

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Aleksandra Kopavnik

Socialno podjetništvo in zaposlovanje ranljivih skupin v Sloveniji

Diplomsko delo

Ljubljana, 2018

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Aleksandra Kopavnik

Mentorica:izr. prof. dr. Maša Filipovič Hrast

Socialno podjetništvo in zaposlovanje ranljivih skupin v Sloveniji

Diplomsko delo

Ljubljana, 2018

Zahvaljujem se svoji mentorici izr. prof. dr. Maši Filipovič Hrast za vso strokovno pomoč.

Iz srca hvala vsem »mojim«, ki ste me tako ali drugače podpirali v času mojega študija.

Socialno podjetništvo in zaposlovanje ranljivih skupin v Sloveniji

V podjetništvu se je razvila nova oblika delovanja, ki ji danes rečemo socialno podjetništvo. Njeno bistvo je izvajanje podjetništva za ljudi. Glavni motiv socialnega podjetništva ni dobiček, pač pa želja po novem načinu reševanja socialnih in gospodarskih problematik družbe. Socialno podjetništvo je pomembno za ustvarjanje novih delovnih mest za skupine ranljivih ljudi in opravljanje družbeno koristnih dejavnosti. V svojem diplomskem delu podrobno opredelim koncept socialnega podjetništva, s podrobnim pogledom z vidika socialnih podjetij, in primerjam socialno podjetništvo s klasičnim. V povezavi s tem se osredotočim na zaposlovanje ranljivih skupin ljudi, ki so tako ali drugače prikrajšani, predvsem v materialnem, finančnem, izobrazbenem in zaposlitvenem smislu. Predstavim zakonsko podlago socialnega podjetništva, ukrepe za spodbujanje socialnega podjetništva in strategije razvoja socialnega podjetništva. Na koncu izvedem manjšo raziskavo, kjer želim ugotoviti, kateri so motivi za registracijo socialnega podjetja ter katere ranljive skupine socialna podjetja zaposlujejo. Z analizo ciljev ugotovim, da je v Sloveniji neprimerljivo več socialnih podjetij tipa A kot pa tipa B. Bistvena ugotovitev mojega diplomskega dela je, da se podjetja bojijo, da bodo njihovi delovni procesi oteženi, če bodo v njih sodelovali ljudje, za katere velja, da niso konkurenčni na trgu dela.

Ključne besede: socialno podjetništvo, socialna ekonomija, ranljive skupine, zakonodaja.

Social entrepreneurship and employment of vulnerable groups in Slovenia

A new form has been developed in entrepreneurship, and it's called social entrepreneurship. Its essence is the implementation of entrepreneurship for people. The main motive for social entrepreneurship is not profit, but the desire for a new way of solving social and economic issues of society. Social entrepreneurship is important for creating new jobs for groups of vulnerable people and the provision of socially beneficial activities. In my thesis, I define in detail the concept of social entrepreneurship, with a detailed view from the perspective of social enterprise, I also compare social entrepreneurship with the classic entrepreneurship. In this context, I focus on the employment of vulnerable groups of people who are disadvantaged in one way or another, especially in material, financial, educational and employment sense. In my thesis I analyze the legal basis of social entrepreneurship, measures to promote social entrepreneurship, and the strategies for the development of social entrepreneurship. At the end of my thesis I carry out a small survey of social enterprises, where I would like to figure out the motives for registration of social enterprise and which vulnerable groups do social enterprises employ. By analyzing the objectives, I find out that Slovenia has more social enterprises of type A rather than type B. The main conclusion of my thesis is that companies fear, that their work processes will be more difficult if they will involve non competitive people, in the labour market.

Keywords: social entrepreneurship, social economy, vulnerable groups, legislation.

KAZALO VSEBINE

1 UVOD	8
2 SOCIALNO PODJETNIŠTVO	10
2.1 DEFINICIJE SOCIALNEGA PODJETNIŠTVA	11
2.2 SOCIALNI PODJETNIKI.....	14
2.3 PRIMERJAVA SOCIALNEGA PODJETNIŠTVA S KLASIČNIM PODJETNIŠTVOM	16
2.4 RANLJIVE SKUPINE	17
3 SOCIALNA EKONOMIJA	20
3.1 NEVLADNE ORGANIZACIJE IN PRIDOBITEV STATUSA SOCIALNEGA PODJETJA	22
3.2 EU NA PODROČJU SOCIALNEGA PODJETNIŠTVA.....	24
3.2.1 Ukrepa EU	26
4 ZAKONSKA PODLAGA SOCIALNEGA PODJETNIŠTVA V SLOVENIJI	28
4.1 UKREP ZA SPODBUJANJE SOCIALNEGA PODJETNIŠTVA	31
4.1.1 Ključni akterji/deležniki na področju spodbujanja socialnega podjetništva.....	33
5 RAZISKOVALNI DEL DIPLOMSKEGA DELA	37
5.1 METODOLOGIJA	37
5.2 UGOTOVITVE RAZISKAVE	39
5.2.1 Zaposlovanje ranljivih skupin	42
6 ZAKLJUČEK	45
7 VIRI	48
PRILOGE	53
PRILOGA A: PRVO ELEKTRONSKO SPOROČILO	53
PRILOGA B: DRUGO ELEKTRONSKO SPOROČILO.....	54

KAZALO TABEL

Tabela 2.1: Sedem različnih definicij podjetnika skozi zgodovino.....	14
Tabela 4.1: Shema socialnega podjetništva tipa A.....	30
Tabela 4.2: Shema socialnega podjetništva tipa B.....	30
Tabela 5.1: Osnovni opisi socialnih podjetij.....	38
Tabela 5.2: Različni motivi za ustanovitev socialnih podjetij.....	40

KAZALO SLIK

Slika 2.1: Temelji socialnega podjetništva.....	11
Slika 3.1: Vzpon socialnega podjetništva.....	22

SEZNAM KRATIC

CNVOS	Center za informiranje, sodelovanje in razvoj nevladnih organizacij	
ESSP	Evropski sklad za socialno podjetništvo	
EU	<i>European Union</i>	Evropska unija
KGZS	Kmetijsko-gospodarska zbornica Slovenije	
MDDSZ	Ministrstvo za delo, družino, socialne zadeve in enake možnosti	
MGRT	Ministrstvo za gospodarski razvoj in tehnologijo	
MKGP	Ministrstvo za kmetijstvo, gozdarstvo in prehrano	
MNZ	Ministrstvo za notranje zadeve	
ZEBRA	Zadruga za etiko v bančništvu in razvojno alternativo	
ZSocP	Zakon o socialnem podjetništvu	

1 UVOD

V diplomskem delu se posvetim temi socialnega podjetništva v povezavi z zaposlovanjem ranljivih skupin v Sloveniji. Med ranljive skupine spadajo ljudje, ki so težko zaposljivi oziroma slabo konkurenčni na trgu dela. Nemalokrat se znajdejo v socialnih in s tem povezanih drugih težavah. Yunus (2009, 38) pravi, da je treba prepoznati resnično podobo človeškega bitja in njegovih številnih želja. V ta namen je bilo treba ustvariti novo obliko gospodarske dejavnosti, socialno podjetništvo, ki sledi drugim ciljem, in se bo tako v celoti posvečala reševanju družbenih in okoljskih problemov.

Socialno podjetništvo je nova alternativa različnim zavodom¹ in državi, ki so do sedaj edini reševali problematiko zaposlovanja ranljivih skupin. Bistvo mojega diplomskega dela je opredelitev socialnega podjetništva skozi oči povezanosti, družbene solidarnosti, kohezije, sodelovanja ljudi in prostovoljnega dela. Namen socialnega podjetništva je, da krepi inovativno sposobnost družbe za reševanje socialnih, gospodarskih, okoljskih in drugih problemov, prav tako pa zagotavlja tudi dodatno ponudbo proizvodov in storitev, ki so v interesu državi. Socialno podjetništvo razvija nove možnosti zaposlovanja ter zagotavlja dodatna delovna mesta, socialno integracijo in poklicno reintegracijo najbolj ranljivih skupin ljudi na trgu dela (DATA², 2016).

Kot pravi Mesojedec (2012, 4), je socialno podjetništvo tista oblika podjetništva, kjer je na prvem mestu pomemben čut odgovornosti do družbe oziroma ljudi. Glavni motiv socialnih podjetnikov je želja po inovativnem načinu razreševanja socialnih, gospodarskih, okoljskih in drugih problematik družbe. Značilno je tržno delovanje s hkratnim upoštevanjem načel socialnega podjetništva, med drugim ustvarjanje novih delovnih mest za ranljive skupine ljudi in opravljanje družbeno koristnih dejavnosti (Ministrstvo za gospodarski razvoj in tehnologijo v nadaljevanju MGRT, b. d.).

Pri socialnem podjetništvu gre za drugačen pristop do podjetništva nasploh. Osrednji motiv je družbena odgovornost na način prispevanja k blagostanju družbe, kjer je rast socialnega

¹ Zavod »je pravna oseba javnega ali zasebnega prava, ustanovljena za opravljanje nepridobitne dejavnosti. Gre za obliko, ki nekoliko spominja na d. o. o. in d. n. o., vendar pri zavodu najdemo kar nekaj specifik: ni predvidenega ustanovnega kapitala, na nek način zavod spominja na društvo« (Mercina, 2017).

² DATA je večkrat nagrajeno slovensko podjetje, ki obstoječim in bodočim podjetnikom na enem mestu nudi vsa znanja in informacije, ki so potrebne za zagon in poslovanje podjetja (DATA, 2016).

kapitala pomembnejša od dobička. Dober rezultat poslovanja tako ni pozitiven poslovni izid v smislu čim večjega dobička, pač pa v prepoznavanju in reševanju socialnih problemov (Mesojedec, 2012, str. 3).

V teoretičnem delu predstavim socialno podjetništvo, socialno ekonomijo in zakonsko ureditev na tem področju v Sloveniji ter ključne akterje in ukrepe, ki so bili izvedeni za spodbujanje in izboljšanje delovanja socialnega podjetništva.

Cilj diplomskega dela je pregled delovanja socialnega podjetništva. V svojem delu opredelim socialna podjetja in socialno podjetništvo v Sloveniji. V povezavi s tem sledi osredotočenje na zaposlovanje ranljivih skupin (kot so starejši, migranti, invalidi na trgu dela itd.) v tovrstnih organizacijah, kjer opravi tudi manjšo raziskavo s pomočjo vprašalnikov oziroma intervjujev. Nato analiziram in obdelam informacije, pridobljene od podjetij, ki so sodelovala v raziskavi.

