

*Marija Tolušić<sup>104</sup>*  
*Maja Haršanji<sup>105</sup>*  
*Dora Kujek<sup>106</sup>*

## MOĆ SOCIJALNOG PODUZETNIŠTVA U NAPRETKU DRUŠTVA

Izvorni znanstveni rad  
<https://doi.org/10.59014/XLUC3220>

### Sažetak

Cilj je ovoga rada prikazati ulogu i utjecaj socijalnog poduzetništva u razvoju zemalja Afrike te ujedno otkriti može li ono biti jedan od ključnih čimbenika za razvoj siromašnih država, društava i zajednica. U radu su obuhvaćeni teorijski aspekti socijalnog poduzetništva, a dodane su povijesno važne činjenice kako bi se prepoznalo što je dovelo do trendova danas i što će dovesti do potencijalnih trendova u budućnosti. Metodologija rada temelji se na pregledu relevantne i recentne literature, a empirijski dio na prikazu rezultata provedenog dubinskog intervjua s dvoje ispitanika. Ovim se radom otkriva važnost fenomena socijalnog poduzetništva, socijalnih poduzeća i socijalnih poduzetnika u državama Afrike. U empirijskom istraživanju potvrđuje se da je socijalno poduzetništvo jedan od ključnih čimbenika za razvoj i napredak država na afričkom kontinentu te da ključna uloga u pokretanju socijalnih promjena i rješavanju društvenih problema pripada lokalnom stanovništvu iz kojega se onda prelijeva na sve razine društva i države.

**Ključne riječi:** Afrika, Republika Benin, socijalno poduzetništvo, socijalno poduzeće, socijalni poduzetnik

104 Akademija za umjetnost i kulturu u Osijeku, Sveučilište J.J. Strossmayera u Osijeku, tolusicmarija@gmail.com

105 Akademija za umjetnost i kulturu u Osijeku, Sveučilište J.J. Strossmayera u Osijeku, mharsanji@aukos.hr

106 Diplomantica Akademije za umjetnost i kulturu u Osijeku, Sveučilište J. J. Strossmayera u Osijeku, dkujek7@gmail.com

## Uvod

Afričke države većim dijelom uvijek su bile one države koje je ostatak svijeta objektivno promatrao kao manje razvijene, a i dalje su nadahnuće mnogim osobama koji izvor svojeg djelovanja pronalaze u pružanju pomoći onima na margini društva. No, temeljno i važnije pitanje koje se u ovom radu postavlja jest kako si ljudi u Africi mogu međusobno pomoći, dok cijeli svijet predugo promatra kako može pomoći Africi. Istraživanje uloge i utjecaja socijalnog poduzetništva za napredak društva u državama Afrike, pokušaj je pronalaženja odgovora. Dakle, važnost ovog istraživanja proizlazi iz prepoznavanja mogućnosti u kojoj bi pojedinac pošao od samoga sebe i samoinicijativno unaprijedio sve oko sebe, s nižih razina na više. Prije svega, u ovome se istraživanju nastoji otkriti što koncept socijalnog poduzetništva znači za određeno društvo, regiju i državu, a onda se stavlja naglasak na Afriku, koja je kao i svaki kontinent uvjetovana povijesnim razvojem, klimom i kulturnim čimbenicima. Odnosno, u ovome se radu istražuje ima li socijalno poduzetništvo perspektivu biti jedan od ključnih čimbenika za razvoj afričkih država. U empirijsko istraživanje uključeni su ispitanici iz jedne od zapadne afričke države, Republike Benin. Teorijske implikacije upućuju na općenitu terminološku složenost pojma socijalnog poduzetništva koje se nadovezuje na dodatnu konceptualnu složenost i razlike među kontinentima. Razlika je iskazana kroz kulturološke, povijesne i lokalne specifičnosti mjesta, no može se potvrditi da su karakterne crte socijalnih poduzetnika univerzalno identične. Nadalje, praktične implikacije pokazuju da socijalno poduzetništvo može biti jedno od rješenja u poticanju razvoja afričkih država. Osim toga, potvrđeno je da ključnu ulogu u pronalaženju takvih rješenja ima upravo lokalno stanovništvo.

## Fenomen socijalnog poduzetništva

Socijalno poduzetništvo smatra se jednim od fenomena 21. stoljeća (Škrtić i Mikić, 2007; Zrilić i Širola, 2014; Šimunić Rod, Bursać i Vreš, 2021), no ono ima puno uži i širi kontekst terminološkog definiranja. Povijesno gledano, ono je postojalo od početka postojanja čovječanstva, no terminološki se konkretiziralo tek u 20. stoljeću. Ususret razumijevanju značenja termina u teoriji i praksi, postavlja se pitanje zašto većinski procvat

doživljava tijekom tehnološkog napretka čovječanstva. Socijalno poduzetništvo ne negira važnost istog, nego postaje izvor postavljanja većeg pitanja, odnosno koja je uloga čovjeka nakon što strojevi profunkcioniraju. Je li potrebno unaprjeđivati tehnologiju na izvanredan način i pritom zaboraviti na ljudskost ili imati izvanrednu ljudskost koje će postati temelj za izgradnju poslovanja, unaprjeđenje ekonomije i pravovaljan doprinos napretku svijeta? Pitanje moći u ovom radu primarno je iskazano u navedenim perspektivama.

Osim važnosti socijalnih poduzetnika kao teoretičara i socijalnih poduzetnika u praksi, prethodili su modeli. Još u 19. stoljeću javlja se The Carnegie model koji donosi „filantropiju dužine ruke“ ili „znanstvenu filantropiju“ u cilju maksimiziranja financijske koristi. Kasnije, početkom 20. stoljeća dolazi The Rosenwald model u cilju dugoročnog razvoja tržišta, a troškovi su se smatrali „potopljenim troškovima“. Sve dok se 60-ih godina pojavio The Norris model kao oblik kontrole podataka korporacije čiji troškovi smatrali su se „ulaganjima“ (The Institute for Social Entrepreneurs, 2008:4-5). No, jedni od predvodnika u svijetu socijalnog poduzetništva bili su Bill Drayton i Gregory Dees. Dees (2001) promatra socijalno poduzetništvo kroz one bez kojih ovaj fenomen ne bi ni postojao, a to je kroz ljudski element i pokretače društvenih promjena, socijalne poduzetnike. Vidović (2014) prema Zrilić i Širola (2012:23) objašnjava njegove uvide i naglašava kako je to oblik poduzetništva s etičkim integritetom, a ima cilj maksimiziranja društvene vrijednosti dok u istom kontekstu privatne vrijednosti ili profit nisu toliko značajni. Osim njih, Muhammad Yunus 1976. godine otvara banku za siromašne pod nazivom *Grameen Bank* čiji je cilj bio smanjenje siromaštva kroz specifičan model financiranja poslovnih pothvata i poticanja socijalnog poduzetništva. Ubrzo nakon njega, Drayton u zemljama Sjeverne Amerike i Velike Britanije osmišljava inicijativu kojom se razvija pojam i oblik socijalnog poduzetništva. Doprinos je bio u osnivanju zaklade „Ashoka: Inovatori za javnost“, što je služilo kao platforma za pružanje potpore socijalnim poduzetnicima (Škrtić i Mikić, 2007).

