuzimaju od relevantnih istraživačkih mreža odnosno drugih podražavajućih organizacija (Lupšić, D., et al., 2012). Sve kompliciraniji društveni procesi, promjene u političkim i ekonomskim odnosima, digitalizacija kao preovladavajući oblik privrednih i međuljudskih aktivnosti, iznose društveno poduzetništvo kao nužnost balansiranijeg održivog razvoja. Neophodnost društvenog poduzetništva dolazi kao suprotnost neravnomjernom bogaćenju malobrojnih na račun onih koji žive u nepovoljnijim društvenim uvjetima i siromašnijim zajednicama. Društveno poduzetništvo u svojim načelima ima sve prihvatljive moderne vrijednosti i prakse, koje su neraskidivo povezane sa danas vrlo značajnim pitanjima kao što su na primjer: zaštita okoliša, pravednija financijska politika, poticanje svijesti o zajedništvu, društvena odgovornost. Današnje poimanje društvenog poduzetništva, osim intuitivne svijesti o boljitku za sve iziskuje i poštivanje temelja europskih praksi o kriterijima potrebnim da bi društveno poduzetništvo što bolje zaživjelo u stvarnosti. Dokaz ispunjenih kriterija se ogleda kroz osnivačke akte, potpune financijske izvještaje i stalnom aktivnom pozitivnom ulogom na tržištima rada i dobara. Niz tih kriterija zahtjeva da društveni poduzetnik kreira novu vrijednost, te njome osigurava održivost kako u broju radnih mjesta tako i punu financijsku snagu svoje zadruge. U današnje vrijeme naklonjeno financijskim špekulacijama i brzom stvaranju profita pojam zdravog društvenog poduzetništva je korektiv neophodan kako zbog stvaranja korisnih dobara tako i zbog edukativnog i blagotvornog djelovanja na zajednice. Usporedbom oblika poduzetništva koja dijelimo na tradicionalno poduzetništvo, korporativno poduzetništvo i društveno poduzetništvo, uviđamo da isključivo društveno poduzetništvo,

zbog toga što nije u tolikoj mjeri okrenuto tržišnoj utakmici, vodi računa o marginaliziranim i teško zapošljivim društvenim kategorijama. Dinamika modernih zajednica često je u neravnoteži zbog varijabli koje utječu na posao i život ljudi, tako da česte pojave preseljenja postrojenja, promjene političkih odnosa, neprijateljska preuzimanja, uzrokuju nesigurnost i nepredvidljivost i mladi ljudi teško mogu planirati život i svoju budućnost samo na korporativnom poduzetništvu. Društveno poduzetništvo u svojoj organizacionoj jezgri i misiji zahtjeva od svih sudionika u poduzeću doprinos i odgovornost prema svim aktivnostima poduzeća, kako strateškim ciljevima tako i realizaciji i kreiranju usluga i roba. Ovaj način upravljanja poduzećem predstavlja izazov, jer se od pojedinaca traži da preuzima odgovornost i inicijativu u najboljem interesu poduzeća. To načelo ohrabriranja zaposlenika je vrlo značajno i mora se pažljivo urediti statutom društva i kroz težnju što manje kompliciranosti i smanjenja troškova poslovanja, zaposlenicima treba omogućiti aktivno i kreativno ozračje, kao i osjećaj pripadnosti poduzeću. Taj participativni i uključivi model upravljanja nužno stvara zadovoljno poslovno okruženje i dozvoljava pojedincima da iskoriste svoje potencijale, talente i znanje. Hrvatska se je svojim strateškim određenjima okrenula Europskoj uniji i samim time je prihvatila inicijativu za društveno poslovanje koju je inicirala Europska komisija. (Doc.dr.sc.Mladen Turk - Društveno poduzetništvo 2020). Društveni poduzetnik opisan je kao nosivi stup društvenog poduzeća i njemu je glavni cilj dobar utjecaj na društvo, a ne stvaranje profita za vlasnika ili dioničare. Društveni poduzetnik radi na način da pruža robu ili usluge na tržištu na inovativan način te koristi ostvarenu dobit za ispunjavanje društvenih ciljeva i održavanje poslovanja. Svrha inovacija u poduzetništvu je promjena stanja, kretanja, postupaka, troškova proizvoda i usluga, znanja i sposobnosti ljudi te njihova djelovanja radi postizavanja ekonomskih, socijalnih i ostalih ciljeva (Deželjin et al.,2002). U Hrvatskoj socijalno poduzetništvo opisuje se kao poslovanje utemeljeno na principima društvene, okolišne i ekonomske održivosti, a kod kojeg se stvorena dobit u potpunosti ili barem većim dijelom ulaže za dobrobit zajednice. Važna komponenta upravljanja u društvenom poduzetništvu je upravljanje novcem. Strateškim ciljevima koje je odredila Europska komisija, društveni poduzetnik se razlikuje od običnog poduzetnika koji se određuju pravnim oblicima društva sa ograničenom odgovornošću po tome što društveno poduzetništvo mogu biti zadruge, udruge i drugi pravni oblici koji djelovanjem zadovoljavaju kriterije sukladno strategiji za razvoj društvenog poduzetništva i te zadruge i udruge ne moraju biti profitna pravna lica, već upotrebljavaju novac za održivi razvoj i borbu za očuvanje okoliša.

Dakle možemo reći da je društveno poduzetništvo način poslovanja i dio jedne nove svjetske ekonomije i novi način promišljanja. Društveno poduzetništvo se kao i drugi oblici poduzetništva nastoji pozicionirati na tržištu, stvoriti neku vrijednost i postići neku dobit. Bitna razlika između komercijalnog poduzetništva i društvenog poduzetništva je u tome što komercijalno poduzetništvo kao svrhu osnivanja ima profit, kao način upravljanja ima vlasnika i dobit u cijelosti ide vlasnicima ili vlasniku. Dok društveno poduzetništvo kao cilj i svrhu osnivanja ima rješenje društvenog i ekološkog problema, način upravljanja je demokratski, a raspodjela dobiti služi za novo zapošljavanje i vraćanje sredstava u zajednicu. Imperativ društvenog poduzetništva je da ostvaruje društveno korisne ciljeve. Kao razloge i motive pokretanja socijalnog poduzetništva imamo i važne ciljeve kao što je kreiranje prihoda za socijalno isključene skupine i ljude koji ne mogu ostvariti prihode na tržištu rada. Važan čimbenik u društvenom poduzetništvu je raspodjela viška prihoda, koji se usmjeravaju na nove projekte u razvoju, stvaranje novih projekata, edukacija zaposlenika, umrežavanje, zapošljavanje i stvaranje novih prilika za udruhu, zadrugu ili drugi pravni oblik društvenog poduzeća. Pošto je tržište rada i financija iz globalnih financijskih kriza izvuklo pouku koja je većini zemalja postavilo društveno poduzetništvo kao važan čimbenik u održivom razvoju, potrebno je i društvenim poduzetnicima na neki način osigurati sredstva za financiranje i sufinanciranje europskih projekata. Društveno poduzetništvo kao i jedan od ciljeva ima i stvaranje novih radnih mjesta i kreiranje dobrog i ugodnog radnog okruženja i radna mjesta koja su primjerena radnim sposobnostima ciljanim skupinama u društvenom poduzetništvu. Viši ciljevi koji su neophodni u društvenom poduzetništvu imaju i ulogu da ostvare za pojedinca osnovno ljudsko pravo a to je pravo na rad i poštenu prihod od svog rada.

2.2 Društveno poduzetništvo - ključan čimbenik moderne ekonomije

Bitan čimbenik društvenog poduzetništva je velik broj inovacija. Moderni poduzetnici koji u sve većem broju izranjaju diljem svijeta, u stalnoj su potrazi za različitim poslovnim prigodama tražeći što značajniju osobnu poziciju, poziciju za svoje zaposlenike i korisnike svojih usluga (Buble i Kružić, 2006).

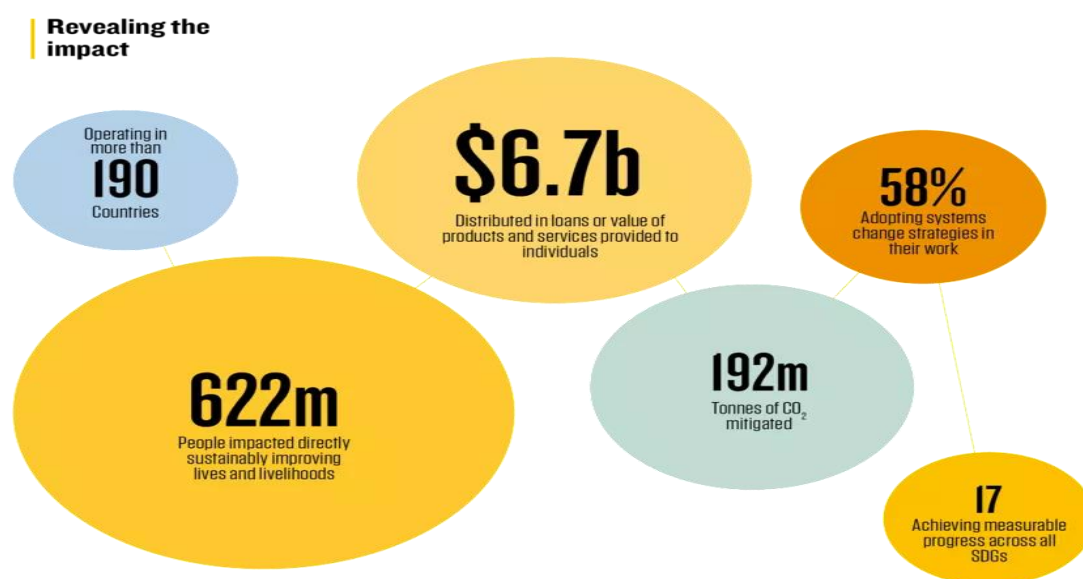
Inovacije same po sebi pokreću ekonomski razvoj, a one društvene generiraju i društvenu korist. Društveni kapital koji se generira kroz društveno poduzetništvo većinom ostaje u lokalnoj zajednici i time potiče njezin ekonomski razvoj, istodobno smanjujući šanse pojave problema poput nezaposlenosti i siromaštva (Zubić, 2015). Društvena poduzeća u Europskoj uniji danas zapošljavaju oko 15 milijuna radnika. Ostvaruje oko 10% bruto domaćeg