Diplomsko delo je sestavljeno iz treh osnovnih delov: uvoda, teoretičnega dela in empiričnega dela. V teoretičnem delu opredelim koncepta socialne ekonomije in socialnega podjetništva. Delovanju socialnih podjetij se konkretnije posvetim v empiričnem delu, kjer najprej poskušam ugotoviti razloge za ustanovitev socialnega podjetja z vidika ustanoviteljev in podjetij ter katere posameznike, ki sodijo v ranljive skupine, zaposlujejo in katera dela ti v podjetju opravljajo.

Iz tega torej izhajata dve raziskovalni vprašanji:

1. Kateri so motivi za registracijo socialnega podjetja?
2. Katere ranljive skupine zaposlujejo socialna podjetja?

V diplomskem delu predstavim metodološki okvir, ki pojasni cilje, hipoteze in metodologijo, uporabljeno v delu. Prav tako predstavim tudi svojo raziskavo štirih podjetij in ugotovitve, do katerih sem prišla. Cilj diplomskega dela je proučiti zaposlovanje ranljivih skupin v socialnih podjetjih v Sloveniji. V zaključku opišem vsako izmed teh podjetij in podrobneje izpostavim dejstva, ki se vežejo na moji raziskovalni vprašanji. Podjetja so namesto s pravim imenom poimenovana kot SOP1, SOP2, SOP3 in SOP4, ker želim ohraniti njihovo anonimnost.

2 SOCIALNO PODJETNIŠTVO

Socialna podjetja namenjajo svoj dobiček za doseganje svojih glavnih ciljev ter stremijo k odgovornemu in preglednemu delovanju. Glavni cilji socialnih podjetij so: izmerljivi pozitivni socialni učinki v skladu s statuti ali katerimikoli drugimi pravili ali ustanovnimi akti, s katerimi se vzpostavi poslovanje, pri čemer podjetje zagotavlja storitve ali izdelke občutljivim, marginaliziranim, prikrajšanim ali izključenim osebam. Pri proizvodnji izdelkov ali zagotavljanju storitev socialno podjetje izpolnjuje svoj socialni cilj oziroma zagotavlja finančno pomoč tem socialnim podjetjem (Brodnjak, 2014, str. 20).

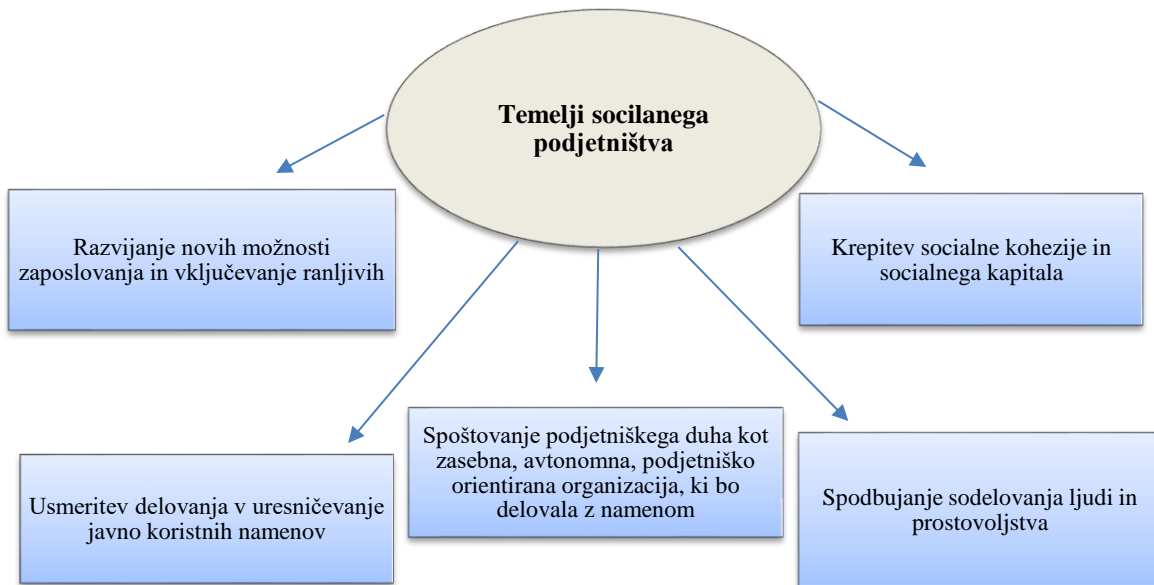
Socialno podjetništvo in družbeni učinki, ki jih s seboj prinaša ta oblika podjetništva, niso nove smernice, ki postajajo vse bolj priljubljene po svetu, ampak so pripomočki, s katerimi si vse več ljudi prizadeva k zadovoljstvu in posledično večji kakovosti bivanja. Vse to ne temelji le na finančnih sredstvih, ampak na vrednotah, ki prinašajo več osebnega zadovoljstva, lepšega okolja in najbolj pomembno, zagotavljajo dobro blagostanje širše družbe (Kores, 2016, str. 94).

Mesojedec (2012, 7) pravi, da je socialno podjetništvo del socialne ekonomije. Ta predstavlja nabor ekonomskih aktivnosti, ki niso neposredno povezane s profitnim sektorjem, državo ali javnimi ustanovami. Socialna podjetja izvajajo aktivnosti, ki pripomorejo k reševanju težav, s katerimi se soočata neučinkovit gospodarski sistem in država. V Sloveniji se v socialno ekonomijo uvršča nevladni sektor (predvsem društva, zavodi in zadruga).

Temelji oziroma cilji socialnega podjetništva (gl. Slika 2.1) so (Mesojedec, 2012, str. 7):

- zagotavljanje proizvodov in storitev, ki so v javnem interesu;
- iskanje inovativnih rešitev za reševanje socialnih, gospodarskih, okoljskih in drugih problemov;
- razvijanje novih možnosti zaposlovanja, zagotavljanje dodatnih delovnih mest ter integracija (socialna in poklicna) ranljivih skupin na trg dela;
- usmeritev delovanja v uresničevanje javno koristnih namenov;
- spoštovanje podjetniškega duha kot zasebna, avtonomna, podjetniško orientirana organizacija, ki bo delovala z namenom produkcije blaga in storitev, spodbujanja sodelovanja ljudi, prostovoljnega dela in družbene solidarnosti.

Slika 2.1: Temelji socialnega podjetništva



Vir: Mesojedec (2013, str. 3).

2.1 DEFINICIJE SOCIALNEGA PODJETNIŠTVA

O konceptu socialnega podjetništva se govori tako, kot da se je ravno pojavil. Kljub temu zasebni podjetniki dajejo pobudo, za katero so značilni socialni cilji, ki temeljijo na dolgoletni tradiciji združenj, dobredelnih organizacij in neprofitnih organizacij. Tako lahko vidimo, da imajo socialna podjetja korenine v zgodovini samoorganizacije. Izraz socialno podjetništvo je bil prvič uporabljen v Evropi, natančneje v Italiji, v 80. letih. Prvič so ga uporabili za opredelitev inovativnih zasebnih iniciativ, ki so jih ustanovile prostovoljne skupine. Prostovoljne skupine so se oblikovale, da bi zagotavljale socialne storitve in gospodarske dejavnosti, namenjene lažjemu vključevanju ljudi, ki so prikrajšani na področju zaposlitve (Borzaga in Galera, 2012, str. 87).

Bera (2012, 251) pa o konceptu socialnega podjetništva pravi, da se je pojavil že v 19. stoletju, natančneje ob razvoju zgodnjega kapitalizma³. Socialno podjetništvo se je uveljavilo prek združb, katerih cilj je bil, poleg doseganja dobička, tudi zagotavljanje dobrin in storitev na bolj

³ Kapitalizem je družbeno gospodarska ureditev ter temelji na zasebni lastnini in trgu. Začel se je ob koncu srednjega veka, saj so takrat rokodelci začeli izpodrivati fevdalce, razcvetel pa se je z industrializacijo (Wikipedija, b. d.).

enakopravni in demokratični osnovi. Dejavnost socialnega podjetništva se je v večji meri uveljavila v 90. letih, in sicer v nekaterih evropskih državah. Skupaj z razvojem je nastalo kar nekaj definicij o tovrstni obliki podjetij.

Za to, da so socialna podjetja v zadnjih letih deležna velike pozornosti, sta zaslužni njihova vloga pri reševanju pomembnih socialno-družbenih problemov in predanost, ki jo kažejo s tem, da stremijo k izboljšanju blaginje družbe. Socialno podjetništvo namreč zajema aktivnosti in procese, ki se uporabljajo za raziskovanje, opredelitev in izkoriščenje priložnosti, s katerimi bi povečali družbeno bogastvo, in sicer tako, da ustanavljajo nova podjetja oziroma upravljajo obstoječe organizacije na inovativen način (Zahra in drugi, 2008, str. 117). V javnosti so socialni podjetniki pogosto cenjeni zaradi množice socialnih potreb, ki jih rešujejo, in posledično izboljšujejo kakovost življenja, zlasti prizadetim družbenim skupinam (Abu-Saifan, 2012, str. 22).

Za segment socialnega podjetništva je značilno naraščajoče število organizacij, ki so razvile modele za učinkovit način ureditve osnovnih življenjskih potreb ljudi, za katere druge institucije niso uspele poskrbeti. Socialna podjetja kombinirajo iznajdljivost socialnega podjetništva skupaj z misijo, katere cilj so pozitivne spremembe v družbi. S tem ponujajo drugačen pogled ostalih akterjev na trgu, saj spodbujajo ideje za bolj družbeno sprejemljive in trajnostne poslovne strategije ter organizacijske oblike in tako neposredno prispevajo k mednarodno priznanim trajnostnim ciljem. Lahko tudi vplivajo na že obstoječe družbe in njihove upravitelje, da prevzamejo večjo družbeno odgovornost (Seelos in Mair, 2006, str. 241).

Yunus (2008, str. 39) socialno podjetništvo opiše malo drugače. Pravi, da so ta »nova« podjetja v številnih potezah podobna tistim, ki jih že poznamo, a se razlikujejo po zastavljenih ciljih. Kot vsa podjetja tudi socialno podjetje zaposluje delavce, proizvaja dobrine, nudi storitve, ki jih kupcem ponuja po ceni v skladu s postavljenim ciljem. Toda njegov pglavitni cilj, po katerem se bo podjetje ocenjevalo, je ustvariti korist za njegove vpletene. Socialno podjetje lahko ustvarja dobiček, vendar vlagatelji, ki ga podpirajo, tega ne potegnejo iz podjetja, ampak po določenem času dobijo nazaj le osnovni vložek. Socialno podjetje je bolj kot v ustvarjanje dobička usmerjeno v družbeno korist. Pokrivati mora vse lastne stroške in hkrati dosegati postavljeni družbenokoristni cilj.

