



TEMATSKÉ MREŽE
BRANITELJI

RADNA (NE)AKTIVNOST HRVATSKIH BRANITELJA I UKLJUČENOST U DRUŠTVENO PODUZETNIŠTVO

PRIJEDLOG SMJERNICA U RAZVOJU JAVNIH POLITIKA

Analiza društvenih faktora koji utječu na kvalitetu života braniteljske
populacije-smjernice za budućnost



Projekt je sufinancirala Europska unija iz Europskog socijalnog fonda.

Sadržaj dokumenta isključiva je odgovornost udruge ZUV HGP

Zbor udruga veterana hrvatskih gardijskih postrojbi u suradnji s koordinatoricom izrade smjernica Ivanom Maslov mag.psych. izradili su prijedlog smjernica u razvoju javnih politika „Radna (ne)aktivnost hrvatskih branitelja i uključenost u društveno poduzetništvo“ u okviru projekta „*Analiza društvenih faktora koji utječu na kvalitetu života braniteljske populacije – smjernice za budućnost*“ (UP.04.2.1.06.0004) koji je sufinanciran sredstvima Europske unije iz Europskog socijalnog fonda na poziv „Tematske mreže za društveno-ekonomski razvoj te promicanje socijalnog dijaloga u kontekstu unapređivanja uvjeta rada“.

RADNA (NE)AKTIVNOST HRVATSKIH BRANITELJA I UKLJUČENOST U DRUŠTVENO PODUZETNIŠTVO

PRIJEDLOG SMJERNICA U RAZVOJU JAVNIH POLITIKA

Uvod

Zbor udruga veterana hrvatskih gardijskih postrojbi (ZUV HGP) nositelj je projekta sufinanciranog sredstvima iz Europskog socijalnog fonda: *Analiza društvenih faktora koji utječu na kvalitetu života braniteljske populacije – smjernice za budućnost*. U sklopu projekta provedeno je šest različitih istraživanja kako bi se djelovanje javnih institucija i političkih tijela temeljilo na znanstveno utemeljenim podacima u svrhu poboljšanja kvalitete života hrvatskih branitelja.

Jedna od tema istraživanja bila je radna (ne)aktivnost hrvatskih branitelja i uključenost u društveno poduzetništvo koja je obrađena kroz dva istraživanja: 1) „Radna aktivnost branitelja: iskustva i stavovi o mjerama na tržištu rada“ kojeg su proveli dr. sc. Geran Marko Miletić i prof. dr. sc. Nenad Pokos s Instituta društvenih znanosti Ivo Pilar; 2) „Istraživanje upućenosti braniteljske populacije o društvenom poduzetništvu“ kojeg je proveo ZUV HGP u sklopu projekta „*Analiza društvenih faktora koji utječu na kvalitetu života braniteljske populacije – smjernice za budućnost*“ sufinanciranog sredstvima iz Europskog socijalnog fonda.

Rezultati oba istraživanja predstavljani su na strukturiranom dijalogu održanom 5. listopada 2022. godine u Varaždinu kako bi se upotpunili znanjima i iskustvima hrvatskih branitelja, predstavnika braniteljskih udruga proizašlih iz Domovinskog rata te institucija poput

Hrvatskog zavoda za zapošljavanje i Ministarstva hrvatskih branitelja Republike Hrvatske, a sve u svrhu izrade smjernica za razvoj javnih politika vezanih uz radnu (ne)aktivnost hrvatskih branitelja i uključenost u društveno poduzetništvo.

Prvi dio dokumenta fokusiran je na podatke istraživanja o radnoj aktivnosti branitelja kako bismo identificirali ciljne skupine smjernica za razvoj javnih politika, te na učinkovitost mjera za zapošljavanje usmjerenih prema hrvatskim braniteljima kako bismo evaluirali postojeće stanje s programima zapošljavanja i saznali kako ih branitelji percipiraju. U drugom dijelu dokumenta predstavljeni su rezultati istraživanja o upoznatosti i stavovima branitelja o društvenom poduzetništvu jer je nužno za planiranje razvoja društvenog poduzetništva. U trećem dijelu opisane su smjernice za razvoj javnih politika u smjeru uključivanja branitelja u društveno poduzetništvo na temelju spomenutih znanstvenih istraživanja i postojeće stručne literature.

1. Radna (ne)aktivnost branitelja i učinkovitost potpora za zapošljavanje usmjerenih prema hrvatskim braniteljima

Institut društvenih znanosti Ivo Pilar u sklopu projekta „Analiza društvenih faktora koji utječu na kvalitetu života braniteljske populacije – smjernice za budućnost“ u proljeće 2022. godine proveo je istraživanje kako bi utvrdili postojeće stanje radne aktivnosti branitelja i učinkovitost postojećih mjera potpore za zapošljavanje usmjerenih prema braniteljskoj populaciji. Dr. sc. Geran Marko Miletić i prof. dr. sc. Nenad Pokos u osmišljavanju nacrtu istraživanja vodili su se činjenicom da su istraživanja braniteljske populacije još uvijek rijetka i sporadična, a u javnosti je čest stereotipni prikaz hrvatskog branitelja kao „nezaposleni muškarac kasnih 50-ih ili ranih 60-ih godina života koji uživa u nerealno visokim socijalnim primanjima kao što su visoke mirovine ili invalidnine.“ (Babić, 2022).

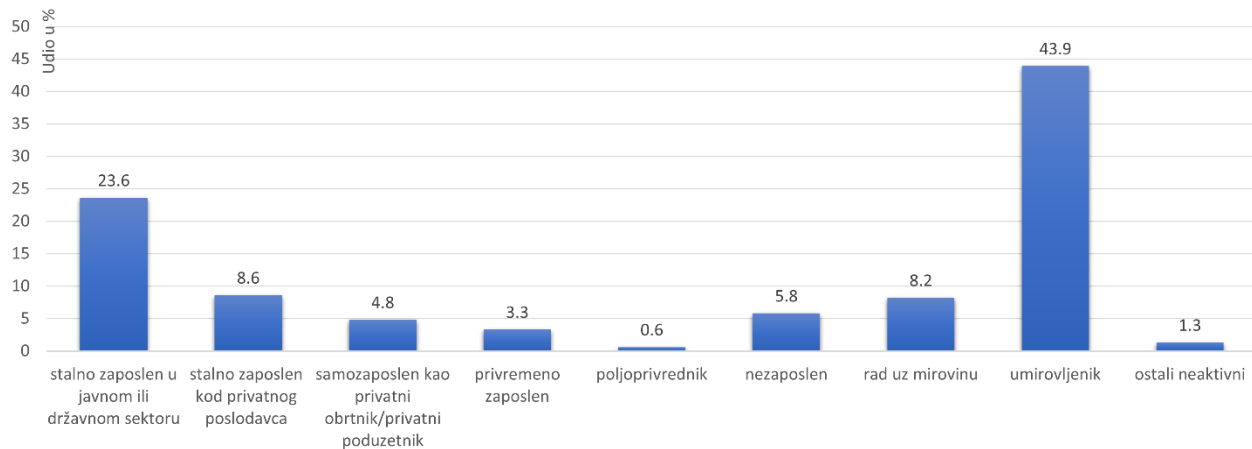
Takav je prikaz prvi put osporilo istraživanje Šućur, Babić i Ogresta iz 2017. godine u suradnji Državnog zavoda za statistiku i Ministarstva hrvatskih branitelja Republike Hrvatske. Na temelju podataka dobivenih Popisom stanovništva 2011. godine, pokazalo se da hrvatski branitelji imaju veću stopu zaposlenosti (69.1%) u odnosu na ostatak stanovništva u dobi od 30 do 64 godine (66.2%), a također imaju nižu stopu nezaposlenosti (10.4%) u odnosu na ostalo hrvatsko stanovništvo iste dobne skupine (13.1%). Očekivano, među braniteljima je bio veći

udio umirovljenika (23.7%) u odnosu na ostatak stanovništva iste dobi (19.3%). Iz podataka iz 2011. vidljivo je da je radna aktivnost hrvatskih branitelja imala višu stopu od radne aktivnosti ostatka stanovništva iste dobne skupine.

Kako je riječ o podacima starima više od deset godina, ukazala se potreba za ažuriranjem podataka i zaključaka o radnoj aktivnosti branitelja pa su istraživači s Instituta Ivo Pilar u suradnji sa ZUV HGP-om u sklopu projekta sufinanciranog sredstvima iz Europskog socijalnog fonda proveli anketno istraživanje na 798 branitelja o radnoj aktivnosti branitelja, njihovim iskustvima i stavovima o mjerama na tržištu rada. Stopa radne aktivnosti anketiranih branitelja iznosila je 54.8% što se može usporediti s brojkom od 60.7% radno aktivnog muškog stanovništva u dobi od 45 do 64 godine prema podacima iz Popisa stanovništva 2011. godine. Svakako je važno usporediti stopu dobivenu u anketnom istraživanju sa stopom radne aktivnosti temeljene na podacima iz Popisa stanovništva 2021. godine kako bismo dobili sveobuhvatniju i precizniju sliku o radnoj aktivnosti hrvatskih branitelja. U svakom slučaju, stopa radne aktivnosti anketiranih branitelja ponovno je pokazala kako negativne konotacije vezane uz radnu aktivnost branitelja nisu utemeljene na stvarnim podacima.

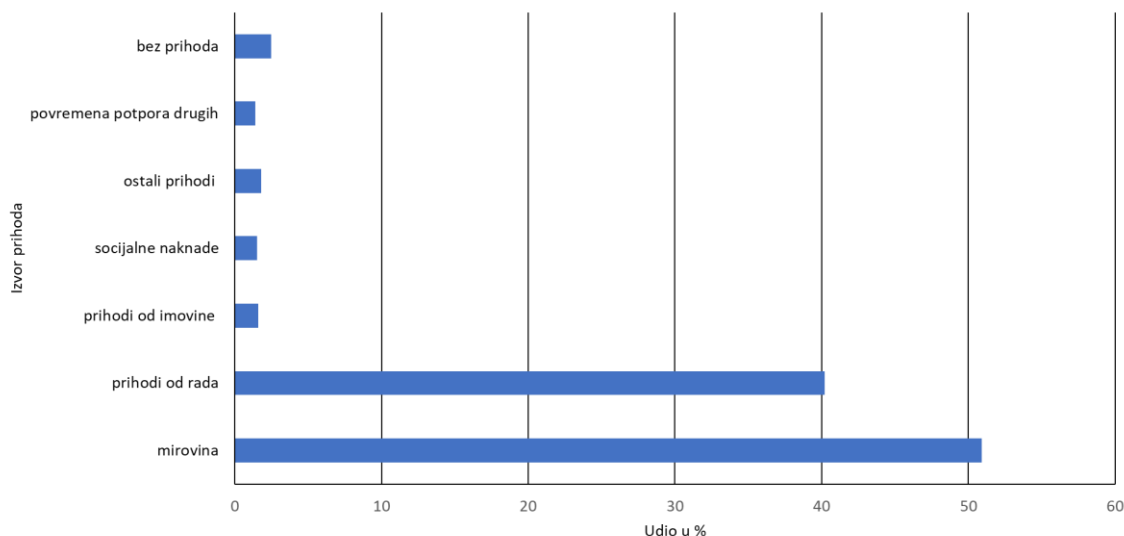
Na Slici 1. prikazan je postotak anketiranih branitelja prema njihovom položaju u radnoj aktivnosti, a vidljivo je kako je većina branitelja umirovljena (43.9%), no među zaposlenim braniteljima najzastupljeniji su oni zaposleni u javnom ili državnom sektoru (23.6%) pa branitelji zaposleni kod privatnog poslodavca (8.6%). Zanimljivi su podaci da uz mirovinu radi 8.2% anketiranih branitelja što nam govori o tome da radna aktivnost ne prestaje s umirovljenjem, stoga se isplati usmjeriti potpore za zapošljavanje i samozapošljavanje i prema umirovljenim braniteljima. S druge strane, među samozaposlenima (obrtnici i poduzetnici) ima 4.8% branitelja i upravo su oni pozitivni primjer ostalim braniteljima te svojim znanjima i iskustvima zasigurno mogu pomoći u razvoju (društvenog) poduzetništva među braniteljskom populacijom.

