

Posebnosti društvenog poduzetništva u Hrvatskoj - primjer UNICEF

Kenjereš, Iva

Undergraduate thesis / Završni rad

2020

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:125:505065>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-12-26**



Repository / Repozitorij:

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



VELEUČILIŠTE U RIJECI

Iva Kenjereš

POSEBNOSTI DRUŠTVENOG PODUZETNIŠTVA – PRIMJER UNICEF

(završni rad)

Rijeka, 2020

VELEUČILIŠTE U RIJECI

Poslovni odjel

Preddiplomski stručni studij Poduzetništvo

POSEBNOSTI DRUŠTVENOG PODUZETNIŠTVA – PRIMJER

UNICEF

(završni rad)

MENTOR:

dr.sc.Davor Širola, prof.v.š.

STUDENTICA:

Iva Kenjereš

MBS: 2423000081/16

Rijeka, srpanj 2020.

VELEUČILIŠTE U RIJECI
POSLOVNI ODJEL

Rijeka, 17.03.2020.

ZADATAK
za završni rad

Pristupnici: Iva Kenjereš

MBS: 2423000081/16

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

**POSEBNOSTI DRUŠTVENOG PODUZETNIŠTVA U
HRVATSKOJ – PRIMJER UNICEF**

Sadržaj zadatka:

U teoretskom dijelu završnog rada predstaviti ulogu, položaj i specifičnosti društvenog poduzetništva, kao i razlike društvenih i tradicionalnih poduzetnika. Predstaviti ciljeve i mjere definirane strateškim dokumentima u području društvenog poduzetništva u Republici Hrvatskoj, kao i način poticanja razvoja istog. Zatim prikazati i usporediti ključne pokazatelje razvijenosti društvenog poduzetništva u svijetu i u Hrvatskoj. Kroz praktični dio rada pomoću istraživanja za stolom predstaviti odabrani primjer društvenog poduzetništva, a zatim kroz empirijsko istraživanje utvrditi razinu upoznatosti i sklonosti društvenom poduzetništvu prvenstveno kod mladih dobnih skupina u Republici Hrvatskoj. Zasebno prikazati i komentirati intervju s suradnicima odabranog subjekta društvenog poduzetništva.

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

Zadano: 17.03.2020.

Predati do: 15.09.2020.

Mentor:


Dr. sc. Davor Širola, v. pred.

Pročelnik odjela:


Mr. sc. Anita Stilin, v. pred.

Zadatak primila dana: 17.03.2020.


Iva Kenjereš

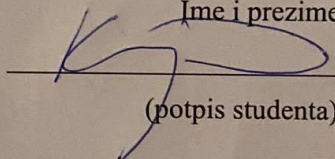
Dostavlja se:

- mentoru
- pristupnici

IZJAVA

Izjavljujem da sam završni rad pod naslovom Posebnosti društvenog poduzetništva – primjer UNICEF izradila samostalno pod nadzorom i uz stručnu pomoć mentora dr.sc.Davora Širole,prof.v.š..

Ime i prezime



(potpis studenta)

Sažetak

Društveno poduzetništvo relativno je novi pojam u području ekonomije, no seže daleko u prošlost kao pomaganje ljudima kojima je pomoć vrlo potrebna. Većinom društveno djelovanje može se raspoznati na temelju rada udruga i zadruga s različitim ciljem pomaganja osobama kojima je to potrebno, a poduzeće posluje tako da veći dio prihoda ulaže u područja kojima je to potrebno.

U ovom radu pojašnjen je općenito pojam i osnovna obilježja društvenog poduzetništva, kao i definicija te kriteriji za prepoznavanje društvenog poduzetnika. Zatim, prikazan je rast i razvoj društvenog poduzetništva u Europskoj uniji i Republici Hrvatskoj. Potom su analizirani rezultati istraživanja provedenog putem *online* upitnika, koji je distribuiran studentima Veleučilišta u Rijeci, kako bi se saznala zainteresiranost mladih po pitanju rada u društvenoj ekonomiji. Dat je i sažetak intervjua s mladim suradnicima udruge UNICEF. Na temelju prikupljenih informacija napravljen je zaključak cijelog završnog rada.

Ključne riječi: društveno poduzetništvo, društvena ekonomija, neprofitni sektor, udruga UNICEF

Sadržaj

1.Uvod.....	1
1.1. Problem, predmet istraživanja.....	1
1.2. Svrha i cilj istraživanja.....	1
1.3. Struktura rada	1
2. Uloga društvenog poduzetništva u suvremenoj ekonomiji	3
2.1.Društveno poduzetništvo.....	3
2.2. Osnovna obilježja društvenog poduzetništva	6
2.3. Društveni poduzetnik	8
2.4. Društveno poduzetništvo i društveni kapital	11
3 Društveno poduzetništvo u Europskoj uniji i Hrvatskoj	13
3.1. Društveno poduzetništvo u Europskoj uniji	13
3.2. Društveno poduzetništvo u Hrvatskoj	17
3.3. Ciljevi Strategije razvoja u Republici Hrvatskoj.....	19
4.Analiza primjera društvenog poduzetništva	20
4.1. Udruga UNICEF	20
4.2. Rezultati analize upitnika	21
4.3. Intervju s mladim suradnicama UNICEF-a.....	27
5. Zaključak.....	32
Popis literature	33
Popis tablica i grafova.....	35
Prilog - anketni upitnik.....	36

1.Uvod

Uloga društvenog poduzetništva u suvremenoj ekonomiji je iz dana u dan sve više zastupljenija. Društveno poduzetništvo je u današnjici jedno od važnijih grana poduzetništva. Pod pojmom društvenog poduzetništva podrazumijeva se poseban oblik poduzetništva za postizanje društvenog učinka.

1.1. Problem, predmet istraživanja

Problem ovog istraživanja je interes prvenstveno mladih osoba za djelovanje u društvenom poduzetništvu, kao i poticanje istog, tj. osvještavanje ljudi o problemima koji se javljaju u svijetu. Također, da li je društveno poduzetništvo dovoljno prisutno te koliko je prisutno u Europskoj uniji kao i u Hrvatskoj.

Predmet istraživanja je zastupljenost društvenog poduzetništva u Hrvatskoj i Europskoj uniji prvenstveno kod mlađih generacija. Društveno poduzetništvo je relativno novi pojam u svijetu te treba poticati ovaj oblik poduzetništva kako bi se stvorila neka ravnoteža u ekonomiji.

1.2. Svrha i cilj istraživanja

Svrha i cilj ovog istraživanja su posebnosti društvenog poduzetništva koji je u zadnje vrijeme vrlo česti pojam s kojim se današnjica susreće. Ljudi su sve više svjesniji o problemima koji su prisutni u svijetu te se žele fokusirati na rješavanje istih što je pozitivan rezultat i mogućnost društvenog poduzetništva za postizanje društvenih učinka.

1.3. Struktura rada

Rad se sastoji od ukupno pet međusobno povezanih cjelina:

U uvodnom djelu navodi se problem istraživanja i predmet istraživanja, te svrha i ciljevi istraživanja. Također navedena je struktura završnog rada.

Druga cjelina pod nazivom Uloga društvenog poduzetništva u suvremenoj ekonomiji objašnjava pojmove kao što su društveno poduzetništvo, osnovna obilježja društvenog poduzetništva te što je to društveni poduzetnik i koji su kriteriji za prepoznavanje društvenog poduzetnika.

Treća cjelina pod nazivom Društveno poduzetništvo u Europskoj uniji i Hrvatskoj govori o društvenom poduzetništvu u Europskoj uniji te posebno o društvenom poduzetništvu u Hrvatskoj, kao i o ciljevima Strategije razvoja društvenog poduzetništva u Republici Hrvatskoj.

Četvrta cjelina pod naslovom Analiza primjera društvenog poduzetništva sadrži objašnjenje udruge UNICEF te rezultate analize upitnika, kao i intervju sa studenticama koje rade za UNICEF.

Peta cjelina, koja je ujedno i zadnja, je Zaključak cijelog završnog rada koja govori o bitnim dijelovima teorijskog i istraživačkog rada.

2. Uloga društvenog poduzetništva u suvremenoj ekonomiji

2.1. Društveno poduzetništvo

Društveno poduzetništvo pojavilo se tek prije par desetljeća te je relativno novi pojam odnosno novi koncept poslovanja. Ono se bazira na temelju ostvarenja prihoda i ulaganja tih prihoda u područja pomaganja ljudima tj. pomaganja osobama ili zajednicama koji nemaju osnovne uvjete za život. Društveno poduzeće je poduzeće čiji je glavni cilj postizanje društvenog učinka, a ne ostvarivanje profita za vlasnike i dioničare te njime upravljaju društveni poduzetnici na odgovoran i inovativan način, osobito uključivanjem radnika, kupaca i dioničara prilagođenim njihovim sposobnošću. Glavni cilj društvenog poslovanja je stvoriti značajan utjecaj na društvo, okoliš i lokalnu zajednicu. Društvena poduzeća su u središtu inkluzivnog rasta zbog njihovog naglaska na ljude i socijalne kohezije kao što su stvaranja održivih radnih mjesta za žene, mlade i stare osobe (Vidović, 2012., 26).

Smatra se da korijeni društvenog poduzetništva dolaze još iz 18. stoljeća, kada je Robert Owen počeo štititi svoje zaposlenika tražeći razne načine da poboljša njihove radne uvjete, kao što je omogućio obrazovanje svojim radnicima i njihovim obiteljima te uključivao ih je u razne kulturne aktivnosti (Zrilić, Širola, 2014., 63).

Jedan od najpoznatijih i najranijih primjera društvenog poduzetništva nastao je u nerazvijenim zemljama. Radi se o Grameen Bank iz Bangladeša, koju je osnovao Muhammad Yunus 1976. godine. Prvotno nastala kao banka za siromašne, što je njezin doslovan prijevod, a tijekom vremena je proširila svoje djelovanje, da bi danas postala jedna od najutjecajnijih organizacija ne samo u ekonomskom, nego i u društvenom životu Bangladeša. Prvobitni cilj je bio smanjiti siromaštvo u Bangladešu koji je tada bio jedan od najsiromašnijih država svijeta. Ovaj primjer društvenog poduzetništva je imao vrlo značajnu ulogu u širenju ideja o društvenom poduzetništvu (Vidović, 2012., 21).

Prvi oblik društvenog poduzetništva u razvijenim zemljama javlja se u Sjevernoj Americi, odnosno u SAD-u i Kanadi, a zatim i u Velikoj Britaniji pred kraj sedamdesetih godina (Vidović, 2012., 21).