Socialna podjetja, ki prispevajo k podpori socialno-ekonomskega razvoja, lahko dejansko pospešujejo rast in okrepijo socialno kohezijo na lokalni ravni. V večjih državah EU so se socialna podjetja izkazala za inovativno organizacijsko obliko. Socialna podjetja so dokazala,

da so lahko boljša od javnih agencij, konvencionalnih podjetij in tradicionalnih neprofitnih organizacij. Prav tako se ujemajo z razvojem povpraševanja po splošnih interesih, zlasti z revnejšimi uporabniki. Zamisel, ki se je v osemdesetih letih pojavila pri sprejemanju nekaterih podjetniških modelov z izrazito socialno vsebino, ne vključuje samo delavcev, ampak se zdi, da se je tudi civilna družba na splošno obvladovala s temi novimi podjetji, v sektorju, kjer se ni mogoče zanesti na tehnološke inovacije (Borzaga in Galera, 2012, str. 99).

Kljub vse večji uporabi izraza »socialno podjetje« obstaja pomanjkanje skupne opredelitve. Obstajajo vsaj tri glavne opredelitve: splošna opredelitev (tudi: socialno podjetništvo), ki označuje veliko podjetniško dinamiko, usmerjeno v socialne inovacije, in družbeni vpliv; ozka opredelitev, s poudarkom na socialni vključenosti; in organizacijska opredelitev, ki opredeljuje socialna podjetja kot organizacije, za katere se pričakuje, da bodo pokazale številne ključne značilnosti. Vsaka opredelitev ima drugačen vpliv na delo, tako v sedanjih razmerah kot v prihodnosti (Borzaga, 2017, str. 10).

Ramšak (2017, 71) pravi, da je področje socialnega podjetništva v Sloveniji relativno nov koncept, ki je že postavil nekaj temeljev in osnov, a se bo v prihodnosti z razvijanjem skozi praktične izkušnje, dobrim podpornim okoljem in novejšo prilagojeno zakonodajo lahko izognilo marsikaterim oviram in problemom, s katerim se soočajo socialna podjetja.

Zidar (2013, str. 291) pravi, da socialno podjetništvo pomeni novo statusno obliko in tudi potencialni družbenopolitični odgovor na krizo klasičnega tržnega podjetništva ter sistema tržne ekonomije. V tem obdobju razvoja nove oblike podjetništva je treba podrobno pogledati prakse socialnega podjetništva in s tem tudi pojmovanje v praksi. Razprave strokovnjakov so do sedaj pokazale naklonjenost ideji, da gre predvsem za podjetniško aktivnost, »socialno« pa ostaja tisti del dejavnosti, ki ni samo v ozadju, ampak nekateri menijo, da s svojo socialno konotacijo pomeni celo oviro, saj naj bi v javnosti zbudilo domnevo, da je socialno podjetništvo namenjeno zaposlovanju težje zaposljivih skupin, ki ustvarjajo izdelke, namenjene potrošnikom z družbenega roba.

"Socialno podjetništvo je močan vzvod socialnih in razvojnih politik. V različnih državah ima različne predpogoje in dejavnike za nastanek in nemoteno delovanje. Z ekonomskega, socialnega in psihološkega vidika predstavlja vključevanje socialno izključenih skupin na trg dela prek različnih oblik socialnega podjetništva pomemben dosežek tako za posameznika kot za družbo" (Macura in Konda, 2016, str. 34).

2.2 SOCIALNI PODJETNIKI

Abu-Saifan (2012, str. 23) pravi, da je glede na obstoječo literaturo podjetništvo izjemen sklop dejavnosti, ki ga izvajajo posamezniki z izjemnim umom, da bi povečali dobiček, zato je proces tesno vezan na uspeh. Podjetniki so konceptualizirani kot posamezniki, ki vidijo svet drugače in predvidevajo prihodnost bolje kot drugi. Izkoristijo priložnosti, ki bi sicer ostale neopažene. Spoznavajo in sprejemajo tveganja na drugačen način kot drugi. V Tabeli 2.1 so navedene definicije podjetnika skozi zgodovino.

Tabela 2.1: Sedem različnih definicij podjetnika skozi zgodovino

Leto	Definicija	Ključne karakteristike podjetnika
1934	Podjetnik je inovator, ki implementira spremembe znotraj trga, kjer ima podjetniška sprememba pet manifestacij: 1. uvedba novih izboljšanih dobrin, 2. uvedba novega načina proizvodnje, 3. odprtje novega trga, 4. izkoriščanje novega vira dobave, 5. izvajanje nove ureditve v vseh panogah.	Inovator
1961	Podjetnik je oseba z visoko potrebo po uspehu. Ta potreba je neposredno povezana s procesom podjetništva. Podjetnik je energetičen in zmerno prevzema tveganja.	Uspešen Nosilec tveganja Posvečen svojemu delu
1978	Podjetnik prepoznava in ukrepa pri tržnih priložnostih. Bistvo podjetnika je njegova razsodnost.	Razsoden
1975	Podjetnik prevzema pobudo, organizira socialne in ekonomske mehanizme delovanja ter prevzema tveganje za neuspeh.	Organizator Inovator
1984	Podjetnik je karakteriziran predvsem po inovativnem vedenju in bo v podjetju uporabljal strateške prakse vodenja.	Strateg
1985	Podjetništvo je poizkus ustvarjanja vrednosti podjetja skozi prepoznavanje poslovnih priložnosti.	Ustvarja vrednost podjetja Zaveda se vseh priložnosti
2008	Podjetništvo je način razmišljanja, razsodnosti in ukrepanja, ki temelji na priložnosti, vztrajnosti in predanosti.	Vodja Celosten Vztrajen Predan

Vir: Abu-Saifan (2012, str. 24).

Kores (2016, str. 18) pravi, da so lastnosti, ki pomenijo tveganje, prevzemanje odgovornosti in od posameznika zahtevajo pogum, tiste lastnosti, ki so značilne tako za klasične kot tudi

socialne podjetnike. Razlika med klasičnimi in socialnimi pa se pozna v tem, da so čustva in strast do zagotavljanja družbene blaginje glavno vodilo socialnih podjetnikov.

Thompson in drugi (2000, str. 328) med drugim navajajo, da so socialni podjetniki ljudje, ki prepoznajo možnost za izpolnitev nekaterih neizpolnjenih potreb, za katere socialna država ne more poskrbeti. Tako se zbirajo potrebni ljudje in sredstva (zlasti prostovoljci, finančna sredstva, prostori ipd.), namenjeni cilju »narediti spremembo«. Leadbeater (1997, str. 10) označuje socialne podjetnike kot podjetne, inovativne posameznike z zmožnostjo narediti koristne spremembe v družbi. Ti podjetniki so sposobni nastopati v več vlogah, saj so voditelji, pripovedovalci zgodb, menedžerji ljudi, vizionarski oportunisti in ustvarjalci zavezništev. Sposobni so prepoznati družbeni problem, se primerno organizirati in upravljati podjetje tako, da dosežejo družbene spremembe. Bornstein (1998) pa v svojem članku pravi, da socialni podjetnik prebija led z mogočno novo idejo, ki združuje vizionarstvo⁴ in ustvarjalnost, ki je realna, ima posluš za etiko in je popolnoma predana svoji viziji za spremembe.

Light (2006, str. 48) pravi, da se najbolj razširjeno definiranje pojma socialnega podjetništva osredotoča na posameznika, ki prevzema odgovornost, tvega in kljub temu ustvarja družbene spremembe. Trdi, da obstaja na tisoče socialnih podjetnikov, ki se bodisi pripravljajo, da bodo začeli delovati na tem področju, ali pa že delujejo in trdo garajo za dosego ciljev. Marsikdo od njih potrebuje pomoč, da se bo v celoti vključil za polni delovni čas. Nekateri preprosto potrebujejo le spodbudno vizijo ali pa finančno podporo, da se pomaknejo po lestvici navzgor in dosežejo trajni učinek. Drugi potrebujejo več usposabljanja in poučevanja. Čeprav je kot na vseh drugih področjih tudi tu prostor tako za zmagovalce kot za poražence, je lahko prav v socialnem podjetništvu več možnosti za zmagovalce, četudi ne vedno z rezultati, kot so si jih na začetku zamislili.

Glede na definicije socialnega podjetništva oziroma socialnih podjetnikov v povezavi z mojim prvim raziskovalnim vprašanjem, kjer se sprašujem o razlogih, zakaj se posamezniki odločajo, da svoje podjetje registrirajo kot socialno podjetje, predvidevam, da gre v prvi vrsti za željo po izboljšanju kakovosti življenja celotne družbe, predvsem pa tistih skupin prebivalstva, ki si ga sami, brez pomoči države ali drugih institucij, ne morejo izboljšati oziroma jim je to oteženo. Eden od glavnih namenov je torej skrb za ranljive skupine ljudi, zlasti z njihovim zaposlovanjem, in tako ustvarjanje pozitivne spremembe v družbi.

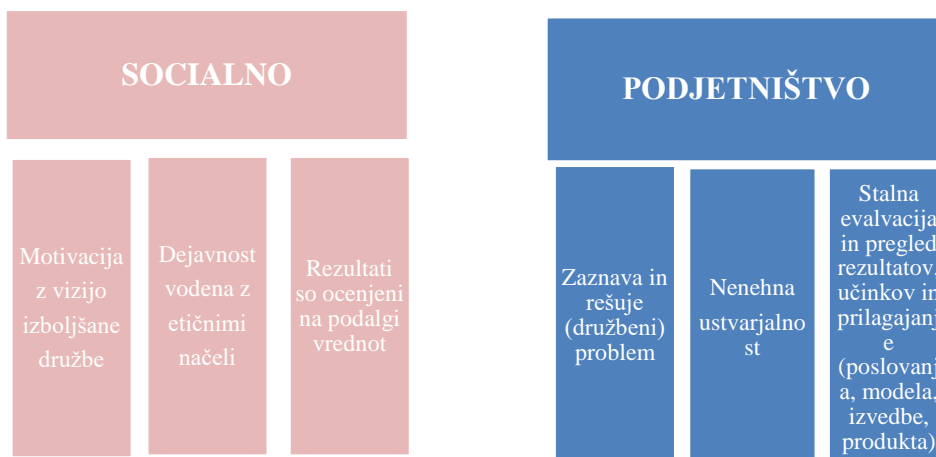
⁴ Vizionarstvo -a s (á) – notranje doživetje česa, kar v stvarnosti (še) ni nastopilo (SSKJ, b. d.).