Unatoč izlasku iz komunističkog režima, novi oblici sloboda donijeli su sa sobom nove probleme među kojima su i posljedice urbanizacije. Ubrzano iseljavanje iz ruralnih područja u gradove dovelo je do pretrpanosti gradova i velikog postotka siromašnih. Posljedice svega navedenog bila je pojava i razvoj socijalnog poduzetništva. Ono je postalo sjecište „svjetski“

kompleksnih problema. Nove vrste organizacija i modela prepoznati su kao potencijal za rješavanje takvih problema. Povijesne promjene dramatično su povećale kapacitet individualaca i grupa ljudi za rješavanje istih (Bornstein i Davis, 2010). Još jedan čimbenik, preko kojega socijalno poduzetništvo dobiva na važnosti i postaje oblik poduzetništva u kojem se prepoznaje mogućnost pronalaženja rješenja, došao je preko akademskih zajednica u Sjevernoj Americi gdje se prepoznavanjem značenja socijalnog poduzetništva unutar akademskih krugova počelo sve više govoriti o socijalnom obliku poduzetništva. Dees (2001) je smatrao kako su socijalni poduzetnici geniji svoje vrste i kako treba poticati mlade na ovu posebnu vrstu poduzetništva, a osobito one koji imaju temperament i kapacitet za vodstvo kakvo ono zahtijeva. Takvi pojedinci potrebni su kako bi doprinijeli društvenom napretku u 21. stoljeću. Razvoj fenomena socijalnog poduzetništva pokazuje kako ono ima vrlo važnu ulogu danas, a potencijalno i važniju u budućnosti. Drayton (2015) prema (Škrtić i Mikić, 2007:154) na domišljat je način izrazio rijetkost i potrebitost socijalnih poduzetnika rekavši kako „postoji mnogo kreativnih, altruističnih, etičnih ljudi s inovativnim idejama, no samo jedan od tisuću posjeduje i poduzetničku kvalitetu“ za najveće društvene promjene. U ovome se očituje posebnost socijalnih poduzetnika, a odraz toga je koliko su ljudi spremni pokušavati i ustrajati kako bi izvršili ulogu koja im je povjerena i imaju potreban kapacitet odgovornosti (Kedmenec, Rebernik i Perić, 2015). Drugi autori, kao što su Peredo i Mclean (2006), tvrde kako je ono multidimenzionalni konstrukt nastao presijecanjem određenih karakteristika koje uvjetuju socijalni poduzetnici jer su oni glavni pokretači inicijativa. Primarno, ovdje pripada njihova uravnotežena prosudba, koherentno jedinstvo svrhe i djelovanje bez obzira na složenost zadatka. Sekundarno, ističu se prepoznavanjem i iskorištavanjem prilika kako bi preko vrhunskog rezultata prikazali društvenu vrijednost koju žele pružiti. I konačno, u društvenom se okruženju izlažu riziku, inovativnosti i proaktivnosti. Drayton (2015) prema (Škrtić i Mikić, 2007:157) tvrdi da su ključne osobine socijalnog poduzetnika domišljatost s idejama kojima je cilj mijenjati sustav, kreativnost, suosjećanje, revolucionarski potencijal, visok moral, poduzetnička kvaliteta i vizija s kojom su povezani, a koja sugerira potrebnu tvrdoglavost u ostvarivanju misije. U sličnostima u temperamentu i karakteru, socijalni poduzetnici od tradicionalnih poduzetnika razlikuju u primarnim ciljevima, a kod socijalnih poduzetnika ključan je društveni utjecaj

koje tradicionalni poduzetnici nastoje izbjeći (Bornstein i Davis, 2010). Nadalje, Gusman (2017) smatra da „socijalni poduzetnici čine razliku u životima najpotrebitijih pojedinaca i zajednica u nepovoljnom položaju u Africi“. Također, oni pomažu u provođenju promjena u zajednicama kojima služe pronalazeći inovativna rješenja za mnoge izazove koji postoje u zemljama u razvoju.

### **Konceptualna razlika značenja socijalnog poduzetništva u Africi**

Koncept socijalnog poduzeća sve je više prepoznat i dovodi do promjena u cijelom svijetu, a osobito u Europi. Europska socijalna poduzeća, prema Baturina (2013), imaju probleme i izazove, a među njima je uzak raspon usluga koje socijalno poduzetništvo podupire pa se zato ono koristilo kao strategija za potporu drugim neprofitnim aktivnostima. Uspón u trendovima koji cijene humanost i etiku preplavljen je u cijelom aspektu socijalnog poduzetništva, no je li u socijalnom poduzetništvu budućnost razvoja ekonomije i rješavanje problema u društvu? Defourny (2008) prepoznaje kako Europska istraživačka mreža (EMES) u jednom od svojih istraživanja postavlja identično pitanje. Točnije, pitaju se je li razvoj socijalnog poduzetništva znak smanjenja blagostanja država ili upravo suprotno, može li ono doprinijeti tomu. Spear i Bide (2003), kako je navedeno u Defourny (2008:11), sugeriraju da će odgovor na to dati regulacije određene države. Oni tvrde da ako „javne vlasti ograniče svoje djelovanje na razvijanje kvazi-tržišnih politika i postave sve pružatelje usluga na jednakim ugovornim osnovama, ne uzimajući u obzir kolektivne beneficije koje pružatelji usluga stvaraju, postoji rizik da će se uloga socijalnih inovacija umanjiti kao i sposobnost pružanja odgovora na konkretne probleme“. Ako se dogodi suprotno i budu njegovali doprinos socijalnih poduzeća i poticali njegov razvoj, ono će doprinijeti javnom dobru. Europska komisija (ny) prema Klijn (2021) ističe kako u Europi postoji oko dva milijuna poduzeća socijalne ekonomije što predstavlja 10 % svih poduzeća i čiji je temeljni cilj maksimizirati socijalni, društveni i okolišni utjecaj, a ne povrat ulaganja. Nadalje, ističe se da je socijalno poduzetništvo budućnost, a socijalni poduzetnici imaju ključnu ulogu u tome jer bez njih nema pravih i dalekosežnih inicijativa. To vrijedi za Europljane, stoga je potrebno ispitati može li se na takav način gledati i na ostale kontinente, posebice

Afriku. Općenito, konceptualna razlika značenja socijalnog poduzetništva u Africi je drugačija, uključujući pritom i ostale preduvjete za razvoj takve vrste poduzetništva.