Pojam društveno poduzetništvo prvi je pojasnio Bill Drayton. Za njega je društveno poduzetništvo- poduzetništvo s etičkim integritetom, kojemu nije cilj osobna korist ili maksimiziranje profita, nego usmjerenost na društvene vrijednosti.

Podrazumijeva se inovativno tržišno djelovanje, kojemu je cilj ostvarenje dobrobiti za druge ili zajednicu. Društveno poslovanje označava tržišno djelovanje koje je usmjereno na društveno korisne ciljeve, a ne ostvarenje profita poduzeću. Dakle društveno poduzetništvo se bavi time da neprofitno pomaže osobama ili zajednici kojima je pomoć uistinu potrebna tj. da pomažu i pružaju zajednicama osnove za život.

U svim pristupima socijalnom poduzetništvu, naglašava se da je primarna ideja ovog djelovanja usmjerenost prema neodgovorenim potrebama u socijalnoj sferi te postizanju općeg dobra i blagostanja. Neki od širih ciljeva socijalnog poduzetništva su poboljšanje osobnog života te života zajednice, smanjenje nejednakosti i povećanje socijalne kohezije i integriranosti. Tu su i drugi specifični ciljevi poput kreiranja poslova za marginalizirane društvene skupine, reintegracija osoba nepovoljnijeg položaja na tržištu rada, dodatna redistribucija za one slabijeg imovinskog stanja i prihoda, povećanje društvenog kapitala i širenje socijalnih inovacija i slično (Vidović, 2012., 29).

U širem smislu društveno poduzetništvo shvaća se kao inovativna aktivnost s društvenim ciljem, koja se pojavljuje bilo to u profitnom sektoru, bilo to u neprofitnom sektoru. A u užem smislu se podrazumijeva kao primjena poslovnih vještina i znanja u neprofitnom sektoru, kada neprofitne organizacije počnu istraživati načine stjecanja financijskih sredstva za rad (Zrilić, Širola, 2014., 63).

Također, pojam se počeo prepoznavati i u javnom i političkom govoru. Počinje polako ulaziti i u razvojne strategije kao i u javne politike u veći broj zemalja, a oblikuju se i pravni okviri koji regulira ovaj tip poduzetništva (Vidović, 2012., 22). Iako se još nije službeno odredila definicija društvenog poduzetništva, možemo reći da je ona sve više i više prisutnija u današnjoj ekonomiji te je sve više udruga i zadruga koje prave ravnotežu u području ekonomije.

Razvoj i širenje društvenog poduzetništva predstavlja konkretnu mogućnost adresiranja potreba marginaliziranih, socijalno osjetljivih skupina i problema u lokalnim zajednicama. Društveno poduzetništvo važno je i kao stabilizacijski čimbenik tržištu rada i kao čimbenik

održivog razvoja zajednice. Izravan utjecaj rada društvenih poduzeća prepoznat je u ekonomskom razvoju neke zajednice ili regije (Petričević, 2012., 12):

- svojim djelovanjem nadopunjuju usluge od javnog interesa (npr. društvene usluge) koje javne institucije ili privatna profitna poduzeća nisu u mogućnosti dovoljno kvalitetno obavljati;
- doprinose uravnoteženom korištenju i raspodjeli raspoloživih resursa u korist lokalne zajednice;
- generiraju nova radna mjesta u svojim područjima djelovanja, a neka društvena poduzeća posebno su usmjerena integraciji dugotrajno nezaposlenih na tržište rada;
- potiču društvenu koheziju i pridonose rastu i razvoju društvenog kapitala.

Tablica br. 1. Razlike poslovanja društvenog i privatnog poduzeća

Društveno poduzeće	Privatno PROFITNO poduzeće
cilj: osnažiti zaposlenike/zajednicu	cilj: nadgledati i kontrolirati zaposlenike
demokratsko donošenje odluka	odlučivanje na temelju količine dionica
odgovornost prema okolišu/ zajednici je temeljno načelo djelovanja	odgovornost prema okolišu/zajednici ne vide kao njihovu odgovornost
provodi financijsku reviziju i mjeri društveni utjecaj	provodi financijsku reviziju
vođeno komercijalnim, društvenim i ekološkim ciljevima	vođeno komercijalnim ciljevima

Izvor: Petričević, 2012., 17

Društveno odgovorno poslovanje predstavlja ključni dio ideje društvenog poduzetništva, a može se definirati kao skup pozitivnih mjera ili politika koje neko poduzeće svjesno usvaja i provodi u cilju javnog interesa zajednice u kojoj djeluje. Društvena odgovornost je za društvena poduzeća cilj, a za privatna profitna poduzeća sredstvo kako bi njime povećala vrijednost svojih proizvoda i usluga na tržištu. Danas je veći ili manji udio društveno odgovornog ponašanja sastavni dio poslovnih politika gotovo svakog većeg i ozbiljnijeg poduzeća na tržištu, no ipak nije svako poduzeće koje primjenjuje mjere društveno odgovornog poslovanja ujedno i društveno poduzeće (Medić, 2012., 21).

Poput klasičnog poduzetništva i društveno poduzetništvo ostvaruje ekonomsku vrijednost. Međutim, bitna je razlika u shvaćanju te vrijednosti. Radi se o društvenoj vrijednosti

kao dodatnoj vrijednosti koja je rezultat ukupnog društveno-poduzetničkog djelovanja. Društveno poduzetništvo jasno primjenjuje tržišne aktivnosti za ostvarenje svojih društvenih ciljeva, ali rezultat tih tržišnih, ekonomskih aktivnosti nije nikada samo generiranje prihoda, tj. ekonomskih vrijednosti, već i društvenih vrijednosti (Vidović, 2012., 48-49).

Neke od društvenih vrijednosti koje društveno poduzetništvo može stvoriti su i (Vidović, 2012., 49 – 50):

- poticanje društvenih inovacija
- doprinos konkurentnosti na tržištu
- generiranje zapošljavanja
- povećavanje sudjelovanje građana (posebno u lokalnim zajednicama)
- povećavanje solidarnosti i društvene kohezije
- doprinos društvenoj uključenosti marginaliziranih skupina
- doprinos vidljivosti društvenih problema i društvenoj osviještenosti.

2.2. Osnovna obilježja društvenog poduzetništva

Dosadašnja istraživanja i konceptualiziranja socijalnog poduzetništva prepoznala su neke karakteristike ključne za njegovo bolje razumijevanje. Johnson (2003, citirano u Vidović, 2012., 31) u prvi plan stavlja inovaciju kojim socijalno poduzetništvo nastoji odgovoriti na neadresirane probleme u socijalnoj sferi. Smatra da ga obilježavaju tri čimbenika: usmjerenost na rješavanje problema, stvaranje inovativnog načina djelovanja, objedinjavanje tržišnog pristupa i socijalnih ciljeva.

Pod usmjerenost na rješavanje problema podrazumijeva se rješavanje problema zajednice tj. olakšavanje života onima kojima je to najpotrebnije. Kao na primjer: rješavanje problema gladne djece u Africi, ljudima koji nemaju novčanih sredstava za normalno funkcioniranje odnosno nedostatak hrane, odjeće, pića i ostalih namirnica za osnove života. Kod inovativnog načina djelovanja smatra se da se pronalaze načini na koji mogu pomagati ljudima kojima je to potrebno dakle raznim donacijama, dobrotvornim svrhama i eventima za prikupljanje bilo to novčana sredstva ili druga potrebna sredstva.

Nekoliko obilježja koji su ključni za prepoznavanje djelovanja društvenog poduzetništva su:

- prepoznati i iskoristiti priliku te preuzeti rizik što je običajno kod svakog poduzetničkog pothvata,
- biti usmjereni na društvene ciljeve i misiju, što znači prepoznati društvene probleme, neodgovorene društvene potrebe i orijentirati se na rješavanje tih istih problema,
- kreativnost i inovativnost u nalaženju novih načina djelovanja,
- stvaranje dodatnih vrijednosti, osim one ekonomske, koji bi rezultirala profitom,
- društvena promjena kao širenje novih načina rješavanja pitanja u društvenom području, novih oblika djelovanja te novih sustava vrijednosti .

U oblikovanju radne definicije istraživanja socijalno poduzetništvo možemo odrediti kao aktivnu djelatnost usmjerenu na adresiranje socijalnih potreba od opće dobrobiti na poduzetnički način, kroz primjenu ekonomskih aktivnosti i preuzimajući rizik, pri čemu kreira socijalnu inovaciju, kombinirajući postojeće resurse iz zajednice na novi način, čime, osim ekonomskih, generira i društvene vrijednosti, uravnotežujući tako socijalne i ekonomske ciljeve (Vidović, 2012., 32).

Tablica br. 2. Tipovi društvenog poduzetništva

Pozicija društvenih ciljeva	Uloga komercijalne razmjene	Primjer
Ciljevi su isključivo društveni	Bez komercijalne razmjene	Tradicionalne nevladine organizacije
Ciljevi su isključivo društveni	Postoji određeni stupanj komercijalne razmjene, a bilo kakva dobit se ulaže u društvene potrebe ili za potporu aktivnostima koje vode društvenim ciljevima	Grameen Bank
Ciljevi su većinom društveni, ali ne isključivo	Komercijalna razmjena postoji, a dobit se djelomično koristi za društvene ciljeve	Missouri Home Care
Društveni ciljevi su iznad drugih ciljeva organizacije/ poduzeća	Komercijalna razmjena postoji, a stvaranje dobiti je podjednako važan cilj	Ben & Jerry's
Društveni ciljevi su među drugim ciljevima organizacije/ poduzeća, ali su podređeni drugima	Komercijalna razmjena postoji, a stvaranje dobiti je primarni cilj i iznad drugih ciljeva	Komercijalna poduzeća koja imaju tzv. „ <i>cause-branding</i> “, odnosno neki tip društveno odgovornog poslovanja

Izvor: Vidović, 2012., 44

2.3. Društveni poduzetnik

Europska komisija je u svojoj „Inicijativi za društveno poslovanje“ (Europska komisija, 2018., 4) pojmovno definirala koncept društvenog poduzetnika kao:

- društveni poduzetnik se određuje kao nositelj poduzetničke aktivnosti kojem je primarni cilj društveni utjecaj, a ne generiranje dobiti za vlasnike ili dioničare;
- društveni poduzetnik djeluje tako da pruža robu ili usluge na tržištu na poduzetnički i inovativan način te koristi ostvarenu dobit primarno za ispunjavanje društvenih ciljeva;
- način upravljanja poduzetničkim subjektom je otvorenog tipa te uključuje zaposlenike, korisnike i ostale dionike na koje utječe gospodarska aktivnost poduzetnika.