2.3 PRIMERJAVA SOCIALNEGA PODJETNIŠTVA S KLASIČNIM PODJETNIŠTVOM

Yunus (2008, str. 49) pravi, da so nekateri ljudje presenečeni, ko prvič slišijo za socialno podjetništvo. Največkrat se pojem socialnega podjetništva zamenja s pojmom družbeno odgovornega podjetništva. Socialno podjetništvo je danes priznano gibanje, prav tako je postalo priljubljen pojem v poslovnem svetu, vendar socialno podjetništvo in družbeno podjetništvo nista enaka. Družbeno podjetništvo je zelo široka zamisel, za katero velja vsaka inovativna pobuda za pomoč posameznikom. Drugače povedano, socialno podjetništvo je podzvrst družbeno odgovornega podjetništva.

Glavna lastnost, da socialna podjetja razlikujemo od klasičnih družb, je v razdelitvi dobička. Socialna podjetja prav tako nastopajo na trgu, a dobička praviloma ne delijo, ampak ga vlagajo nazaj v podjetje. S tem se krepi povezovanje oziroma sodelovanje med ljudmi in podjetji pa tudi prostovoljno delo, kar povečuje solidarnost v družbi (MGRT, b. d.).

Slika 2.1: Razčlenjenost socialnega podjetništva na socialno in podjetništvo



Vir: Socialni inovatorji prihodnosti (b. d.).

Obstajajo razlike med podjetništvom in socialnim podjetništvom, ki so vidne v ponudbi, namenu in načinu zaposlovanja. Glavni pomen klasičnega podjetništva je ustvarjanje dobička. Socialno podjetništvo pa postavlja v ospredje, pred ustvarjanjem dobička, rast socialnega kapitala. Socialna podjetja večkrat ponujajo storitve, ki jih podjetniki ne, saj se jim to ekonomsko ne izplača. V podjetniškem svetu, kjer je prevladujoč interes kapital, se zelo težko najde mesto za zaposlitev ljudi, ki so manj konkurenčni (starejši, hendikepirani itd.). Socialno

podjetništvo uporablja večine podjetništva (gl. Slika 2.1), ki jim doda cilje javne koristi, to pa še ne pomeni, da klasično podjetništvo ni družbeno koristno, saj prav tako ob upoštevanju družbene odgovornosti prinaša korist družbi (Socialni inovatorji prihodnosti, b.d.).

O podjetništvu lahko govorimo kot o sklopu zaznavanja potreb ljudi in družbe, prepoznavanju priložnosti in različnih načinov za zadovoljevanje in uresničevanje potreb. V današnjem času so se tem potrebam pridružile tudi želje, kar dodatno krepi možnost podjetnih ljudi za opravljanje različnih dejavnosti. Podjetništvo ima veliko pozitivnih učinkov na posameznika oziroma tudi na potrošnika, saj omogoča oskrbovanje potrošnikov z dodatno izboljšanimi izdelki in storitvami. Podjetništvo dviga konkurenčnost. Tako se posledično ob višanju kakovosti niža cena, prav tako pa ima pozitiven učinek tudi na celotno družbo, saj ustvarja nova delovna mesta in prispeva k gospodarski rasti družbe (Mesojedec in drugi, 2012, str. 21).

Klasične podjetnike od socialnih loči motivacija. Pri klasičnih podjetnikih je osrednja motivacija profit oziroma dobiček iz poslovanja. Tovrstna podjetja so organizirana tako, da služijo trgov s tem, ko proizvajajo izdelke in izvajajo storitve, s tem pa ustvarjajo finančni dobiček. Pri socialnih podjetjih pa je poglavito gonilo altruizem. Cilj je usmerjen proti doseganju transformacijskih koristi širšega pomena, zlasti za posamezne družbene segmente ali pa družbo na splošno. V nasprotju z možnostjo klasičnih podjetij, ki lahko v svoje inovacije črpajo sredstva ali celo pritegnejo vlagatelje s strani trga, je vrednost socialnega podjetja med ranljivimi skupinami prebivalcev, denimo neizobraženih, postavljenih na rob družbe ali kakorkoli prikrajšanih ljudi, ki živijo v pomanjkanju finančnih sredstev in nimajo političnih vplivov, da bi sami prišli do pozitivnih koristi s pomočjo transformacije svojih pogojev (Martin in Osberg, 2007, str. 4).

2.4 RANLJIVE SKUPINE

Ne glede na oznake, ki jih imajo ljudje (duševna oviranost, zasvojenost, duševna bolezen), in njihove oviranosti (gibalne, senzorne, čustvene ipd.), je vsem ljudem skupna pravica do dostojanstva, do osnovnih potreb in želja, do varnosti in enakovredne obravnave v družbi. Vsi si na svoj način prizadevamo za dobro življenje. Želimo si, da bi nas drugi videli kot ljudi, ki imamo poleg pomanjkljivosti predvsem osebne vrline in si tako želimo biti polnopravni in spoštovani člani skupnosti (Zaviršek in drugi, 2002, str. 11).

Glavna značilnost ranljivih skupin je, da so njihovi pripadniki tako ali drugače prikrajšani, predvsem v materialnem oziroma finančnem, izobrazbenem, zaposlitvenem, stanovanjskem idr. smislu. Njihova možnost za vključenost v dejavnosti, ki bi jim omogočale pomembne vire (na primer zaposlitev), so manjše kot pri ljudeh, ki nimajo omenjenih prikrajšanosti. Ranljive skupine ljudi imajo lastnosti, oviranosti, način življenja, življenjske okoliščine ali stigme⁵, ki jim otežujejo normalno fleksibilnost pri odzivanju na hitro in dinamično okolje, značilno za današnjo sodobno družbo. S tem so namreč manj oziroma nekonkurenčni na trgu delovne sile in tudi v drugih družbenih sferah, zato so pomaknjeni na družbeno obrobje oziroma so marginalizirani in posledično ogroženi s socialno izključenostjo (Trbanc in drugi, 2003, str. 5).

V literaturi se med ranljive skupine ljudi najpogosteje uvrščajo (Bera, 2012, str. 253):

- ljudje s posebnimi potrebami,
- migranti in etnične manjšine (vključno z Romi),
- brezdomci,
- nekdanji kaznjenci,
- odvisniki od drog,
- odvisniki od alkohola,
- starejši,
- mladostniki, ki so prezgodaj zapustili šolanje – osipniki,
- nizko izobraženi.

Poleg omenjenih obstajajo še druge skupine, za katere je značilna deprivilegiranost na trgu dela, a jih je težje umestiti v zgoraj naštetih in včasih nasploh identificirati, saj je njihova nezmožnost za normalno opravljanje dela denimo skrita za dolgotrajno brezposelnostjo ali pa težjo zaposljivostjo (Trbanc in drugi, 2003, str. 6):

- osebe s težavami v duševnem zdravju,
- osebe z izkušnjo nasilja (v domačem okolju),
- osebe v postpenski obravnavi,
- osebe brez dovoljenja za delo.

⁵ Stigma – izraz so prvi opredelili stari Grki, tako se je nanašal na telesne znake, slabo odklonsko in nenavadno v moralnem statusu človeka. Znak stigma so stari Grki vžigali in vrezali v telesa in s tem oznanjali, da je njihov nosilec nečista nezaželena oseba, ki se je je treba izogibati (Goffman, 2000, str. 11).

Tudi Zakon o socialnem podjetništvu (*ZSocP*⁶, 2012, 6.člen) našteva najbolj ranljive skupine ljudi na trgu dela – prikrajšane delavce, resno prikrajšane delavce, še posebej pa invalide, trajno brezposelne osebe, iskalce prve zaposlitve, brezposelne osebe po 55. letu starosti, pripadnike romske skupnosti, mladoletne osebe brez zaključenega osnovnega ali nižjega poklicnega izobraževanja.

Po Zakonu o socialnem podjetništvu (*ZSocP*, 2012. 6. člen) se v najbolj ranljivo skupino ljudi na trgu dela uvrščajo dolgotrajno brezposelne osebe še 24 mesecev od zaposlitve v socialnem podjetju. Težje zaposljive osebe (razen oseb, starejših od 55 let) ter iskalci prve zaposlitve pa še največ 12 mesecev od zaposlitve v socialnem podjetju.

Zadnje čase vse bolj naraščajo skupine ljudi, ki so socialno izključene (starejši ljudje, mladi odrasli, dolgotrajno izključeni, hendikepirani itd.). Tako se v strokovnih razpravah vse pogosteje opozarja, da bi morala družba ukrepati, še preden določene skupine postanejo socialno izključene. V ta namen se je začelo govoriti o tako imenovanih ranljivih skupinah ljudi, ki jih zaradi njihovih značilnosti pravočasno prepoznamo kot skupine ljudi, ki potrebujejo določeno pomoč, še preden bi postali socialno izključeni. Država je tako pripravila ukrepe, ki bi zmanjšali razkorak med posameznimi ciljnimi skupinami ljudmi, z namenom da se najbolj ranljivim skupinam omogoča enake možnosti nastopa na trgu delovne sile. Te ukrepe država izvaja s programi aktivne politike zaposlovanja, s katerimi zagotavlja socialno in delovno vključenost tistih skupin ljudi, ki zaradi različnih ovir trajno ali začasno ne morejo konkurirati na odprtem trgu dela (Bera, 2012, str. 254).

⁶ Zakon o socialnem podjetništvu – ZsocP (2012). Sprejet v Državnem zboru Republike Slovenije, v veljavi od 1. januarja.

3 SOCIALNA EKONOMIJA

Socialna ekonomija⁷ proučuje odnose med gospodarstvom in družbenim vedenjem. Analizira, kako na vedenje potrošnikov vplivajo socialna morala, etika in druge humanitarne filozofije. Socialna ekonomija proučuje dejavnost, ki je povezana z ekonomijo v skupnosti, in skupnosti vrača informacije. Vključuje socialna podjetja in prostovoljne sektorje. Socialna ekonomija se razvija zaradi potrebe po novih rešitvah glede vprašanj o socialnih, ekonomskih ali okoljskih potrebah in za njihovo zadovoljevanje, saj jih je zasebni ali javni sektor zanemaril (ali jih ne zadovolji v celoti). Z uporabo rešitev stremi k doseganju neprofitnih ciljev in ima edinstveno vlogo pri ustvarjanju močne, trajnostne, uspešne in vključujoče družbe (Zidar, 2013, str. 291).