Na tragu prepoznavanja takvih problema i poticanja žena usmjeravanju u poduzetničke vode bio je Muhammad Yunus. Yunus (2009) je pomagao milijunima žena omogućivši im mikro-kredite te se tako borio protiv siromaštva u Bangladešu. To su bili počeci njegovih socijalnih inicijativa koje su kasnije dovele do socijalnih poduzeća, a u svojoj knjizi „Za svijet bez siromaštva – društvena poduzeća i budućnost kapitalizma“, uvjeren je da u socijalnim poduzećima postoji potencijal kojim se borba protiv siromaštva povećava na jednu novu i višu razinu. Oni su uvidjeli na koji bi način zamisli o socijalnim poduzećima u budućnosti mogle izgledati kao plod mašte ili nekakav san, naglasivši da novac ne može biti jedini ljudski motiv i pitali su se kako želja za činidbom velikih stvari za dobrobit svijeta ne može biti jednako snažan pokretač ljudskog ponašanja i djelovanja, odnosno da je važnije otkriti što socijalno poduzetništvo znači u kontekstu života u državama Afrike. Primarno značenje pretpostavlja nacionalnu povijest i lokalne specifičnosti kroz koje se socijalne inicijative mogu oblikovati. Kao što se može vidjeti u radu Baturine (2013:138), polazeći od tradicije SAD-a i Europe, uočava se različito oblikovanje socijalnog poduzetništva, a isto je prepoznato u varijabilnosti oblika organizacija koje se smatraju socijalnim poduzećima. Jednako tako, uočljiv je značaj kulturnih okolnosti kontinenta, regije ili države te kako oni uvjetuju način na koji će se razvijati socijalno poduzetništvo i iz kakvih će problema i pitanja nastati koncept socijalnih poduzeća. Iz tih primarnih postavki valja istaknuti kako Daka (2019) smatra da socijalnog poduzetništva u Africi nema bez principa „*ubuntu*“. To je bio princip ili temeljna vrijednost Afrikanaca u pred-kolonijalnom dobu, a kad je u pitanju poslovni svijet ostala je pretpostavka kako bi i taj svijet trebalo temeljiti na istim principima. U suštini ono ima značenje humanosti, a kao vrijednost nestala je procesom globalizacije. Koncept socijalnog poduzetništva važno je definirati i otkriti zbog prisutne dinamike moći. Kao države s brojnim društvenim problemima, među kojima je siromaštvo, afričke zemlje uvijek su bile one koje prihvaćaju znanje ili financijsku pomoć ostalih država. Jedan od najvećih afričkih problema jest nezaposlenost koja dovodi do sve većeg „odljeva mozgova“ (DeLuca i Nakato, 2015). Isto tako, obrazovni sustav ne proizvodi kvalificirane stručnjake za afričko tržište rada, a pri definiranju prikladne

definicije socijalnog poduzeća morat će se uzeti u obzir pitanja samosvijesti, kompleksa inferiornosti, kulture, baštine i identiteta. Tako će, ako ne bude mogla definirati što socijalno poduzetništvo znači u afričkom (vlastitom) kontekstu, biti primorana odreći se moći odlučivanja i rezultata projekata socijalnog utjecaja koji podržavaju identitetske vrijednosti. Jedan od jedinstvenih društvenih problema svojstvenog kontinentu Afrike je erozija afričke kulture i vrijednosti od kolonijalnih vremena do globalizacije pa bi tako afrički dugoročni povrat ulaganja bio neistinit ako temeljna pretpostavka nije afrička renesansa (Daka, 2019). Dobar primjer suradnje i nastojanja pružanja pomoći afričkom stanovništvu dolazi iz SAD-a i europskih zemalja što će kasnije biti prikazano kroz njihovo ulaganje u educiranje socijalnih poduzetnika. Prevladavajuće je poslovno razmišljanje u Africi koje navodno kategorizira socijalno poduzetništvo kao neobičan sklop razmišljanja ili poslovni čovjek ili socijalni radnik jer ne možete biti oboje, a to je društveni problem globalno (Casimir i Samuel, 2015). Iz takvog polazišta potrebno je utvrditi ostale probleme i poglede na socijalno poduzetništvo i socijalne poduzetnike u državama Afrike. Daka (2019) tvrdi da socijalno poduzetništvo i razvoj ne bi trebalo tako olako povezivati i smatrati rješenjem kad su u pitanju društveni problemi zemalja Afrike. Tvrdi kako razvojna teorija ima nedostataka u rješavanju socijalnih problema pa je potrebno oprezno prezentirati socijalno poduzetništvo kao rješenje afričkih problema, a razlog tome je što dolazi sa Zapada. S gledišta Južne Afrike, ali moglo bi se reći i cijelog kontinenta, potrebno se suočiti s izazovima ublažavanja siromaštva, problemima u obrazovanju i zdravlju, otvaranju novih radnih mjesta, pismenosti, itd. Jedna od mogućnosti povećanja razvoja socijalnog poduzetništva u Africi mogla bi biti uvođenjem u sveučilišta na većoj razini te pružanjem obuka na tom području, a onda i mentorstvima na koji način upotrijebiti stečene vještine u društvene svrhe (Visser, 2011). Neki od najvećih problema afričkih zemalja već su spomenuta nezaposlenost i rast populacije. Prema podacima iz 2017. godine (Chakravorti i Chaturvedi, 2019), Afrika je jedan od najmlađih kontinenata na svijetu s velikim porastom mlađe populacije što daleko nadmašuje Latinsku Ameriku i Aziju. Istovremeno u odnosu na Europu ima dvostruko veći postotak mlađe populacije, a uz nju stoje Oceanija i Sjeverna Amerika. Osim toga, pretpostavke su da će biti glavno tržište sljedeća tri desetljeća jer digitalni razvoj postaje iznimno važan u čemu pomaže pristup pametnim telefonima te tako poboljšava informacije o