proizvoda. U Europi sada ima oko 2 milijuna organizacija povezanih sa društvenim poduzetništvom. Društveno poduzetništvo kao ključan čimbenik moderne ekonomije teži pružanju inovativnih rješenja na postojuće društvene probleme. Društveno poduzetništvo u modernoj ekonomiji pruža šansu ugroženim skupinama ljudi za zaposlenje te je bazirano na 3P modelu (Ljudi,Planet,Profit). Američki profesor i znanstvenik Gregory Dees je prvi u svome seminaru „the Meaning of Social Entrepreneurship“ spomenuo pojam društvenog poduzetništva ali mnogi smatraju da je tvorac izraza „društveni poduzetnik“ Bill Drayton. William Drayton poznatiji kao Bill Drayton je osnivač Ashoke koja je posvećena pronalaženju i ulaganju u društvena poduzeća po cijelome svijetu. Kroz svoju karijeru primio je mnoga priznanja i nagrade. Drayton govori da je socijalno poduzetništvo, poduzetništvo s etičkim integritetom a poduzetništvu sa etničkim integritetom nije cilj osobna korist ili povećavanje profita nego cilja na društvene vrijednosti. Jedan od najpoznatijih i najranijih primjera društvenog poduzetništva je osnovan od strane Muhammada Yunusa 1976. godine. Osnovao je Grameen banku koja se bavi mikrofinanciranjem. Grameen banka ima oko 9,5 milijuna klijenata od kojih su većinom žene, ima 2568 podružnica i 18,121 zaposlenu osobu (<https://grameenbank.org/>; 05.07.2021).

Muhammadu Yunusu je 2006. godine dodijeljena Nobelova nagrada za mir. Nagradu je dobio za osnivanje Grameen banke i za pokretanje koncepta mikrofinanciranja i mikro kredita. Najveći skok društveno poduzetništvo imalo je u osamdesetim godinama a razlozi tomu su što je tržišna ekonomija upala u ogromne probleme po pitanju dugotrajne nezaposlenosti, lošijeg zdravstvenog sustava i školskog sustava te loših životnih uvjeta u ruralnim predjelima. Najpoznatije organizacije koje su usmjerene na poticanje i promicanje društvenog poduzetništva su: Skoll Foundation, Schwab Foundation for Social Entrepreneurship, Ashoka, i Acumen. To su jedne od najvećih međunarodnih organizacija koje se bave promicanjem i razvojem društvenog poduzetništva. Skoll Foundation je stvorena od strane Jeffrey Skolla 1999. godine. Skoll zaklada radi sa inovatorima u polju društvenog poduzetništva. Misija Skoll zaklade je da žive u samoodrživom svijetu mira i boljitka za sve. Zaklada Skoll podržava transformacijske društvene promjene ulaganjem, povezivanjem i zalaganjem društvenih poduzetnika i drugih društvenih inovatora koji zajedno promiču odvažna i pravedna rješenja za najhitnije svjetske probleme. (<https://skoll.org/about/>; 05.07.2021). Schwab foundation for social entrepreneurship osnovana je od strane Hilde Schwab i njezinog muža Klause Schwaba. Zaklada je osnovana 1998. godine. Promatrana je pojava novog

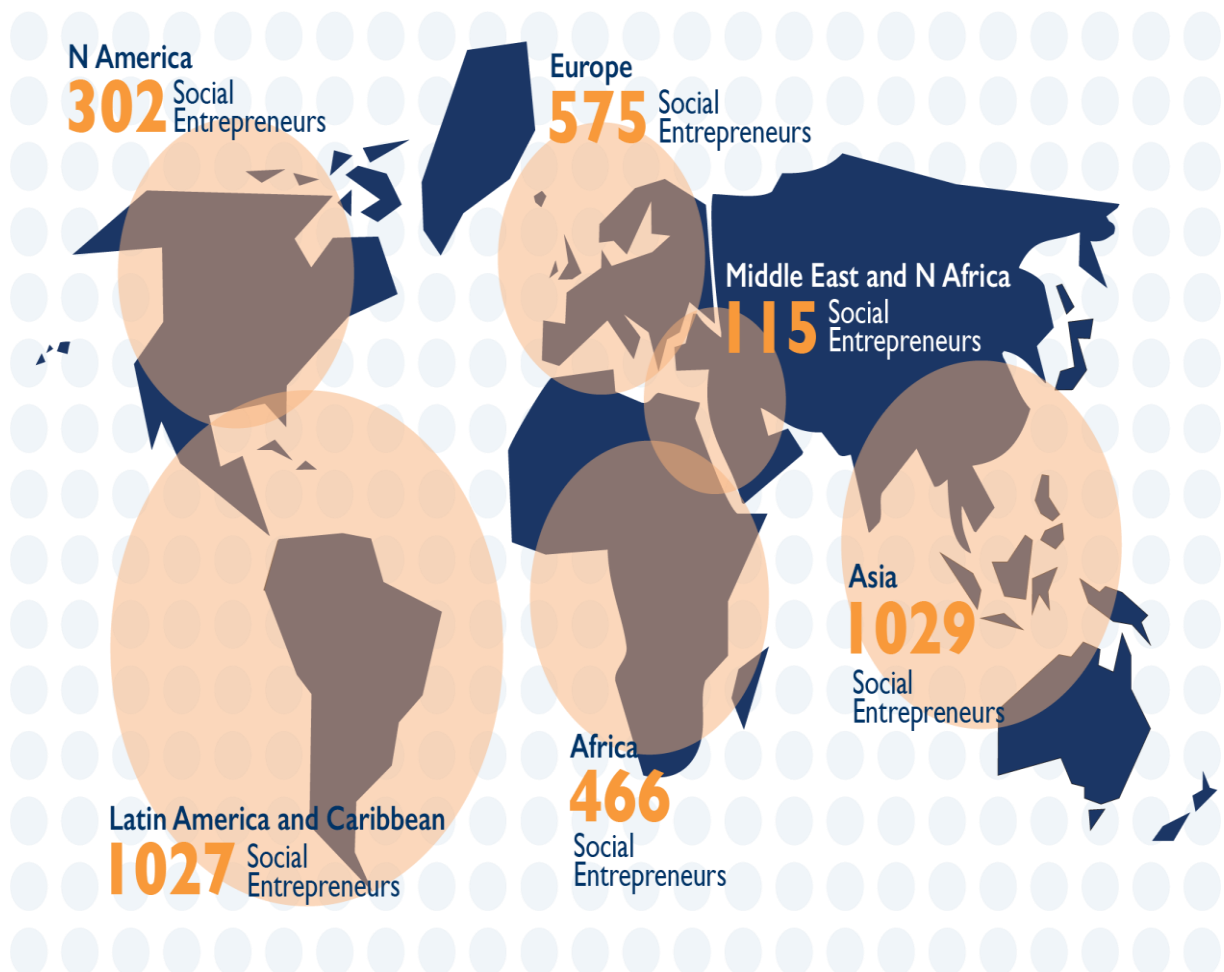
modela društvenih promjena, modela koji u jedno spaja misiju, predanost i suosjećanje kako bi služio najugroženijoj i marginaliziranoj populaciji društva sa poslovnim načelima i ponajboljim tehnikama i načinima iz privatnog sektora. Taj je model društveno poduzetništvo. Primjećena je hitna potreba za identifikacijom, isticanjem i davanjem platforme ovakvim organizacijama, uključivanjem društvenih poduzetnika na sastanke, platforme za rasprave i istraživačke projekte svjetskog gospodarskog foruma, kao i za razvoj zajednice društvenih poduzetnika. Osim toga, htjeli su razviti zajednicu interakcije i razmjene iskustava te omogućiti društvenom poduzetništvu veću primjećenost na svjetskoj sceni. Zaklada Schwab za društveno poduzetništvo već dvadeset godina podržava vodeće svjetske društvene poduzetnike u njihovim nastojanjima da stvore pravedniji i održiviji svijet i ponosni su što se više od 300 društvenih poduzetnika i dalje bavi njihovim aktivnostima. Društveni poduzetnici su poboljšali 622 milijuna života. Zaklada Schwab za društveno poduzetništvo pokrenula je svoje Izvješće o učinku za 2020. koje prikazuje kolektivni utjecaj zajednice društvenih poduzetnika. Zajednica je poboljšala živote više od 622 milijuna ljudi u 190 zemalja. Raspodijelili su zajmove ili vrijednost proizvoda i usluga u iznosu od 6,7 milijardi dolara za poboljšanje održivosti. Ublažili su više od 192 milijuna tona CO₂. Poboljšali i razvili obrazovanje za više od 226 milijuna djece i mladih. Poboljšali pristup energiji za 100 milijuna ljudi i poticali socijalnu uključenost za više od 25 milijuna ljudi za osobe s invaliditetom, marginalizirane osobe, beskućnike ili osobe sa statusom izbjeglica. (<https://www.schwabfound.org/what-is-the-impact>)

Slika 1. Utjecaj Schwab fondacije, <https://www.schwabfound.org/what-is-the-impact>