Slika 1. Razdioba anketiranih branitelja s obzirom na položaj u radnoj aktivnosti (Miletić i Pokos, 2022).



Analiza podataka o glavnom izvoru prihoda anketiranih branitelja pokazuje da je kod 50.9% branitelja riječ o mirovini, kod 40.2% o prihodima stečenim radom i kod 1.6% o prihodima od imovine. Ključan je podatak da nešto više od 5% branitelja nemaj dostatnih sredstava za podmirenje osnovnih životnih potreba: 1.5% branitelja sa socijalnim naknadama kao glavnim izvorom prihoda, 1.4% branitelja kojima je glavni izvor prihoda povremena potpora drugih te 2.5% branitelja bez prihoda. Podaci sugeriraju da se radi o socijalno ugroženim skupinama koje je potrebno uključiti u mjere potpora kako bi im se osigurala financijska održivost, a upravo je društveno poduzetništvo usmjereno na takve ranjive skupine.

Slika 2. Glavni izvor prihoda anketiranih branitelja (Miletić i Pokos, 2022).



Kako bi se prepoznala područja rada, tj. zanimanja i djelatnosti koja prevladavaju u braniteljskoj populaciji, a koja će biti fokus razvoja društvenog poduzetništva, u Tablici 1 prikazani su podaci iz istraživanja Miletića i Pokosa (2022) o djelatnostima poslovnog subjekta u kojem su zaposleni anketirani branitelji te o zanimanju istih. Najveći postotak anketiranih branitelja zaposlen je u poslovima javne uprave i obrane (19.6%), zatim u građevinarstvu (17.1%) te u prijevoznim i skladišnim djelatnostima (13.3%). Prema podacima iz Popisa stanovništva 2011. najveći je postotak branitelja bio zaposlen u prerađivačkoj industriji (20.8%), a istraživači pretpostavljaju da se razlika u podacima može pripisati generalnom padu prerađivačke djelatnosti u Hrvatskoj, no to će se moći provjeriti na konačnim podacima Popisa stanovništva 2021. godine.

Zanimanja anketiranih branitelja također su raznovrsna, a prevladavaju uslužna i trgovačka zanimanja s 21% branitelja, zatim zanimanja u obrtu i pojedinačnoj proizvodnji sa 17.4%, dok u kategoriji koja obuhvaća stručnjake, inženjere ili znanstvenike ima 14% branitelja. Značajan postotak anketiranih branitelja su rukovatelji postrojenjima i strojevima ili industrijski proizvođači i sastavljači (11.4%), tehničari i stručni suradnici (11.1%) te administrativni službenici (10.2%). Podaci iz Popisa stanovništva 2011. godine pokazuju kako su uslužna i trgovačka zanimanja tada bila tek na 3. mjestu prema zastupljenosti kod branitelja (15.2%), dok je bilo više branitelja u zanimanjima u obrtu i pojedinačnoj proizvodnji (19%) te kao tehničari i suradnici (16.1%). Istraživači upozoravaju kako su podaci anketnog istraživanja prikupljeni u

šest županija (Grad Zagreb, Ličko-senjska, Splitsko-dalmatinska, Varaždinska, Vukovarsko-srijemska i Zadarska županija), stoga ćemo tek na temelju konačnih rezultata Popisa stanovništva iz 2021. godine moći zaključiti jer li ovakav trend prisutan i na sveukupnoj populaciji hrvatskih branitelja.

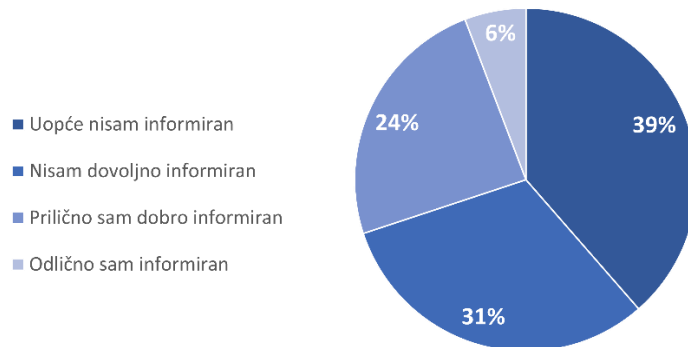
Tablica 1. Prikaz djelatnosti poslovnog subjekta u kojem su zaposleni anketirani branitelji te njihova zanimanja (Miletić i Pokos, 2022).

Djelatnost poslovnog subjekta u kojem su zaposleni anketirani branitelji	%	Zanimanje anketiranih branitelja	%
javna uprava i obrana	19.6	uslužna i trgovačka zanimanja	21.0
građevinarstvo	17.1	zanimanja u obrtu i pojedinačnoj proizvodnji	17.4
prijevoz i skladištenje	13.3	znanstvenici, inženjeri i stručnjaci	13.8
prerađivačka industrija	6.8	rukovatelji postrojenjima i strojevima, industrijski proizvođači i sastavljači	11.4
turizam i ugostiteljstvo	6.8	tehničari i stručni suradnici	11.1
djelatnosti zdravstvene zaštite i socijalne skrbi	6.8	administrativni službenici	10.2
trgovina na veliko i malo	5.7	vojna zanimanja	6.0
administrativne i pomoćne uslužne djelatnosti	4.3	zakonodavci, dužnosnici i direktori	4.8
obrazovanje	3.8	jednostavna zanimanja	3.3
poljoprivreda, šumarstvo i ribarstvo	2.7	poljoprivrednici, šumari, ribari, lovci	1.2
stručne, znanstvene i tehničke djelatnosti	2.2		
umjetnost, zabava i rekreacija	2.2		
zaštitarska djelatnost	1.9		
opskrba električnom energijom	1.9		
informacije i komunikacije	1.6		
ostalo	3.2		

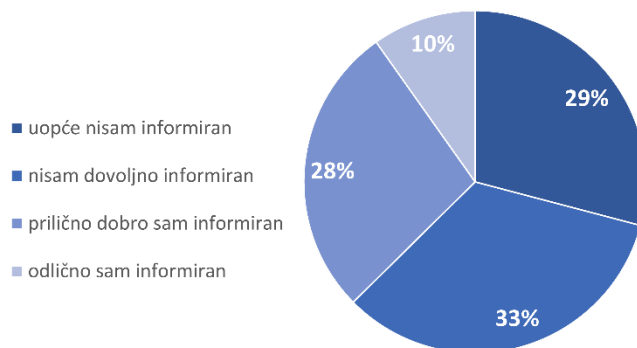
U drugom dijelu istraživanja Miletić i Pokos (2022) analizirali su podatke o informiranosti branitelja o programima namijenjenima zapošljavanju i samozapošljavanju branitelja te učinkovitosti navedenih mjera. Iako zabrinjavaju podaci da čak 62-70% branitelja nije informirano o navedenim programima (Slika 3. i Slika 4.), a tek 8.8% anketiranih branitelja

uključeno je u neki od programa za zapošljavanje ili samozapošljavanje branitelja, ohrabruje podatak da je među braniteljima, koji su uključeni u neki od programa, 20% njih osjetilo izrazito pozitivan utjecaj programa na kvalitetu življenja, a 43% donekle pozitivan utjecaj (Slika 5.). Istraživanje je pokazalo kako je čak 50% branitelja koji su koristili neku od mjera, zadovoljno sveukupnom procedurom ulaska u program u odnosu na 23% neutralnih i 27% nezadovoljnih (Slika 6.), što je podatak koji braniteljima može poslužiti kao dokaz o efikasnosti procedure ulaska u program.

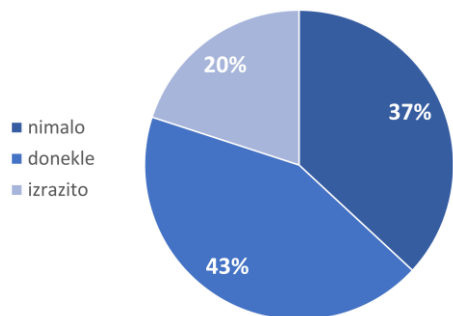
Slika 3. Informiranost anketiranih braniteljima o programima Ministarstva hrvatskih branitelja Republike Hrvatske namijenjena zapošljavanju i samozapošljavanju branitelja (Miletić i Pokos, 2022).



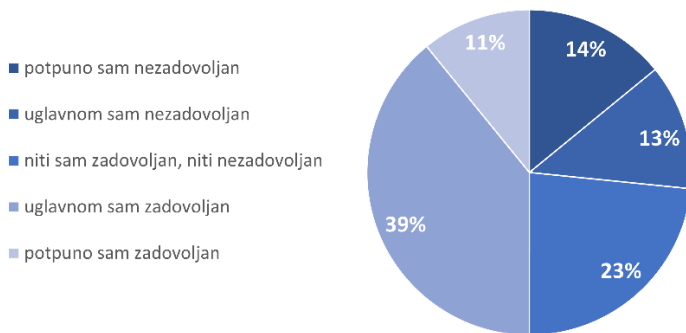
Slika 4. Informiranost o zakonskom pravu da umirovljeni branitelji uz mirovinu mogu biti zaposleni do pola radnog vremena (Miletić i Pokos, 2022).



Slika 5. Utjecaj uključivanja u mjeru zapošljavanja ili samozapošljavanja na poboljšanje kvalitete života korisnika (Miletić i Pokos, 2022).



Slika 6. Zadovoljstvo ukupnom procedurom ulaska u mjeru zapošljavanja ili samozapošljavanja (Miletić i Pokos, 2022).