potrošačima, resurse koji stvaraju nova radna mjesta i slično. Međutim, postoje negativne naznake stagniranja Afrike što nisu dobre naznake ni za gospodarski rast u budućnosti. Siromaštvo se povećalo, a prema nekim podacima (Wadhwa, 2018), 437 milijuna ekstremno siromašnih na svijetu živi u sub-saharskom području. Svjetska banka (2013) smatra kako će, ako se ne smanji broj siromašnih, i gospodarski rast ostati usporen sve do 2030. godine. Afrika će biti dom 90 % siromašnih, a iako se na globalnoj razini broj siromašnih smanjuje, to se ne odnosi na afričke zemlje. Osim toga, sub-saharsko područje u Africi broji najveći broj socijalnih poduzetnika izvan SAD-a i Australije. To su dobri pokazatelji o rastu socijalnog poduzetništva u Africi i ono se odnosi većinom na mlade ljude od 18 do 34 godina. No, istraživanje Global Entrepreneur Monitor (GEM, 2016:22) pokazuje da su afrički socijalni poduzetnici najmanje educirani u odnosu na ostatak svijeta. Pomoć u educiranju dolazi od strane sveučilišta i korporacija koje surađuju s afričkim institucijama i doprinose educiranju i mentorstvima budućih poduzetnika. Zbog birokracije i korupcije skoro 20 sub-saharskih država u Africi imaju najniži rezultat „lakoće poslovanja“ prema Svjetskoj banci. Siromaštvo, ograničen pristup financijama i nedostatak infrastrukture čini održivost i rast poduzeća teško ostvarivim. Studija na 384 socijalnih poduzeća u 19 sub-saharskih država u Africi pokazuje kako ekonomski i sociopolitički uvjeti utječu na definiranje socijalnih poduzeća u nekoj regiji (Rivera-Santos, Holt, Littlewood i Kolk, 2015). Istraživanje koje su proveli Mirvis i Googins (2018) pokazalo je snažnu povezanost između siromaštva zemlje i definiranja organizacije kao socijalnog poduzeća i usmjeravanja svojih proizvoda prema siromašnima. Osobito je važno istaknuti da je studija otkrila snažnu povezanost između plemenskog etničkog identiteta, usmjerenost na siromašne i uključivanje lokalne zajednice u odlučivanja vezana uz poduzeća. Može li uistinu otvaranje novih radnih mjesta dovesti do ekonomskog razvoja koji je više nego potreban u afričkim zemljama? Naime, socijalno poduzetništvo može biti rješenje za oba prisutna problema upravo zbog intrinzične međuovisnosti između socijalnog i ekonomskog razvoja. Čini se kao nevjerojatno rješenje stvoreno upravo za afrički kontinent. No, nije toliko jednostavno i previše je idealistično. Victoria (2017) navodi primjer kojim se dovodi u pitanje tvrdnja kojom se mnogi afrički poduzetnici prozivaju „socijalnim“ zato što stvaraju radna mjesta i profitiraju, a u suštini im to omogućuje imati za osnovne potrebe. Iako imaju pozitivan učinak, to je drugačiji način



utjecaja koji je potrebno razumjeti i definirati kad se govori o socijalnim poduzećima u Africi. Sve to govori da „*social*“ i „*business*“ imaju drugačije značenje u Africi od onog u Europi ili Americi. Inovativnost i preuzimanje rizika vrlo je visoka prepreka u siromašnim državama što za posljedicu ima teško uključivanje mladih u poduzetništvo i spremnost za rizik koje ono zahtijeva. Jednako tako ne postoji socijalna sigurnost pa je rizik puno veći u odnosu na druge kontinente gdje je u društvima prisutna određena razina sigurnosti. Neuspjeh tada znači da pojedinac nema mogućnost oporavka i to može dovesti u još dublje siromaštvo. Potrebno je istaknuti kako su mnogi koji žele graditi inovativna socijalna poduzeća u Africi vrlo vjerojatno još početnici. Još jedna negativna strana je što ovakav tip poduzetništva nije za više od 90 % populacije, a oni koji se počinju baviti time moraju imati potpuno drugačiji princip razmišljanja. Treba biti oprezan s poticanjem socijalnog poduzetništva bez pretpostavke što ono znači u lokalnom kontekstu. Uspješnije će biti ako ono bude potaknuto od strane nekoliko lokalnih pionira koji se lako adaptiraju u lokalni kontekst, a na čemu većina kvalitetnih inicijativa izvorno postoji i opstaje (Victoria, 2017). Među ostale probleme ubrajaju se otežan pristup struji, što uključuje otežan pristup internetu. Prema Ndegwa (2014) u Africi postoji potencijal za razvoj poduzetništva (a tako i socijalnog), no ono mora biti poticano od vlade. Kao jedna od najbrže rastućih ekonomija posljednjih godina, Afrika bi trebala imati ubranu strukturnu transformaciju koja će zahtijevati ulaganja koja bi dovela do promjena, a onda do potrebnog rasta i razvoja. Mnoge bi afričke zemlje trebale razumjeti potrebu za širenjem vlastitih izvora ekonomskog rasta dok održavaju aktivnosti koje stvaraju nove mogućnosti za ljude u njihovoj zemlji. Vladajući u državama Afrike trebali bi pružiti neku vrstu jamstva koja će promicati povoljno poslovno okruženje za poduzetnike provodeći konkretne politike. Uz prave politike i propise, poduzetnici u Africi moći će preuzimati proaktivniju ulogu u rješavanju izazova koja će onda dovesti do inovacija i konkurentnosti. Uz to, vlada će morati naučiti zadržati ljudski kapital i naučiti ići u korak s novim tehnologijama na tržištu jer u suprotnom ništa neće biti održivo, što su neke od pretpostavki. Uzrok nepoznavanja lokalne zajednice vidljiv je na sljedećem primjeru koji se dogodio u Keniji, a samo je jedna od mnogih posljedica koje učine stranci na tom području (DeLuca i Nakato, 2015). Naime, u Keniji je izgrađena škola koja stoji prazna i uopće se ne koristi u svrhe zbog kojih je izgrađena. No ne zato što učenika nema, nego je takva

škola višak. Izgradili su je ljudi koji ne poznaju lokalnu sredinu i probleme te tako nepotrebno uložili u izgradnju škole, a kasnije će biti srušena ili će je koristiti oni koji su je izgradili. Ovakvi primjeri prisutni su diljem Afrike. Rješenje za ovakve greške je prvotno poznavanje lokalnog konteksta i stanja stvari, a kad se uzme u obzir složenost afričkog kulturnog konteksta treba doći do ostvarivanja ideja ako se to ukaže potrebnim.