Uz definiciju Europske komisije za društvenog poduzetnika, postoje još niz definicija društvenog poduzetnika od strane sličnih međunarodnih institucija koje, kad se promatraju, su vrlo slične definiciji Europske komisije.

Roper i Cheney (citirano u Vidović, 2012., 42) identificiraju tri tipa osoba koja najčešće postaju društveni poduzetnici:

- Prvi tip osobe je novi tip izvršnih direktora ili menadžera, koji svoje poduzeće polako pretvaraju u društveno poduzeće usmjereno na društvene ciljeve i misiju. Oni su već pokazali uspješnost postizanja svojih ekonomskih ciljeva odnosno profita, no njihov interes nadilazi stjecanje dobiti za vlastitu korist.
- Drugi tip osobe su voditelji neprofitne organizacije koji su počeli primjenjivati poduzetnički tj. tržišni način djelovanja kako bi omogućili nastavak rada organizacije. Taj tip je najčešće javlja u neprofitnom i javnom sektoru.
- Zadnje, treći tip su filantropi. Najčešće se tu radi o iznimno bogatim poduzetnicima koji investiraju u društveno poduzetništvo dajući im zajmove s niskom stopom kamata kako bi stimulirali njihov razvoj.

O društvenim poduzetnicima se govori kao o radikalno novoj vrsti poduzetnika, koje društvena osjetljivost i posvećenost društvenim pitanjima diferencira od komercijalnih, profitno usmjerenih poduzetnika. Reis (citirano u Vidović, 2012., 41) tvrdi kako ta nova generacija poduzetnika stvara tri vala promjena. Prvo, društveni poduzetnici stvaraju društvene vrijednosti kroz inovaciju. Oni svojim djelovanjem mijenjaju usluge u javnom, privatnom i sektoru civilnog društva, mijenjaju način upravljanja, stvaraju nove organizacijske oblike na tržištu i nadopunjavaju ga drugačijim načinima uporabe ekonomske vrijednosti. Kao drugo, mijenjaju način djelovanja u društvenoj sferi – od milosrđa kao jednodimenzionalnog pristupa, do društveno uključenog građanstva i društvenog angažiranog poslovanja kao multidimenzionalnog pristupa. I treće, društveni poduzetnici eksperimentiraju s društvenim investicijama kako bi došli do održivih društveno-ekonomskih modela. Time društveni poduzetnici utječu na održivi razvoj.

Kriteriji za prepoznavanje društvenog poduzetnika

Neki od kriterija za prepoznavanje društvenog poduzetnika prema Strategiji razvoja društvenog poduzetništva 2015-2020 (Ministarstvo rada i mirovinskog sustava, 2015., 8) su:

1. Društveni poduzetnik ostvaruje ravnotežu društvenih, okolišnih i ekonomskih ciljeva poslovanja.
2. Društveni poduzetnik obavlja djelatnost proizvodnje i prometa roba, pružanja usluga ili obavlja umjetničku djelatnost kojom se ostvaruje prihod na tržištu, te koja ima povoljan utjecaj na okoliš, doprinosi unapređenju razvoja lokalne zajednice i društva u cjelini.
3. Društveni poduzetnik najmanje 75% godišnje dobiti, odnosno višak prihoda ostvaren obavljanjem svoje djelatnosti ulaže u ostvarivanje i razvoj ciljeva poslovanja, odnosno djelovanja.
4. Društvenog poduzetnika odlikuje dobrovoljno i otvoreno članstvo te autonomija poslovanja, odnosno djelovanja.
5. Republika Hrvatska, jedinica lokalne i područne (regionalne) samouprave ili tijelo javne vlasti ne može biti isključivi osnivač društvenog poduzetnika.
6. Društveni poduzetnik prati i vrednuje svoje društvene, ekonomske i okolišne učinke i utjecaj te rezultate vrednovanja koristi u planiranju svog daljnjeg poslovanja i vodi računa o njihovu poboljšanju.
7. Društveni poduzetnik u slučaju kada prestaje obavljati djelatnost, svojim općim aktima ima definiranu obvezu svoju preostalu imovinu, nakon pokrića obveza prema vjerovnicima i pokrića gubitka iz prethodnog razdoblja, prenijeti u vlasništvo drugog društvenog poduzetnika s istim ili sličnim ciljevima poslovanja, ili u vlasništvo jedinice lokalne i područne samouprave koja će je upotrijebiti za razvoj društvenog poduzetništva. Ispunjenjem prethodno navedenih kriterija, društveni poduzetnik može biti fizička ili pravna osoba koja kontinuirano obavlja gospodarske djelatnosti te svojim strateškim ili poslovnim planom i dotadašnjim rezultatom poslovanja moći dokazati da djeluje odnosno posluje u skladu s kriterijima koje ga čini društvenim poduzetnikom.

Ako se dokaže da posluje prema kriterijima, fizička ili pravna osoba moći će podnijeti zahtjev za upis u Evidenciju društvenih poduzetnika koji će voditi nadležno tijelo uz obvezu predaje godišnji izvještaj o realizaciji godišnjeg programa rada poduzeća. Nakon razdoblja od tri godine prestat će postajanje u Evidenciji društvenih poduzetnika te će se moći ponovo upisati u Evidenciju ili izbrisati iz nje. O tome da li poduzetnik spada u klasifikaciju kao društveni poduzetnik odlučit će nadležno tijelo (Ministarstvo rada i mirovinskog sustava, 2015., 9).

Tablica br. 3. Ključne sličnosti i razlike između tradicionalnih i društvenih poduzetnika.

Tradicionalni poduzetnik	Društveni poduzetnik
Uviđa priliku za uspjeh svog poduzeća	Uviđa priliku poboljšanja života drugih
Ima sposobnosti uočavanja problema, pronalaženja rješenja i upornost u njihovu provođenju	
Preuzima rizik	
Prihvaća odgovornost	
Dobit je cilj (maksimizacija dobiti)	Dobit je sredstvo održanja misije (održiva dobit)
Želi biti bogat	Obogaćuje druge
Dobit koristi i ulaže kako bi generirao još dobiti	Dobit koristi i ulaže kako bi pomogao onom segmentu ljudi kojima je pomoć najpotrebnija
Fokusira se na kratkoročnu financijsku dobit	Fokusira se na dugoročne ciljeve
Štiti intelektualno vlasništvo	Dijeli zaštićeno intelektualno vlasništvo cijele zajednice
Teži intelektualnom vlasništvu	Teži k povećanju ukupnog intelektualnog vlasništva
Neovisan	U zavisnom položaju
Sam svoj šef	Šef svoje sudbine
Zadržava kontrolu	Odriče se kontrole
Pouzda se u vlastite vještine i znanje	Pouzda se u znanja i iskustva ljudi koji ga okružuju i podupiru
Nema ograničenje prilikom generiranja ideja	Generiranje ideja ograničeno je misijom

Izvor: Širola, 2014., 25

2.4. Društveno poduzetništvo i društveni kapital

Društveno poduzetništvo uočava društvene probleme i usmjerava se na neodgovorene društvene potrebe na način reorganiziranja postojećih resursa prema društvenoj inovaciji. U postojeće resurse u društvu spada i društveni kapital. Veliki dio onoga što se smatra dodatnom društvenom vrijednošću, koju generira društveno poduzetništvo, čini društveni kapital (Vidović, 2012., 51).

Društveni kapital podrazumijeva složene veze i odnose između pojedinaca i društvenih skupina, poput obitelji i zajednice, koji omogućavaju pristup povlasticama koje takva međupoveznost pruža i sastoji se od nevidljivih veza koje čine svakodnevni život. U njegovom su središtu kulturna obilježja, poput normi i vrijednosti, a ne zakonske odredbe, te je stoga društveni kapital nevidljive i teško uhvatljive i mjerljive strukture (Vidović, 2012., 51 - 52).

Za razumijevanje odnosa društvenog poduzetništva i društvenog kapitala bitna su promišljanja Mair i Marti (citirano u Vidović, 2012., 53), koji polaze od tri međupovezane dimenzije društvenog kapitala:

- Strukturni kapital, koji podrazumijeva strukturu cjelokupne mreže odnosa
- Relacijski kapital, koji se odnosi na oblik i kvalitetu osobnih odnosa aktera
- Kognitivni kapital, koji podrazumijeva stupanj u kojem pojedinac dijeli zajedničke norme i sustav značenja unutar zajednice.

Strukturni i relacijski kapital mogu dosta doprinijeti razvoju društvenog poduzetništva primjerice uloga društvene mreže i odnosa umreženih pojedinaca pokazuje se kao bitan čimbenik za razvoj društvenog poduzetništva.

3 Društveno poduzetništvo u Europskoj uniji i Hrvatskoj

3.1. Društveno poduzetništvo u Europskoj uniji

Društvena ekonomija je tek nedavno spoznata kao paket nekih ekonomskih mjera. Ona je povijesno vezana za udruge i zadruge. Tijekom 18. i 19. stoljeća osobe, koje su bile u nepovoljnom položaju i riziku od socijalne isključenosti, su se počele okupljati u udruge i zadruge kako bi prevladale teške životne uvjete koje su ih zadesile tijekom industrijalizacije (Ministarstvo rada i mirovinskog sustava, 2015., 10).

Poslije Drugog svjetskog rata pojam „društvena ekonomija“ prestao se koristiti, no i dalje su ostala njegovo značenje kako bi se uravnotežio ekonomski rast i briga o socijalno ugroženima (Ministarstvo rada i mirovinskog sustava, 2015., 10).

Na području Europske unije ponovni interes za društvenu ekonomiju javlja se kada je postalo jasno da ekonomski model liberalnog kapitalizma ne može ponuditi kvalitetna rješenja za probleme kao što su dugotrajna nezaposlenost, socijalna isključenost i loša kvaliteta života ranjivih skupina te nejednak gospodarski razvoj ruralnih i urbanih područja. Financijska kriza i recesija koja se dogodila 2008. godine dodatno je naglasila potrebu za promišljanjem drugačijih ekonomskih modela koji bi odgovarao na probleme koji su bili prisutni (Ministarstvo rada i mirovinskog sustava, 2015., 10).