Osim ocjene zadovoljstva procedurom ulaska u neki od programa za zapošljavanje i samozapošljavanje, istraživači su dodatno ispitali kojim aspektima procedure su branitelji bili najviše i najmanje zadovoljni kako bi se podaci mogli iskoristiti za unaprjeđenje procedure sukladno iskustvu korisnika programa. Rezultati prikazani u Tablici 2. pokazuju kako je najveće nezadovoljstvo iznosom poticaja (51.9%), dok su branitelji najviše zadovoljni ljubaznošću djelatnika Ministarstva hrvatskih branitelja RH (55,5%). Također je više zadovoljnih (43.6%) nego nezadovoljnih (40%) stručnošću djelatnika Ministarstva hrvatskih branitelja RH, no kod informiranosti njihovih djelatnika više je nezadovoljnih (43.6%) nego zadovoljnih korisnika programa (40%). Taj je omjer još i veći kod procjene zadovoljstva informacijama o proceduri i potrebnoj dokumentaciji (40.8% nezadovoljnih u odnosu na 35.2% zadovoljnih), a nezadovoljstvo prevladava i kad gledamo duljinu rješavanja zahtjeva za sudjelovanje (40.4% nezadovoljnih naspram 38.6% zadovoljnih).

Tablica 2. Zadovoljstvo pojedinim aspektima procedure ulaska u mjeru zapošljavanja ili samozapošljavanja (Miletić i Pokos, 2022).

	nezadovoljan	niži zadovoljan, niži nezadovoljan	zadovoljan
duljinom rješavanja zahtjeva za sudjelovanje u mjeri	40,4	21,1	38,6
stručnošću zaposlenika Ministarstva branitelja	40,0	16,4	43,6
informiranošću zaposlenika Ministarstva branitelja	43,6	16,4	40,0
ljubaznošću zaposlenika Ministarstva branitelja	33,3	11,1	55,5
iznosom poticaja	51,9	17,3	30,8
potpunim i preciznim informacijama o proceduri i potrebnoj dokumentaciji	40,8	24,1	35,2

Razumijevanje motivacije branitelja za uključivanje u programe zapošljavanja i samozapošljavanja ključno je za planiranje aktivnosti koje će promovirati takve programe među braniteljskom populacijom. U Tablici 3. prikazani su rezultati o važnosti pojedinih razloga za uključivanje u mjeru zapošljavanja ili samozapošljavanja. Ističu se tri najvažnija: 1) financijska korist (50%), 2) stjecanje radnog iskustva i znanja (48%) i 3) želja da nešto rade, tj. da ne sjede doma besposleno (48.1%). Najmanje važni razlozi za uključivanje u navedene programe su ispunjenje preostalih uvjeta za mirovinu (25%) i mjera kao jedini način za dobiti posao (30%).

Tablica 3. Važnost pojedinih razloga za uključivanje u mjeru zapošljavanja ili samozapošljavanja (Miletić i Pokos, 2022).

	nevažno	niži važno, niži nevažno	važno
da nisam bez posla („da ne sjedim kod kuće“).	28,8	23,1	48,1
da nešto naučim i steknem dodatno radno iskustvo.	28,0	24,0	48,0
zbog financijske koristi.	28,0	22,0	50,0
da dobijem mogućnost raditi posao koji nije neprijavljen (koji nije „na crno“).	36,7	18,4	44,9
to je bio jedini način da počnem raditi, drugačije nisam ni mogao/la dobiti posao.	43,5	26,1	30,4
da steknem korisna poznanstva.	32,7	21,2	46,2
da ispunim preostale uvjete za mirovinu (da imam dovoljno mirovinskog staža).	60,4	14,6	25,0

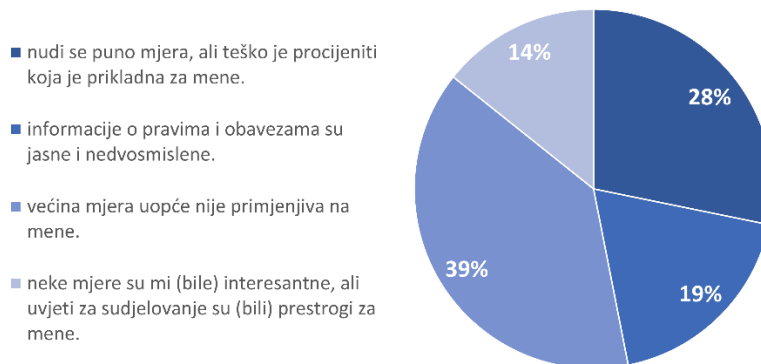
Anketnim upitnikom željelo se utvrditi i kako su se branitelji korisnici programa informirali o korištenim mjerama, a dobiveni podaci mogu se iskoristiti za planiranje promidžbenih aktivnosti o programima usmjerenima prema hrvatskim braniteljima. Kako je prikazano u Tablici 4., najčešći izvor informacija su braniteljske udruge (30.1%), a potom internetske stranice Ministarstva hrvatskih branitelja RH (26%) te obitelj, prijatelji i poznanici (21.9%), dok su ostali načini informiranja rijetko spominjani, pa čak i mediji kao jedan od najvećih izvora informacija općenito (8.2%).

Tablica 4. Način informiranja o korištenoj mjeri za zapošljavanje ili samozapošljavanje branitelja (Miletić i Pokos, 2022).

	%
putem internetske stranice Ministarstva branitelja	26,0
u razgovoru s obitelji, prijateljima i poznanicima	21,9
putem medija (televizije, novina, radija, drugih internetskih stranica)	8,2
preko braniteljskih udruga	30,1
kod poslodavca kod kojeg sam radio \ planirao raditi	4,1
putem društvenih mreža (Facebook i sl.)	1,4
putem letaka i brošura	1,4
nisam se uopće informirao\la o mjeri	6,9

S druge strane, stav branitelja o ponuđenim programima za zapošljavanje i samozapošljavanje može otkriti zašto većina branitelja ne koristi ponuđene mjere, a ti razlozi upućuju na smjer djelovanja javnih politika u smislu revidiranja programa i zadanih kriterija za njihovo korištenje. Kako je prikazano na Slici 7., prevladava negativan stav o mjerama, što je zasigurno jedan od razloga vrlo niskog postotka anketiranih branitelja koji su korisnici takvih programa. Čak 39% sudionika istraživanja smatra kako su mjere neprimjenjive na njegov/njen slučaj, a njih 28% ističe poteškoće s procjenom prikladnosti mjera za specifičan slučaj. Iako je 14% anketiranih branitelja bilo zainteresirano za neku od mjera, uvjeti za sudjelovanje bili su im prestrogi. Tek je 19% sudionika izrazilo pozitivan stav prema mjerama na način da su procijenili informacije o pravima i obavezama korisnika programa jasnima i nedvosmislenima.

Slika 7. Stav o programima Ministarstva hrvatskih branitelja RH za zapošljavanje ili samozapošljavanje branitelja (Miletić i Pokos, 2022).



Iako nije riječ o mjeri za zapošljavanje i samozapošljavanje, Miletić i Pokos (2022) istražili su korištenost programa stručnog osposobljavanja, tj. poticanja obrazovanja branitelja jer takve mjere posredno utječu na mogućnosti zapošljavanja i samozapošljavanja. Još niži postotak anketiranih branitelja koristio je neku od mjera stručnog osposobljavanja: 8.2% u odnosu na 8.9% sudionika koji su koristili mjeru za zapošljavanje ili samozapošljavanje, no optimizam budi podatak da je u 61.4% slučajeva mjera poticanja obrazovanja branitelja pomogla pri zapošljavanju ili promjeni radnog mjesta. U Tablici 5. prikazani su najčešći razlozi korištenja mjere za usavršavanje: kod 36.5% sudionika to je usavršavanje, kod 32.7% stjecanje dodatnih znanja i vještina, a kod 15.4% prekvalifikacija.

Tablica 5. Razlozi korištenja pojedinih mjera stručnog osposobljavanja, odnosno poticanja obrazovanja hrvatskih branitelja (Miletić i Pokos, 2022).

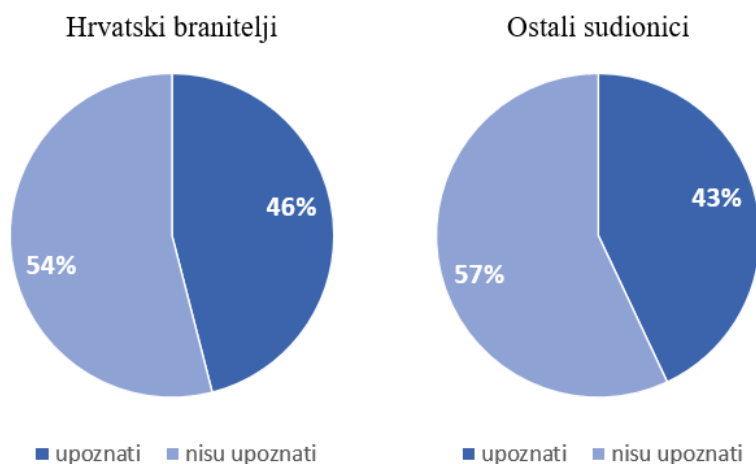
	%
stjecanje prvog zanimanja (u programima obrazovanja za stjecanje niže razine srednjeg obrazovanja, trogodišnjim strukovnim programima obrazovanja, četverogodišnjim strukovnim programima obrazovanja)	5,8
prekvalifikacija	15,4
osposobljavanje	9,6
usavršavanje	36,5
stjecanje dodatnih znanja i vještina (npr. stranih jezika, informatičko opismenjavanje i sl.).	32,7

2. Istraživanje mnijenja braniteljske populacije o društvenom poduzetništvu

U sklopu projekta Analiza društvenih faktora koji utječu na kvalitetu života braniteljske populacije – smjernice za budućnost provedeno je anketno istraživanje o upoznatosti hrvatskih branitelja i osoba bliskih istima s pojmom društvenog poduzetništva. Istraživanje je provedeno tijekom svibnja 2021. godine na uzorku od 300 sudionika, a 12% anketiranih ima status hrvatskog branitelja, dok od preostalih 88% sudionika, čak 94% njih izjavilo je da poznaju barem jednog hrvatskog branitelja.