Vrlo se često u literaturi o afričkom poduzetništvu može doći do jednog zaključka, a to je da nastoje uputiti na razliku između socijalnog poduzetništva i dobrotvorne ustanove. Naime, Krige (2019) je objasnila zašto je tomu tako. Ona ta dva pogleda stavlja u dva suprotna spektra, odnosno dvije krajnosti, a to su oslanjanje na ekonomski razvoj koji potiče poduzetništvo i na socijalni koji demonstrira dobrotvorne ustanove i funkcionira preko dobročinstava. S pogledom u središte takva dva spektra, objašnjava kako je prostor između tih dviju krajnosti onaj u kojemu djeluje i razvija se socijalno poduzetništvo. Zato ono ne može stati u određenu definiciju već se proteže kroz središte objašnjavajući zašto su određeni socijalni poduzetnici orijentirani više društvenoj dimenziji ili profitabilnosti. Još jedno slično istraživanje (Elliot, 2019) provedeno je u Južnoj Africi te su se njime nastojali otkriti motivi bavljenja socijalnim poduzetništvom studenata na fakultetima u Južnoj Africi. Također, razlog zašto je provedeno prvotno jest u činjenici što obrazovne institucije u Africi nemaju programe kojima potiču studente da postanu socijalni poduzetnici. Svrha istraživanja bila je otkriti utjecaj spola, kulture, obiteljske pozadine bavljenja poduzetništvom o poticaju bavljenja socijalnim poduzetništvom, a uzorak se sastojao od 200 studenata Sveučilišta u Južnoj Africi. Studija je pokazala snažan utjecaj spola i kulture studenta u namjeri da postane socijalnim poduzetnikom, ali i istaknula važnost karakteristike koju bi socijalni poduzetnik trebao imati, a to je biti inovativan što je u tradicionalnom poduzetništvu manje važno. Osim toga, osjećaj za socijalni problem jednako je važan u želji da netko postane socijalni poduzetnik. Jednako tako da trenutačni modeli nisu dostatni u otkrivanju namjera ima li želju netko postati socijalni poduzetnik jer isključuju dva važna čimbenika, a to su vanjski čimbenici, osobni i okolišni. Unatoč tome što studija zahtijeva kritičniju interpretaciju, pokazalo je da ima vrijedan doprinos razumijevanju čimbenika koji pokreću namjeru da mladež Južne Afrike preuzme inicijativu i važnu ulogu bavljenjem socijalnim poduzetništvom. Iako afričke države neprestano rastu u populaciji, one zaostaju za tehnološkim napretkom.

Unatoč tome što podatci pokazuju da imaju ljude koji su spremni odgovoriti na važna tehnološka pitanja suvremenog doba, ne pronalaze rješenja za primarne probleme društva. Kao što je McGurn (1996) u Barić Đurđević (2022) rekao, umjesto razmišljanja o tome da je populacija prevelika za ekonomiju, bolje je reći da je stupanj razvoja ekonomije prenizak za populaciju, što je osobito neosporno za afričke zemlje i ujedno perspektiva iz koje treba polaziti, a onda izgrađivati.

## Rezultati istraživanja i rasprava

Elliot (2019:1) smatra da je poduzetništvo jedna od mogućnosti utjecanja na gospodarski razvoj Afrike zbog stvaranja bogatstva i smanjenja nezaposlenosti. Prema istraživanju provedenom 2021. godine (Kujek, 2021), nastojala se otkriti razina zastupljenosti i važnosti socijalnog poduzetništva u zemljama Afrike i to na primjeru Republike Benin. Jednako tako, postavlja se pitanje mogu li civilni sektor i građani biti pokretači društvenog razvoja reagiranjem na probleme i osnaživanjem na području socijalnog poduzetništva, ali čije djelovanje treba biti podržano od strane vladajućih. Jedan od ciljeva istraživanja bilo je nastojanje otkrivanja stupnja ulaganja u obrazovanje na tom području u odnosu na SAD i Europu. Nakon svega toga, ispituje se je li socijalno poduzetništvo djelomično rješenje za osnaživanje i razvijanje zemalja Afrike, na primjeru Republike Benin. Svrha ovoga istraživanja jest otkriti može li „novo-rastući fenomen“ socijalnog poduzetništva biti jedan od ključnih čimbenika u razvoju neke države, a osobito onih koje nisu dovoljno razvijene i većinski se izbjegavaju ako ih pojedinac iz dobrotvornih razloga ili turistički (ako je to moguće) ne posjeti. Na primjeru Republike Benin, kao jedne od država u zapadnoj Africi, nastojalo se otkriti realnost i pretpostavke socijalnog poduzetništva u lokalnom i državnom kontekstu. Nadalje, istražuje se koliko se stanje na društvenoj razini mijenja i razvija te utječe li socijalno poduzetništvo na pozitivne promjene i ishode te koliko na taj način afričke zemlje mogu izravno ili neizravno doprinijeti razvoju ostatka svijeta – ako se o tome može govoriti na globalnoj razini. Istraživanje je provedeno dubinskim intervjuima s dvoje ispitanika iz Republike Benin. Naglasak je bio na državi u kojoj su ispitanici rođeni i o kojoj imaju saznanja te su svojim radom identificirani kao nositelji socijalnog poduzetništva u okruženju. S obzirom na to, ispitivanjem se nastojalo doći do informacija koje bi prikazale

pokazatelje zastupljenosti socijalnog poduzetništva u spomenutoj državi. Intervju se sastojao od deskriptivnih pitanja otvorenog tipa koja su omogućavala sudionicima slobodan odgovor, a potpitanja su služila za pojašnjenje, navođenje ili vraćanje na temu. Potrebno je naglasiti da, koliko je poznato, ne postoje slično provedena istraživanja.

Dakle, istraživanjem se najprije ispitalo je li upravo socijalno poduzetništvo jedan od ključnih čimbenika za razvoj i napredak zemalja afričkog kontinenta, posebice Republike Benin. Naime, afričke države imaju najviše društvenih problema i nedovoljno razvijene ekonomije. Prema nekim od suvremenijih razmišljanja, Klijin (2021) tvrdi da je socijalno poduzetništvo budućnost Afrike. Također, Sithole (2021) tvrdi kako je socijalno poduzetništvo presudno za razvoj Afrike, ali s potrebnim ulaganjem u educiranje i mentoriranje mladih. Ispitanici koji su sudjelovali u istraživanju dali su svoje odgovore u kojima potvrđuju pretpostavku da je socijalno poduzetništvo presudno za razvoj zemalja Afrike, no naglašava se kako je mogućnost za to veća u bivšim engleskim kolonijama kao što su Gana i Nigerija, u odnosu na bivše francuske kolonije među kojima je Benin. U vezi s tim, jedan od ispitanika smatra da napredak ovisi o državi i njezinom razvoju kroz povijest pa se ne može potvrditi da se taj učinak odnosi na cijeli kontinent. Različitim rječnikom, ali sugerirajući isto, drugi ispitanik potvrđuje da o povijesnom razvoju države ovisi i razvoj socijalnog poduzetništva unutar te države. Ispitanici govore da je Benin država u kojoj je najizraženije siromaštvo i u kojoj postoje obitelji koje dnevno preživljavaju na dolaru ili manje i iz toga proizlaze svi ostali problemi. Isto tako ne ide u susret što je ono bivša francuska kolonija čime se društveni razvoj odvija puno sporije. Maji i Adejoh (2016) proveli su studiju koja je potvrdila isto, odnosno istraživanjem stope siromaštva afričke populacije uvidjela se mogućnost rješavanja tog problema upravo kroz socijalno poduzetništvo. Zanimljivo je da je kod mladih ljudi u Africi prisutan porast poduzetničke kulture koji se unatoč poteškoćama biraju baviti socijalnim poduzetništvom kao svojim karijernim odabirom (Mastercard Foundation, 2018).