Europska unija je 2010. godine usvojila Strategiju Europa 2020 (Vlada Republike Hrvatske, 2020., 5) kojom se naglašavaju sljedeća tri glavna prioriteta:

1. pametan rast koji se temelji na poticanju obrazovanja i inovacijama;
2. održiv rast kojim se naglašava važnost „zelene“, energetske učinkovite i konkurentnije ekonomije
3. Uključiv rast kojim se želi postići ekonomska, socijalna i teritorijalna kohezija kroz poticanje ekonomije usmjerene na zapošljavanje.

Tablica br. 4. Realizacija i cilj projekta društvenog poduzetništva

Pametnan rast	Održiv rast	Uključiv rast
Inovacije	Klima, energetika i mobilnost	Zapošljavanje i vještine
Obrazovanje	Konkurentnost	Borba protiv siromaštva
Digitalno društvo		

Izvor: Zrilić, Širola, 2014., 63

Jedan od glavnih razloga zbog kojih su europske zemlje iz 1990-tih prvi put pokrenule proces ujedinjenja Europe bio je zajedničko povjerenje u taj poseban model razvoja, a zatim stvaranje jedinstvenog tržišta. U tom dokumentu, europski čelnici postavili su „novi strateški cilj za sljedeće desetljeće: Postati najkonkurentnije i najdinamičnije gospodarstvo utemeljeno na znanju u svijetu, sposobno za održiv gospodarski rast s više i boljim radnim mjestima i većom socijalnom kohezijom“. U dokumentu se također navodi da postizanje tog cilja zahtjeva opću strategiju usmjerenu na modernizaciju europskog socijalnog modela, ulaganje u ljude i borbu protiv društvene isključenosti (Europska komisija, 2013., 14).

Povećana pažnja na društvena pitanja proizašla je iz rasta postojećih aktera i aktivnosti te stvaranja potpuno novih vrsta organizacija i ponašanja. Tri su glavna trenda:

- Usvajanje društveno odgovornog ponašanja od strane pojedinaca
- Izravno pružanje usluga od općeg interesa za grupe građana
- Povećana pozornost na društveni utjecaj gospodarskih i financijskih aktivnosti između sektora (uključujući rastuću pozornost posvećenu društvenim inovacijama)

Europska komisija usredotočuje se na razvoj privatnih neprofitnih ekonomskih aktivnosti jer su oživjele tradicionalne društvene gospodarske organizacije i potaknule su inovativne organizacije. Sve te organizacije temelje se na motivacijama, ponašanjima i principima (poput solidarnosti, izravnog sudjelovanja u upravljanju, potrazi za pravdom i jednakošću te odgovornosti za postizanje društvenog utjecaja) koji su posebno pogodni za suočavanje s izazovima (Europska komisija, 2013., 17).

Tablica br. 5. Područja djelovanja društvenog poduzeća u EU

Područja	Postotak
Socijalna skrb	16,70%
Zapošljavanje i osposobljavanje	14,88%
Okoliš	14,52%
Obrazovanje	14,52%
Gospodarski i društveni razvoj	14,34%
Kultura, umjetnost i rekreacija	7,08%
Zdravlje	6,90%
Stanovanje	2,72%
Poslovno udruženje	2,00%
Zakon i politika	1,63%
Ostalo	4,72%

Izvor: Europska komisija, 2013., 37

Društvena ekonomiju je na razini Europske unije pokazala veliki utjecaj na društvene i gospodarske aktivnosti. Na primjer, evidentirano je više od 14,5 milijuna plaćenih radnih mjesta odnosno oko 6,5% svjetske populacije je radno aktivno (Ministarstvo rada i mirovinskog sustava, 2015., 11).

Društveno poduzetništvo naglašava se i u dokumentu Europske komisije „Akt o jedinstvenom tržištu“ kao jedna od glavnih stavka za poticanje gospodarskog rasta. Visoku važnost razvoju društvenog poduzetništva, uz Europsku komisiju, daje i Europski gospodarski i socijalni odbor. Oni smatraju da su društveni poduzetnici ključan dionik Europskog socijalnog modela. Također, naglašava se i potreba društvenih poduzetnika za omogućavanjem kvalitetnijeg pristupa različitim vrstama kapitala na financijskim tržištima (Ministarstvo rada i mirovinskog sustava, 2015., 11).

Temelj za ispunjavanje strateških ciljeva vezanih uz zapošljavanje i socijalno uključivanje čini i program Europske unije za zapošljavanje i socijalne inovacije 2014.-2020. Program proširuje tri postojeća programa, a to su : Program za zapošljavanje i socijalnu solidarnosti, Mreža javnih zavoda za zapošljavanje u partnerstvu s Europskom komisijom te

Mikrofinancijski instrument pod nazivom „Progress“. Mikrofinancijski instrument „Progress“ prati razvoj i koordinaciju politike Europske unije kroz analizu i razmjenu iskustva te će imati svoj proračun za društvene inovacije i razvoj društvene politike (Ministarstvo rada i mirovinskog sustava, 2015., 11).

Tablica br. 6. Procijenjeni broj društvenih poduzeća u EU

Zemlja	Procijenjeni broj društvenih poduzeća prema definiciji društvenih poduzeća Europske komisije
Austrija	750
Belgija	Nije dostupno
Bugarska	200 - 430
Cipar	Nije dostupno
Hrvatska	100 - 200
Češka	250 - 300
Danska	292
Estonija	300
Finska	2.500
Francuska	6.000 – 28.000
Njemačka	40.000 – 70.000
Grčka	225 - 325
Mađarska	3.000
Republika Irska	520
Italija	40.000
Litva	Nije dostupno
Latvija	Nije dostupno
Luksemburg	200 - 300
Malta	25 – 50
Nizozemska	Nije dostupno
Poljska	5.200
Portugal	5.000
Rumunjska	5.600
Slovačka	900
Slovenija	900
Španjolska	8.500
Švedska	Nije dostupno
Ujedinjeno kraljevstvo	9.500 – 71.000

Izvor: Šimunković, Milojević, Katavić, 2018., 114

3.2. Društveno poduzetništvo u Hrvatskoj

Društveno poduzetništvo je poprilično novi koncept poduzetništva u Republici Hrvatskoj. Iako se u Hrvatskoj koriste nazivi društveno poduzetništvo i socijalno poduzetništvo za poslovanje s društvenim ciljem, ipak usvojen je pojam društveno poduzetništvo kao bi se obuhvatile sve poduzetničke prakse s društvenim ciljem u odnosu na socijalno poduzetništvo koje obuhvaća angažiranosti isključivo u socijalnom području.

Društveno poduzetništvo u Hrvatskoj nije regulirano zasebnim zakonom, već je integrirano u pozitivno zakonodavstvo. S obzirom na brojnost hrvatskih zakona, te strategija usvojenih posebice od trenutka potpisivanja Sporazuma o stabilizaciji i pridruživanju Europskoj uniji, društveno poduzetništvo se izravno ili posredno pojavljuje u mnoštvu dokumenata, primjerice (Lupšić, 2012., 27):

- Zakonu o udrugama (NN 88/01, 11/02),
- Zakonu o zadrugama (NN 34/11),
- Zakonu o zakladama i fondacijama (NN 36/95, 64/01),
- Zakonu o ustanovama (NN 76/93, 29/97, 47/99, 35/08),
- Zakonu o trgovačkim društvima (NN 111/93, 34/99, 118/03, 146/08, 137/09).

Hrvatska je 2013. godine postala članica Europske unije, čime je preuzela i obvezu provedbu Strategije Europske unije 2020. Pri provedbi svih mjera i aktivnosti vodit će se računa o promicanju jednakih mogućnosti i socijalne uključenosti te promicanje ravnopravnosti žena i muškaraca te zabrani o diskriminacije (Ministarstvo rada i mirovinskog sustava, 2015., 14).

Unatoč dugoj tradiciji zadrugarstva u Republici Hrvatskoj, u ovom trenutku još se uvijek ne može se govoriti i o visokoj razvijenosti društvenog poduzetništva u Republici Hrvatskoj. Prve zadruge u Hrvatskoj osnovane su prije otprilike 150 godina. Zadruge su zadržavale stanovništvo na lokalnom području, okupljale pojedince koji su usmjereni na isti cilj i usmjeravali ih na poslovanje kroz sustav. Svi prihodi su ostajali njenim članovima, a vrijednosti lokalnoj sredini zadrugara. One su tako doprinijele uvećanju zaposlenosti, suzbijanju siromaštva, snažile ruralni razvoj i slično (Ministarstvo rada i mirovinskog sustava, 2015., 14).

U Hrvatskoj se ističe duga tradicija zadrugarstva u osnovnim i srednjim školama u kojima učenici stječu prva radna iskustva i iskustva kojima rad i solidarnost mogu doprinijeti.

Negdje početkom 90-tih prošlog stoljeća razne organizacije civilnog društva počele su promicati vrijednosti i značaj društvenog poduzetništva putem rješavanja mnogih društvenih problema. Na primjer za vrijeme rata i nezaposlenosti tada mnogi ljudi su bili na samoj granici preživljavanja (Ministarstvo rada i mirovinskog sustava, 2015., 15).

U Hrvatskoj je posebno izražen nedostatak zadruga, pogotovo u dijelu edukacije i pripreme poljoprivrednih proizvođača za prijavu projekata za fondove EU-a. Također, unutar EU-a upravo zadruge pokazuju velike prednosti u ostvarenju zajedničkih ciljeva poljoprivrednika na određenoj regionalnoj razini, a njihov se rad posebno podupire kao dio državne politike (Zrilić, Širola, 2014., 67).

Dio društveno-poduzetničkih pothvata u Republici Hrvatskoj započet je kroz udruge, koje je po Zakonu definiraju kao svaki oblik slobodnog i dobrovoljnog udruživanja više fizičkih ili pravnih osoba koje se, radi zaštite njihovih probitaka ili zauzimanja za zaštitu ljudskih prava i sloboda, zaštitu okoliša i prirode i održivi razvoj, te za humanitarna, socijalna, kulturna, odgojno-obrazovna, znanstvena, sportska, zdravstvena, tehnička, informacijska, strukovna ili druga uvjerenja i ciljeve koji nisu u suprotnosti s Ustavom i zakonom, a bez namjere stjecanja dobiti ili drugih gospodarski procjenjivih koristi, podvrgavaju pravilima koja uređuju ustroj i djelovanje toga oblika udruživanja. Broj udruga u Republici Hrvatskoj neprestano raste. Do rujna 2019. godine ukupno je registrirano 51.694 udruge, no broj i dalje raste. Oko 20% njihovih ukupnih profita čine gospodarske aktivnosti kojima se brojne udruge bave (Ministarstvo rada i mirovinskog sustava, 2015., 15).