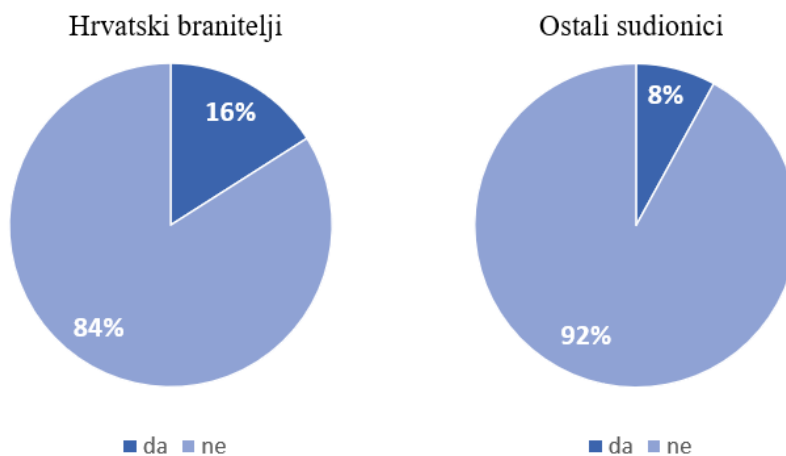
Za identifikaciju početnih koraka nužnih za razvoj društvenog poduzetništva među braniteljima, poslužit će podaci dobiveni navedenim istraživanjem. Tako je iz Slike 8. vidljivo da je manje od pola anketiranih branitelja upoznato s pojmom društvenog poduzetništva (46%) što je neznajčajno više od ostatka sudionika (43%), no i dalje upućuje na potrebu za informiranjem branitelja o društvenom poduzetništvu kao prvi korak u njegovom razvoju.

Slika 8. Upoznatost sudionika s pojmom društvenog poduzetništva (ZUV HGP, 2022).



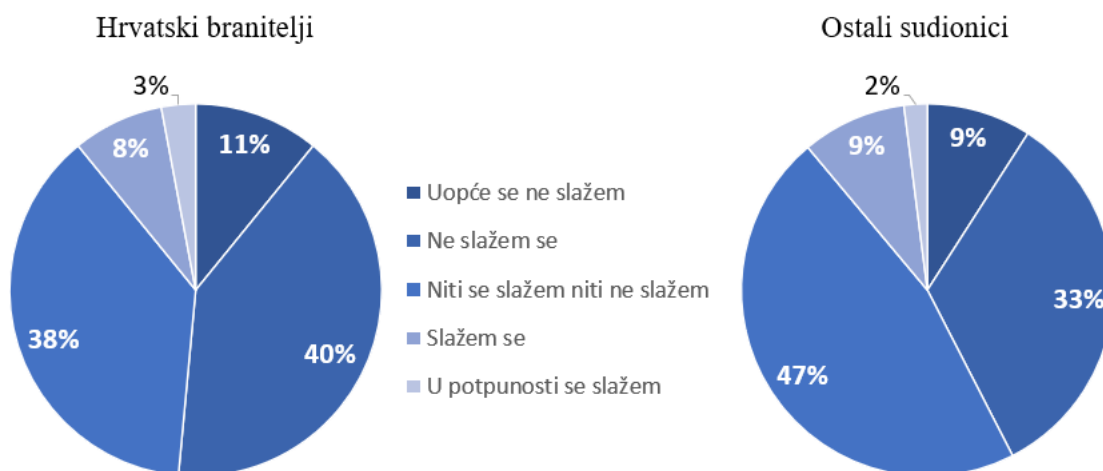
Nadalje, na Slici 9. vidljivo je da se veći broj hrvatskih branitelja imao priliku baviti društvenim poduzetništvom u odnosu na ostale sudionike (16% naspram 8%), no brojka je i dalje niska jer ne obuhvaća niti petinu anketiranih branitelja. Ipak, važno je znati da postoji skupina branitelja koji mogu poslužiti kao pozitivni primjeri bavljenja društvenim poduzetništvom, a njihovo znanje i iskustvo mogu se iskoristiti za unapređenje procesa uključivanja u društveno poduzetništvo, kao i njegovog razvoja.

Slika 9. Postotak anketiranih hrvatskih branitelja i ostalih sudionika koji se bave društvenim poduzetništvom (ZUV HGP, 2022).



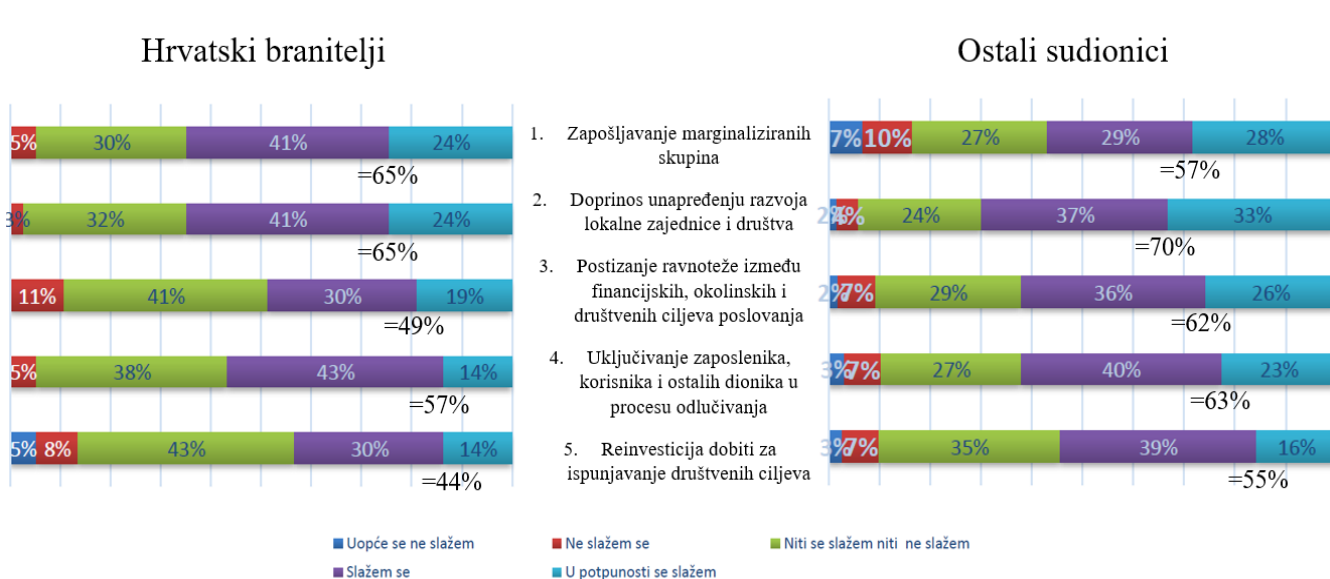
Slika 10. pokazuje kako se hrvatski branitelji ne slažu s tvrdnjom da je društveno poduzetništvo dovoljno razvijeno u Hrvatskoj (sveukupno 51%), dok je taj postotak kod ostalih sudionika nešto niži (42%), no i dalje pokazuje kako i stanovnici Republike Hrvatske prepoznaju mogućnosti društvenog poduzetništva i uviđaju neiskorištenost njegovog potencijala.

Slika 10. Koliko se sudionici slažu s tvrdnjom da je društveno poduzetništvo dovoljno zastupljeno u Republici Hrvatskoj (ZUV HGP, 2022).



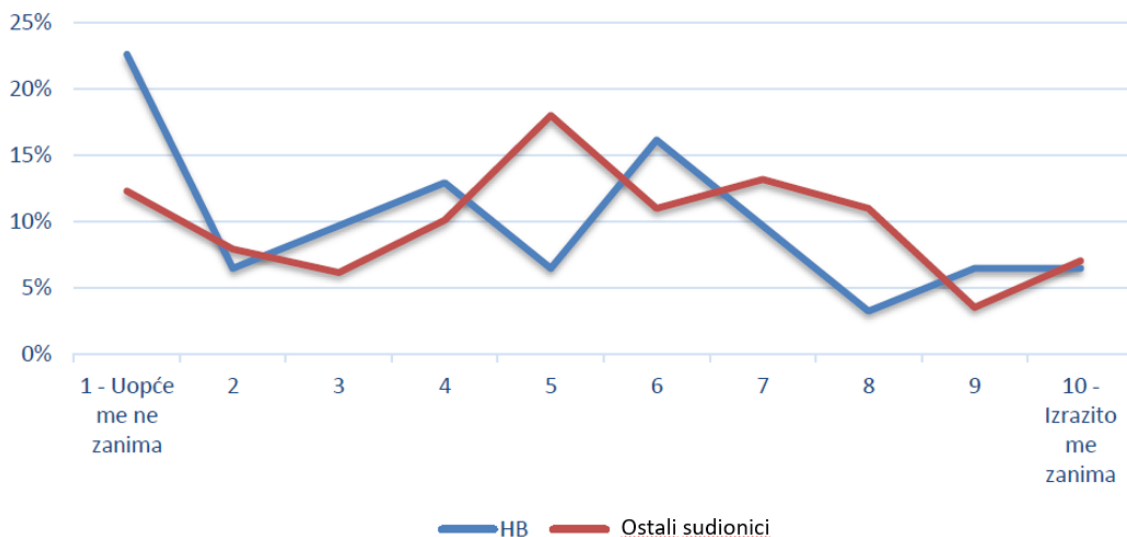
Ako krenemo u dublju analizu percepcije društvenog poduzetništva kod branitelja i ostatka populacije, razlikujemo pet aspekata društvenog poduzetništva koje donose korist za društvo u cjelini. U sklopu ankete sudionici su trebali procijeniti koliko se slažu s korisnošću pojedinog aspekta društvenog poduzetništva, a rezultati su prikazani na Slici 11. Podaci ukazuju na to da su sve koristi društvenog poduzetništva prepoznate među većinom sudionika jer su vrlo mali postotci onih koji se ne slažu s navedenim elementima, dok dominiraju oni koji se slažu s tvrdnjama i neutralni (niti se slažu, niti se ne slažu). Zanimljivo je da „nebranitelji“ svaki aspekt procjenjuju korisnijim, izuzev kod zapošljavanja marginaliziranih skupina gdje 65% branitelja prepoznaje tu dimenziju društvenog poduzetništva naspram 57% „nebranitelja“ koji je uviđaju. Razlike među dvjema promatranim skupinama ukazuju na to da je potrebno dodatno osvijestiti koristi koje društveno poduzetništvo donosi za pojedinca, ali i za društvo u cjelini, a posebno dimenziju reinvesticije dobiti za ispunjavanje društvenih ciljeva te postizanja ravnoteže između financijskih, okolinskih i društvenih ciljeva poslovanja jer su to aspekti koji su se pokazali najmanje prepoznatima u provedenom istraživanju.

Slika 11. Najveće koristi od društvenog poduzetništva prema sudionicima istraživanja (ZUV HGP, 2022).