Nadalje, većina afričkih zemalja pripada najsiromašnijim zemljama svijeta (Proleksis enciklopedija, 2017). U mnogim afričkim zemljama prevladava siromaštvo, nezaposlenost i općenito negativne društvene klime te nemogućnost vlada i institucija u pružanju odgovora na razna društvena pitanja i probleme, ali i dovoljno educiranja mladeži. S tim u vezi, iz aspekta

rješavanja društvenog problema, u istraživanju se ispituje je li preduvjet za izgradnju socijalnih poduzeća i poticanje socijalnog poduzetništva upravo educiranje mladih. Naime, visoku razinu mlade populacije potrebno je usmjeriti pravim edukacijama, a afričkim zemljama u tome pomažu europske i američke institucije, odnosno međunarodne organizacije, osobito dobrotvorne. Visser (2011) je uvidio važnost takvog stava, pružanjem obuka u navedenim državama na tom području, a onda i mentorstvima kako bi se stečene vještine upotrijebile u društvene svrhe. Osim toga postoje fondacije kao što je *Youth of Technology Foundation* koja mladima i ženama omogućuje edukacije praktičnih životnih i poslovnih vještina kako bi se zaposlili u lokalnim tvrtkama. Dakle, postoji svijest, što je neupitno, no ispitanici iz Benina naglasili su da nije problem nedostatka obrazovanja (iako se u razdoblju nakon što je država postala neovisna 70-ih godina 20. stoljeća djeca nisu mogla obrazovati) jer vlada ulaže u obrazovanje mladih, no na nacionalnoj je razini prisutna loša politika planiranja poslovnih i razvojnih potreba država, odnosno loših strategija za razvoj. Kao posljedice, mnogi mladi ljudi završe studije, ali nisu potrebni državi te je prisutan „odljev mozgova“ (DeLuca i Nakato, 2015). Jedan od ispitanika pripada etničkoj skupini Joruba, najvećoj etničkoj skupini u Africi. To je etnička skupina koja među prioritetima ima obrazovanje djece, bez obzira na to što nemaju dovoljno sredstava za tu svrhu unatoč boljim životnim uvjetima koji uključuju pristup vodi i električnoj energiji. Ispitanici tvrde da Vlada u Beninu posljednjih godina radi na poticanju bavljenja socijalnim poduzetništvom. Osim toga, nevladine udruge upravljaju socijalnim problemima, a na općinskim razinama postoje Centri za socijalnu promidžbu koji se bave socijalnim pitanjima i na temelju socijalnih pitanja odlučuje se o službi stanovništva. Na primjeru Benina može se reći da postoje vanjski poticaji mladima za bavljenje socijalnim poduzetništvom u onoj koncepciji koja je razumljiva za kontekst života, kulture i sl., a edukacije su prisutne u određenoj mjeri, međutim jedna manjkavost je što ovakav tip poduzetništva nije za više od 90 % populacije, a oni koji se počinju baviti time moraju imati drugačiji princip razmišljanja. U vezi s navedenim, pretpostavka da se educiranjem mladih pridonosi izgradnji socijalnih poduzeća i potiče socijalno poduzetništvo ipak se ne može potvrditi budući da se educiranjem ne može izgraditi ništa ako ne postoje unutarnji motivi i određene karakteristike svojstvene socijalnim poduzetnicima.

Nerazvijenost afričkih država i posljedice takvih stanja dovode do mnogih dobrotvornih inicijativa iz ostalih razvijenih država svijeta. U vezi s tim, potrebno je otkriti postoje li pojedinci, kao što su socijalni poduzetnici, spremni odgovoriti na probleme i u kojoj mjeri treba poticati njihove inicijative za rješavanje društvenih pitanja u lokalnim sredinama pa onda i državama, a ako nisu prepoznati unutar svojih država trebaju li takvi poticaji doći izvana. Važno je i koliko su oni prepoznati u društvu i od strane nadležnih u vladama i institucijama, a onda i od strane građana. Prema tome, u istraživanju se ispituje je li prepoznata je važnost socijalnih poduzetnika, odnosno ima li lokalno stanovništvo Benina važnu ulogu u pokretanju socijalnih promjena i rješavanju društvenih problema. Ispitanici iskazuju da su lokalni ljudi poduzetni kroz razne aktivnosti. U vezi s tim, može se reći da na nesvjesnoj razini ostvaruju socijalno poduzetništvo, ali najviše u duhu financijskih prihoda potaknutih zbog preživljavanja. S druge strane, navode se identične aktivnosti što govori o određenom nedostatku spremnosti na rizik. U tom smislu prepoznaju se lokalni problemi, ali očekuje se od država da odgovori na njih. Nedostaje duh altruizma pojedinaca čija bi djelovanja imala nacionalni utjecaj, a upravo taj altruizam je suština socijalnih poduzetnika. Ovo se lako može povezati s Yunus (2009), odnosno svijesti o ograničenim koncepcijama, a ističu se koncepcija zaposlenja koja u ljudskim bićima pronalazi samo pasivne izvršitelje, a ne aktivne stvaratelje i koncepcija poduzetništva koja ignorira kreativnost većine ljudi. To je stvarnost u Beninu. Postoji zadovoljstvo vlastitim interesima, a proces globalizacije je negativno utjecao na ljude koji su izgubili temeljne vrijednosti kao što su zajedništvo, obiteljski duh, briga za druge, požrtvornost. Sve to poznato je kao „*ubuntu*“ bez kojega socijalno poduzetništvo ne postoji, govorilo se pritom o Africi ili bilo kojem drugom kontinentu. Ovo potvrđuje pretpostavku da lokalno stanovništvo treba biti ono prvo koje će tražiti rješenja za vlastite društvene probleme (pritom vodilo to onda nečem većem kao što je poduzetništvo ili ne) jer stranac može promatrati mjesto samo kroz nedostatnu perspektivu zbog nepoznavanja načina odvijanja života na tom području i uz vlastite pretpostavke koje mogu biti pogrešne, poput već spomenutog primjera iz Kenije, gdje je izgrađena škola, ali nije nikada korištena jer nije bila potrebna gradnja škole na tom području. Jednako tako, mnogi afrički poduzetnici tvrde da su „socijalni“ zato što stvaraju radna mjesta i profitiraju, a to im zapravo