Tablica br. 7 Akteri društvenog poduzetništva u Republici Hrvatskoj

Pravni oblik	2019.
Udruge	34.066
Zadruge	940
Zaklade	270
Trgovača društva	130.696
Ustanove, tijela i organizacije	35.023

Izvor: Ministarstvo uprave, 2019., 13; Državni zavod za statistiku Republike Hrvatske, 2019.

<https://www.dzs.hr/>

3.3. Ciljevi Strategije razvoja u Republici Hrvatskoj

Opći cilj Strategije razvoja društvenog poduzetništva u Hrvatskoj u razdoblju od 2015. godine do 2020. godine (Ministarstvo rada i mirovinskog sustava, 2015., 20) je uspostava okruženja za promicanje i razvoj društvenog poduzetništva kako bi se smanjile regionalne razlike te povećao broj zaposlenosti, te pravednija raspodjela društvenog bogatstva.

Neki od posebnih ciljeva 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.

Provedbom Strategije će upravljati tijelo sektorski nadležno za društveno poduzetništvo. Kako bi se obuhvatili svi dionici relevantni za sektor društvenog poduzetništva, Vlada Republike Hrvatske će uspostaviti Savjet za razvoj društvenog poduzetništva. Savjet za razvoj društvenog poduzetništva će imati obvezu sastajati se minimalno dva puta godišnje te na svojim sjednicama raspravljati i donositi strateške preporuke za razvoj društvenog poduzetništva (Ministarstvo rada i mirovinskog sustava, 2015., 39 – 40).

4. Analiza primjera društvenog poduzetništva

Kao primjer društvenog poduzeća izabrana je udruga UNICEF koja se bavi o skrbi djece koja nemaju kvalitetan standard života. Udruga UNICEF rasprostranjena je diljem svijeta kao i u Hrvatskoj. Udruga je svjetski poznata po svojim načinu rada i količini pomoći koju je pružila tijekom svojih godina rada.

4.1. Udruga UNICEF

UNICEF (akronim od engl. United Nations International Children's Emergency Fund) je međunarodni fond za djecu. Skrbi o kvaliteti standardnog života djece i mladih. Financira se u potpunosti putem donacija od strane vlade i fondacija, te tvrtka i građana.

Utemeljila ga je 1946. Opća skupština UN-a kao privremeno pomoćno tijelo sa sjedištem u New Yorku radi pružanja pomoći djeci u poslijeratnoj Europi i Kini. Djelokrug mu je proširen 1950. na pružanje pomoći djeci zemalja u razvoju, te 1953., kada je postao stalnim tijelom UN-a sa zadaćom trajna unaprjeđivanja položaja djece u svijetu. Djeluje kao specijalizirano tijelo UN-a sa zadaćom zajedničke pomoći u poboljšanju zdravlja, prehrane, odgoja i općega blagostanja djece u svijetu. Glavne su mu aktivnosti: prevencija i liječenje dječjih bolesti, preventivski programi za zaštitu od širenja virusa HIV-a, isporuka hrane u područja zahvaćena elementarnim nepogodama i ratom, izgradnja škola, vrtića i dječjih ustanova, obrazovanje učitelja i nastavnika itd. (<https://www.unicef.org/croatia/>).

Cilj UNICEF-a je da osiguraju da svako dijete ima svoje pravo na zdravstvenu skrb, obrazovanje, zaštitu te jednakost bez obzira bilo to djevojčica ili dječak te koje je rase i podrijetla. Vode se prema Konvencijom o pravima djeteta. No, pomoć koju pružaju gotovo je nemoguće ostvariti kao poduzeće samo, s toga imaju mnoge partnere s kojima surađuju da bi se postigli najbolji mogući rezultati u rješavanju navedenih problema. Također, osim partnera, UNICEF posluje na principu donacije svih koji su voljni pomoći u njihovim akcijama. Donator može biti svaka osoba koja je spremna odvojiti novac za dobrotvorne svrhe. Potpuno je jednostavno i sigurno da se postane donator. Svi podaci koji se unose tijekom donacije su osigurani i koriste se isključivo s dopuštenjem donatora.

Jedan od primjera djelovanja UNICEF-a je zaštita djece tijekom pandemije COVID-19. Cilj im je da se stručnjacima za zaštitu djece i državnim tijelima pomogne u žurnom rješavanju problema zaštite djece kada je riječ o djeci koja su u riziku od izdvajanja iz obitelji ili djeci u sustavu alternativne skrbi za vrijeme pandemije COVID-19.

Uvođenjem izvanrednih mjera obustavljeno je pružanje određenih javnih usluga, čime su dodatno opterećeni oni koji su i inače pod pritiskom. Siromašne obitelji, odnosno one s ograničenim resursima, bit će najviše pogođene mjerama koje se primjenjuju radi sprječavanja širenja i kontrole virusa COVID-19, kao što su ograničavanje kretanja i korištenja javnog prijevoza, a koje za posljedicu imaju smanjene prihode/zaposlenost, zatvaranje škola, smanjen pristup uslugama socijalne zaštite i socijalnoj pomoći, glad i društvenu izoliranost. Situacija povišenog stresa u obiteljima povećava vjerojatnost nasilja u obitelji, kao i izbijanja obiteljskih sukoba te nasilja i građanskih nemira (UNICEF Hrvatska, <https://www.unicef.org/croatia/>).

Pokušavaju naći načine kako bi svima pružili pomoć u ovakvoj situaciji i omogućiti im da lakše prebrode ovu pandemiju. Ovo je samo jedan od primjera kako UNICEF pomaže i ulaže puno rada i truda da bi se smanjio nastali problem, što je u ovom slučaju pandemija COVID-19.

4.2. Rezultati analize upitnika

Provedeno je *online* istraživanje među studentima Veleučilišta u Rijeci kako bi se prikupile informacije jesu li mladi zainteresirani za rad u društvenom poduzetništvu te da li su se ikada susretali s pojmom i načinom rada društvenog poduzeća kao što je UNICEF. Na anketu je odgovorilo 43 osobe. Anketa se sastoji od 26 pitanja.

Analizom istraživanja provedenog putem *online* prikupljene su sljedeće informacije.

Tablica br. 8. Demografske karakteristike uzorka

Demografski podaci			Rezultati
Spol	Muškarci		7 (16,3%)
	Žene		36 (83,7%)
Dob	18-25	Žene	19 (86,36%)
		Muškarci	3 (13,64%)
	26-30	Žene	5 (62,5%)
		Muškarci	3 (37,5%)
	31-45	Žene	6 (85,71%)
		Muškarci	1 (14,29%)
	46-60	Žene	5 (11,6%)
	60 i više	Žene	1 (2,3%)
Zanimanje	Student/ica	Žene	21 (87,5%)
		Muškarci	3 (12,5%)
	Zaposlen/a	Žene	13 (76,47%)
		Muškarci	4 (23,53%)
	Nezaposlen/a	Žene	2 (4,7%)
	Županije iz koje dolaze	Zagrebačka županija	
Sisačko-moslavačka županija		3 (7%)	
Bjelovarsko-bilogorska županija		2 (4,7%)	
Primorsko-goranska županija		24 (55,8%)	
Ličko-senjska županija		3 (7%)	
Osječko-baranjska županija		1 (2,3%)	
Istarska županija		4 (9,3%)	
Žive u:	Ruralna sredina	Žene	14 (87,5%)
		Muškarci	2 (12,5%)
	Urbana sredina	Žene	22 (81,48%)
		Muškarci	5 (18,52%)
Obiteljski prihodi	Ispodprosječni (jedva "sastavljamo kraj s krajem")		1 (2,3%)
	Dovoljni za osnovne potrebe (hrana, stan, odjeća)		12 (27,9%)
	Prosječni (imamo za osnovne potrebe i pomalo uštedimo)		19 (44,2%)
	Iznadprosječni (možemo uštedjeti, ići na putovanja i sl.)		11 (25,6%)

Izvor: Autorica rada

Na pitanje „Da li su ispitanici dobro upoznati s tim što se podrazumijeva pod društveno poduzetništvo“ odgovorili su da su u prosjeku i žene i muškarci dobro upoznati s pojmom

društvenog poduzetništva. Prosječna vrijednost kod žena je 3,58 te standardna devijacija je 0,76 što pokazuje da odgovori variraju.

Sljedeće pitanje je „Kao najveću korist koju društveno poduzetništvo donosi“, a odgovori su sljedeći. Da najveću korist koju društveno poduzetništvo donosi, žene se djelomično slažu da je to borba protiv siromaštva te rast broja plaćenih radnih mjesta. Za profit poduzećima i organiziranje raznih manifestacija izjasnile su se da se niti ne slažu niti se slažu. Kod muškaraca je najveća korist borba protiv siromaštva, a za rast broja plaćenih radnih mjesta, profit poduzećima i organiziranje raznih manifestacija se pokazao prosjek da se niti ne slažu niti slažu.

Zatim pod pitanjem „Koji su to nedostaci primjene društvenog poduzetništva“ žene smatraju da je to nezainteresiranost ostalih dionika i partnera te gubitak povjerenja lokalne zajednice, a niti se ne slažu niti slažu da je to nedovoljna organiziranost i udaljavanje od društvenih ciljeva i misije. Muškarci smatraju da je najveći nedostatak nezainteresiranost ostalih dionika i partnera i nedovoljna organiziranost, a niti se ne slažu niti slažu da je nedostatak gubitak povjerenja lokalne zajednice te udaljavanje od društvenih ciljeva i misije.

Pod pitanjem „Da li društveno poduzetništvo određuje društvene vrijednosti kao što su solidarnost, odgovornost, tolerantnost te sloboda“, žene se u prosjeku uglavnom slažu te je prosječna vrijednost 4,08, a odstupanje odgovora iznosi 0,87 što je vrlo malo. Muškarci su rekli da se niti ne slažu niti slažu kod ove tvrdnje i prosječna vrijednost je 3,43 pa je odstupanje svega 0.69 što pokazuje da su skoro svi odgovorili sličnim odgovorom na ovu tvrdnju.