Možda su upravo razlike u prepoznavanju svih koristi društvenog poduzetništva uzrok razlika u interesu branitelja i „nebranitelja“ za sudjelovanje u društvenom poduzetništvu vidljive na Slici 12. Općenito je veći postotak branitelja koji nisu zainteresirani za takav oblik rada, a posebno zabrinjava podatak da preko 20% anketiranih branitelja ne iskazuje apsolutno nikakav interes za društvenim poduzetništvom (naspram 12% takvih kod „nebranitelja“). Uzrok razlika može biti i dobna diskrepancija između branitelja i „nebranitelja“ pa prikazani podaci mogu biti posljedica manjka motivacije za poduzetništvom općenito, a ne samo za društvenim poduzetništvom, no za čvrste zaključke potrebna su daljnja istraživanja. U svakom slučaju, podaci indiciraju da je nužno poraditi na motivaciji hrvatskih branitelja za sudjelovanjem u društvenom poduzetništvu s posebnim naglaskom na branitelje koji zasad ne pokazuju nikakav interes za istim.

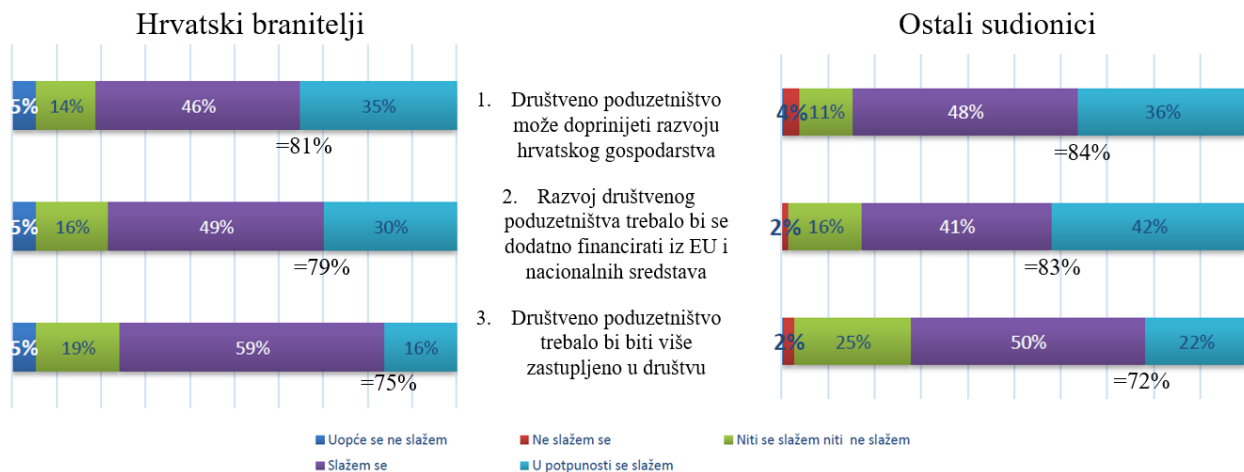
Slika 12. Koliko su sudionici zainteresirani za društveno poduzetništvo (ZUV HGP, 2022).



Iz Slike 13. vidimo da se branitelji, skoro u jednakoj mjeri kao i ostali sudionici, slažu s tvrdnjama da društveno poduzetništvo može doprinijeti razvoju hrvatskog gospodarstva, da se treba dodatno financirati iz EU i nacionalnih sredstava te da treba biti više zastupljeno u društvu. Zašto su razlike između branitelja i „nebranitelja“ sada neznatne, dok su kod procjene koristi

društvenog poduzetništva bile više (Slika 11.), može se objasniti i formulacijom samih tvrdnji: ovdje su one formulirane puno jasnije, dok su prethodne tvrdnje više apstraktne.

Slika 13. Koliko se sudionici slažu s tvrdnjama o društvenom poduzetništvu (ZUV HGP, 2022).



Na kraju anketnog upitnika sudionici su mogli napisati primjere organizacija koje poznaju da rade po društveno-poduzetničkim principima i koje mogu poslužiti kao primjeri dobre prakse za buduće društvene poduzetnike.

Slika 14. Udruga/zadruga/trgovačko poduzeće koje sudionik poznaje, a da radi po društveno-poduzetničkim principima (ZUV HGP,

2022).v

ACT	Klaster Lika Destination	Strabag
AGRO KLASTER	Konzum	ŠADE
Braniteljska zadruga Jasle	Kraš	Udruga Anđeli Split
Braniteljska zadruga Planina	KŠR Gorovo	UDRUGA DOMOVINSKIH BRANITELJA
BUBA BAR D.O.O.	LERGIS VK	Udruga Imotsko srce
Cromaris	Naš Hajduk	Udruga invalida Križevci
DM	NESST	Udruga Maestral
Društvo prijatelja Hajduka	Pliva	Udruga MOST
Dukat	Podravka	Udruga MS VŽ Županije
Ericsson Nikola Tesla	Poljolika	Udruga Srce Split
Franak	Poljoprivredna zadruga cvetek	UDRUGE INVISIBLE ZAGREB
GRAD EXPORT	Proizvodno trgovačka zadruga "Martes" Đurđevac	UNICEF
HIDROCIBALAE D.O.O.	Proizvođači eko ambalaže	Urban Oasis
Humana Nova	Prospero	URIHO
Imotsko srce	Regoč	Vindija
Invisible Zagreb	RODA	ZEZ
JGL	Slap	Zraka sunca Voća Donja
John Lewis Partnership	Stambena zadruga Split	

3. Smjernice za razvoj javnih politika

Kako stoji i u Zakonu o hrvatskim braniteljima iz Domovinskog rata i članovima njihovih obitelji (2021), pobjeda hrvatskih branitelja temelj je suvremene Republike Hrvatske, a upravo su naši branitelji „vođeni domoljubljem stali u obranu slobode, demokracije i zajedništva hrvatskog naroda, poštujući najveću razinu etike ratovanja i načela ratnog prava“ (str. 2). Kako bismo pokazali zahvalnost za hrabrost i požrtvovnost branitelja, najmanje što možemo je zaštititi njihovo dostojanstvo i pomoći im u unapređenju životnog standarda kroz sveobuhvatnu skrb. Ministarstvo hrvatskih branitelja Republike Hrvatske predvodnik je te misije, a upravo je potreba lakšeg i bržeg uključivanja branitelja na tržište rada prepoznata kao prioritetno područje djelovanja, stoga se provode ciljane radnje i specifične intervencije usmjerene na zapošljavanje i samozapošljavanje branitelja.

Svaka intervencija zahtijeva konstantnu evaluaciju na temelju koje se unapređuju procesi, pa su se tako Miletić i Pokos (2022) u svom istraživanju usmjerili na ispitivanje informiranosti, korištenosti i zadovoljstva programima potpore za zapošljavanje i samozapošljavanje branitelja uz podatke o njihovoj radnoj aktivnosti. Dodatno je ZUV HGP proveo istraživanje (2022) o

upoznatosti hrvatskih branitelja i ostalih građana s pojmom društvenog poduzetništva koje postaje nezaobilazni dio poslovanja i otvara nove mogućnosti na tržištu rada. Na temelju podataka dobivenih dvama istraživanjima i pregleda postojeće literature, te na temelju održanog strukturiranog dijaloga, kreirane su smjernice za razvoj javnih politika.

Fokus smjernica je na razvoju društvenog poduzetništva zbog rasta njegovog dosega i važnosti što najbolje potvrđuje Strategija razvoja društvenog poduzetništva u Republici Hrvatskoj za razdoblje od 2015. do 2020. godine u kojoj su postavljena četiri cilja: 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 povezanim s društvenim poduzetništvom. Mjere i aktivnosti Strategije uključene su u Operativni program Učinkoviti ljudski potencijali 2014.-2020. Europskog socijalnog fonda (ESF), a iznos sredstava koji je na raspolaganju za provedbu strategije iznosi oko 37,6 milijuna eura, uključujući novac iz ESF-a i sufinanciranje države (Živković i Petričević, 2019).

1. Informirati braniteljsku populaciju o dostupnim programima i mjerama kroz suradnju Ministarstva hrvatskih branitelja i braniteljskih udruga

Miletić i Pokos svojim su istraživanjem upozorili na nedovoljnu informiranost branitelja o mjerama za poboljšanje njihovog statusa pa tako čak 70% sudionika nije bilo upoznato s programima za zapošljavanje ili samozapošljavanje branitelja, a 63% sudionika nije bilo upoznato sa zakonskim pravom rada uz mirovinu do pola radnog vremena. S druge strane, oko 20% sudionika istraživanja bilo je uključeno u barem jednu od tri mjere usmjerene na branitelje: oko 8% sudionika koristi mogućnost rada uz mirovinu, oko 9% koristi neki od poticaja za zapošljavanje ili samozapošljavanje, dok oko 8% koristi neku od mjera stručnog osposobljavanja. Takvi podaci svjedoče o važnosti informiranja potencijalnih korisnika programa potpore o samom programu jer interes za korištenjem mjera postoji, ali informiranost je vrlo slaba.

Istraživanje je nadalje prepoznalo kako su najčešći izvor informacija o programima potpore braniteljske udruge (30.1%), a potom internetske stranice Ministarstva hrvatskih branitelja RH

(26%) te obitelj, prijatelji i poznanici (21.9%), dok su ostali načini informiranja rijetko spominjani, pa čak i mediji kao jedan od najvećih izvora informacija općenito (8.2%). To znači da se informiranje o uvjetima i načinima korištenja budućih programa usmjerenih na poticanje društvenog poduzetništva hrvatskih branitelja, treba odvijati u suradnji Ministarstva hrvatskih branitelja RH i braniteljskih udruga kao najvažnijih izvora informacija za braniteljsku populaciju.

2. Podizanje svjesnosti o društvenom poduzetništvu među braniteljima

Isti izvori informacija (kombinacija Ministarstva hrvatskih branitelja RH i braniteljskih udruga) trebaju se koristiti i za podizanje svjesnosti hrvatskih branitelja o društvenom poduzetništvu, kriterijima i koristi koju donose za pojedinca i društvo u cjelini kako bi bili motivirani za uključivanje u njegov razvoj. Pri tome je važno uključiti i predstavnike lokalnih jedinica vlasti kako bi stavili fokus na specifična pitanja i probleme koji se mogu riješiti aktivnostima društvenog poduzetništva i legitimizirali interes za takvim aktivnostima (Rainey i Steinbauer, 2002). Preporučuje se organizacija foruma i drugih javnih događanja na kojima će se raspravljati o društvenim problemima ključnima za pojedinu zajednicu, a predstavnici javne vlasti trebaju osigurati prikupljanje podataka koji će poslužiti za planiranje i provođenje programa te osiguranje potrebnih resursa (Korosec i Berman, 2006).