Ashoka je osnovana od strane Bill Draytona 1980. godine. Ashoka se temelji na ideji da je najmoćnija sila za dobrobit svijeta društveni poduzetnik, to je osoba koju pokreće inovativna ideja koja može pomoći u ispravljanju ukorijenjenog globalnog problema. Počevši od Indije 1981.godine, Ashoka je počela identificirati i podržavati vodeće svjetske društvene poduzetnike koji imaju ideje za dalekosežne društvene promjene. Do danas je Ashoka odabrala više od 3700 društvenih poduzetnika u više od 90 zemalja, čije inovacije koje mijenjaju sustave rješavaju duboko ukorijenjene društvene probleme. (<https://www.ashoka.org/en-us/about-ashoka>; 08.07.2021)

Slika 2. Utjecaj Ashoka fondacije, <https://www.ashoka.org/en-us/ashokas-impact-snapshot>



Acumen je osnovan od strane Jacqueline Novogratz 2001. godine kako bi iskoristila snagu poduzetništva za izgradnju svijeta u kojem bi svi imali priliku živjeti dostojanstveno. Njihov je cilj bio strpljivo uložiti kapital kako bi se premostio jaz između učinkovitosti i razmjera

pristupa zasnovanih na tržištu i društvenog utjecaja čiste filantropije. Acumen ulaže u tvrtke u ranoj fazi čiji proizvodi i usluge siromašnima omogućuju promjenu života. Također podržavaju njihove partnerske tvrtke alatima, mrežama, tehničkom pomoći i strateškim smjernicama potrebnim za uspjeh i proširenje u dugoročna rješenja siromaštva. Osnovani su Acumen Capital Partners za strukturiranje i upravljanje fondovima koji ispunjavaju kritičnu prazninu koja postoji za društvena poduzeća. Evolucija Acumenovog modela ulaganja, podržava etablirane tvrtke s visokim potencijalom za kataliziranje skalabilnih rješenja koja donose društvene i financijske prinose. Ni tržišta ni pomoć sami ne mogu riješiti probleme siromaštva. Više od dvije milijarde ljudi diljem svijeta nema pristup osnovnim dobrima i uslugama, od čiste vode i struje do obrazovanja i slobode sudjelovanja u gospodarstvu. Acumen je stvoren da to promijeni. Njihova vizija je svijet utemeljen na dostojanstvu, gdje svako ljudsko biće ima istu priliku. Umjesto da filantropski doniraju, ulažu novac u tvrtke i tvorce promjena. Utjecali su na više od 263 milijuna ljudi kroz uloženih 137 milijuna američkih dolara u inovacije i 139 tvrtki koje poslužuju klijente sa niskim primanjima. (<https://acumen.org/about/>; 08.07.2021).

Na primjerima ovih fondacija dolazi se do teze da je društveno poduzetništvo ključni čimbenik moderne ekonomije.

3 DRUŠTVENO PODUZETNIŠTVO U PRAKSI

3.1 Dizajnersko promišljanje

Dizajnersko razmišljanje ili promišljanje je prepoznato kao koristan alat u postupcima pri obavljanju problema u poslovanju a upotrebljava se u različitim organizacijama javnoga te privatnog sektora. Takav način nastao je promatranjem rada najboljih i najkreativnijih dizajnera pa su se njihovi načini počeli koristiti u poslovnom svijetu, a sada su se u poslovanju ponudili kao čvrsti i konkretni prijedlozi načina promišljanja i inovacijskoga procesa te kao široki spektar alata koje poduzetnici i menadžeri mogu iskoristiti kako bi uspješno unaprijedili inovacijske aktivnosti i poboljšali poslovne rezultate. Dizajnersko promišljanje se može sagledati kroz tri načina: kognitivan, organizacijski te strateški. Veliki naglasak dizajnerskog promišljanja uredotočen je na vizualizaciju, istraživačke metode, tehnike pri izradi prototipa, sukreaciju te isprobavanje. Ipak uz veliki potencijal dizajnerskog promišljanja za poboljšanje inovacija, obavljena istraživanja pokazuju kako uspjeh inovacijskih pokreta jako puno ovisi o kompetencijama dizajnera koji su uključeni u proces inovacije te ovisi o strukturi dizajnerske ekipe. Jedan od prvih primjera implementacije dizajn razmišljanja u poslovnoj praksi predstavlja poduzeće IDEO, ono sagleda dizajnersko promišljanje u službi dizajniranja proizvoda, nekih usluga, nekih procesa i možda najznačajnije, pojedinih korisničkih iskustava. Pored uvođenja dizajnerskog promišljanja kao procesa stvaranja inovacija, dizajnersko razmišljanje predstavlja i način rješavanja zakučastih problema u organizaciji i svakakvih problema u društvu, a opisan je kao beskrajni krug stvaranja novih ideja, predviđanja posljedica i testiranja prototipa. S obzirom da je dizajnersko razmišljanje još uvijek relativno novi te nedovoljno istražen koncept, dizajn razmišljanje je moguće dalje sagledavati i istraživati unutar sljedećih istraživačkih pravaca, kao što su: uloga dizajn razmišljanja u generiranju radikalnih i inkrementalnih inovacija proizvoda, usluga i procesa, redefiniranju poslovne strategije te strateškoj samoobnovi organizacije, redefiniranju poslovnoga modela u procesu rasta poduzeća, uloga kompozicije tima u uspješnosti procesa dizajn razmišljanja te potrebnih kompetencija dizajnera u funkciji moderatora provođenja procesa dizajn razmišljanja. (Srhoj, Morić Milovanović, 2016).

Dizajnersko promišljanje je aktivna metoda učenja koja služi za stvaranje inovativnih ideja koje zadovoljavaju stvarne potrebe okoliša.

Dizajnersko promišljanje sastoji se od pet nivoa temeljenih na procesima promišljanja, stvaranja i osvrtanja. (<https://www.skolskiportal.hr/sadrzaj/jucer-danas-sutra/design-thinking-ili-dizajnersko-promisljanje-u-edukaciji/>; 25.07.2021).

Slika 3, Koraci u dizajn razmišljanju , <https://www.elesapiens.com/blog/design-thinking-for-education/>

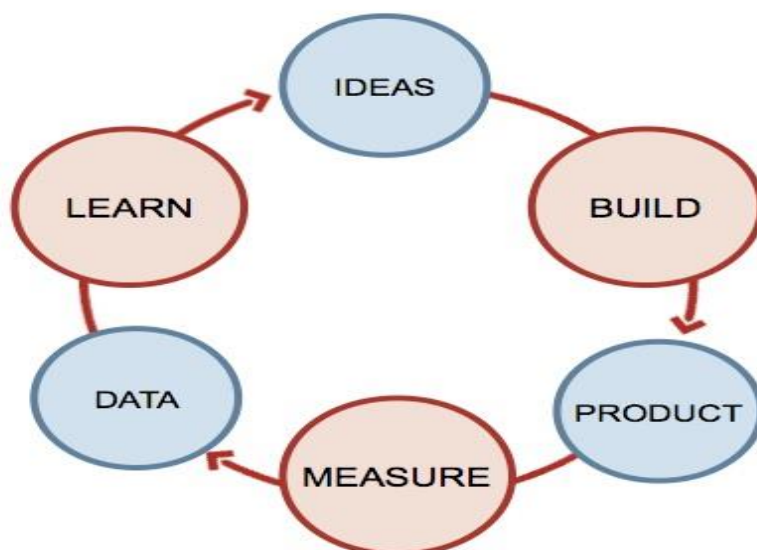


Poduzetnicima nije u cilju da izgube puno vremena na rješavanje nekih problema, prirodno je za njih da odmah traže rješenja. Motivacija i ideja su sjajni pokretači ali da bi se dobila stvarna slika koliko je bitan problem koji ide u rješavanje i je li to uopće problem, onda se koristi dizajnersko promišljanje. Dizajnersko razmišljanje je metoda koja se primjenjuje još od 1970. godine a tada su je krenuli koristiti uspješni poslovni ljudi. Govri se o pristupu sa mnogo ponavljanja u koji su uključeni stručnjaci iz različitih polja sa različitim uvidima i ulogama u svojim poduzećima, a sve je to fokusirano na zamišljenog korisnika ili korisnicu. Sagleda se što korisnik ili korisnica osjeća, vidi, čuje i misli. Radionica potiče dizajnere da se stave u cipele krajnjeg korisnika ili korisnice, a to je prilika da se što bolje razumije problem. I tek nakon toga se kreira rješenje i testira se, potom ga se promatra, ispravlja, pa ponovo gradi i testira. I tako se dođe do onog proizvoda ili ideje s kojom će se zarađivati. (https://www.aurora.hr/p/design_thinking; 25.07.2021).

3.2 Lean Start up metodologija

Osnovni cilj Lean Startup- a je kreiranje nekih vrijednosti za krajnjeg korisnika uz korištenje što manje resursa i sa što manjim gubicima u procesu. Vrlo je važno da se poduzetnički pothvat, u ovom slučaju Lean Startup, bazira na proizvodima koje korisnik želi, jer poštivajući taj moment dobivamo najkorisnije informacije i tako metodom ponavljanja dobivamo korisne informacije od korisnika, a samim time svaka nova verzija proizvoda je bolja i naprednija, pa se tim poboljšanjima približavamo definiciji Lean Startup- a. Lean Startup je svjetski prihvaćen pristup koji je izmjenio način na koji se stvaraju poduzeća i lansiraju novi proizvodi na tržište dobara. Lean Startup je metoda za razvijanje poslovanja, dobara ili usluga koju je prvi postavio Eric Ries. Najbitnije stvari u startupovima su pretvaranje ideja u proizvode, promatranje korisnika i njihovih reakcija i tada donošenje zaključaka je li potrebno promijeniti smjer ili nastaviti izrađivati taj proizvod. Da bi ovakvo učenje bilo uspješno, potrebno je osmisliti dobre eksperimente te metriku kojom će se pratiti reakcije korisnika. Bez uspješno izrađenih eksperimenata i sa loše postavljenom metrikom, startup može otići u krivom smjeru. Što se naravno događa u stvarnosti (Ries,2011).