Tablica br. 9. Društveno poduzetništvo određuje društvene vrijednosti

Društveno poduzetništvo određuje društvene vrijednosti kao što su solidarnost, odgovornost..)		Prosječna vrijednost rezultata (1= Uopće se ne slažu, 5= U potpunosti se slažu)	
Ukupan broj ispitanika		3,98	
Spol	Žene	4,08	
	Muškarci	3,43	
Dob	18-25	Žene	3,79
		Muškarci	3,33
	26-30	Žene	3,83
		Muškarci	3,00
	31-45	Žene	4,67
		Muškarci	5,00
	46-60	Žene	5,00
	60 i više	Žene	3,00

Izvor: Autorica rada

Kod pitanja „Neki od ciljeva djelovanja društvenog poduzetništva“ navedeno je nekoliko koji pripadaju ciljevima, a nekoliko koje ne pripadaju ciljevima povezanim s društvenim poduzetništvom. Ciljevi koji pripadaju su ruralni razvoj, suzbijanje siromaštva, povećanje zaposlenosti, zaštita osoba s invaliditetom, obrazovanje te zdravstvena skrb, a pod ciljeve koji ne pripadaju je stavljeno da su to ulaganje u nekretnine te konkurentnost. Većina žena su stavile da kao najčešći cilj je povećanje zaposlenosti te suzbijanje siromaštva. Kod muškaraca je također jedan od najčešćih ciljeva povećanje zaposlenosti, no oni smatraju da je ujedno i zdravstvena skrb.

Većina ispitanika se nikada do sad nije bavilo društvenim poduzetništvom preciznije njih 83% te prosječno nisu sigurni da li bi se bavili društvenim poduzetništvom u budućnosti. Prosječna vrijednost kod ovog pitanja kod žena je 3,42 i odstupanje u odgovorima je 0,97 što predstavlja da su sve približno isto odgovorile, a kod muškaraca prosječna vrijednost je 2,86 iznosi 0,69 što znači da su odgovori približno isti, ali ne koliko kod žena.

Kod pitanja „Da li su ikada uložili ili dali svoj novac u svrhe rada društvenog poduzeća ili udruge koja se bavi društvenim poduzetništvom“ žene su u prosjeku odgovorile da su uložile

i da žele pomoću i ubuduće te kod tog odgovora prosječna vrijednost je 3,33 te odstupanje iznosi 1,24 što predstavlja da su odgovori vrlo različiti. Muškarci su odgovorili da nisu ulagali niti dali svoj novac, no da žele ubuduće. Kod njih je prosječna vrijednost 4,14, a odstupanje 0,33 što znači da je samo jedan ispitanik imao drugačiji odgovor.

Kod pitanja „Da li je društveno poduzetništvo u Hrvatskoj dovoljno zastupljeno“ žene se u prosjeku ne slažu s tom tvrdnjom. Prosječna vrijednost iznosi 2,47 te je odstupanje 0,97, tj. da nisu svi odgovori isti te da ima žena koje se i slažu s ovom tvrdnjom. Muškarci se također ne slažu s tom tvrdnjom te prosječna vrijednost odgovora iznosi 2,43, no odstupanje im je 1,13 što predstavlja da se samo nekoliko odgovora podudara,

Na tvrdnju da „Društveno poduzetništvo treba biti zastupljenije u gospodarstvu i društvu uopće“ muškarci su se izjasnili da se uglavnom slažu s time. Prosječna vrijednost kod muškaraca je 3,71, no također se samo nekoliko odgovora podudara pa odstupanje iznosi 0,75. Dok su žene u prosjeku rekle da se također uglavnom slažu s tvrdnjom, a prosječna vrijednost iznosi 4,28 te je i kod njih odstupanje kao i kod muškaraca.

Kod tvrdnje da „Broj udruga koja se bavi društvenim poduzetništvom u Hrvatskoj neprestano raste“ žene su u prosijeku odgovorile da se niti ne slažu niti slažu s time. Muškarci se također niti ne slažu niti slažu s ovom tvrdnjom. Kod žena je prosječna vrijednost 3,14, a odstupanje 0,72 što znači da ima raznih odgovora te da se samo nekoliko njih podudara. A kod muškaraca prosječna vrijednost iznosi također 3,14 te odstupanje svega 0,38 što predstavlja da su skoro svi isto odgovorili.

Tablica br.10. Broj udruga koje se bave društvenim poduzetništvom u Republici Hrvatskoj

Broj udruga koje se bave društvenim poduzetništvom u Republici Hrvatskoj neprestano raste		Prosječna vrijednost (1= Uopće se ne slažu,5= U potpunosti se slažu)	
Ukupan broj ispitanika		3,14	
Spol	Žene	3,14	
	Muškarci	3,14	
Dob	18-25	Žene	3,16
		Muškarci	3,00
	26-30	Žene	3,40
		Muškarci	3,33
	31-45	Žene	3,17
		Muškarci	3,00
	46-60	Žene	2,80
	60 i više	Žene	3,00

Izvor: Autorica rada

Većina ženskih ispitanika je upoznata s radom UNICEF-a kao i većina muških ispitanika, no kod muškaraca je svaki odgovor vrlo sličan dok kod žena ima raznih odgovora. Također, i muškarci i žene u prosjeku smatraju da je UNICEF u Hrvatskoj dovoljno prisutan.

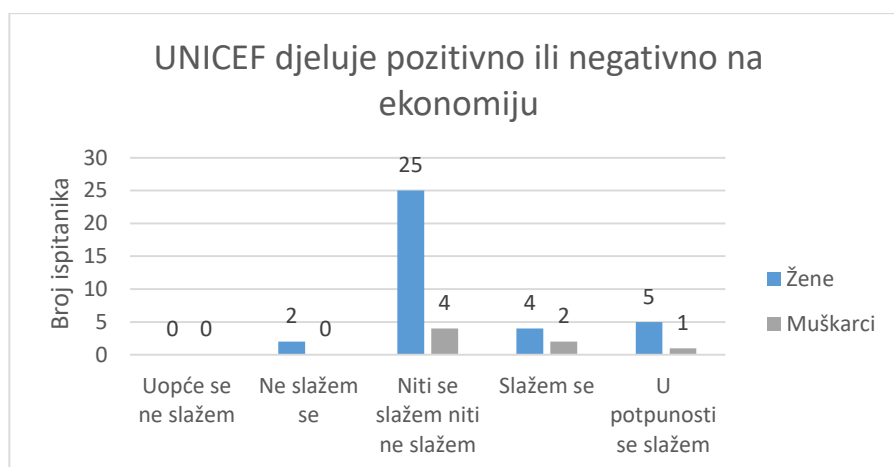
„Kao glavne aktivnosti UNICEF-a“ navedeno je nekoliko njih, a žene smatraju da su to pomoć u hrani, lijekovima i drugim potrebnim sredstvima za osnove života te pomoć nakon nesreća, poplava, epidemije i slično, a za zaradu putem donacija, ulaganje u dionice i organiziranje manifestacija od kojeg imaju profit su rekly da se niti ne slažu niti slažu s tim da su to glavne aktivnosti. Muškarci su se također složili da su pomoć nakon nesreća, poplava, epidemije i slično i pomoć u lijekovima, hrani i drugim potrebnim sredstvima za osnove života glavne aktivnosti UNICEF-a te se niti slažu niti ne slažu da pod glavnim aktivnostima pripadaju zarada putem donacija, ulaganje u dionice i organiziranje manifestacija od kojeg imaju profit.

Na pitanje „Da li radili za udrugu UNICEF“ ženski ispitanici su u prosjeku odgovorili da vjerojatno ne bi radili. Prosječna vrijednost iznosi 2,44 te odstupanja su 1,00 što pokazuje

da odgovori variraju odnosno da ima žena koje bi radili za udrugu, a ima i onih koje nikako ne bi radile. Muški ispitanici su na ovo pitanje odgovorili da također vjerojatno ne bi radili te je prosječna vrijednost 2,14 odstupanje iznosi 0,90, a to pokazuje da su isto odgovori raznoliki. Zatim na pitanje „Da li su ikada donirali svoj novac u udrugu UNICEF“ muškarci su odgovorili da nisu, ali žele ubuduće te prosječna vrijednost kod ovog pitanja iznosi 4,00, a odstupanje za ovo pitanje je 1,41 koje pokazuje da se nekoliko odgovora podudara. Žene su odgovorile da su donirale i da žele i ubuduće donirati svoj novac te prosječna vrijednosti iznosi 2,92, ali odstupanje od 1,76 pokazuje da odgovori uvelike variraju.

Na pitanje „Da li se slažu da UNICEF djeluje pozitivno ili negativno na ekonomiju“ muškarci se djelomično se slažu i prosječna vrijednost je 3,57 te odstupanje iznosi 0,79 što predstavlja da su odgovori približno isti. Žene se u prosjeku također niti slažu niti ne slažu s tom tvrdnjom pa prosječna vrijednost kod ovog pitanja je 3,33, no odstupanje iznosi 1,79 koje se može tumačiti da odgovori uvelike variraju te da se nekoliko odgovora podudara.

Graf br. 1 UNICEF djeluje pozitivno ili negativno na ekonomiju



Izvor: Autorica rada

4.3. Intervju s mladim suradnicama UNICEF-a

Obavljen je intervju sa studenticama koje rade za udrugu UNICEF, pošto razgovor nije mogao biti obavljen uživo zbog trenutne situacije u kojoj se nalazimo, razgovor je obavljen 26. lipnja 2020. *online* putem društvene mreže. Ista pitanja su postavljena dvjema studenticama.

Maja je studentica Veleučilišta u Rijeci na smjeru Poduzetništvo, a Roberta studira na Ekonomskom fakultetu u Rijeci. Postavljeno je ukupno 8 pitanja, a rezultati intervju su sljedeći:

1. Zamolila bih Vas da se predstavite te nam kažete kako je započeo Vaš rad u udruzi UNICEF? Odnosno kako i zbog čega ste se odlučili za rad u UNICEF-u?