Kroz podizanje svjesnosti o dobrobitima društvenog poduzetništva potrebno je povećati pozitivan stav braniteljske populacije o programima za zapošljavanje, tj. samozapošljavanje branitelja jer je istraživanje Miletića i Pokosa (2022) pokazalo da prevladava negativan stav o takvim mjerama pa tako 39% sudionika istraživanja smatra kako su mjere neprimjenjive na njegov/njen slučaj, a njih 28% ističe poteškoće s procjenom prikladnosti mjera za specifičan slučaj. Iako je 14% anketiranih branitelja bilo zainteresirano za neku od mjera, uvjeti za sudjelovanje bili su im prestrogi, a tek je 19% sudionika izrazilo pozitivan stav prema mjerama na način da su procijenili informacije o pravima i obavezama korisnika programa jasnima i nedvosmislenima. Takvi podaci upućuju na to da je potrebno revidirati kriterije i uvjete za dobivanje programa potpore jer očigledno ne udovoljavaju potrebama braniteljske populacije. Pored toga, potrebno je kroz savjetovanja i edukativne radionice pomoći braniteljima u prepoznavanju i procjeni prikladnosti mjera za pojedinačne slučajeve.

3. Povećati financijsku potporu projektima društvenog poduzetništva

Provedeno istraživanje o upućenosti braniteljske populacije o društvenom poduzetništvu pokazalo je da kako postoji interes hrvatskih branitelja i stradalnika Domovinskog rata za područje društvenog poduzetništva. Sukladno tome, postoji potreba da nacionalna tijela, a osobito Ministarstvo hrvatskih branitelja RH, u suradnji s nadležnim tijelima sudjeluju u raspisivanju poziva koji će uključivati dodjelu financijskih potpora za projekte društvenog poduzetništva udruga iz Domovinskog rata i zadruga hrvatskih branitelja. Miletić i Pokos (2022) u svojem su istraživanju pokazali kako su branitelji vrlo nezadovoljni iznosima poticaja za zapošljavanje ili samozapošljavanje (njih 51.9% bilo je nezadovoljno), što još jednom potvrđuje potrebu za povećanjem financijskih potpora u razvoju društvenog poduzetništva.

U programe financijske podrške potrebno je uključiti i tijela lokalne uprave zbog boljih mogućnosti prilagodbe lokalnim društvenim poduzetnicima u podnošenju prijedloga za bespovratna sredstva i financiranje, a dodatno mogu pomoći u udruživanju sredstava iz privatnih izvora. Gradovi i općine mogu direktno podržati društvene poduzetnike kroz ulaganje gradskih, tj. općinskih resursa neovisno o ostalim izvorima financiranja, ali može i provoditi programske aktivnosti koji će zahtjeve za financiranje učini privlačnijima višim razinama vlasti. Naposljetku, predstavnici lokalne vlasti mogu i trebaju pomoći društvenim poduzetnicima u dobivanju resursa kao što su zakup prostora te s umrežavanjem društvenih poduzetnika kako bi implementacija programa bila jednostavnija, razmjena iskustava i znanja što brža i efikasnija, a mogućnost povezivanja poduzetnika s istim ili sličnim ciljevima što jednostavnija (Korosec i Berman, 2006).

Osim kroz izravnu financijsku podršku, tijela javne uprave također mogu biti posrednici koji povezuju društvena poduzeća s društvenim ulagateljima i donatorima te s ciljanim zajednicama. Svrha im je povezati dionike ekosustava društvenog poduzetništva i resurse kako bi doprinijeli provedbi transakcija financiranja i pružanja nefinancijske podrške društvenim poduzećima (Živković i Petričević, 2019).

Što se tiče nacionalnih i EU izvora financiranja društvenog poduzetništva, mogućnosti su Operativni program Učinkoviti ljudski resursi 2014.-2020. (Europski socijalni fond) te Operativni program Konkurentnost i kohezija 2014.-2020. (Europski fond za regionalni razvoj i

Kohezijski fond), a u financiranju i provođenju programa mogu pomoći nacionalne razvojne financijske institucije HBOR i HAMAG-BICRO.

S druge strane, Vidović (2012) upozorava na porezne intervencije koje mogu pomoći razvoju sustava društvenog poduzetništva:

1. Smanjene stope socijalnih osiguranja
 - a. Poslodavci mogu primati subvencije za zapošljavanje osoba s invaliditetom (OSI).
 - b. Poslodavci mogu biti subvencionirani za troškove prilagodbe radnog mjesta za OSI i druge troškove prilagodbe radnog mjesta za OSI i druge troškove povezane s njihovim zapošljavanjem.
2. Porezne olakšice i niže porezne stope
 - a. Neprofitne organizacije oslobođene su poreza na dodanu vrijednost ako njihov godišnji prihod (prihod od gospodarskih djelatnosti) ne prelazi 300.000 kuna.
 - b. Neprofitne organizacije koje ne obavljaju gospodarsku djelatnost nisu obvezne plaćati porez na dobit.
3. Smanjene stope poreza privatnim i/ili institucionalnim donatorima
 - a. Pojedinci i poduzeća mogu umanjiti poreznu osnovicu za donacije neprofitnim organizacijama u iznosu do 2% godišnjeg prihoda.
4. Uključivanje članova obitelji hrvatskih branitelja i stradalnika iz Domovinskog rata u programe potpore društvenom poduzetništvu

Podaci dobiveni u istraživanju Miletića i Pokosa (2022) ukazuju na to da je 54.8% branitelja radno aktivno te da unatoč velikom broju branitelja kojima je glavni izvor prihoda mirovina (43.9% anketiranih branitelja), dio njih (8.2%) koristi pravo da uz mirovinu rade do pola radnog vremena, a 32.2% kao glavni izvor prihoda navodi plaću. Iz navedenih podataka vidljivo je da postoji značajan broj branitelja koji se mogu obuhvatiti programima usmjerenima na razvoj društvenog poduzetništva, no unatoč tome, potrebno je u programe uključiti i članove obitelji hrvatskih branitelja i stradalnika iz Domovinskog rata, što su naglasili i predstavnici braniteljskih udruga na strukturiranom dijalogu održanom u Varaždinu. Ipak je briga za vlastitu obitelj jedna

od najvažnijih misija odrasle osobe, a članovi obitelji branitelja dio su skupine ciljane kroz projekte i programe koji za cilj imaju podizanje kvalitete života hrvatskih branitelja.

5. Uključiti ugrožene skupine hrvatskih branitelja u programe potpore društvenog poduzetništva

Miletić i Pokos (2022) upozoravaju kako se pri donošenju novih propisa ili akata vezanih uz braniteljsku populaciju pozornost treba usmjeriti na oko 5 % braniteljske populacije koja nema nikakve prihode ili živi od povremene potpore drugih te od socijalnih naknada jer je temeljno pravo branitelja, a dužnost Republike Hrvatske, osigurati zadovoljenje egzistencijalnih potreba. Zapošljavanje i socijalno uključivanje marginaliziranih skupina jedan je od temeljnih ciljeva društvenog poduzetništva, stoga je to idealna prilika da se pobrinemo za najugroženije hrvatske branitelje.

6. Unaprijediti proceduru dobivanja programa potpore za razvoj društvenog poduzetništva

Iako se istraživanje Miletića i Pokosa (2022) odnosilo na općenite mjere zapošljavanja i samozapošljavanja, rezultati upućuju na važnost pojednostavljenja procedure dobivanja programa potpore kako bi branitelji bili motivirani za njihovo korištenje i kako bi proces bio što intuitivniji i prilagođeniji korisnicima – hrvatskim braniteljima. Istraživanje je pokazalo kako su branitelji najviše zadovoljni ljubaznošću djelatnika Ministarstva hrvatskih branitelja RH (55,5%). Također je više zadovoljnih (43.6%) nego nezadovoljnih (40%) stručnošću djelatnika Ministarstva, no kod informiranosti djelatnikaviše je nezadovoljnih (43.6%) nego zadovoljnih korisnika programa (40%). Taj je omjer još i veći kod procjene zadovoljstva informacijama o proceduri i potrebnoj dokumentaciji (40.8% nezadovoljnih u odnosu na 35.2% zadovoljnih), a nezadovoljstvo prevladava i kad gledamo duljinu rješavanja zahtjeva za sudjelovanje (40.4% nezadovoljnih naspram 38.6% zadovoljnih). To znači da je pri osmišljavanju procedura za ulazak u program potpore, ne samo za društveno poduzetništvo, već i na generalnoj razini, potrebno pojednostavniti proceduru i potrebnu dokumentaciju, sažeti i intuitivno organizirati informacije o proceduri, brže rješavati zahtjeve potencijalnih korisnika te educirati djelatnike o detaljima procedure, ali i o tome kako prenijeti informaciju da je korisnik razumije.

7. Unaprijediti poduzetničke vještine kod hrvatskih branitelja

U istraživanju ZUV HGP-a (2022) otkrilo se da je manje od pola anketiranih branitelja upoznato s pojmom društvenog poduzetništva (46%) što je neznatno više od ostatka sudionika (43%), no i dalje upućuje na potrebu za informiranjem branitelja o društvenom poduzetništvu kao prvi korak u njegovom razvoju. Zanimljivo je da se veći broj hrvatskih branitelja imao priliku baviti društvenim poduzetništvom u odnosu na ostale sudionike (16% naspram 8%), no brojka je i dalje niska jer ne obuhvaća niti petinu anketiranih branitelja. Ipak, važno je znati da postoji skupina branitelja koji mogu poslužiti kao pozitivni primjeri bavljenja društvenim poduzetništvom, a njihovo znanje i iskustvo mogu se iskoristiti za unapređenje procesa uključivanja u društveno poduzetništvo, kao i njegovog razvoja.

Zbog navedenih podataka preporučuje se da u početnim stadijima razvoja društvenog poduzetništva fokus bude na dodjeli financijske podrške u obliku bespovratnih sredstava projektima koji imaju za cilj povećati informiranost o društvenom poduzetništvu i mogućnostima poslovanja društvenih poduzeća te jačati kapacitete za pokretanje poduzetničkog pothvata kroz provedbu aktivnosti unaprjeđenja poduzetničkih vještina za ciljanu skupinu nezaposlenih hrvatskih branitelja.

Nakon što su branitelji informirani i motivirani za ulazak u društveno poduzetništvo, potrebno je razvijati njihove poduzetničke vještine kako bi mogli konkurirati zahtjevima i izazovima tržišta. Branitelje je prije svega potrebno upoznati s osnovnim koracima u pokretanju poduzetništva te omogućiti razvoj vještina potrebnih za izvedbu pojedinog koraka:

1. Analiza vlastitih potencijala
2. Analiza mogućnosti i prijetnji u okruženju
3. Informiranje o konkurenciji
4. Izbor djelatnosti u skladu s vlastitim potencijalom i potrebom tržišta
5. Izrada poslovnog plana
6. Upoznavanje potencijalnih investitora s poslovnim planom
7. Realiziranje poslovnog plana
8. Evaluacija i izvještavanje dionika.

Treninzi i mentorstvo na području razvoja samosvijesti, samoupravljanja, društvene svijesti i odnosa s drugima mogu znatno unaprijediti kompetencije vodstva društvenih poduzetnika, a time

i sustave upravljanja organizacijom i ljudskim resursima na kojima je zasnovana organizacijska otpornost društvenog poduzeća.