Slika 4. Proces lean startup-a , <https://www.netokracija.com/lean-startup-pokret-56980>



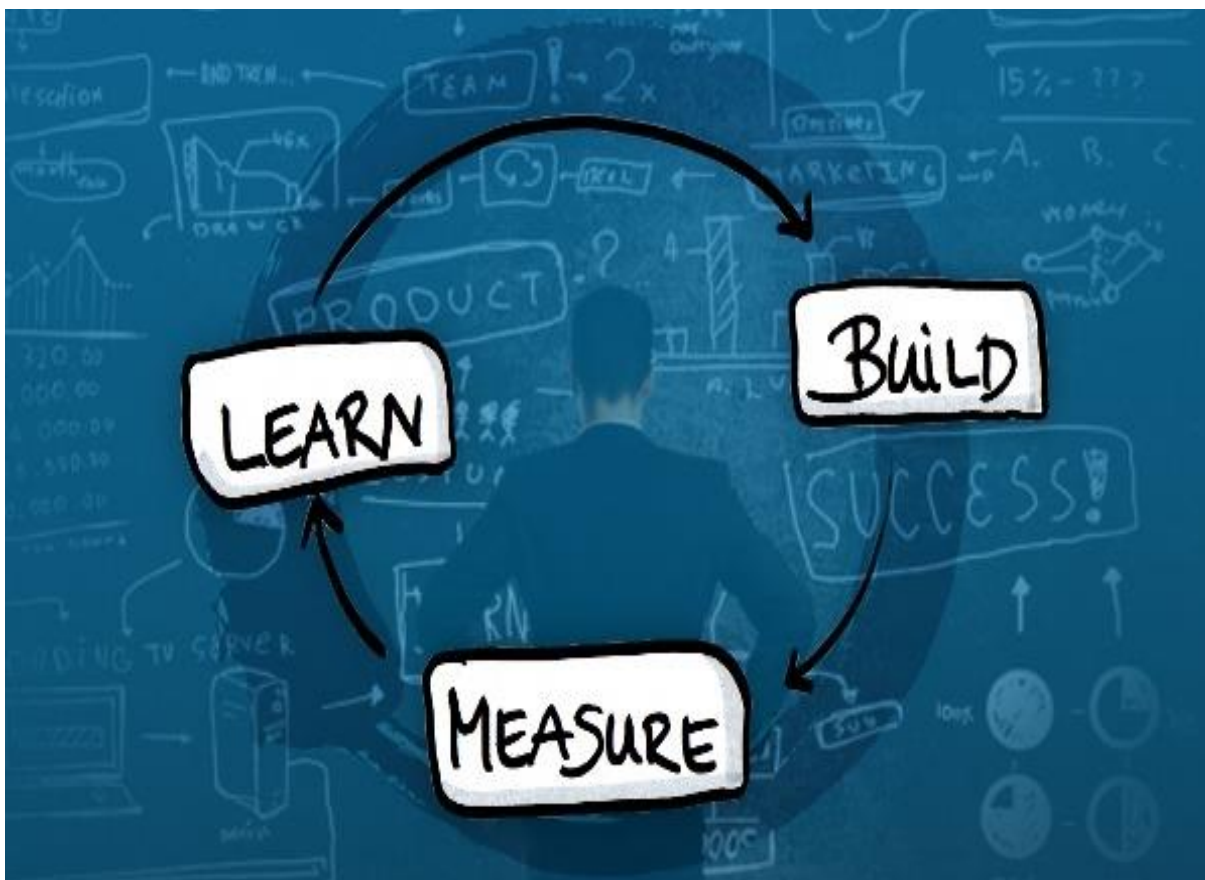
Tako da u Lean Startup- u možemo reći da stvar nije samo u zaradi ili usluživanju kupaca već u stalnim znanstvenim potvrđama i stalnim eksperimentima koji poduzetnicima koji su prigrlili ovu metodologiju omogućuje napredovanje i testiranje elemenata njihove poslovne vizije. Dakle shvaćamo da je provjera valjanosti našeg MVP-a (minimalno održivog proizvoda) ključni moment u kreiranju uspješnog i održivog lean startup-a. Ne bi trebalo štedjeti sa eksperimentiranjem sa svojom poslovnom idejom i značajno puno vremena je potrebno utrošiti na testiranje u stvarnom svijetu, neophodno je testirati na tržištu sa ljudima koji su prvi prihvatili proizvod i sakupiti informacije u što većem obimu i valjano i kritički analizirati prikupljene informacije. Tek nakon tih promišljenih koraka dolazi do odluke da li nastaviti graditi svoj proizvod ili se okrenuti nečemu drugom i mjenjati svoje poslovne vizije i strategije. Ako su informacije i rezultati sa tržišta na kojima smo testirali svoj održivi proizvod pozitivni i imaju dobar odjek, poslovna logika govori da nastavljamo sa daljnjom proizvodnjom našeg proizvoda koristeći naše izvorne strategije i uz puno uvažavanje i uključivanje povratnih informacija od osoba koje su isprobale naš proizvod. Ukoliko su rezultati koje je naš proizvod na testiranju dobio pozitivni i negativni, nužno je podešavanje elemenata u poslovnoj strategiji ili samom proizvodu, to su informacije koje dobijemo testiranjem i koje izuzetno ozbiljno moramo shvaćati i na osnovu toga vršimo prilagodbu da zadovoljimo naše korisnike.

Ukoliko se testiranja pokažu negativna, bez oklijevanja se treba prusmjeriti poslovna strategija i sam proizvod. Takav veliki pomak u metodi je neophodan u tom trenutku i rad na prilagodbi poslovne vizije kako bi se izašlo u susret potrebama i željama korisnika, a ne treba se libiti ni ideje da ako su ocjene uglavnom negativne i ako povratne informacije govore o uzaludnosti poduhvata, ne treba se libiti i napustiti tržište.

Unutrašnja vizija lean startup-a je u tome da se na novi način sagleda razvoj inovativnih proizvoda i kroz brzo i efikasno djelovanje i brzo ponavljanje, povratne informacije od korisnika i profiliranje kupaca izgrađuje naprednija i veća vizija i pozitivna ambicija i kreira bolja životne sredina.

Izgradnja LeanStartup-a je prilika za poduzetnike koji žele započeti posao sa malim sredstvima i koji žele brzo plasirati svoj proizvod na tržište. Lean startup metoda zagovara skraćivanje ciklusa razvoja proizvoda i da kroz eksperimentiranje i povratne informacije poduzetnici grade taj proizvod na veće zadovoljstvo korisnika.

Slika 5. Koraci lean startup-a , <https://www.netokracija.com/lean-startup-pokret-56980>



U nastavku je opisana usporedba tradicionalnog i lean pristupa u razvoju startupa. Ako pregledamo i usporedimo razlike u odnosu tradicionalnog i lean načina ravoja, dolazimo do učenja da lean način stoji na pronalaženju novoga poslovnog modela kroz testiranje raznih teorija, stalnoj komunikaciji s korisnicima i brzo izbacivanje proizvoda, a u tradicionalnom pristupu stvari se kreću dosta sporije i ovisi o hipotezama koje su bili napisane u poslovnome planu. Lean ne mora značiti da će biti povoljan, nego je to djelotvorna da se uklone gubitci. Vrijednost koja se dobije za uložena sredstva je uvijek bila važna. Povećana potrošnja u nekom kraćem razdoblju će nekada izdati više kvalitete umjesto da se taj novac troši u nešto dužem razdoblju.

Slika 6. Usporedba lean i tradicionalnih pristupa , <https://www.netokracija.com/lean-startup-pokret-56980>

Lean	Tradicionalni
Strategija	
Biznis model Vođen hipotezama	Poslovni plan Vođen implementacijom
Proces razvoja novog proizvoda	
Razvoj korisnika Izaći izvan ureda i testirati hipoteze	Upravljanje proizvodima Priprema ponude za tržište slijedeći linearan, korak-po-korak, plan
Razvoj	
Agilni razvoj Razvoj proizvoda je iterativan i inkrementalan	Agilni ili "Waterfall" razvoj Razvoj proizvoda iterativno, ili u potpunosti specificiran proizvod prije nego je izrađen
Organizacija	
Timovi za razvoj korisnika i agilni razvoj proizvoda Zapošljavanje za učenje, spretnost i brzinu	Odjeli po funkcijama Zapošljavanje za iskustvo i sposobnost izvršenja
Financijsko izvještavanje	
Metrika koja vrijedi Troškovi pridobivanja korisnika, doživotna vrijednost korisnika, broj korisnika koje startup gubi (<i>churn</i>), viralnost	Računovodstvo Račun dobiti i gubitka, bilanca, izvješće o novčanom toku
Greška	
Očekivana Riješena sa iteriranjem na prvotnu ideju i pivotiranjem od onih koje ne funkcioniraju	Iznimka Riješena otpuštanjem izvoditelja
Brzina	
Rapidna Radi se sa "dovoljno dobrim" podacima	Mjerena Radi se sa kompletnim podacima

Cilj lean startup-a je da se poveća ritam učenja. Više je orijentiran na brže rješavanje problema nego na smanjenje troškova postupka. Ipak na kraju lean startup ima niže troškove od tradicionalnog pristupa, a to je sve zbog promišljenog i efektivnog pristupa testovima novih ideja i usluga. Poslovni plan se ne izmjenjuje kod lean startup-a već se mijenjaju elementi na kojima je ideja izgrađena, ako se jedan od tih elemenata iskaže da je kriv onda

kreće promjena smjera a to ne znači da će se izmjeniti cijeli poslovni plan nego samo oni elementi u poslovnom planu koji su se pokazali krivima. Iznimno bitan dio lean startup-a je kvaliteta. Bez obzira na brzinu izbacivanja proizvoda, kvaliteta ne smije biti upitna. Iako dok radimo tesiranja pretpostavki uključujemo samo rane korisnike, koji neće zamjeriti određene propuste u kvaliteti, već će ih više zanimati funkcionalnost i mogućnost da proizvod riješi njihove probleme, dok će u svojim povratnim informacijama zasigurno govoriti o propustima koje smo napravili što se tiče njihovog poimanja kvalitete (<https://www.netokracija.com/lean-startup-pokret-56980>; 25.07.2021).