„Pa evo moje ime je Maja Trkulja, imam 23 godine, a sve je počelo tako što mi je trebao studentski posao na drugoj godini faksa. Unicef mi se činio odličan izbor, jer osim što je nudio mogućnost zarade, usput sam mogla svojim radom činiti nešto dobro za svijet. Također me privukla mogućnost putovanja po Istri, te sam evo, nakon dvije godine obišla Istru uzduž i popreko kako bi se reklo. Bili smo više puta u Pazinu, Puli, Poreču, Rovinju, Labinu itd. Mogu reći da kod Unicefa nije bio klasičan oglas za posao gdje ti nude na prvu sve, a na kraju ne dobiješ ništa. Zaista je sve bilo onako kako su naveli na oglasu. Osim putovanja i humanitarnog rada, ono što me sve do danas zadržalo u Unicefu je svakako odlična ekipa.“

„Zovem se Roberta i dolazim iz Istre. Moj je rad u UNICEF-u započeo krajem 2018. godine kad sam upisala prvu godinu faksa u Rijeci. Odmah u startu sam odlučila pronaći neki posao uz predavanja te sam krenula istraživati po student servisu što se nudi. Između mnogih oglasa sam naišla na UNICEF te sam vidjela da nudi najfleksibilnije uvjete rada što mi je bilo dosta bitno pa sam se odlučila prijaviti. Sad sam, skoro dvije godine kasnije, i dalje tu.“

2. Koja je Vaša funkcija odnosno što točno radite u udruzi? Ukratko mi opišite kako izgleda Vaš jedan radni dan.

Maja: „Pa kada sam započela s radom u Unicefu moja pozicija je bila predstavnik kampanje Čuvari Djetinjstva. Ukratko, predstavnici građanima podižu svijest i uključuju ih u kampanju temeljem prezentiranja programa Unicefa u Hrvatskoj i u svijetu. Nedavno sam dobila promaknuće, te mi je trenutna pozicija "Team Leader". To znači da su moji trenutni zadatci više usmjereni da prenošenje znanja novijim ljudima, davanje feedbacka temeljem onoga što sam čula u prezentaciji, sugeriranjem što bi bilo dobro poboljšati u samom nastupu, pisanje izvještaja, vođenje mobilnih timova, administrativni poslovi u uredu, motivacija i organizacija ljudi itd...“

Trenutna pozicija zaista obuhvaća velik spektar zadataka. Jedan moj dan bi izgledao tako što bi došla na smjenu, počela neformalan razgovor s kolegama da dobijem dojam kakva im je trenutna motivacija i u kakvom su stanju. Provjerila bi treba li im određenih materijala, te bi jednostavno bila s njima cijelu smjenu i nadzirala kako rade. Davala smjernice upute i savjete kako da poboljšaju nastup. Nakon smjene predstavnici su slobodni, a tada je moj zadatak dostaviti svu papirologiju, dakle trajne naloge i realizacije u ured.“

Roberta: „Moja je funkcija Senior Face To Face Fundraiser odnosno širim mrežu mjesečnih donatora za kampanju Čuvari djetinjstva. Smjena izgleda tako da dođem na zadanu lokaciju rada, krenem zaustavljati građane, prezentirati im programe te na kraju uključiti ih u kampanju odnosno mrežu donatora.“

3. Kakva su Vaša dosadašnja iskustva u udruzi UNICEF?

Maja: „Moja dosadašnja iskustva su odlična zaista, ovo je posao na kojem se jako puno znanja može steći, poboljšala mi se komunikacija, otvorenija sam prema ljudima i u privatnom životu, naučila sam koliko je neverbalna komunikacija bitna u razgovoru itd... Osim znanja, evo opet ću spomenuti odlične ljude, mogućnost putovanja i veće satnice. Zaista što se tiče samog rada mogu reći samo pozitivne stvari.“

Roberta: „Bilo je svega, i dobrih i loših dana no u svakome je poslu tako. Sve u svemu sam dosta zadovoljna s poslom jer sam uvidjela osobni rast nakon nekog vremena rada.“

4. Smatrate li da bi mogli nakon studiranja nastaviti raditi za udrugu? Ako da, pojasnite nam zašto bi za Vas to mogao biti posao u budućnosti. Ako ne, recite zbog čega odnosno što Vas je to navelo zašto ne bi nastavili svoj rad u tom poduzeću.

Maja: „U Unicefu može raditi bilo tko u bilo kojem starosnom periodu. Međutim, osobno smatram kako je ovaj posao u Unicefu nekako prvenstveno usmjeren na studente. Ja više nisam student, samim time ne radim preko studentskog ugovora, već preko honorarnog. Sama riječ govori kako se radi o honorarnom poslu, samim time, nema prijave. Kada nemate prijavu, ne odvaja se bruto i neto samim time ništa vam ne odlazi u mirovinsko niti u staž. Godišnji se uzima kada god jer je posao fleksibilan. Trenutno govorim o mojoj poziciji i poziciji predstavnika, za ostalo ne mogu sa

sigurnošću tvrditi kako stoje stvari. Tako da evo, prvenstveno što se tiče ovih pozicija smatram kako su super za studente, ili kao nekakav dodatni poslić, ali za nešto ozbiljno ne bih rekla.“

Roberta: „Trenutno mi je plan to raditi dok sam na faksu, nakon toga što će biti je dobro pitanje. Na trenutnoj se poziciji ne bi zadržavala nakon studija jer imam druge planove i ciljeve zadane kroz život no što bude bit će.“

5. Mislite li da u udruzi UNICEF prevladava mlađa populacija ili starija populacija? I da li bi trebalo poticati mlađu populaciju da se zaposli u poduzećima koja posluju na principu udruge UNICEF ili u samu udruhu UNICEF?

Maja: „U Unicefu prevladava pretežito mlađa populacija, odnosno studenti. Smatram kako bi apsolutno trebalo poticati mlađu populaciju da se uključi u takve stvari, bilo poslovno ili volonterski. Mislim da bi se trebali poticati svi, i mlađi i stariji da sa svojim radom stvaraju promjene. Većina organizacija/udruga poput Unicefa stalno prima volontere/studente ili bilo koga drugoga za rad. To bi primjerice bili crveni nosovi, SOS dječje selo, caritas, crveni križ i slično.“

Roberta: „Ovisno o kojem dijelu posla se govori. Na terenu prevladavamo studenti dok su na uredskim pozicijama uglavnom osobe koje su već završile fakultete. Svakako bi preporučila da se mladi iskušaju u ovome tipu posla jer postoji mogućnost za osobni rast, što je po mom mišljenju i iskustvu nekako najbitnije od svega.“

6. Po Vašem mišljenju, da li mladi imaju potencijala napredovati u udruzi odnosno imaju li zadovoljavajuće uvijete rada?

Maja: „Apsolutno. Kada se započne s radom dobivate poziciju Junior F2F Fundraising, nakon nekog vremena prelazite na veću poziciju na kojoj dobivate veću odgovornost a to je Senior F2F, nakon toga imate mogućnost prelaska u Team Leadere, po istom načinu poredano. To je ta nekakva hijerarhija. Sa sve većom pozicijom je i veća odgovornost naravno. Uvjeti rada su zadovoljavajući svakako. Nekada kada radimo na vanjskim lokacijama, zna se desiti da odjednom počne padati kiša, međutim tada se smjena odmah otkazuje. To je jedino što je ono malo, nepredvidivo. Za sve ostalo zaista samo pozitivne riječi.“

Roberta: „*Da i da. Sve naravno ovisi o trudu pojedinca i sveukupnim okolnostima no nije nemoguće.*“

7. Da li smatrate da udruga UNICEF može još više napredovati ili da su dosegli granicu za napredovanje?

Maja: „*Ne znam je li se pitanje odnosi na aktivnosti Unicefa u Hrvatskoj ili je ono usmjereno na globalnoj razini. Ali napredovati se uvijek može, posebno ako u timu imate ambiciozne i kreativne individualce.*“

Roberta: „*Svatko od nas uvijek može napredovati.*“

8. Jeste li zadovoljni sa svojim radom i uvjetima koje Vam je udruga UNICEF pružila? Ako da, objasnite s čime ste sve zadovoljni. Ako ne, pojasnite što bi mogli promijeniti kako bi Vama odgovaralo.

Maja: „*Apsolutno sam zadovoljna. Odgovor na ovo pitanje bi bilo sve ono što sam već i prije navela. Konkretno zadovoljna sam plaćom, mogućnosti napretka, mogućnosti putovanja, upoznala odlične ljude itd. Nemam ništa više značajno za dodati.*“

Roberta: „*Jesam. Da se zaraditi i steći nova poznanstva i prijateljstva. Osobni i profesionalni napredak su mogući.*“

5. Zaključak

Društveno poduzetništvo je relativno nova grana poduzetništva i još se nije utvrdila službena definicija koja bi definirala što to sve spada pod društveno poduzetništvo, no njeno djelovanje seže daleko u prošlost kao pomaganje osobama kojima je to potrebno. Svakog dana se sve više primjenjuje društvena ekonomija i više se priča o problemima u svijetu što je pozitivan rezultat. Iz dana u dan broj udruga i zadruga u Hrvatskoj kao i u svijetu raste te su ljudi svjesniji o okolini u kojoj žive i trude se poboljšati situaciju na razne načine. U Hrvatskoj bi trebalo biti više zastupljeno društveno poduzetništvo nego što je trenutno i pokazati kako se s malo truda može pomoći u suzbijanju određenih problema s kojima se društveni poduzetnici bave, a prisutni su i u Hrvatskoj. Trebalo bi poticati općenito sve generacije, ali najviše mlađe generacija da sudjeluju u tom području.

Na temelju ovog istraživanja može se raspoznati da mladi nisu dovoljno zainteresirani da bi obavljali ovaj tip posla te da nisu niti upoznati dovoljno s pojmom i načinom djelovanja u ovom području što pokazuje i rezultat prethodno provedene ankete. Trebalo bi poticati ljude da se informiraju i sudjeluju u ovom području jer je sve više i više ljudi kojima je ovakva pomoć potrebna. Također može se zaključiti da su ljudi spremni pomoći na bilo koji način da riješe problemi koji su prisutni. Ipak u današnjici se sve više i više diskutira i oglašava baš ovakav način djelovanja što je vrlo pozitivno jer ima previše ljudi kojima bi ove udruge uspjele pomoći.

Iz intervjuja se može zaključiti da u UNICEF-u prevladava mlađa generacija, tj. najviše studenti kojima je ova udruga uspjela pružiti nova iskustva i mogući osobni kao i profesionalni napredak. Također, može se primijetiti da su uvjeti rada u UNICEF-u odlični te su vrlo fleksibilni ako dođe do komplikacija u obavljanju posla. Zatim je tu i mogućnost putovanja s udrugom te stjecanje novih poznanstva. Samo na primjeru jedne udruge kao što je UNICEF može se primijetiti koliko se zapravo može pomoći na jednostavan način, a ipak nekoj osobi uljepšati život.