8. Ojačati kapacitete braniteljskih udruga i zadruga

Na temelju podataka Ministarstva hrvatskih branitelja RH, braniteljske zadruge koje su korisnice potpore Ministarstva pretežno se bave poljoprivredom (56%) te turizmom i ugostiteljstvom (12%), a bitno je spomenuti i pčelarstvo, ribarstvo, prerađivačku djelatnost te građevinarstvo. Najveći broj braniteljskih zadruga-korisnica potpore djeluje na području Splitsko-dalmatinske županije, zatim Osječko-baranjske, Karlovačke, Sisačko-moslavačke i Vukovarsko-srijemske županije. Od ukupno 475 braniteljskih zadruga koje su ostvarile potporu Ministarstva hrvatskih branitelja RH, njih 286 i dalje aktivno djeluje i više godina nakon prestanka korištenja potpore.

Sukladno navedenih informacijama može se zaključiti da braniteljske zadruge imaju velike mogućnosti rasta, a upravo razvoj društvenog poduzetništva hrvatskih branitelja i stradalnika Domovinskog rata kroz rad zadruga i udruga može olakšati njihov pristup tržištu rada. Kako bismo mogli u potpunosti iskoristiti potencijal koji pružaju braniteljske zadruge, potrebno je aktivno raditi na razvoju njihovih poslovnih ideja, oblikovanju ideja u projekt društvenog poduzetništva i pronalaženju odgovarajućih natječaja za financiranje. Ministarstvo hrvatskih branitelja RH može imati još jednu ulogu u ovoj priči, a to je povezivanje braniteljskih udruga i zadruga koje se bave društvenim poduzetništvom, ali i njihovo umrežavanje s ostalim poduzećima i obrtima koji spadaju u domenu društvenog poduzetništva.

9. Poticati transformaciju prema društveno-poduzetničkim načelima

Kao jedan od kriterija prepoznavanja društvenog poduzetnika definirano je da isti najmanje 75% godišnje dobiti, odnosno višak prihoda ostvaren obavljanjem svoje djelatnosti ulaže u ostvarivanje i razvoj ciljeva poslovanja, odnosno djelovanja. Transformacijom braniteljskih zadruga u društvena poduzeća otvorit će se prilika za održivo poslovanje, zapošljavanje mladih kadrova te reinvesticiju profita u razvoj lokalne zajednice s ciljem pružanja jednakih mogućnosti hrvatskim braniteljima i stradalnicima Domovinskog rata te članovima njihovih obitelji. Potencijalni profit provedbom gospodarske djelatnosti prema društveno-poduzetničkim

principima braniteljske zadruge trebaju reinvestirati prvenstveno za ispunjavanje navedenih ciljeva.

10. Umrežiti postojeće i nove društvene poduzetnike

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

11. Razviti sustav potpornih servisa za društvene poduzetnike

Najveće prepreke poslovanju društvenih poduzetnika su nedostatak financijskog kapitala, ali i manjak poslovnih vještina društvenih poduzetnika te slaba javna vidljivost i nedostatak svijesti o društvenom poduzetništvu kao poslovanju koje uz ekonomsku stvara i dodatnu društvenu vrijednost (zapošljavanje ranjivih skupina, pružanje socijalnih usluga, ekološka održivost). Rješenje ovakvom problemu nazire se kroz razvoj mreže potpornih servisa, a isto je moguće provesti i kroz tematske mreže koje rade s ciljanom skupinom hrvatskih branitelja i stradalnika Domovinskog rata te članova njihovih obitelji, sve kako bi se pružile potrebne informacije, omogućila edukacija i stvaranje potrebnih vještina te razmjena iskustava dobre prakse.

Zbog specifičnosti poslovnih modela i okruženja u kojima djeluju, društvenim poduzećima potreban je dulji vremenski period za ostvarivanje točke pokrića u usporedbi s tradicionalnim poduzećima. Upravo zato pristup pružanju podrške od strane potporne organizacije treba biti dugoročniji kako bi se ostvarili planirani učinci. Dodatno, potporna organizacija treba imati značajne kapacitete i resurse za integraciju očekivanog utjecaja u modele nefinancijske i

financijske podrške društvenim poduzećima te za mjerenje i upravljanje utjecajem u skladu sa strategijama intervencije i ulaganja.

Društveno poduzeće mora ostvariti ekonomski održivo poslovanje, kao i pozitivan, mjerljivi društveni i okolišni utjecaj, stoga potporne organizacije trebaju imati kompetencije za pružanje specifične podrške kroz edukaciju, savjetovanje i mentorstvo vezano uz tri ključna područja razvoja društvenog poduzeća: društveni i okolišni utjecaj, financijska održivost i organizacijska otpornost.

Osim edukacije i razvoja potrebnih vještina, uloga potpornog sustava za razvoj društvenog poduzetništva jest i ostvarivanje diversifikacije izvora financiranja društvenog poduzeća kroz savjetovanje tijekom procesa izrade strategije za prikupljanje sredstava, kao i procesa prikupljanja sredstava. Podrška treba biti usmjerena na razvoj strategije modela prihoda i utjecaja društvenog poduzeća zasnovanih na odnosu očekivanog utjecaja i očekivanog financijskog povrata.

U travnju 2018. godine osnovana je i prva neformalna Hrvatska mreža društvenih poduzetnika, a njeno osnivanje potaknuto je sljedećim ciljevima: povećavanje institucionalne prepoznatljivosti i javne vidljivosti društvenih poduzetnika i njihovog utjecaja na stvaranje i donošenje javnih politika u vezi s razvojem društvenog poduzetništva u Hrvatskoj i Europskoj uniji te unaprjeđivanje osobnih, odnosno organizacijskih sposobnosti, mogućnosti i prilika društvenih poduzetnika u Hrvatskoj. Potrebno je njegovati ovakve organizacije i pomoći im u održanju i ispunjenju zadanih ciljeva.

U Tablici 6. prikazani su oblici pružanja nefinancijske potpore s objašnjenjem uloga organizacije i preduvjeta koje mora ostvariti kako bi mogla uspješno izvršavati predviđene uloge.

Tablica 6. Oblici pružanja nefinancijske potpore društvenim poduzećima (European Commission, 2016).

Vrsta	Uloga	Preduvjeti
Potporna organizacija	Pružna specifičnu i/ili opću podršku društvenim poduzećima i obuhvaća niže navedene organizacije	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Kompetencije i alati poslovnog planiranja, razvoja strategije i upravljanja ✓ Kompetencije financijskog modeliranja i prikupljanja sredstava ✓ Iskustvo s transakcijama ulaganja i umreženost s

		<ul style="list-style-type: none"> ulagateljima u društvena poduzeća ✓ Iskustvo u razvoju organizacije ✓ Uspostavljena mreža mentora i trenera ✓ Kompetencije u mjerenju i upravljanju utjecajem ✓ Kapacitet za dugoročno podržavanje društvenih poduzeća ✓ Dostatni i održivi izvori financiranja za djelovanje organizacije
Inkubator	Podržava potencijalna i nova poduzeća u razvoju ideje i pokretanju poslovanja	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Kompetencije i alati poslovnog planiranja i razvoja strategije ✓ Kompetencije financijskog modeliranja ✓ Uspostavljena mreža mentora i trenera ✓ Kapacitet za podržavanje velikog broja potencijalnih i novih društvenih poduzeća ✓ Prostor za rad
Akcelerator	Podržava postojeća poduzeća u ubrzavanju rasta poslovanja	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Kompetencije i alati razvoja strategije i upravljanja ✓ Kompetencije financijskog modeliranja i prikupljanja sredstava ✓ Iskustvo s transakcijama ulaganja ✓ Uspostavljena mreža mentora i trenera ✓ Uspostavljeni učinkoviti načini prepoznavanja društvenih poduzeća s potencijalom za rast ✓ Kompetencije u mjerenju i upravljanju utjecajem
Posrednik	Povezuje poduzeće s ulagateljima, stručnjacima i kupcima	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Kompetencije financijskog modeliranja ✓ Iskustvo s transakcijama ulaganja ✓ Znatna umreženost s različitim vrstama ulagatelja u društvena poduzeća ✓ Uspostavljen sustav za pronalaženje društvenih poduzeća spremnih za ulaganja ✓ Program povećanja spremnosti za ulaganja (ako je potrebno)

12. Omogućiti ciljanoj skupini novi način pozitivnog utjecaja na zajednicu

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

poslovne djelatnosti radi ostvarivanja društveno korisnih ciljeva, a njihovo djelovanje doprinosi stvaranju društvenog i socijalnog okruženja koje tada indirektno utječe na gospodarski rast.

13. Uspostaviti egzaktni i neovisni sustav mjerenja uspješnosti implementacije društveno-poduzetničkih načela

Proces mjerenja društvenog utjecaja zahtijeva od poduzeća i zadruga da svoj utjecaj u lokalnoj zajednici procjenjuju kroz kombinaciju okolišne, društvene i ekonomske dimenzije. Da bi proces mjerenja društvenog i okolišnog utjecaja u lokalnoj zajednici mogao biti implementiran, potrebno je dubinsko razumijevanje upravljačkog tijela o metodologiji provedbe te transparentnoj diseminaciji rezultata mjerenja. Za poduzeće ili organizaciju civilnog društva koja provodi društveno-poduzetničku djelatnost izuzetno je važno izvještavanje, kako bi njihova i vanjska (lokalna zajednica, mediji, korisnici, kupci i sl.) i unutarnja javnost (zaposlenici, volonteri) saznale što je učinjeno.

Prihvaćeni model izvještavanja o ovoj praksi je takozvani model trostruke bilance (*Triple Bottom Line Reporting*) prema kojem se na kraju godine ne sastavlja samo izvješće o poslovanju, već i o utjecaju poduzeća na okoliš i na društvo. Ovakav se izvještaj najčešće priprema po smjernicama Globalne inicijative o izvještavanju (*Global Reporting Initiative*) čija je uloga specificirati preduvjete i principe izvještavanja koje organizacija mora pratiti kako bi osigurala transparentnost u postizanju ciljeva održivog razvoja – razvoja koji zadovoljava trenutne potrebe organizacije bez kompromitiranja budućih generacija u zadovoljenju njihovih potreba (Global Sustainability Standards Board, 2022).

Sustav mjerenja i upravljanja utjecajem doprinosi poboljšanju poslovnih modela i učinkovitosti društvenog poduzeća te povećava povjerenje ulagatelja i drugih relevantnih dionika. *The Impact Management Project*, forum za izgradnju globalnog konsenzusa o mjerenju i upravljanju utjecajem, uspostavio je standarde koji omogućuju društvenim poduzećima, potpornim organizacijama i ulagateljima postavljanje ciljeva, mjerenje, izvještavanje, usporedbu i poboljšanje ostvarivanja utjecaja na društvo jer je mjerenje utjecaja na razvoj društva znatno kompleksniji proces nego mjerenje postignuća financijskih ciljeva. Ti standardi, odnosno 5 dimenzija i 15 kategorija utjecaja koje poduzeće može imati na društvo, prikazani su u Tablici 7.