3.3 Primjeri dobre prakse

U ovom poglavlju biti će opisani primjeri dobre prakse u društvenom poduzetništvu i neki primjeri koji imaju sličnih dodirnih točaka kao tema ovoga završnoga rada.

1. Projekt Circleg

Project Circleg je švicarsko-istočnoafričko društveno poduzeće koje podržava holistički pristup u razvoju odgovarajućih protetskih sustava donjih ekstremiteta za ljude koji žive u zemljama sa niskim do srednjim prihodom. Lokalno i lako dostupna plastika pretvara se u pristupačnu visokokvalitetnu protetiku kroz inovativne reciklažne kružne proizvodne procese. Project Circlega započelo je kao prvostupnički studij industrijskog dizajna Fabiana Engela i Simona Oswalda na Umjetničkom sveučilištu u Zurichu u ožujku 2018. godine. Simon Oswald i Fabian Engel bili su zainteresirani za društveni dizajn i domislili su se kako bi bilo nevjerojatno koristiti alate za dizajn imati pozitivan utjecaj na život ljudi. Sukladno s tim, dijelili su zajednički interes za plastiku, materijal koji po njihovom mišljenju ima veliki potencijal, ali se dosta često koristi na pogrešan i štetan način. Većina plastične ambalaže baca se odmah nakon uporabe, a mnogi plastični proizvodi imaju ograničenu funkcionalnost i nisu izgrađeni da traju. Stoga su htjeli kombinirati resurse plastičnog otpada s idejom stvaranja smislenog proizvoda. Nije bilo lako definirati smislenost ili čak pozitivan utjecaj. Fabian se vratio iz dizajnerske radionice u Indiji gdje se upoznao s Jaipur Foot Projectom jednom od najvećih organizacija na području jeftine protetike, izrade i ugradnje proteza u cijelom svijetu. Protetička noga je očito proizvod s potencijalom da ima pozitivan utjecaj na živote ljudi. Pojavila se ideja da se reciklirana plastika koristi za proizvodnju protetike donjih ekstremiteta. Podijelili su ovu ideju sa što je moguće više ljudi, posebno sa stručnjacima iz područja protetike i recikliranja plastike, kako bi dobili povratnu informaciju i već izmjerili potencijal. Iako je bilo još puno pitanja bez odgovora, većina ljudi koje su pitali vidjeli su

veliki potencijal u ovoj ideji. Švicarsko-kenijska tvrtka za recikliranje Green Africa upoznala ih je s kenijskom industrijom recikliranja plastike, to je pružilo priliku za putovanje u Keniju i razumijevanje statusa lokalnog sustava protetske njege. Razgovorom s lokalnim amputircima i ortopedskim tehničarima ubrzo je postalo očito da je potražnja za isplativim protezama za noge vrlo velika i da je lokalna proizvodnja protetike od reciklirane plastike ideja s ogromnim potencijalom. Kad su se Fabian i Simon vratili iz Kenije s iskustvima i spoznajama svih tih ljudi i institucija, započelo je putovanje s Project Circlegom. Tri mjeseca kasnije, u lipnju 2018. godine, Fabian i Simon diplomirali su kao industrijski dizajneri pokazujući svijetu prvu viziju prototipa Circleg. Bili su preplavljeni pozitivnim povratnim informacijama, a također su uspjeli uvjeriti renomirane ocjenjivačke sudove. Project Circlega kojemu je dodijeljena nagrada Student Design Award 2018. godine kao najboljem projektu za dizajn na Sveučilištu umjetnosti u Zurichu, švicarska nagrada James Dyson 2018. godine, švicarska studentska nagrada za održivost 2018.godine i nagrada za mladog istraživača 2018.godine. Iako su istraživanja završila završetkom diplomskog rada, obojici je bilo apsolutno jasno da žele nastaviti rad s Project Circlegom.

Slika 7. Circleg pomagala , <https://projectcircleg.com/story/how-it-started/>



Fabian i Simon proveli su prvih par mjeseci nakon studija osiguravajući sredstva za početnu fazu Projekta Circleg. Na sreću, tada ih je finansijski podržala Zaklada Gebert Rűf s programom “BREF-First Ventures” i Ikea Stiftung Schweiz. Zahvaljujući njihovoj podršci, tim s dva čovjeka uspio je pridružiti više ljudi svome timu, a time i komplementarne kompetencije. Kako je inicijativa Project Circlega rasla, tim je tako narastao na šest članova, što predstavlja interdisciplinarni i visoko motivirani skup umova. Fabian i Simon čvrsto vjeruju da se komplicirana pitanja i problemi najbolje rješavaju kada ljudi različitih profila i disciplina i navika rade zajedno. Stoga je važan dio razvoja Project Circlega uvijek bila suradnja s institucijama i stručnjacima iz različitih područja rada. Kroz ovaj zajednički napor Project Circleg se razvio od studentskog projekta do posla s društvenim utjecajem. Nevjerojatno je vidjeti da su zaklade poput Pro Victimis Fondacije, Ikea zaklade u Švicarskoj i Zaklade Dornacher podržavale i nastavljaju podržavati Projekt Circleg te na taj način omogućiti da vizija slobode kretanja svima postane stvarnost.

Tim Circleg nastavit će strastveno dalje razvijati svoje pomoćne proizvode i usluge kako bi ovu viziju pretvorio u stvarni utjecaj. Project Circleg razvija Circleg protetski sustav donjih udova za amputirane osobe iznad i ispod koljena. Napravljen je od ojačane i certificirane reciklirane plastike, stvarajući lagane, visokokvalitetne i udobne protetske komponente. Project Circleg surađivao je sa švicarskim i istočnoafričkim amputantima i ortopedskim tehničarima na razvoju odgovarajućeg protetskog sustava prema ISO standardima i preporukama WHO-a (Svjetske zdravstvene organizacije). Pristup dizajna usmjeren na korisnika ključan je za integraciju potreba i zahtjeva amputiranih osoba u razvoj proizvoda, te na taj način pojednostavljuje njihov svakodnevni život odgovarajućom protetskom njegom. Protetski sustav Circleg izrađen je od ojačane i kontrolirane kvalitete reciklirane plastike koja zadovoljava zahtjevne zahtjeve trajne proteze donjih ekstremiteta. Razvojni naponi usmjereni su na ispunjavanje najvećih zahtjeva statičkog i dinamičkog opterećenja, kao i na osiguravanje biokompatibilnosti i recikliranja. Protetski sustav Circleg sastoji se od policentričnog koljena i dinamičkog stopala s skočnim zglobovima. Njegove se komponente mogu individualno prilagoditi tjelesnim mjerenjima korisnika i povezane su s poznatim piramidalnim adapterima (<https://projectcircleg.com/product/>; 27.07.2021.)

2. Motitech

Motitech je norveška tvrtka koja radi zajedno sa Motiviewom. Motiview je motivacijski alat koji stimulira starije osobe i osobe s demencijom na povećanu tjelesnu, mentalnu i društvenu

dobrobit. Koristeći posebno prilagođen sobni sobni bicikl, video i zvuk, korisnici mogu krenuti na biciklistička putovanja kroz poznato i sigurno okruženje. Ovaj način je prvotno razvijen u suradnji s agencijom za staračke domove u gradu Bergenu 2012.-2013.godine. A glavnu korisničku skupinu čine starije osobe i osobe s demencijom unutar javnih i privatnih ustanova za skrb. To uključuje domove za skrb, dnevne centre za odrasle, centre za starije osobe, kućnu njegu i rehabilitaciju. Videoteka u sve većoj količini olakšava oživljavanje uspomena i nadahnjuje kombinacijom osjetilnog dojma i tjelesne aktivnosti. Motiview se sada koristi na stotinama lokacija u Nordijskim zemljama, Velikoj Britaniji, Sjevernoj Americi i Australiji. Prednosti su zabilježene kroz opsežnu uporabu i nekoliko projekata. Prednosti su poboljšana sposobnost kretanja, manje padova, brža rehabilitacija, povećan apetit, smanjena pretilost, smanjenje agresivnog ponašanja i uzimanja lijekova, bolji san, manje boli, poboljšano tjelesno, mentalno i socijalno blagostanje. Motiview se sastoji od uređaja s motivacijskim videozapisima koji je uparen s televizijskim ili nekim drugim zaslonom. Kombinira se sa sobnim biciklom po mjeri. Sustav omogućuje pristup sve većoj biblioteci filmova, gdje svaki film pruža visoku razinu prepoznatljivosti. Svi filmovi nastaju u suradnji s kupcima i korisnicima. U bliskoj suradnji s glazbenim terapeutom razvili su glazbene popise za pružanje potpunog iskustva. Za svaki film postoji veliki izbor popisa za reprodukciju. Koncept udahnuje život starim sjećanjima kroz osjetilne dojmove iz poznatog okruženja. To je jednako važno kako bi se osobama s demencijom osiguralo dobro iskustvo. Motiview se također koristi u preventivnoj njezi i pokazao se važnim u sprječavanju ozljeda (poput prijeloma kuka), kao i depresije.

Motiview se također pokazao vrlo korisnim u rehabilitaciji - osobito nakon prijeloma kuka.

Svake godine domaćini su globalnog natjecanja Road Worlds for Seniors, na kojem se stariji ljudi diljem svijeta međusobno natječu za zlatnu medalju. To je natjecanje, ali prije svega je izvrsna prilika da se starije osobe i osobe s demencijom usredotoče na tjelesnu aktivnost (<https://motitech.co.uk/>; 27.07.2021).