V različnih – bolj ali manj razvitih družbah se izvajajo številne ekonomske dejavnosti, ki nimajo veliko skupnega s profitnim sektorjem, državo ali javnimi ustanovami. Te aktivnosti so posledica težav, s katerimi se sooča država. Od tod izhaja izraz socialna ekonomija, lahko tudi tretji sektor (idealistični sektor ali neformalna ekonomija).

Socialna ekonomija naj bi obstajala že od praskupnosti. Stari Egipčani, Rimljani in Grki so že imeli organizacije, kot so panožna združenja, obrtniške šole, celo »socialne sklade«. V 9. stoletju so se nato pojavili prvi obrtniški cehi, v 11. stoletju pa že prve ortodoksne ali katoliške laične organizacije, ki so se ukvarjale z dobrodelnostjo. V 14. stoletju so zaživela različna združenja, na primer živilske združbe (Bizanc), obrtniški cehi (Evropa in muslimanski svet), kaste (Indija) in obrtniška združenja (Afrika in Amerika pred Kolumbom). Vse naštetе združbe so se organizirale z namenom, da so zaščitile določene skupnosti (Moulaert in Ailenei, 2005, str. 2039).

Socialna ekonomija je koncept, ki se nanaša na podjetja in organizacije, zlasti kooperative, vzajemne družbe, društva in združenja, fundacije in socialna podjetja, ki na poseben način proizvajajo dobrine, storitve in znanje, hkrati pa zasledujejo ekonomske in družbene cilje ter spodbujajo solidarnost (Kralj, 2015, str. 82). Podobno o socialni ekonomiji pove tudi Mesojedec (2012, str. 4), ki pravi, da je socialna ekonomija, kot jo poznamo danes, začela

⁷ Kralj (2015, str. 81) pravi, da beseda ekonomija, oikonomia, izhaja iz dveh besed. Oikos pomeni dom (ačija), nomos pa pomeni zakon. Ekonomija je prvotno pomenila preudarno in legitimno upravljanje doma(čije) za skupno dobro celotne družbe. Pomen besede se je kasneje razširil na upravljanje večje družine in kasneje države.

nastajati v 19. stoletju kot posledica nesposobnega zasebnega in javnega sektorja, da pripomore k zadovoljitvi človekovih potreb. Močna potreba po socialni ekonomiji se je pojavila v času industrijske revolucije (v 19. stoletju), ko se je pojavilo izkoriščanje vedno bolj številčnega delavskega razreda. Da bi se doseženo bogastvo bolj pravično delilo, so se formirale tri večje smeri, ki so nekakšna podlaga razvoju sodobne socialne ekonomije:

- **utopični socializem:** zavzemanje za skupno lastnino, kar bi preprečilo izkoriščanje med družbenimi sloji in ustvarilo pogoje za bolj pravično in humano družbo,
- **katoliški socializem:** boj proti izolaciji posameznika in absorpciji posameznikov s strani države,
- **liberalno gibanje:** zavzemanje za ekonomsko svobodo in nevmešavanje države v gospodarstvo.

Kot pravita Moulaert in Ailenei (2005, str. 2040), je izraz »socialna ekonomija« leta 1830 prvi uporabil francoski ekonomist Charles Dunoyer, leta 1856 pa ga je francoski sociolog Frederic Le Play razširil še v akademske sfere. Slednji je socialno ekonomijo definiral kot opis položaja delavskega razreda in odnosa delavskega razreda z drugimi razredi. Charles Gide je leta 1912 socialno ekonomijo videl kot vsa prizadevanja, ki so usmerjena v izboljševanje položaja ljudi. Leon Walras je leta 1896 prvi opredelil vlogo države v kontekstu socialne ekonomije, ki naj bi odpravljala slabosti trga. Razlikoval je med tremi vidiki ekonomske analize, in sicer čisto politično ekonomijo (proizvajanje dobrin z mobilizacijo individualnih interesov), uporabno ekonomijo (proučuje povezave med gospodarskimi viri in naravnimi zakonitostmi) ter socialno ekonomijo, ki skrbi za pravično razdelitev bogastva. Pojem socialne ekonomije je postal aktualen predvsem v času družbeno-ekonomskih kriz, nazadnje leta 2009, ko je svoj razmah doživela globalna gospodarska recesija. Sicer pa so že pred zlomom borz leta 2008 številni avtorji opozarjali na pomanjkljivosti neoliberalizma in kapitalizma.

Kralj (2015, str. 82) pravi, da je socialna ekonomija vselej skupnostna, družbena in kolektivna v nasprotju z individualistično usmerjenim modelom sodobne tržne ekonomije, ki potrebuje tako individualnega ponudnika dela kot individualnega potrošnika. Ključni koncepti, ki povezujejo socialno ekonomijo z razvojem skupnosti, so:

- družbene inovacije (povezovanje tehnoloških in organizacijskih inovacij z družbenimi pobudami, procesi in izdelki za spodbujanje bolj dinamičnih procesov),
- ekonomska pravičnost (spodbujanje trajnostnega razvoja za spodbujanje družbene solidarnosti),

- kolektivna blaginja (spodbujanje socialne vključenosti in ekonomske blaginje prek kooperativnih praks upravljanja, namenjenih brzdanju neomejene vladavine trga).

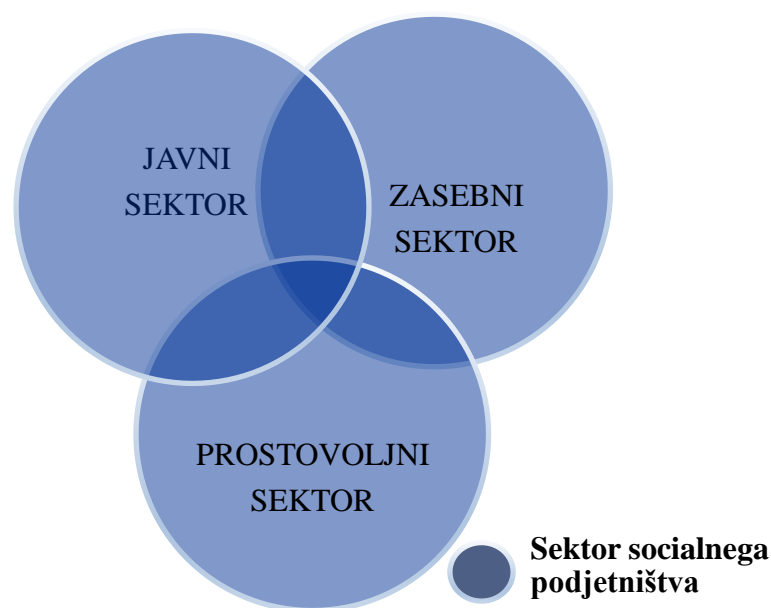
3.1 NEVLADNE ORGANIZACIJE IN PRIDOBITEV STATUSA SOCIALNEGA PODJETJA

Neprofitno-volonterske ali z drugimi besedami nevladne organizacije (NVO) prinašajo tako skupno kot tudi zasebno korist. Nevladne organizacije so postale predmet strokovnega proučevanja od sedemdesetih let naprej. Nevladne organizacije, med katere se uvrščajo društva, fundacije, zasebni zavodi, organizacije zagovorništva, dobrodelne organizacije in organizacije za vzajemno pomoč proizvajajo blaginjo in tako pripadajo posebni skupini oziroma sektorju z drugačnimi lastnostmi (Črnak Meglič, 2007, str. 1).

V zadnjih letih je socialno podjetništvo prišlo med načrtovano aktivnost marsikatere nevladne organizacije. Okolje s finančnimi spodbudami in nove podjetniške ideje so kot nalašč za nevladne organizacije, vendar pa je za socialno podjetništvo potrebnih veliko predpriprav in vloženega truda (CNVOS, 2017).

Na Sliki 3.1 je socialno podjetništvo prikazano kot preplet javnega, zasebnega ter prostovoljnega sektorja.

Slika 3.1: Vzpon socialnega podjetništva



Vir: Leadbeater (1997, str. 10).

Črnak Meglič (2007, str. 1) pravi, da nevladne organizacije v družbi opravljajo tri pomembne funkcije. Prva funkcija, ki jo opravljajo, je politična, ta se ukvarja s sodelovanjem državljanov pri upravljanju države in družbe. Druga funkcija, ki jo opravljajo nevladne organizacije, je ekonomska. Pomeni način aktiviranja dodatnih virov v materialni obliki (donacije) in v nematerialni obliki (vložek prostovoljcev). Tretja funkcija pa je socialna in zagotavlja dopolnilne ali alternativne načine zadovoljevanja potreb uporabnikov.

Nevladne organizacije so del nevladnega sektorja, tudi tako imenovane civilne družbe. Nevladne organizacije morajo opravljati zagovorniško in storitveno funkcijo, so neprofitne in po veliki večini prostovoljne. Vse nevladne organizacije imajo neko obliko pravne osebe, v Sloveniji so to prvenstveno zasebni zavodi, društva in ustanove. Socialno podjetje je poseben status, ki ga lahko pridobi nepridobitna pravna oseba. Nepridobitne pravne osebe so društva, zavodi, ustanove, gospodarske družbe, zadruga in druge pravne osebe zasebnega prava. Socialno podjetje dobi status, če izpolnjuje pogoje, ki jih določa Zakon o socialnem podjetništvu (ZSocP). Za ustanovitev socialnega podjetja je treba najprej ustanoviti eno od nepridobitnih pravnih oseb, ki nato lahko pridobi status socialnega podjetja. Nevladne organizacije lahko za status zaprosijo same, lahko pa tudi ustanovijo drugo pravno osebo, ki upravlja z organizacijo in bo zaprosila za pridobitev statusa, te obveznosti veljajo samo za to pravno osebo. Po pridobitvi statusa socialnega podjetja je organizacija dolžna uporabljati nov naziv s pripisom socialno podjetje (Consulta, 2017).

Nevladne organizacije v državah srednje in vzhodne Evrope imajo podobne značilnosti, ki jih razlikujejo od nevladnih organizacij drugje po svetu. Po spremembi političnega sistema se je v teh državah pojavil močan razvoj nevladnih organizacij, vendar novejši podatki še vedno kažejo, da so nevladne organizacije v teh državah še vedno zelo dvoumne. Kljub splošnim podobnostim lahko opazimo nekaj presenetljivih razlik na razvojni ravni nevladnih organizacij, ki so se v teh državah razvile v zelo kratkem obdobju (Črnak Meglič in Rakar, 2009, str. 237).