Popis literature

Knjige:

1. Širola, D.: Poduzetništvo, Veleučilište u Rijeci, Rijeka, 2014
2. Vidović, D.: Socijalno poduzetništvo u Hrvatskoj, Doktorska disertacija, 2012.
https://bib.irb.hr/datoteka/611357.Davorka_Vidovic_doktorat.pdf
3. Ministarstvo rada i mirovinskog sustava: Strategija razvoja društvenog poduzetništva u Republici Hrvatskoj za razdoblje od 2015. do 2020. godine, 2015.
<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>

Članci:

4. Lupšić D.: Zakonodavni okvir za razvoj društvene ekonomije i društvenog poduzetništva u Republici Hrvatskoj, Poduzetništvo u službi zajednice, 2012.,
https://zaklada.civilnodrustvo.hr/upload/File/hr/izdavastvo/digitalna_zbirka/poduzetnistvo_u_sluzbi_zajednice.pdf
5. Medić, I.: Ključna načela društvenog poduzetništva, Poduzetništvo u službi zajednice, 2012.,
https://zaklada.civilnodrustvo.hr/upload/File/hr/izdavastvo/digitalna_zbirka/poduzetnistvo_u_sluzbi_zajednice.pdf
6. Petričević, T.: O društvenoj ekonomiji i društvenom poduzetništvu, Poduzetništvo u službi zajednice, 2012.,
https://zaklada.civilnodrustvo.hr/upload/File/hr/izdavastvo/digitalna_zbirka/poduzetnistvo_u_sluzbi_zajednice.pdf
7. Šimunković M, Milojević D., Katavić I.: Prilike za razvoj društvenog poduzetništva u republici hrvatskoj na temelju europskih iskustava dobre prakse, 2018.,
<https://www.scribd.com/document/390057175/Simunkovic-Milojevic-Katavic-E4E-Vol8-Nr1>
8. Zrilić, N. i Širola, D.: Socijalno poduzetništvo – nova mogućnost zapošljavanja mladih u Hrvatskoj Zbornik Veleučilišta u Rijeci, Vol. 2 (2014), No. 1,
<https://hrcak.srce.hr/file/190374>

Internet izvori:

9. Europska komisija: Inicijativa za društveno poduzetništvo (The Social Business Initiative of the European Commission), 2015., http://ethmar.social/wp-content/uploads/2017/08/10-sbi-brochure-web_en.pdf (03.06.2020.)
10. Europska komisija: Društvena ekonomija i društveno poduzetništvo (Social economy and social entrepreneurship), 2013.,
<https://sofisam.se/download/18.3453fc5214836a9a472a0430/1472023483855/EU+ko+mmissionen,+Social+Economy+and+Social+Entrepreneurship.pdf> (14.07.2020.)
11. Ministarstvo uprave : Statistički prikaz Ministarstva uprave br. 16, 2019.,
<https://uprava.gov.hr/UserDocsImages//Statisti%C4%8Dki%20prikaz/2020//Statisti%C4%8Dki%20prikaz%20Ministarstva%20uprave%20broj%2016.pdf>
12. Vlada Republike Hrvatske: Europa 2020, <https://vlada.gov.hr/europa-2020/19454> (06.06.2020.)
13. UNICEF Hrvatska,<https://www.unicef.org/croatia/> ,
https://www.unicef.org/croatia/sites/unicef.org.croatia/files/2020-05/COVID-19_Djeca%20i%20alternativna%20skrb.pdf (24.05.2020.)
14. Državni zavod za statistiku Republike Hrvatske, 2019.,
https://www.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2019/11-01-01_01_2019.htm

Popis tablica i grafova

Tablice:

Tablica br. 1 Razlike poslovanja društvenog i privatnog poduzeća.....	5
Tablica br. 2 Tipovi društvenog poduzetništva.....	7
Tablica br. 3 Ključne sličnosti i razlike između tradicionalnih i društvenih poduzetnika.....	10
Tablica br. 4 Realizacija i cilj projekta društvenog poduzetništva.....	13
Tablica br. 5 Područja djelovanja društvenog poduzeća u EU.....	14
Tablica br. 6 Procijenjeni broj društvenih poduzeća u EU.....	15
Tablica br. 7 Akteri društvenog poduzetništva u Republici Hrvatskoj.....	17
Tablica br. 8 Demografski podaci ispitanika.....	21
Tablica br. 9 Društveno poduzetništvo određuje društvene vrijednosti.....	22
Tablica br. 10 Broj udruga koje se bave društvenim poduzetništvom u Republici Hrvatskoj.....	24

Grafovi:

Graf br.1 UNICEF djeluje pozitivno ili negativno na ekonomiju.....	25
--	----

Prilog - anketni upitnik

Društveno poduzetništvo - prilika za mlade u Hrvatskoj?

Poštovani/poštovana,

Ovo istraživanje provodi se u sklopu izrade završnog rada Ive Kenjereš na Veleučilištu u Rijeci.

Svrha istraživanja je utvrditi upoznatost prvenstveno mladih s pojmom i obuhvatom društvenog poduzetništva te razinu zainteresiranosti za rad u društvenom poduzeću ili udruzi građana koja se bavi društvenom poduzetništvu.

Istraživanje se provodi potpuno anonimno, a prikupljeni podaci će se iskazivati isključivo kao uprosječene veličine.

Unaprijed ljubazno zahvaljujem na trudu i pet do deset minuta vremena potrebnih za popunjavanje upitnika u nastavku.

* Obavezno

1. Dobro sam upoznat/a što se podrazumijeva pod pojmom društvenog poduzetništva:

Uopće nisam upoznat/a 1 2 3 4 5 Potpuno sam upoznat/a

2. Kao najveća korist koju društveno poduzetništvo donosi je:

	Uopće se ne slažem	Ne slažem se	Niti se slažem niti ne slažem	Slažem se	U potpunosti se slažem
Borba protiv siromaštva					
Profit poduzećima					
Rast broja plaćenih radnih mjesta					
Organiziranje razlikih manifestacija					

3. Kao nedostaci u djelovanju društvenih poduzeća ili udruga koje se bave društvenim poduzetništvom pojavljuju se:

	Uopće se ne slažem	Ne slažem se	Niti se slažem niti se ne slažem	Slažem se	U potpunosti se slažem
Gubitak povjerenja lokalne zajednice					
Nedovoljna organiziranost					
Udaljavanje od društvene misije i ciljeva					
Nezainteresiranost ostalih dionika i partnera					

4. Društveno poduzetništvo određuje društvene vrijednosti (solidarnost, odgovornost, tolerancija, sloboda).

Uopće se ne slažem 1 2 3 4 5 U potpunosti se slažem

5. Najčešći ciljevi djelovanja društvenog poduzetništva su (moguće više odgovora) :

- Ruralni razvoj
- Suzbijanje siromaštva
- Ulaganje u nekretnine
- Povećanje zaposlenosti
- Zaštita osoba s invaliditetom
- Konkurentnost
- Obrazovanje
- Zdravstvena skrb

6. Poznajete li nekoga tko se bavi društvenim poduzetništvom?

- Da
- Ne
- Nisam siguran/na

7. Jeste li se ikad bavili ili se bavite društvenim poduzetništvom?

Da

Ne

8. Da li biste se bavili društvenim poduzetništvom u budućnosti?

Uopće me ne zanima 1 2 3 4 5 Sigurno ću se baviti

9. Da li ste ikad uložili ili dali svoj novac u svrhe rada društvenog poduzeća ili udruge koja se bavi društvenom poduzetništvom?

Jesam

Jesam, ali više neću

Jesam i želim pomoći i ubuduće

Nisam, ali želim ubuduće

Nisam i neću pomagati

10. Društveno poduzetništvo u Republici Hrvatskoj dovoljno je zastupljeno:

Uopće se ne slažem 1 2 3 4 5 U potpunosti se slažem

11. Društveno poduzetništvo bi trebalo biti više zastupljeno u gospodarstvu i društvu uopće:

Uopće se ne slažem 1 2 3 4 5 U potpunosti se slažem

12. Broj udruga koje se bave društvenim poduzetništvom u Republici Hrvatskoj neprestano raste:

Uopće se ne slažem 1 2 3 4 5 U potpunosti se slažem

13. Da li ste upoznati s radom UNICEF-a?

Uopće nisam upoznat/a 1 2 3 4 5 Potpuno sam upoznat/a

14. Po Vašem mišljenju, UNICEF je u Hrvatskoj prisutan: *

Uopće nije prisutan 1 2 3 4 5 Vrlo je prisutan

15. Koje su glavne aktivnosti UNICEF-a?

	Uopće se ne slažem	Ne se slažem	Niti se slažem niti se ne slažem	Slažem se	U potpunosti se slažem
Pomoć u hrani, lijekovima i drugim potrebnim sredstvima za osnove života					
Zarada poduzeća putem donacija					
Pomoć nakon nesreća, poplava, epidemije i sl.					
Ulaganje u dionice					
Organiziranje manifestacija od kojeg imaju profit					

16. Jeste li ikad donirali svoj novac u udrugu UNICEF?

- Jesam
- Jesam, ali više neću
- Jesam i želim i ubuduće
- Nisam, ali želim ubuduće
- Nisam i neću

17. Poznajete li nekoga tko je radio/volontirao za udrugu UNICEF?

- Da
- Ne

18. Da li biste radili za udrugu UNICEF? *

- Sigurno ne bih
- Vjerojatno ne bih
- Možda bih, možda ne bih
- Vjerojatno bih
- Sigurno bih

19. Jeste li upoznati na kojem principu posluje udruga UNICEF? *

Uopće nisam upoznat/a 1 2 3 4 5 Potpuno sam upoznat/a

20. Slažete li se da UNICEF djeluje pozitivno ili negativno na ekonomiju. *

Uopće se ne slažem 1 2 3 4 5 U potpunosti se slažem

21. Spol: *

Muški

Ženski

22. Dob: *

18-25

26-30

31-45

46-60

60 i više

23. Zanimanje: *

Učenik/ica

Student/ica

Zaposlen/a

Nezaposlen/a

Ostalo

24. Iz koje županije dolazite? *

Zagrebačka županija

Krapinsko-zagorska županija

Sisačko-moslavačka županija

Karlovačka županija

Varaždinska županija

Koprivničko-križevačka županija

Bjelovarsko-bilogorska županija

- Primorsko-goranska županija
- Ličko-senjska županija
- Virovitičko-podravska županija
- Požeško-slavonska županija
- Brodsko-posavska županija
- Zadarska županija
- Osječko-baranjska županija
- Šibensko-kninska županija
- Vukovarsko-srijemska županija
- Splitsko-dalmatinska županija
- Istarska županija
- Dubrovačko-neretvanska županija
- Međimurska županija
- Grad Zagreb

25. Živite li u: *

- Urbanoj sredini
- Ruralnoj sredini

26. Koliki su Vaši obiteljski prihodi *

- Ispodprosječni (jedva "sastavljamo kraj s krajem")
- Dovoljni za osnovne potrebe (hrana, stan, odjeća)
- Prosječni (imamo za osnovne potrebe i pomalo uštedimo)
- Iznadprosječni (možemo uštedjeti, ići na putovanja i sl.)