3. Act Grupa

Teo Petričević i Stjepan Mikec su odlučili prijaviti projekt za uređenje dvorane za videokonferenciju i nabavu opreme za digitalni tisak i izradu promotivnih materijala. Naposljetku su ispitali tržište i iako im rezultati nisu bili obećavajući pokazalo se da u Čakovcu nema dvorane za takve video konferencije jer je nitko ni ne treba. U organizaciji koja je raspisala natječaj je radila jedna gospođa koja ih je usmjerila na drugi put, put prema

tisku. Početna je ideja nabave opreme za potrebe digitalnog tiska proširena na dizajn te izradu promotivnih materijala. Projekt je ubrzo prošao te je ubrzo nakon toga 2007. godine osnovan ACT Printlab d.o.o, društveno poduzeće u vlasništvu ACT-a. otvorenje Printlaba bio je veliki događaj za negdašnje aktiviste. Odjek je bio iznimno dobar a medijska pokrivenost još bolja te su mnogi njihovi sadašnji partneri saznali da je ACT pokrenuo vlastito poduzeće. Danas je ACT Grupa strukturirana potporna organizacija koja djeluje u području razvoja društvenog poduzetništva i poduzetništva koje ima društveni utjecaj (Robert Posavec, 2018).

Socijalna zadruga Humana Nova, ACT Printlab, ACT Konto, Centar za pomoć u kući Međimurske županije i Socijalna poljoprivredna zadruga Domaći vrt dio su ACT Grupe.

Prvo su osnivali poduzeća, pa tek onda ih išli van savjetovati. Prvi su u Hrvatskoj bili zagovaratelji društvenog poduzetništva, i prvi su prešli na termin impact. Impact poduzetnici su oni poduzetnici koji uz profit ostvaruju i još jedan pozitivan povrat, povrat za društvo ili okoliš. Rasli su skupa sa zajednicom. Uvijek pogonjeni svrhom, jer znaju da mogu bolje, i da znaju bolje. Danas pripadaju međunarodnoj mreži, i zapošljaju visoko kvalitetne i sasvim osebujne, stručnjake. Neki od njihovih partnera su: Philip Morris, Google.org, YBI, RBA, EFSE DF, Erste Stiftung, Erste Social Bank, Hamag Bicro, WSA (<https://act-grupa.hr/otvorenje-act-grupe/>; 30.07.2021).

4. ACT konto

Njihova glavna grana djelatnosti su financijska savjetovanja te servisi za računovodstvene postupke. ACT konto je dio ACT grupacije te zapošljava osobe sa invaliditetom. Pritom sve radnice u ovom poduzeću su ujedno i vlasnice poduzeća. Na tržištu rada imaju ponudu računovodstvenih i knjigovodstvenih usuga, financijskih praćenja projekata i online knjigovodstvo.

5. Centar za pomoć u kući Međimurske županije

Centar za pomoć u kući je dio ACT grupacije. Radnice u ovoj neprofitnoj organizaciji pružaju skrb za starije osobe u Međimurju. Da bi uspješno brinule o starijim osobama sve su radnice završile tečajevе za gerontodomačice, pune su razumijevanja i svoj posao obavljaju odlično. U kući pružaju starijim osobama pomoć kao šta su odlasci u trgovine, ljekarne, plaćanje računa, pomažu pri higijeni, mjere tlak osobama koje ispomažu, čiste, pospremaju te im pružaju usluge prijevoza i pomažu starijima da ostvaruju svoja prava.

6. Humana Nova

Primarna djelatnost udruge Humana Nova je šivanje robe i ostalih proizvoda od ekološki prihvatljivih materijala. Svoje sirovine dobivaju sakupljanjem i reciklažom tekstila. Njihovi prepoznatljivi proizvodi su industrijske krpe, pamučne majice, platnene vrećice i ostalo. U udruzi je trenutno 22 zaposlene osobe a 15 od tih osoba ima neku vrstu invaliditeta. Pokušavaju pronaći dobre partnere na tržištu sa kojima bi surađivali u svrhu širenja palete usluga i povećanja zaposlenosti. Cilj je da se njihovi artikli prošire po cijeloj državi te da pritom pomažu marginaliziranim skupinama ljudi. Nadaju se da će uskoro proširiti asortiman sa zaštitnim odjelima te uredskim i radnim priborom.

7. Bio-bean

Prije osam godina jedan je student primijetio sloj skupljanja taloga na svojoj kavi i upitao se da li se taj talog može iskoristiti. Pogođen količinom iskorištenog taloga kave koji je otišao u otpad, pronašao je istraživanja koja podupiru njegovu teoriju da iskorišten talog sadrži ulje i da se stoga može koristiti kao izvor goriva. Nastavio je razvijati pelete biomase dobivene od kave i odatle je rođeno bio-zrno. Bio-zrno, osnovano 2013.godine, brzo je raslo, pokrenuvši usluge prikupljanja kave u Velikoj Britaniji, a samo dvije godine kasnije izgradili su prvu tvornicu za recikliranje kave u industrijskim razmjerima. 2016. godine lansirali su svoj prvi proizvod za maloprodaju, Cogs Logs, a 2019. godine njihov prvi sastojak prirodnog okusa u industriji hrane i pića. Ono što je počelo kao dobra ideja danas je najveći britanski reciklaž taloga kave. Bio bean je nagrađivani tim od 30 ljudi koji rade s nekim od najvećih tvrtki u Velikoj Britaniji na pretvaranju otpada od kave u vrijedne proizvode u industrijskim razmjerima. Bio-bean proizvodi pelete za grijanje od iskorištene smjese od kave. Uz sve veći poziv na održive alternative gorivima s visokim udjelom ugljika i potrebu da se smanji oslanjanje na neobrađeno drvo ili uvozne pelete, njihovi peleti od biomase napravljeni od reciklirane otpadne taloge kave nude savršeno rješenje. Peleti od kave iskorištavaju visoku kalorijsku vrijednost kave, postižući toplinsku vrijednost oko 15% veću od standardnih drvenih peleta. Odlikuju ih dosljedno nizak sadržaj vlage, velika gustoća, visoka tališta pepela i dobra izdržljivost što ih čini alternativom visokih performansi. Njihov učinkovit profil sagorjevanja štedi novac tvrtki, zahtjeva smanjeni volumen, a time i manje isporuke kako bi se postigla ista proizvodnja energije kao i drveni pelet (<https://www.bio-bean.com/elements/pellets/>; 30.07.2021).

Slika 8. Bio-bean peleti, <https://www.bio-bean.com/elements/pellets/>



Coffe-Logs ili trupci za kavu kompaktni su sagorljivi trupci izrađeni od recikliranog otpada taloge kave, savršeni za spaljivanje u kućnim ložištima na drva i štednjacima na više goriva. Njihov markirani potrošački proizvod na kruta goriva ekološki je briket za grijanje kuće izrađen od recikliranog taloge kave. Zapravo, svaki trupac sadrži talog od otprilike 25 šalica kave prikupljenih od tvrtki diljem Velike Britanije. I ne samo da trupci kave štede na emisijama štetnih stakleničkih plinova, već i učinkovito sagorijevaju 20% toplije i dulje od drva sušenog u peći. Oni su savršeno gorivo za grijanje vašeg doma bez zagrijavanja planeta. Trupci od kave dostupni su u maloprodajama diljem Velike Britanije, uključujući male trgovine, supermarkete, vrtne centre i mrežne maloprodaje. U svakoj vrećici dolazi 16 trupaca s prikladnom ručkom za nošenje, napravljene od potpuno recikliranog pakiranja (<https://www.bio-bean.com/elements/coffee-logs-and-retailers/>; 30.07.2021).

Slika 9. Bio-bean trupci od kave, <https://www.bio-bean.com/elements/coffee-logs-and-retailers/>



8. Toast-ale

Toast Ale je stvoren 2015.godine a cilj im je da ljudi zajedno stvaraju pozitivne promjene za planet. Proizvode kraft pivo od ostataka hrane. Proizvodnja hrane je najveći doprinos klimatskim promjenama i gubitku biološke raznolikosti, a jedna trećina proizvedene hrane propadne. Njihov poslovni model osmišljen je prema poslovnoj i ekološkoj održivosti. Prvenstveno žele smanjiti potražnju za prirodnim resursima, zamjenjujući djevičanski ječam viškom svježega kruha. Jedan od najvećih ekoloških izazova su sve veća potražnja poljoprivrednog zemljišta za uzgoj više usjeva za hranu, piće i stočnu hranu (unatoč tome što trećina hrane nije pojedena). Koristeći manje ječma, imaju manji utisak na zemljišta, smanjuju potražnju za vodom i sprječavaju emisiju ugljika, istovremeno sprječavaju bacanje hrane. Doniraju 100% svoje dobiti u dobrotvorne svrhe. Navedeno je par principa po kojima Toast-ale pivovara funkcionira . Prvo je da skuhamo izvrsna piva koja privlače kupce. Drugo je da se višak svježeg kruha upotrijebi za sprječavanje rasipanja hrane. Treće je da podignu svijest o problemu i rješenju za otpad hrane. Četvrto je povećanje dobiti za ponovno ulaganje u dobrotvorne organizacije koje popravljaju sustav prehrane, uključujući i njihovu strukturu financiranja (<https://www.toastale.com/about-us>, 30.07.2021).