Kolarič (2003, 37) pravi, da obstaja neka splošna predstava javnosti o nevladnih organizacijah. Odlike nevladnih organizacij oblikujejo tri osnovne značilnosti:

- prva odlika nevladnih organizacij je, da so majhne, dinamične in nebirokratske organizacije, zato se lahko hitro in uspešno prilagajajo družbenim pogojem, kar je njihova primerjalna prednost pred vladnimi organizacijami;

- druga odlika nevladnih organizacij so prostovoljci, ki požrtvovalno izvajajo dejavnosti nevladnih organizacij. Zaradi predanosti prostovoljcev so te organizacije sposobne kakovostneje zadovoljiti potrebe uporabnikov;
- tretja odlika so vrednote, ki so vtakane v nevladne organizacije.

Vse države sveta so prepoznale pomen in vlogo nevladnih organizacij. V zadnjih dveh desetletjih 20. stoletja prav zaradi tega beležimo pravi razcvet nevladnih organizacij, s tem pa krepitev odnosa med državo in nevladnim sektorjem. Krepitev partnerstva se kaže v vključevanju nevladnih organizacij v procese odločanja in v mreže izvajalcev storitev, ki delujejo v javnem interesu, zato jih država še dodatno podpira z javnimi sredstvi (Črnak Meglič, 2007, str. 2).

3.2 EU NA PODROČJU SOCIALNEGA PODJETNIŠTVA

V povezavi s to problematiko je Evropsko-socialni odbor julija 2008 sprejel mnenje o potrebi po novem Evropskem programu socialnih ukrepov, kjer je bil poudarek na potrebi po socialnem razvoju Evropske unije v skladu z gospodarskim in tržnim razvojem in na ponovnem zagonu za bolj participativno in dinamično socialno Evropo (Evropski ekonomsko-socialni odbor, 2017).

Glede na hitro spreminjajoče se razmere v evropskih družbah zaradi izzivov globalizacije, staranja prebivalstva, podnebnih sprememb in finančne krize so se pojavila nova socialna tveganja: neenakomerna porazdelitev dohodkov in neenake možnosti, spremembe na trgu dela, neenakost spolov (prisotna predvsem pri nižjih plačah žensk), revščina otrok, socialna izključenost, spreminjajoče se družinske strukture, otežen dostop do stanovanj, varstvo otrok, položaj invalidov, migracije in podobno. Da bi se pogoji na področju omenjenih tveganj izboljšali, je ključna vzpostavitev povezave med gospodarsko konkurenčnostjo in socialno pravičnostjo, kar bi spodbudilo blaginjo v Evropi. Gospodarski razvoj in socialni napredek sta med seboj namreč soodvisna. Tako bi na primer vzpon podjetništva pozitivno vplival tako na gospodarsko kot socialno uspešnost, zato je treba spodbujati in varovati čim večje število podjetij in s tem izkoristiti prednosti posebnosti malih in srednje velikih podjetij in njihovega doprinosa k socialni razsežnosti (Evropska komisija, 2010, str. 6).

Delovni dokument (Evropska komisija, Generalni direktorat za regionalno in mestno politiko 2015), ki temelji na priporočilih politike nekdanjega predsednika Barrosa⁸, navaja, da mora biti rešitev krize v vstopu v novo trajnostno socialno tržno gospodarstvo, ki bo pametnejše, bolj zeleno, kjer bo blaginja posledica inovacij in učinkovitejše rabe virov, znanje pa bi bil ključni vložek. Ti novi dejavniki bi pomagali izkoristiti nove vire trajnostne rasti in bi povzročili ustvarjanje novih delovnih mest, ki bi vplivali na upad stopnje brezposelnosti. Zato se je vse bolj priznavalo in se bolj zavzeto obravnavalo na dnevnem redu Evropske unije dejstvo, da bi bila socialna ekonomija s tretjim sektorjem na čelu nova vrsta gospodarstva, ki bi močno spremenila prihodnost javnih sektorjev kot tudi vsakodnevnih življenj prebivalcev. Ta nastajajoča vrsta gospodarstva se kaže na številnih področjih, vključno z varstvom okolja, izobraževanjem, sociale, prehrane in energijskih virov. Socialna ekonomija združuje značilnosti, ki se zelo razlikujejo od klasičnega tržnega gospodarstva. Gre za inovativen pristop k obravnavi nekaterih najtežjih problemov (vključno s podnebnimi spremembami, globalizacijo, staranjem in neenakostjo), saj socialna ekonomija temelji na negi in vzdrževanju, ne pa porabi.

Resolucija Evropskega parlamenta (Socialna ekonomija, 2009) poudarja, da ima tretji sektor ključno vlogo pri doseganju ciljev Lizbonske strategije za trajno rast in polno zaposlenost, saj uravnava številna neravnovesja na trgu dela, zlasti s spodbujanjem zaposlovanja žensk, ustvarjanjem in zagotavljanjem varstvenih storitev skupnosti (kot so na primer zdravstvene in storitve socialnega varstva), ustvarjanjem in vzdrževanjem ekonomske strukture družbe, kar pripomore k spodbujanju socialne kohezije. Tako se podjetja, ki delujejo v okviru socialne ekonomije, lahko identificirajo kot nekakšne naložbe v ustvarjanje solidarnostnih mrež, ki okrepijo vlogo lokalnih skupnosti in razvoj socialnih politik.

S tega vidika lahko socialna ekonomija in podjetja iz tretjega sektorja združita to novo potrebo po izboljšanju splošne blaginje v nov, trajnosten gospodarski model (Evropska komisija, 2015, str. 219):

- kjer se poslovni uspeh uporablja za reševanje socialnih in okoljskih izzivov, kot je na primer socialna vključenost,
- bolje se odzivata na nove potrebe trga, kjer obravnavata potrebo po bolj etičnem potrošništvu,

⁸ José Manuel Durão Barroso je portugalski politik, od 22. 11. 2004 do 31. 10. 2014 pa je bil predsednik Evropske komisije.

- se odzivata na nujnost izboljšanja javnih storitev,
- ustvarjata kakovostne trajne zaposlitvene možnosti, zlasti za najbolj izključene skupine ljudi,
- podpirata trajnostni razvoj in socialne inovacije.

V okviru socialne ekonomije torej delujejo socialna podjetja, ki ne spadajo v klasično tržno ekonomijo, kajti glavni namen ni ustvarjanje profita, ampak so bistveni drugi interesi. Socialna ekonomija stremi k demokratičnosti odločanja v delovnih organizacijah in ščiti interese članov pred interesi lastnikov. Poudarek je na interesih okolja, v katerem deluje, ljudeh, s katerimi sodeluje, in socialni pravičnosti, solidarnosti in državi blaginji pri doseganju družbeno-ekonomskih ciljev. Temelji na etičnih oblikah menedžmenta, produkciji dela in distribuciji kapitala, pri čemer slednji prispeva k skupnemu dobremu. S tem socialna ekonomija predstavlja nekakšno rešitev oziroma odgovor na gospodarsko krizo, ki je v Evropi prisotna že kar nekaj časa. Organizacije, ki spadajo na področje socialne ekonomije, so zasebne, formalno in statusno pa so opredeljene kot nepridobitne. To so zadruga, vzajemne družbe, fundacije, društva, zavodi, ustanove, zasebna podjetja, ki delujejo po nepridobitnih načelih in dobiček delijo, in socialna podjetja (v Sloveniji se kot tovrstne organizacije smatra tudi invalidska podjetja in klasična podjetja, ki poudarjajo družbeno odgovornost in zaposlujejo ranljive skupine – socialna podjetja). Vse te organizacije imajo temeljno nepridobitno in socialno poslanstvo, polje njihovega odločanja pa določajo njihovi akti o ustanovitvi, kjer mora biti jasno zapisano načelo »en človek – en glas«. To načelo zagotavlja soupravljanje delavcev in članov organizacije (Zidar, 2013, str. 291–292).

3.2.1 Ukrepa EU

Socialna integracija, boljše lokalne socialne storitve in s tem povezana delovna mesta ter teritorialna kohezija so tiste značilnosti oziroma pozitivne posledice, ki so pokazale, da je socialno podjetništvo še kako pomemben segment v celotni evropski družbi. Ker je bilo tudi na ravni EU s pomočjo raziskav, posvetovanj ter statistik ugotovljeno, da so se socialna podjetja na inovativen način zmožna spopadati z gospodarskimi, socialnimi ter okoljskimi izzivi, je leta 2011 nastala »Pobuda za socialno podjetništvo« (MDDSZ, 2013).

Ta dopolnjuje Sporočilo Komisije o družbeni odgovornosti podjetij kot odgovornost podjetij, katerih naloga je skrb za socialne, okoljske in etične pogoje v družbi ter njihov vpliv na pravice ljudi ter potrošnikov. Komisija tako socialna podjetja opredeljuje kot podjetja (MDDSZ, 20173):

- katerih razlog za opravljanje poslovnih dejavnosti in doseganje socialnih ciljev je v interesu skupnosti, kar se odraža v socialnih inovacijah;
- ki svoj dobiček ponovno vlagajo za uresničitev omenjenega cilja;
- ki spoštujejo demokratično načelo, načelo udeležbe in socialno pravičnost, kar se odraža v organizacijski strukturi in lastniških razmerjih.

Hkrati pa Komisija izpostavlja tri dejavnike, ki so omejujoči za razvoj socialnega podjetništva. To so problem dostopnosti do finančnih sredstev, nizka stopnja prepoznavnosti socialnega podjetništva ter regulatorni EU ali nacionalni okvir, ki ne upošteva specifik socialnega podjetništva. Za vsakega izmed teh predlaga tudi rešitve, ki bodo našteje v empiričnem delu naloge v poglavju Predlogi za izboljšanje delovanja socialnega podjetništva v Sloveniji (MDDSZ, 2013).

EU je z namenom spodbujanja podpornega okolja na področju družbenega investiranja potrdila pravne podlage za vzpostavitev ESSP. Gre za formalni okvir, ki združuje različne sklade in kot nekakšen certifikacijski organ zagotavlja jasna pravila delovanja ter zaščito za vlagatelje. V njem so opredeljeni struktura naložb v ESSP, kjer se najmanj 70 % svojih združenih kapitalskih vložkov in neporabljen kapital na vpoklic vloži v podjetja, ki po statutu izvajajo dejavnost s pozitivnim in merljivim socialnim učinkom, in vlagatelji, ki lahko vlagajo v tak sklad (Brodnjak, 2014, str. 3).