omogućuje imati samo za osnovne potrebe. I to je drugačiji način utjecaja koji je potrebno razumjeti kad se govori o socijalnim poduzećima u Africi. Konačno, ispitanici su potvrdili kako nije prepoznata važnost socijalnih poduzetnika na lokalnoj i državnoj razini. Tako su pretpostavili i prisjetili se pojedinaca koji jesu prepoznati (no, ne imenujući ih), ali to ovisi o političkoj klimi. Kao takvi, nisu dovoljno istaknuti i ne pridaje im se prevelik značaj. Socijalna poduzeća podržana su od strane vlade, bilo jesu li iz javnosti ili na području nevladinih organizacija, međutim podrška je ograničena. Odnosno, podrška ostaje isključivo administrativna i proračunska za javne organizacije kao što su centri za socijalnu promidžbu i usluge ili gradske socijalne usluge. U Beninu postoje dvije vrste socijalnih poduzeća: javna kategorija koja pruža javne usluge i ona privatna, kao što su nacionalne i međunarodne udruge i nevladine organizacije. Postoji međunarodna organizacija priznata diljem svijeta i to je *Terre des hommes Educo*, a djeluju i udruge Ujedinjenih Naroda koje su također međunarodne. Dakle, budući da je na nacionalnoj razini javni sektor važniji od privatnog ili građanskog sektora, Benin nije država u kojoj je socijalno poduzetništvo dovoljno razvijeno te se više promatra kroz djelovanja razmjerna lokalnim područjima.

## Zaključak

Istraživanje je potvrdilo da je socijalno poduzetništvo dugoročno održiv trend koji može pomoći razvoju država u Africi te da pomoć u razvoju dolazi od strane lokalnog stanovništva. Utvrđeno je da važnu ulogu u razumijevanju koncepta socijalnog poduzetništva ima nacionalna povijest, lokalne specifičnosti, kultura, geografska i klimatska obilježja mjesta, regije ili države. Naime, lokalno stanovništvo ima najtočniju percepciju na ono što socijalno poduzetništvo jest i što socijalna poduzeća jesu s obzirom na navedene datosti, a iz toga proizlaze mogućnosti za razvoj afričkih država upravo kroz taj oblik poduzetništva. To je prvo i najvažnije saznanje iz kojeg se može razmišljati o napretku i razvoju te biti poticaj za poduzetnost. Stoga, moć socijalnog poduzetništva proizlazi iz prepoznavanja važnosti lokalnog stanovništva, iz mogućnosti samozapošljavanja i zapošljavanja drugih, a može se reći da su socijalni poduzetnici oni koji „rađaju“ nove socijalne poduzetnike i tako to postaje trend koji može pomoći ostatku

društva i konačno državama u Africi. Dakako, istinska moć socijalnog poduzetništva proizlazi iz evanđeoskog stava Muhammeta Yunusa prema kojemu temelj poslovanja proizlazi iz altruizma; davanje novca društvu kroz milostinju treba transformirati u poslovne modele kako bi se novac vraćao i ponovno ulagao u nove poslovne modele za rješavanje društvenih problema.

Međutim, zaključci na razini cijelog kontinenta zahtijevaju veći broj ispitanika jer se ne mogu donositi samo na temelju jedne promatrane države na kojoj je istraživanje provedeno pa se navedeno ujedno smatra ograničenjem ovoga istraživanja. Stoga bi buduća istraživanja trebala, prije svega, obuhvatiti veći broj ispitanika iz različitih afričkih zemalja kako bi se dodatno ispitalo socijalno poduzetništvo te tako uočile sličnosti i razlike društvenih inovacija i poduzetništva u zemljama Afrike. Također, bilo bi zanimljivo istražiti i ograničenja razvoja socijalnog poduzetništva, kao i istražiti poduzetničku kulturu mladih u Africi.

## Literatura

- Barić Đurđević, M. (2022). Kontrola populacije – očekivanja i realnost, URL: <https://szz-hr.org/index.php/2022/04/11/kontrola-populacije-ocekivanja-i-realnost/> [pristup: 10.7.2021.]
- Baturina, D. (2013). Konceptualiziranje socijalnog poduzetništva i izazovi razvoja područja, *Ekonomska misao i praksa*, 22(1), 123-142.
- Bornstein, D., Davis, S. (2010). *Social Entrepreneurship: What Everyone Needs To Know*, New York: Oxford University Press.
- Casimir, A., Samuel E. (2015). Social work and the Challenge of Entrepreneurship in Africa, *Open Journal of Political Science*, 5, 155-165.
- Chakravorti, B., Chaturvedi, R.S., (2019). Research: How Technology Could Promote Growth in 6 African Countries URL: <https://hbr.org/2019/12/research-how-technology-could-promote-growth-in-6-african-countries> [pristup: 2.7.2021]
- Daka, E., (2019). URL: [www.shineafrican.com/2019/03/defining-socialentrepreneurship.html](http://www.shineafrican.com/2019/03/defining-socialentrepreneurship.html) [pristup: 25.6.2021.]
- Dees, G. (2001). The Meaning of Social Entrepreneurship, 1-5, URL: [https://centers.fuqua.duke.edu/case/wp-content/uploads/sites/7/2015/03/Article\\_Deas\\_MeaningofSocialEntrepreneurship\\_2001.pdf](https://centers.fuqua.duke.edu/case/wp-content/uploads/sites/7/2015/03/Article_Deas_MeaningofSocialEntrepreneurship_2001.pdf) [pristup: 30.6.2021]