Slika 10. Toast ale, <https://www.toastale.com/browse>



9. Grameen Bank

Grameen banka preokrenula je konvencionalnu bankarsku praksu uklanjanjem potrebe za kolateralom i stvorila bankarski sustav temeljen na međusobnom povjerenju, odgovornosti, sudjelovanju i kreativnosti. Grameen banka izdaje kredite najsiromašnijima u ruralnom Bangladešu, bez ikakvih kolaterala. U Grameen banci, kredit je isplativo oružje u borbi protiv siromaštva i služi kao katalizator u cjelokupnom razvoju društveno-ekonomskih uvjeta siromašnih koji su držani izvan bankarske orbite na temelju toga što su siromašni i stoga se ne mogu teretiti. Profesor Muhammad Yunus, osnivač Grameen banke, zaključio je da ako se financijska sredstva mogu staviti na raspolaganje siromašnim ljudima pod odgovarajućim i razumnim uvjetima, ti milijuni malih ljudi sa milijunima malih ciljeva mogu se zbrojiti i stvoriti najveće razvojno čudo. Od siječnja 2021. godine ima 9,38 milijuna članova, od kojih su 97% žene. Sa 2.568 podružnica, Grameen banka pruža usluge u 81.678 sela, pokrivajući više od 93 posto ukupnih sela u Bangladešu. Svake godine osoblje Grameen banke procjenjuje njihov rad i provjerava poboljšava li se društveno-ekonomska situacija članova banke. Grameen Banka procjenjuje razinu siromaštva zajmoprimca pomoću deset pokazatelja. Smatra se da je jedna članica izašla iz siromaštva ako njezina obitelj ispunjava sljedeće kriterije: Obitelj živi u kući vrijednoj najmanje Tk. 25.000 (Bangladeshi taka) ili kući sa limenim krovom, a da svaki član obitelji može spavati na krevetu umjesto na podu.

Članovi obitelji piju čistu vodu iz bunara, prokuhanu vodu ili vodu pročišćenu pomoću tableta za pročišćavanje bez arsena ili filtera za vrčeve. Sva djeca u obitelji starija od šest godina idu u školu ili su završila osnovnu školu. Minimalna tjedna rata kredita zajmoprimca je Tk. 200 ili više. Gleda se da li obitelj koristi sanitarni čvor i da li ga imaju. Da li članovi obitelji imaju odgovarajuću odjeću za svakodnevnu uporabu, toplu odjeću za zimu, poput šalova, džempera, deka i mreže protiv komaraca kako bi se zaštitili od komaraca. Obitelj ima izvore dodatnog prihoda, poput povrtnjaka, voćnjaka itd., Tako da se mogu osloniti na te izvore prihoda kad im zatreba dodatni novac. Zajmoprimac održava prosječnu godišnju bilancu od Tk. 5.000 na njezinim štednim računima. Obitelj nema poteškoća s nabavom tri obroka dnevno tijekom cijele godine, to jest nijedan član obitelji nije gladan u bilo koje doba godine. Obitelj se može pobrinuti za zdravlje. Ako se bilo koji član obitelji razboli, obitelj si može priuštiti poduzimanje svih potrebnih koraka za traženje odgovarajuće zdravstvene zaštite. Norveški Nobelov odbor odlučio je dodijeliti Nobelovu nagradu za mir za 2006. godine, podijeljenu u dva jednaka dijela, Muhammadu Yunusu i Grameen banci za njihove napore da stvore

ekonomski i društveni razvoj odozdo. Mir i blagostanje ne može se postići ako velike skupine stanovništva ne pronađu načine za bijeg iz siromaštva. Mikrokredit je jedno od takvih sredstava. Razvoj odozdo također služi za unaprjeđenje demokracije i ljudskih prava. Muhammad Yunus pokazao se kao vođa koji je uspio pretočiti vizije u praktično djelovanje u korist milijuna ljudi, ne samo u Bangladešu, već i u mnogim drugim zemljama. Činilo se da je zajmovi siromašnim ljudima bez ikakve financijske sigurnosti nemoguća ideja. Od skromnih početaka prije tri desetljeća, Yunus je, prije svega preko Grameen banke, razvio mikrokredite u sve važniji instrument u borbi protiv siromaštva. Grameen banka izvor je ideja i modela za mnoge institucije na području mikrokredita koje su nastale diljem svijeta. Svaki pojedinac na zemlji ima potencijal i pravo na pristojan život. U svim kulturama i civilizacijama, Yunus i Grameen Bank su pokazale da čak i najsiromašniji od siromašnih mogu raditi na postizanju vlastitog razvoja. Mikrokredit se pokazao važnom oslobađajućom silom u društvima u kojima se posebno žene moraju boriti protiv represivnih društvenih i ekonomskih uvjeta. Ekonomski rast i politička demokracija ne mogu ostvariti svoj puni potencijal ako ženska polovica čovječanstva ne sudjeluje ravnopravno s muškom. Yunusova dugoročna vizija je uklanjanje siromaštva u svijetu. Ta se vizija ne može ostvariti samo mikrokreditom. No, Muhammad Yunus i Grameen Bank pokazali su da u stalnim nastojanjima da se to postigne mikrokredit mora imati važnu ulogu (<https://grameenbank.org/introduction/>; 04.08.2021).

4 DRUŠTVENO PODUZETNIŠTVO U DOMU ZA STARIJE OSOBE KANTRIDA

U ovom poglavlju biti će opisan razvoj društvenog poduzetništva u domu za starije osobe Kantrida Rijeka te će biti opisan proizvod sa minimalnom funkcionalnošću.

4.1 Prijedlog razvoja društvenog poduzetništva u domu za starije osobe „Kantrida“ Rijeka

Društveno poduzeće koje bi se razvilo u domu za starije osobe imalo bi cilj da reciklira otpadno, uporabljivo drvo i da se iz njega kreira pomagalo sa GPS lokatorom. Kapacitet doma za starije osobe Kantrida omogućuje smještaj za 361 stanara. Dom za starije osobe Kantrida pruža usluge smještaja i njegovanja pokretnim, djelomično pokretnim i nepokretnim starijim osobama koje nisu u mogućnosti samostalno živjeti u vlastitim kućanstvima. U domu za starije osobe Kantrida kao izvaninstitucionalni oblik skrbi za starije osobe djeluju klubovi za starije osobe. Kroz raznovrsne aktivnosti, klubovi potiču dobrovoljni rad, pomoć i samopomoć grupnim oblicima rada. U klubovima za starije osobe organiziraju se kulturne, zabavne, sportsko-rekreativne i što je najbitnije za ovaj rad organiziraju se edukativne aktivnosti i potiče kreativan rad. Domu za starije osobe bio bi priskrbljen alat za izradu navedenih pomagala, kao što su stolna bušilica, stolna brusilica, stolna kružna pila te ostala oprema koja je potrebna za izradu navedenog pomagala. Navedeni alati su stolni i fiksni tako da starije osobe ne bi imale problema sa prenošenjem i rukovanjem teških alata. Starije osobe koje imaju volje i želje za rad s alatom i izradom navedenog pomagala bile bi obučene kako se pomagalo izrađuje i kako se pazi na sigurnost tijekom izrade pomagala, jer bi se ipak radilo sa opasnim alatima. Ako i kada bi se ta ideja ostvarila, krenulo bi se u marketinšku akciju reklamiranja pomagala pa onda u prodajnu akciju. Pomagala bi nudili drugim domovima za starije osobe koji se brinu o pacijentima koji boluju od demencije, proizvod bi se nudio ljekarnama i tvrtkama koje prodaju medicinsku opremu. Pomagalo bi se pokušalo promovirati internet reklamiranjem, izradila bi se web stranica di je moguće vidjeti sve o pomagalu i naručiti pomagalo. Starijim osobama koje izrađuju pomagalo bila bi isplaćena naknada od 200,00 kuna po izrađenom pomagalu. Ostali prihodi bi se ulagali u neku novu ideju razvoja društvenog poduzetništva među starijom populacijom. Za početak ovog projekta dovoljno je 10 GPS lokatora koji se mogu nabaviti po cijeni od 200,00 do 250,00 kuna po komadu. Potrebno je drvo koje bi se nabavilo besplatno ili po niskim cijenama od strane nekog drvo-preradarskog poduzeća. Potreban je alat kao što je stolna bušilica koja se može nabaviti po cijeni od 1500,00 kuna. Potrebna je stolna brusilica koja se može nabaviti po cijeni od 700,00

kuna, te stolna kružna pila koja se može nabaviti po cijeni od 1000,00 kuna. Treba se nabaviti zaštitna oprema kao što su radne kute, 6 komada po 50,00 kuna komad. Trebale bi se nabaviti zaštitne radne rukavice, 6 komada po 30,00 kuna komad, te zaštitne naočale, 6 komada po 20,00 kuna komad. Za početak izrade dovoljno je 3 starije osobe koje su voljne za izradu navedenog pomagala. Radno vrijeme tim osobama bilo bi raspoređeno po njihovim mogućnostima i potrebama a plaćeni bi bili 200,00 kuna po izrađenom pomagalu. Ako osoba izradi pomagalo za 2 ili 3 sata možda bi bilo moguće da izradi dva dnevno.

Tablica 1. Prikaz troškova za početak razvoja društvenog poduzetništva u domu za starije osobe

STOLNA BUŠILICA	1500,00 Kn
STOLNA BRUSILICA	700,00Kn
STOLNA KRUŽNA PILA	1000,00Kn
ZAŠTITNA OPREMA	600,00Kn
GPS LOKATORI	2500,00Kn
CIJENA RADA ZA 10 POMAGALA	2000,00Kn
UKUPNO:	8300,00Kn

Ako bi troškovi rada i alata za 10 pomagala popeli na 8300 kuna u početku bi jedno pomagalo trebalo naplatiti u prodaji 1000,00 kuna, te bi prodajom 10 pomagala prihod bio 10.000,00 kuna. Od tih 10.000 kuna na alat i rad bi se rashodovalo 8300,00 kuna te bi ostalo 1700,00 kuna za ulaganje u neki drugi oblik razvoja društvenog poduzetništva, ali veći je rashod u početku jer kad bi dalje izrađivali pomagala ne bi se ponovno trebalo ulagati u alat koji je već pribavljen. Kada bi se krenulo u izradu drugih 10 pomagala trebao bi se nabaviti 10 GPS lokatora i drvo za obradu.