Upravičenci do sredstev sklada ESSP so podjetja, katerih osnovna dejavnost je proizvodnja dobrin in storitev, namenjenih ranljivim oziroma marginaliziranim skupinam ljudi. Način proizvodnje takih dobrin in izvajanja takih storitev mora slediti socialnim ciljem. Nujen pogoj je tudi v uporabi dobička. Ta se mora uporabiti za socialne cilje podjetja, ob tem pa je treba dokazovati merljivost socialnega učinka (Brodnjak, 2014, str. 2).

4 ZAKONSKA PODLAGA SOCIALNEGA PODJETNIŠTVA V SLOVENIJI

Socialno podjetništvo ureja *ZSocP* (2012), ki ga je Vlada RS sprejela na seji 18. marca 2011, v veljavo pa je stopil 1. januarja 2012. Sicer je bilo socialno podjetništvo v Sloveniji prisotno že mnogo prej, razvijalo se je predvsem prek invalidskih podjetij in zaposlitvenih centrov, ki so delovali na podlagi Zakona o zaposlitveni rehabilitaciji in zaposlovanju invalidov (Zidar in Rihter, 2010, str. 69).

Osrednji namen *ZSocP* je, da se osebe, ki so dolgotrajno brezposelne, angažira na tak način, da lahko prek vključenosti oziroma zaposlitve v socialnem podjetništvu samostojno ustvarjajo svoje prihodke in so tako zmožne poskrbeti za lastno preživetje. Ta zakon je prispeval k dolgoročni izboljšavi glede zaposlitvenih priložnosti za ranljive skupine brezposelnih oseb.

ZSocP (2017) zajema 51 členov, vendar bodo v tem diplomskem delu navedeni in na kratko opisani le tisti, ki so ključni za izbrano temo in ki poudarjajo posebnosti socialnih podjetij v primerjavi z drugimi vrstami podjetij.

ZSocP se deli na devet delov: splošne določbe; socialno podjetje; posebni pogoji poslovanja socialnih podjetij; podporno okolje za razvoj socialnega podjetništva; posebne spodbude za socialno podjetništvo; evidence; nadzor; kazenske določbe; prehodne in končne določbe.

V 3. členu zakona (*ZSocP*, 2012) je poudarjeno, da gre pri socialnem podjetništvu za trajno opravljanje dejavnosti socialnega podjetništva ali trajno opravljanje drugih dejavnosti pod posebnimi pogoji zaposlovanja, s proizvodnjo in prodajo proizvodov ali opravljanjem storitev na trgu, pri čemer ustvarjanje dobička ni niti izključni niti glavni cilj opravljanja dejavnosti. Glavni cilji socialnega podjetništva so krepitev družbene solidarnosti in kohezije, spodbujanje sodelovanja ljudi in prostovoljnega dela, krepitev inovativne sposobnosti družbe za reševanje socialnih, gospodarskih, okoljskih in drugih problemov, zagotavljanje dodatne ponudbe proizvodov in storitev, ki so v javnem interesu, razvijanje nove možnosti zaposlovanja, zagotavljanje dodatnih delovnih mest ter socialne integracije in poklicne reintegracije najbolj ranljivih skupin ljudi na trgu dela.

Četrty člen zakona navaja, da se v socialno podjetništvo lahko vključujejo nepridobitne pravne osebe, ki izkazujejo svoj javno koristni in socialni značaj oziroma poslujejo po teh načelih (Kralj, 2015, str. 89–91):

- ustanovljene so na podlagi prostovoljne odločitve ustanoviteljev (**avtonomna pobuda**),
- namen socialnih podjetij ni izključno pridobivanje dobička (**nepridobitni namen ustanovitve**),
- socialna podjetja so ustanovljena pretežno za opravljanje trajne dejavnosti ali drugih dejavnosti z namenom zaposlovanja najbolj ranljivih skupin ljudi na trgu dela, s čimer se dosega javni interes (**opravljanje dejavnosti v javnem interesu**),
- člani delujejo prostovoljno (**prostovoljnost**),
- pri upravljanju so socialna podjetja samostojna (**neodvisnost**),
- proizvodnja in prodaja ali opravljanje storitev na trgu delujejo pretežno po tržnih zakonitostih (**tržna naravnost**),
- vključujejo prostovoljsko delo (**vključevanje prostovoljnega dela**),
- posamezni ustanovitelji ali lastniki pri odločanju nimajo prevladujočega vpliva, odločitve sprejemajo vsi člani socialnega podjetja po načelu en član en glas (**enakopravnost**),
- v odločanje so vključeni tudi deležniki (**sodelovanje deležnikov pri upravljanju**),
- premoženje, dobiček in presežke prihodkov nad dohodki socialna podjetja uporabljajo za namene socialnega podjetništva in druge nepridobitne namene (**neprofitnost delovanja**),
- trajno delujejo v korist svojih članov, uporabnikov in širše skupnosti (**javno koristno delovanje**).

Poseben status socialnega podjetja lahko pridobi nepridobitna pravna oseba (društvo, zavod, ustanova, zadruga, gospodarska družba itd.) pod pogojem, če zadošča pogojem, ki jih narekuje Zakon o socialnem podjetništvu (*ZSocP*, 2012).

Osmi člen zakona (*ZsocP*, 2012) opredeljuje dva tipa socialnih podjetij:

- **Socialno podjetje tipa A:** »Ustanovljeno za trajno opravljanje dejavnosti socialnega podjetništva na način, da bo trajno zaposlovalo najmanj enega delavca v prvem letu in najmanj dva delavca v nadaljnjih letih poslovanja.« (gl. Tabela 4.1)
- **Socialno podjetje tipa B:** »Ustanovljeno za zaposlovanje oseb iz 6. člena tega zakona na način, da bo določeno dejavnost opravljal s trajnim zaposlovanjem najmanj tretjine teh delavcev od vseh zaposlenih delavcev.« (gl. Tabela 4.2)

Tabela 4.1: Shema socialnega podjetništva tipa A

Načela delovanja socialnih podjetij	Pravne osebe, ki lahko ustanovijo socialno podjetje	Tip socialnih podjetij	Dejavnosti
Avtonomna pobuda	Društvo	A – trajno zaposluje najmanj enega delavca v prvem letu in najmanj dva delavca v nadaljnjih letih poslovanja	Socialno varstvo
Nepridobitni namen ustanovitve	Zavod		Družinsko varstvo
Opravljanje javnosti v javnem interesu	Ustanova		Varstvo invalidov
Prostovoljnost delovanja	Gospodarska družba		Znanost, raziskovanje, izobraževanje in vzgoja

Vir: Kralj (2015, str. 94).

Tabela 4.2: Shema socialnega podjetništva tipa B

Načela delovanja socialnih podjetij	Pravne osebe, ki lahko ustanovijo socialno podjetje	Tip socialnih podjetij	Dejavnosti
Neodvisnost	Zadruga	A – trajno zaposlovanje najmanj tretjine delavcev iz ranljivih skupin (invalidov, težje zaposljivih brezposelnih, iskalcev prve zaposlitve itd.)	Organiziranje mladinskega dela
Tržna naravnost	Evropska zadruga		Zagotavljanje socialne vključenosti
Vključevanje prostovoljskega dela	Druga pravna oseba		Posredovanje zaposlitve ranljivim skupinam
Enakopravnost članstva			Ekološka proizvodnja hrane
Sodelovanje deležnikov pri upravljanju			Ohranjanje narave, zaščita živali
Neprofitnost delovanja			Obnovljivi viri energije in razvoj zelene ekonomije
Javno koristno delovanje			Turizem za osebe iz ranljivih skupin itd.

Vir: Kralj (2015, str. 95).

Peti člen govori o področjih in dejavnostih socialnega podjetništva, v katerih se lahko izvaja socialno podjetništvo, 6. člen pa govori o tem, da socialno podjetništvo vključuje tudi opravljanje drugih dejavnosti, če se opravljajo z namenom zaposlovanja najbolj ranljivih skupin ljudi (te so invalidi, trajno brezposelne osebe, iskalci prve zaposlitve itd.).

Zakon ZSocP (2017) je dobra podlaga za razvoj socialnega podjetništva, vendar predvsem na načelni ravni. Če govorimo o zaposlovanju mlajših hendikepiranih odraslih, je najprimernejša oblika vsekakor socialno podjetje tipa B. Socialno podjetništvo v Sloveniji ne more zares zaživeti, saj je socialno podjetje navkljub dobrim načelom in ciljem še vedno prepuščeno tržnim zakonitostim. Socialna podjetja naj bi sama preživela na trgu, a kako naj podjetnik s težjo gibalno oviranostjo konkurira podjetniku, ki neko stvar ali storitev opravi desetkrat hitreje. Zaradi tega moramo spremeniti zakon bodisi iskati drugačne oblike zaposlitve (Kralj, 2015, str. 93).

Adam in Bahovec (2015, str. 108) v zaključnem poročilu projekta Inovaloca ugotovita, da je na ravni države potrebna sprememba zakonodaje, predvsem v smeri večje odprtosti in poenostavitve kriterijev delovanja socialnega podjetništva. Po drugi strani pa pri tem pomembno vlogo nosijo občine, vendar so možnosti podpore različne. Najpogostejša oblika podpore je nudenje občinskih prostorov v (brezplačni) najem in sofinanciranje zaposlovanja prek javnih del. Možnost spodbujanja razvoja socialnega podjetništva prek javnega naročanja izdelkov oziroma storitev pa je neizkoriščena.

4.1 UKREP ZA SPODBUJANJE SOCIALNEGA PODJETNIŠTVA

Socialno podjetništvo se spodbuja z različnimi instrumenti, še posebej z oblikovanjem ugodnega podjetniškega okolja, s spodbujanjem zaposlovanja in predvsem z omogočanjem finančne podpore, ki se jo velikokrat pridobi prek razpisov, na katera se socialna podjetja prijavijo.

Tudi namen ZSocP je med drugim (dolgoročno) urejanje področja načrtovanja razvoja in ukrepov za spodbujanje razvoja socialnega podjetništva v Sloveniji. Ta predvideva, gledano na lokalni ravni, aktivno vlogo občin pri načrtovanju in izvajanju politik razvoja tega segmenta. Posamezne občine tako lahko izvajajo politike razvoja socialnega podjetništva na območju občine oziroma razvojne regije (ZSocP, 2017).