- DeLuca, L., Nakato B. (2015). Social Entrepreneurship in Africa: What works, what doesn't – and why. URL: <https://www.seechangemagazine.com/social-entrepreneurship-africa-works-doesnt/> [pristup: 30.6.2021]
- Elliott, R. M. (2019). Social entrepreneurship as a catalyst to break the poverty trap: An analysis of the motivational factors in South Africa, *Acta Commercii*, 19(2).
- Global Entrepreneur Monitor (GEM) (2016). Special topic report Social entrepreneurship. Niels Bosma, N., Schøtt, T., Terjesen, S., Kew, P. URL: <https://www.gemconsortium.org/file/open?fileId=49542> [pristup: 30.6.2021.]
- Gusman, D. (2017). Social Entrepreneurs Are Changing Africa for the Better, URL: <https://riseint.org/social-entrepreneurs-changing-africa> [pristup: 30.6.2021.]
- Kedmenec, I., Rebernik, M., Perić, J. (2015). The impact of individual characteristics on intentions to pursue social entrepreneurship, *Ekonomski pregled*, 66(2), 119-137.
- Klijn, V. (2021). Social enterprises are the future: why we cannot afford to waste this crisis, URL: <https://euclidnetwork.eu/2021/01/social-enterprises-are-the-future-why-we-cannot-afford-to-waste-this-crisis/> [pristup: 26.6.2021.]
- Krige, K., (2019). The future is social entrepreneurship, URL: <https://www.socialenterprisebsr.net/2019/01/the-future-is-social-entrepreneurship-by-kerryn-krige-tedx/>, [pristup: 20.8.2021.]
- Kujek, D. (2021). Socijalno poduzetništvo kao preduvjet napretka i razvoja zemalja Afrike, Osijek: Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, Akademija za umjetnost i kulturu u Osijeku, diplomski rad. URL: <https://zir.nsk.hr/islandora/object/aukos%3A834> [pristup: 20.5.2022.]
- Maji, A., Adejoh, D. (2016). Exploring the Potentials of Social Enterprises for Poverty Alleviation in Nigeria and Cameroon in the 21st Century, *European Journal of Business and Management*, 8(28), 10-14.
- Mastercard Foundation (2018). Shaping the Future of Their Continent: Supporting Africa's Social Entrepreneurs. URL: <https://mastercardfdn.org/shaping-the-future-of-their-continent-supporting-africas-social-entrepreneurs/> [pristup: 26.6.2021.]
- Mirvis, P., Googins, B., (2018). Catalyzing Social Entrepreneurship in Africa: Roles for Western Universities, Ngos and Corporations, *Africa Journal of Management*, 4(1), 57-83.
- Ndegwa, H. K. (2014). Ways to Promote Entrepreneurship in Africa. URL: [https://www.academia.edu/8778977/Ways\\_to\\_Promote\\_Entrepreneurship\\_in\\_Africa](https://www.academia.edu/8778977/Ways_to_Promote_Entrepreneurship_in_Africa) [pristup: 26.6.2021.]
- Peredo A.M., McLean M. (2006). Social entrepreneurship: critical review of the concept, *Journal of World Business*, 41, 56-65.

- Proleksis enciklopedija (2017). Afrika, Leksikografski zavod Miroslava Krlež. URL: <https://proleksis.lzmk.hr/7053/> [pristup: 26.6.2021.]
- Rivera-Santos, M., Holt, D., Littlewood, D., Kolk, A. (2015). Social Entrepreneurs-hip in Sub-Saharan Africa. *Academy of Management Perspectives*, 29(1). 72-91.
- Sithole, B. (2021). Social Entrepreneurship – the key to Africa's growth?, The Africa Matters Podcast, URL: [https://www.listennotes.com/podcasts/the-africa-matters/social-entrepreneurship-the-S0he3KTmf\\_p/](https://www.listennotes.com/podcasts/the-africa-matters/social-entrepreneurship-the-S0he3KTmf_p/) [pristup: 26.6.2021.]
- Svjetska banka (2013). Africa Continues to Grow Strongly but Poverty and Inequality Remain Persistently High. URL: <https://www.worldbank.org/en/news/press-release/2013/10/07/africa-continues-grow-strongly-poverty-inequality-persistently-high> [pristup: 26.6.2021.]
- Šimunić Rod, V., Bursać, B., Vreš, K. (2021). Socijalno poduzetništvo kao izazov društvenih promjena: analiza socijalnog poduzetništva na primjerima iz prakse, *Obrazovanje za poduzetništvo / Education for entrepreneurship*, 11(1), 94-109.
- Škrtić, M., Mikić, M. (2007). O socijalnom poduzetništvu u svijetu i u Republici Hrvatskoj, *Zbornik Ekonomskog fakulteta u Zagrebu*, 5(1), 153-163.
- The Institute for Social Entrepreneurs (2008). Evolution of the social enterprise industry: A chronology of key events. URL: <https://socialent.org/documents/evolutionofthesocialenterpriseindustry--achronologyofkeyevents.pdf> [pristup: 26.6.2021.]
- Victoria (2017). Social Business in Africa: A reality check, URL: <https://makesenseorg.medium.com/social-business-in-africa-a-reality-check-b2ad478ba10f> [pristup: 26.6.2021.]
- Visser, K. (2011). Social entrepreneurship in South Africa: context, relevance and extent, *Industry and Higher Education*, 5(24), 233-247. URL: <https://www.socialchangeinnovators.com/site/templates/files/e09c5a226760f8faa-84132654bc92f50.pdf> [pristup: 26.6.2021.]
- Zrilić N., Širola D. (2014). Socijalno poduzetništvo – nova mogućnost zapošljavanja mladih u Hrvatskoj, *Zbornik Veleučilišta u Rijeci*, 2(1), 59-76.
- Wadhwa, D. (2018). The number of extremely poor people continues to rise in Sub-Saharan Africa. URL: <https://blogs.worldbank.org/opendata/number-extremely-poor-people-continues-rise-sub-saharan-africa> [pristup: 26.6.2021.]
- Yunus, M. (2009). Za svijet bez siromaštva: društvena poduzeća i budućnost kapitalizma, Zagreb: V.B.Z.

## THE POWER OF SOCIAL ENTREPRENEURSHIP IN PROGRESS OF SOCIETY

### Abstract

The aim of this paper is to show the role and influence of social entrepreneurship in the development of African countries and at the same time to find out whether it can be one of the key factors for the development of poor countries, societies and communities. The paper covers the theoretical aspects of social entrepreneurship, and historically important facts are added to recognize what has led to trends today and what will lead to potential trends in the future. The methodology of the work is based on a review of relevant and recent literature, and the empirical part is based on the presentation of the results of an in-depth interview with two respondents. This work reveals the importance of the phenomenon of social entrepreneurship, social enterprises and social entrepreneurs in African countries. Empirical research confirms that social entrepreneurship is one of the key factors for the development and progress of countries on the African continent and that the key role in initiating social changes and solving social problems belongs to the local population, from which it then spills over to all levels of society and the state.

**Keywords:** Africa, social entrepreneurship, social enterprise, social entrepreneurs, The Republic of Benin