Tablica 2. Prikaz troškova poslije nabave alata

GPS LOKATORI 10 KOM	2500,00 Kn
CIJENA RADA	2000,00 Kn
UKUPNO	4500,00 Kn

Ako bi se pomagalo nastavilo prodavati po cijeni od 1000,00 kuna za 10 pomagala bi dobili svotu od 10.000,00 kuna a troškovi izrade i materijala bi bili oko 4500,00 kuna te bi ostalo 5500,00 za ulaganja u razvoj drugih društvenih poduzeća i u razvoj novih društvenih

poduzetnika. Moglo bi se razmisliti i o spuštanju cijene pomagala nakon što se izradi dosta komada da stoje na zalih i tako se osigurava prihvatljivija cijena pomagala osobama kojima pomagalo treba.

4.2 Predstavljanje minimalno funkcionalnog proizvoda

Izrađeno je pomagalo za kretanje sa GPS lokatorom koje radi na način da olakšava kretanje osobama koje imaju poteškoće u kretanju te sadrže GPS lokator u kojega se postavi SIM kartica, te se pošalje poruka na taj broj SIM kartice koja je u lokatoru a lokator vrati poruku na broj s kojeg je poslana prvobitna poruka sa koordinatama GPS lokatora. Te se koordinate upišu i Google karte te se vidi lokacija sa pogreškom od 10 metara. GPS lokator ima u sebi bateriju koja ima životni vijek oko 50 punjenja. Pomagalo je izrađeno od otpadnog drveta tipa hrast koje je preuzeto besplatno kao otpad iz obližnjeg drvo-preradarskog obrta. U slučaju da bi se osoba koja ima demenciju izgubila, njezin skrbnik ili osoba koja se brine o njoj lako bi mogla locirati pomagalo kojim se ta osoba koristi.

GPS lokator

Slika 11. Gps lokator (slika je vlasništvo studenta)



GPS lokator je naručen preko interneta iz trgovine u Kutini po cijeni od 250 kuna. Prvotno je lokator trebao biti manji, te je bilo pretpostavljeno da će se moći ugraditi unutar pomagala ali se naišlo na dosta problema sa traženjem lokatora. Treba se još potruditi oko nalaženja drugog lokatora koji bi svojom veličinom mogao biti ugrađen unutar pomagala.

Slika 14. Izrađeno pomagalo (Slika je vlasništvo studenta)



Na posljetku je GPS lokator pričvršćen na pomagalo te se tako kompletirao minimalno funkcionalan proizvod.

Slika 15. Pomagalo sa GPS lokatorom (Slika je vlasništvo studenta)



5 ZAKLJUČAK

U ovome završnome radu smo zaključili da društvenom poduzetniku nije cilj osobna korist i maksimiziranje profita vlasniku ili dioničarima, nego stvaranje poduzeća koje će biti od društvene, ekološke i ekonomske koristi. Društveni poduzetnik zadovoljava potrebe svojih korisnika inovacijama za koje kupci nisu ni znali da im trebaju jer do tada na tržištu rada i dobara nisu ni postojale. Važan cilj društvenog poduzetništva je pomaganje onim grupama ljudi koje su isključene iz društva ili na samim marginama društva. Model društvenog poduzetništva je 3P model a to znači usmjerenost na ljude, planet i profit.

Veoma je bitno pametno i štedljivo koristiti prirodne resurse te reciklirati materijale u što većoj mjeri. Mnogo društvenih poduzetništva je iz otpadnih tvari recikliralo materijal koji upotrebljava kao sirovinu za održavanje poslovanja svojih poduzeća. Otpadni talog od kave se koristi za izradu peleta i tvari za grijanje, od tog taloga se mogu izraditi razni oblici kao šalice i tanjuri, u talogu od kave se mogu uzgajati gljive i još puno primjera ima samo za ovu vrstu otpada. Od reciklirane plastike dečki iz Projekta Circleg pomoću 3D printera izrađuju proteze i dijelove za proteze koje pomažu osobama sa invaliditetom. Puno je takvih primjera gdje su društveni poduzetnici iskoristili otpadne materijale za izradu svojih proizvoda, samim time pomogli planeti i društvu. Grameen banka sa svojim utemeljiteljem Muhammadom Yunusom jedan je od najranijih primjera društvenog poduzetništva a meni je osobno i najdraži primjer te najveća inspiracija pri izboru polja i teme za završni rad.

Pri izradi ovoga rada proučeno je mnogo literature i naučeno puno stvari, a jedini dio za koji bi htio da je malo više razrađen je dobivanje više povratnih informacija od potencijalnih kupaca za naš proizvod, nažalost u ovo doba sa širenjem virusa situacija je bila dosta ograničena te je pristup starijim osobama bio ograničen. I uz slab broj povratnih informacija moje mišljenje je da bi ovo pomagalo bilo od koristi osobama koje pate od demencije i imaju poteškoća u kretanju, te bi pomoglo njihovim njegovateljima da ih mogu locirati ako se slučajno oboljele osobe izgube. Pri izradi sam se čvrsto držao 3P modela. Sirovine za izradu sam u jednu ruku reciklirao jer da nije nešto izrađeno od tog drveta bilo bi bačeno ili spaljeno. Dakle smanjujući otpad smo dobili sirovinu koja nam je potrebna te bismo dali starijim osobama koje su još voljne i sposobne raditi zanimaciju i izvor dodatnih prihoda u nadi da će im to podignuti kvalitetu života. Profit dolazi na kraju ali je bitan čimbenik za ekonomski rast ovog društvenog poduzeća. Višak profita šta bi se stvorio ulagao bi se u druge društvene poduzetnike i u njihova društvena poduzeća i inovacije.

POPIS LITERATURE

Knjige:

1. Buble, M., Kružić, D., *Poduzetništvo: realnost sadašnjosti i izazov budućnosti*, RRIF, 2006.
2. Deželjin, J., et al., *Poduzetnički menadžment*, M.E.P. CONSULT, Zagreb, 2002.
3. Horvat, Đ., et al., *Poduzetnička ekonomija kako učiniti prvi korak*, Trgovačka akademija, Zagreb, 2006.
4. Posavec, R., *Pank poduzetnici*, ACT Grupa, Čakovec, 2018.
5. Ries, E., *The Lean Startup*, Crown Business, New York, 2011.

Rad u zborniku:

1. Lupšić, D., et al., *Poduzetništvo u službi zajednice*, Zbornik tekstova o društvenom poduzetništvu, O društvenoj ekonomiji i društvenom poduzetništvu: Pojmovno određenje društvene ekonomije, Nacionalna zaklada za razvoj civilnoga društva, Zagreb, 2012., str. 11-20.
2. Srhoj, S., Morić Milovanović, B., *Dizajn razmišljanje kao suvremeni pristup rješavanja socijalnih problema*, Zbornik Ekonomskog fakulteta u Zagrebu, Ekonomski fakultet Zagreb, Zagreb, 2016, str. 63-91.

Diplomski rad:

1. Zubić, M., *Razvoj socijalnog poduzetništva u Republici Hrvatskoj*. Diplomski rad. Zagreb: Filozofski fakultet Zagreb, 2015.

Internet izvori:

1. Acumen, about us, dostupno na: <https://acumen.org/about/>; 08.07.2021.
2. Ashoka, about us, dostupno na: <https://www.ashoka.org/en-us/about-ashoka>; 08.07.2021.
3. Aurora, kako nam dizajnersko promišljanje može promijeniti percepciju u poslovanju, dostupno na: https://www.aurora.hr/p/design_thinking; 25.07.2021.
4. Bio-bean, elements, dostupno na: <https://www.bio-bean.com/elements/coffee-logs-and-retailers/>; 30.07.2021.
5. Bio-bean, elements, dostupno na: <https://www.bio-bean.com/elements/pellets/>; 30.07.2021.
6. Design promišljanje, Design thinking ili ‘dizajnersko promišljanje’ u edukaciji, dostupno na: <https://www.skolskiportal.hr/sadrzaj/jucer-danas-sutra/design-thinking-ili-dizajnersko-promisljanje-u-edukaciji/>; 25.07.2021.
7. Grameen Bank, home, dostupno na: <https://grameenbank.org/>; 05.07.2021.
8. Grameen Bank, about – introduction, dostupno na: <https://grameenbank.org/introduction/>; 04.08.2021.
9. Hrvatski zavod za javno zdravstvo, alzheimerova bolest, dostupno na: <https://www.hzjz.hr/aktualnosti/alzheimerova-bolest/>; 01.07.2021.
10. Lean startup, Lean Startup: Uvod u revoluciju koja mijenja evoluciju stvaranja novih tech proizvoda, dostupno na: <https://www.netokracija.com/lean-startup-pokret-56980>; 25.07.2021.
11. Project Circleg, product, dostupno na: <https://projectcircleg.com/product/>; 27.07.2021.
12. Skoll, about, dostupno na: <https://skoll.org/about/>; 05.07.2021.
13. Toastale,about-us, dostupno na: <https://www.toastale.com/about-us>; 30.07.2021.

POPIS SLIKA

1. Utjecaj Schwab fondacije.....	8
2. Utjecaj Ashoka fondacije.....	9
3. Koraci u dizajn razmišljanju.....	12
4. Proces lean start up-a.....	15
5. Koraci lean start up-a.....	16
6. Usporedba lean i tradicionalnih pristupa.....	17
7. Circleg pomagala.....	20
8. Bio-bean peleti.....	24
9. Bio-bean trupci od kave.....	25
10. Toast-ale.....	26
11. GPS lokator.....	31
12. Gruba izrada pomagala.....	32
13. Finija obrada pomagala.....	32
14. Izrađeno pomagalo.....	33
15. Pomagalo sa GPS lokatorom.....	33

POPIS TABLICA

1. Prikaz troškova za početak razvoja društvenog poduzetništva u domu za starije osobe	30
2. Prikaz troškova poslije nabave alata	30