Tablica 7. Dimenzije društvenog utjecaja poduzeća ([Impact Frontiers](#)).

Dimenzija utjecaja	Kategorija utjecaja
ŠTO? Koji su učinci koje organizacija ostvaruje i koliko su važni dionicima?	1. Učinak u vremenskom periodu 2. Važnost učinka za dionike 3. Minimalni potrebni učinak 4. Ciljevi održivog razvoja i ciljani rezultati
TKO? Koji su dionici obuhvaćeni učincima i u kakvoj su poziciji bili prije ostvarenog učinka organizacije?	5. Dionici 6. Geografsko područje dionika 7. Početna točka ili vrijednost koja se koristi za usporedbu 8. Karakteristike dionika
KOLIKO? Koliko je dionika obuhvaćeno, kakav su stupanj promjene iskusili i u kojem periodu?	9. Raspon utjecaja 10. Dubina utjecaja 11. Trajanje utjecaja
DOPRINOS Je li djelovanje organizacije polučilo rezultate bolje od uobičajenih (bez njenog djelovanja)?	12. Dubina doprinosa 13. Trajanje doprinosa
RIZIK Koja je vjerojatnost da će ostvareni utjecaj biti drukčiji od očekivanog?	14. Vrsta rizika 15. Razina rizika

14. Javna priznanja i događanja koja će promovirati društveno poduzetništvo u braniteljskoj populaciji i šire

Kako bi se društveno poduzetništvo promoviralo među hrvatskim braniteljima, ali i ostalim stanovništvom, poželjno je organizirati sustav nagrađivanja te javna događanja koja promiču dobrobiti društvenog poduzetništva i populariziraju uspješne društvene poduzetnike kao uzor ostalima koji se još nisu upoznali ili ohrabрили na ulazak u poduzetničke vode. Primjeri nagrada i javnih događanja koji se mogu koristiti u navedene svrhe:

- Dodjela godišnje nagrade za najbolje društvene poduzetnike iz ciljane skupine hrvatskih branitelja i stradalnika Domovinskog rata te članova njihovih obitelji

- Dodjela godišnje nagrade za najbolja znanstvena istraživanja na području društvenog poduzetništva kako bi se prikupilo što više znanstvenih spoznaja koje će služiti za evaluaciju postojećih praksi i kreiranje daljnjih smjernica za razvoj društvenog poduzetništva
- Dodjela programa stipendije istraživačima društvenim poduzetnicima za promicanje i uspješno bavljenje društvenim poduzetništvom
- Organizacija obrazovnih programa (od jednodnevnih radionica preko tečajeva pa do zasebnog smjera na studijima ekonomije i poduzetništva) koje će za cilj imati jačanje poduzetničkih vještina, informiranje o društvenom poduzetništvu i umrežavanje potencijalnih i postojećih društvenih poduzetnika
- Organizacija drugih javnih događanja poput javnih foruma i tribina s ciljem razmjene iskustava (*community of practice*) i promocije društvenog poduzetništva.

Zaključak

Jedan od ključnih faktora za kvalitetu življenja pojedinca jest radna aktivnost jer rad omogućuje, ne samo financijsku sigurnost i resurse potrebne za življenje, već i zadovoljenje ljudske potreba za društvom, poštovanjem i samoaktualizacijom (samoostvaranjem). Podaci istraživanja o radnoj aktivnosti hrvatskih branitelja ruše učestale stereotipe o braniteljima kao skupini koja živi od visokih socijalnih primanja na račun ostatka stanovništva Hrvatske. Isti podaci upućuju da u braniteljskoj populaciji postoji znatan udio ljudi koji su još uvijek radno aktivni i imaju mogućnosti za uključivanje u programe za poticanje i razvoj društvenog poduzetništva.

Naglasak je stavljen na društveno poduzetništvo jer su društvena poduzeća prepoznata kao inovativne organizacije koje pronalaze adekvatna rješenja za različite društvene probleme i potrebe, a održivi razvoj koji neće štetiti budućim generacijama ili planeti Zemlji, ključan je za očuvanje društva. Vodeći se tom misijom nastala je Strategija razvoja društvenog poduzetništva u Republici Hrvatskoj za razdoblje od 2015. do 2020. godine čije su mjere i aktivnosti uključene su u Operativni program Učinkoviti ljudski potencijali 2014.-2020. Europskog socijalnog fonda (ESF), a iznos sredstava koji je na raspolaganju za provedbu strategije iznosi oko 37,6 milijuna eura.

Budući da društveno poduzetništvo ne uključuje samo financijske ciljeve poslovanja, već i društveni utjecaj, vuče za sobom komplikacije poput potrebe za sveobuhvatnim potpornim sustavima i složenim sustavom mjerenja postignuća ciljeva jer je puno teže mjeriti utjecaj na društvo nego izračunati profit i dobit poduzeća. Zato pri planiranju razvoja društvenog poduzetništva treba pomno isplanirati korake i pri tome uvažiti specifičnosti vezane uz društveno poduzetništvo opisane u smjernicama za razvoj javnih politika. Istovremeno treba uzeti u obzir i specifičnosti braniteljske populacije koja je svojim doprinosom i žrtvom zaslužila biti ciljana skupina razvoja društvenog poduzetništva kako bi kroz radnu aktivnost povećali kvalitetu življenja hrvatskih branitelja istovremeno povećavajući kvalitetu društva u kojem živimo. Neki od faktora izneseni su u ovom dokumentu kao smjernice za razvoj javnih politika te mogu poslužiti kao početna točka u razvoju društvenog poduzetništva među hrvatskim braniteljima i stradalnicima iz Domovinskog rata te članova njihovih obitelji.

Literatura

1. Babić, Z. (2022). Uz Dan hrvatskih branitelja. Hrvatski branitelji borili su se i za 'hrvatske nogometne ratnike'. <https://www.glas-koncila.hr/uz-dan-hrvatskih-branitelja-hrvatski-branitelji-borili-su-se-i-za-hrvatske-nogometne-ratnike>
2. Deloitte (2018). Social Investment Leveraging Index - Investing for Impact in Central and Eastern Europe.
3. ESEP Consortium (2015). Ex-ante assessment report for Croatia – Financial Instruments: Business Competitiveness, Employment, Social Enterprise.
4. European Commission (2013). Peer Review in Croatia: Social entrepreneurship and other models to secure employment for those most in need.
5. European Commission (2014). A map of social enterprises and their eco-systems in Europe. Country Report: Croatia. Directorate-Generale for Employment, Social Affairs and Inclusion – Report submitted by ICF Consulting Services.
6. European Commission (2016). A recipe book for social finance: A practical guide on designing and implementing initiatives to develop social finance instruments and markets, Luxembourg.
7. Global Sustainability Standards Board (2022). Consolidated Set of the GRI Standards.
8. Impact Frontiers <https://impactfrontiers.org/norms/>
9. Korosec, R. L. i Berman, E. M. (2006). *Municipal Support for Social Entrepreneurship*. *Public Administration Review*, 66 (3), 448–462.
10. Miletić, G.M. i Pokos, N. (2022). Radna aktivnost branitelja: iskustva i stavovi o mjerama na tržištu rada. Zagreb: Institut društvenih znanosti Ivo Pilar.
11. Ministarstvo rada, mirovinskog sustava, obitelji i socijalne politike (2014). Strategija borbe protiv siromaštva i socijalne iskorištenosti u Republici Hrvatskoj (2014. – 2020.).
12. NESsT <https://www.nesst.org/>
13. OECD (2016), Boosting social entrepreneurship and social enterprise creation: Unlocking the potential of social enterprises in Croatia.
14. Operativni program Konkurentnost i kohezija 2014. – 2020. Republika Hrvatska.
15. Operativni program Učinkoviti ljudski resursi 2014. – 2020. Republika Hrvatska.

16. Rainey, H. i Steinbauer, P. (2002). *Galloping Elephants: Developing Elements of a Theory of Effective Government Organizations*. U: *Public Administration: Concepts and Cases*, ur. Stillman, R., 299 – 319, Boston: Houghton Mifflin.
17. *Strategija razvoja društvenog poduzetništva u Republici Hrvatskoj za razdoblje od 2015. do 2020. godine* (2015). Zagreb.
18. Šimleša, D., Puđak, J., Majetić, F., Bušljeta - Tonković, A. (2015). *Mapping New Horizons – report on the state of social entrepreneurship in Croatia 2015*. Zagreb: Institut društvenih znanosti Ivo Pilar.
19. Šučur, Z., Babić Z. i Ogresta, J. (2017). *Demografska i socioekonomska obilježja hrvatskih branitelja. Prema Popisu stanovništva, kućanstava i stanova 2011. godine*. Zagreb: Ministarstvo hrvatskih branitelja i Državni zavod za statistiku.
20. Tišma, S., Maleković, S., Jelinčić, D., Mileusnić Škrčić, M. i Keser, I. (2022). *From Science to Policy: How to Support Social Entrepreneurship in Croatia*. *Journal of Risk and Financial Management*. 15. 23. 10.3390/jrfm15010023.
21. Varga, E. (2017). *Social Enterprise Ecosystems in Croatia and the Western Balkans. A Mapping Study of Albania, Bosnia & Herzegovina, Croatia, Kosovo, FYR Macedonia, Montenegro and Serbia*. NESsT.
22. Vidović, D. (2012). *Društveno poduzetništvo u Hrvatskoj*. Doktorska disertacija. Sveučilište u Zagrebu: Filozofski fakultet.
23. Vidović, D. i Baturina, D. (2016). *Social Enterprise in Croatia: Charting New Territories*. ICSEM Working Paper.
24. Vlada Republike Hrvatske (2015). *Nacionalna strategija razvoja socijalnog poduzetništva 2015. - 2020*.
25. *Zakon o hrvatskim braniteljima iz Domovinskog rata i članovima njihovih obitelji*. NN 121/17, 98/19, 84/21 – na snazi od 31.07.2021.
26. Živković, S. i Petričević, T. (2019). *Priručnik o društvenom poduzetništvu za poduzetničke potporne institucije*. Zagreb: WYG Savjetovanje d.o.o.
27. Steiner, A., Jack, S. i Farmer, J. (2009). *Who are the Social 'Entrepreneurs' and What Do They Actually Do?*. *Frontiers of Entrepreneurship Research*. Boston: Babson College.

Za više informacija o korisniku:
Zbor udruga veterana hrvatskih gardijskih postrojbi, Avenija Dubrava 220,
10 000 Zagreb, 091/883-4176,
www.zuvhgp.hr, zuvhgp@gmail.com

Za više informacija o EU fondovima:
www.strukturnifondovi.hr
www.esf.hr