Omenjeni ukrepi so bili zapisani v »**Strategiji razvoja socialnega podjetništva 2013–2016**« (MDDSZ, 2013), ki je bila sprejeta julija 2013, nastala pa je na podlagi Zakona o socialnem podjetništvu. Zajema analizo potreb in smeri možnega razvoja socialnega podjetništva, temeljne politike razvoja, strateške razvojne cilje in glavna področja razvoja socialnega podjetništva, vlogo države in njenih institucij ter občin pri izvajanju določene politike in doseganju razvojnih ciljev.

V strategiji so opredeljeni trije strateški cilji:

- povečanje prepoznavnosti socialnega podjetništva in vedenja o njegovih načelih,
- nadgradnja obstoječega podpornega okolja za podjetništvo,
- spodbujanje zaposlovanja ranljivih skupin na trgu dela.

Vežano na te cilje je Ministrstvo za delo, družino in socialne zadeve skupaj s pristojnimi ministrstvi pripravilo »**Program ukrepov 2014–2016 za izvajanje strategije razvoja socialnega podjetništva za obdobje 2013–2016**« (Program ukrepov 2014–2016 za izvajanje strategije razvoja socialnega podjetništva za obdobje 2013–2016, 2013), ki ga je vlada potrdila v drugi polovici leta 2014. Program je obsegal 15 ukrepov ter 39 aktivnosti in predvideval, da naj bi država s pomočjo sredstev EU za razvoj socialnega podjetništva v dveh letih namenila približno 12 milijonov evrov. Od tega bi šlo slabe tri četrtine za spodbujanje zaposlovanja ranljivih skupin in mladih (te spodbude sicer niso namenjene socialnim podjetjem, pač pa tudi drugi subjektom – zato se predvidena sredstva v praksi izkazujejo kot nerealna).

Ugotovljeno je bilo, da so bila dejanska sredstva v letih 2014 in 2015 precej nižja od predvidenih. Ne glede na dejstva so bili s strani države uspešno izvedeni naslednji ukrepi:

- sprememba Zakona o podpornem okolju za podjetništvo, s katero so tudi socialna podjetja upravičena do razvojnih sredstev za spodbujanje podjetništva,
- sprememba Zakona o stvarnem premoženju države in samoupravnih lokalnih skupnosti, s katerim je socialnim podjetjem olajšan dostop do nepremičnega premoženja države ali lokalnih skupnosti za potrebe opravljanja dejavnosti socialnega podjetništva.

V okviru omenjenega programa ukrepov za obdobje 2013–2016 (MDDSZ, 2013) so bile med drugim namenjene tudi spodbude za zaposlovanje ranljivih skupin na trgu dela z naslednjimi ukrepi:

- spodbude za zaposlitev, za katere so predvidena sredstva 2014–2015 znašala 54.000 evrov,
- razvoj učnih delavnic v socialnih podjetjih tipa B (265.000 evrov),

- razvoj programov za usposabljanje in izobraževanje oseb, odgovornih za delo z ranljivimi skupinami (15.000 evrov),
- spodbujanje ustanavljanja socialnih podjetij tipa B v okviru javnih del (2 mio evrov),
- razvoj novih pristopov zaposlovanja in samozaposlovanja mladih kot odgovor na družbene izzive, Jamstvo za mlade (4 mio evrov).

V povezavi z zaposlovanjem ranljivih skupin v okviru javnih del je bilo za 114 oseb do leta 2016 namenjenih okoli 800.000 evrov. Del sredstev za sofinanciranje so morale prispevati tudi občine. Sicer so socialna podjetja, ki zaposlujejo invalide, deležna enakih spodbud kot druga (invalidska) podjetja. Na drugih vsebinskih področjih sta torej izvajanje ukrepov in financiranje s strani države minimalna (MDDSZ, 2013).

Nekatera sredstva, ki so bila ciljno namenjena spodbujanju socialnega podjetništva v obdobju 2009–2014 s strani Ministrstva za delo, družino in socialne zadeve, so (MDDSZ, 2013):

- razpis za spodbujanje razvoja socialnega podjetništva (2009, 2012), kjer je bilo namenjenih 6,5 mio evrov,
- razpis za spodbujanje enakih možnosti in socialne vključenosti na trgu dela (2,7 mio evrov),
- javna dela – Razvojni program za spodbujanje ustanavljanja in razvoj novih dejavnosti socialnih podjetij tipa B (827.888 evrov) ter izvedba študije družbenih učinkov z Razvojem modela učnih delavnic v socialnih podjetjih tipa B (30.000 evrov).

Ministrstvo za gospodarski razvoj in tehnologijo (MGRT, b. d.) je zaposlovanje ranljivih skupin spodbujalo z javnim razpisom za spodbujanje socialnega podjetništva (77.000 evrov).

SPIRIT⁹ je obstoječe podporno okolje nadgradila s pilotskim mentorskim programom podpore za potencialna in delujoča socialna podjetja (20.000 evrov), v katera so vključili 10 organizacij, ki so pridobila sredstva iz naslova omenjenega ukrepa javnih del. Poleg tega je povečala prepoznavnost socialnega podjetništva z aktivnostjo »Podjetno do družbenih učinkov«. V okviru tega je podprla izvedbo Reinovator izziva, mednarodnega srečanja, natečaja za podjetniške ideje ter start-up vikenda.

4.1.1 Ključni akterji/deležniki na področju spodbujanja socialnega podjetništva

Podporno okolje socialnemu podjetništvu predstavljajo tri ključne ravni, in sicer država, občine in (nevladne) organizacije, ki promovirajo, zagovarjajo in spodbujajo socialno podjetništvo. Ti

⁹ SPIRIT – Javna agencija RS za spodbujanje podjetništva, internacionalizacije, tujih investicij in tehnologije.

uvetjavljajo socialno podjetništvo s promoviranjem in informiranjem, načrtovanjem in izvajanjem ustreznih ukrepov ter s tem podpirajo razvoj in rast socialnih podjetij (SloHra SOCIONET, 2015, str. 33).

Ministrstva:

- **MDDSZ** načrtuje in izvaja ukrepe aktivne politike zaposlovanja z namenom zmanjševanja stopnje brezposelnosti in drugih strukturnih problemov na trgu dela. Hkrati sofinancira usposabljanje in izobraževanje oseb, ki so odgovorne za poslovanje in za delo z ranljivimi skupinami ljudi (MDDSZ, 2013);
- **MGRT** ima s ciljem povečevanja konkurenčnosti in dolgoročne samovzdržnosti socialnih podjetij pomembno vlogo pri nastajanju, razvoju in rasti socialnih podjetij (predvsem tipa A) (Strategija razvoja socialnega podjetništva za obdobje 2013–2016, 2013, str. 15);
- **MNZ** je na področju sodelovanja z nevladnimi organizacijami zadolženo za reševanje vprašanj, povezanih s pripravo in uresničevanjem ukrepov za krepitev civilnega dialoga, krepitev sodelovanja nevladnih organizacij v procesih priprave in izvajanja javnih politik ter vzpostavljanjem sistemskih pogojev za njihov razvoj, kar vpliva tudi na socialno podjetništvo (Strategija razvoja socialnega podjetništva za obdobje 2013–2016, 2013, str. 17);
- **MKGP** vpliva na razvoj socialnega podjetništva s tem, ko stremi k izboljšanju pogojev bivanja na podeželju, k razvoju ekološkega kmetijstva, samooskrbnih zadrug, vzdrževanju kulturne krajine, ohranjanju naravne in kulturne dediščine ter tradicionalnih obrti in znanj. Prispeva tudi k razvoju medgeneracijskih centrov in socialnega turizma ter ustvarjanju zelenih delovnih mest. Pokriva področje ravnanja z odpadki, spreminjanje potrošniških vzorcev v bolj trajnostne (na primer predelava organskih odpadkov, energetska učinkovitost itd.) in spodbujanje razvoja trajnostnih skupnosti (Strategija razvoja socialnega podjetništva za obdobje 2013 – 2016, 2013, str. 16).

Občine

Ker je pri socialnem podjetništvu izredno pomembna tesna povezanost z lokalnim okoljem, odzivnost na specifične probleme lokalnih skupnosti in nastajanje novih delovnih mest na lokalni ravni, imajo občine pri teh ciljih ključno vlogo, saj lahko osveščajo, izobražujejo in usposabljujejo nosilce pomembnih funkcij ter prispevajo k razvoju lokalnih skupnosti in institucij na regionalni ravni. Od njihovega odnosa do socialnega podjetništva je namreč odvisen razvoj tega sektorja v posameznih lokalnih okoljih.

Občine so bolj občutljive pri reševanju problemov na lokalni ravni in hkrati predstavljajo podporno okolje za razvoj socialnega podjetništva, na primer z brezplačnim nudenjem prostorov in drugimi oblikami, ki ne obremenjujejo občinskega proračuna (Strategija razvoja socialnega podjetništva za obdobje 2013–2016, 2013, str. 18).

Nevladne organizacije

Nevladne organizacije so tiste, ki v veliki meri spodbujajo in promovirajo socialno podjetništvo. Precej prispevajo tudi točke E-VEM¹⁰ in KGZS od leta 2013, ko je bila sprejeta zakonodaja na tem področju. Nevladne organizacije, ki delujejo na področju spodbujanja socialnega podjetništva, lahko razdelimo v dve skupini (Rezultati raziskave o podpornem okolju za razvoj socialnega podjetništva v Sloveniji, 2013, str. 26):

- organizacije z večletnim delovanjem, ki so nadgradile oziroma razširile svoje dejavnosti in storitve primarno z delovanja na področju spodbujanja nevladnih organizacij tudi na raven socialnih podjetij, in
- organizacije, ki so bile ustanovljene s ciljem spodbujanja socialnega podjetništva kot odziv na potrebe lokalnega okolja.

Tudi socialna podjetja prevzemajo vlogo podpornega okolja, poleg njih pa tudi sodobnejše oblike organizacij, kot so univerzitetni inkubatorji, start-up centri in tehnološki parki. K razvoju socialnega podjetništva prispevajo z različnimi izobraževanji in svetovanji v povezavi s socialnimi podjetji. Po drugi strani je bilo v raziskavi Zavoda za svetovanje, usposabljanje in rehabilitacijo invalidov Šentprima ugotovljeno, da je obstoječa podpora socialnemu podjetništvu v Sloveniji premalo poznana, nezadostna in neustrezna. Javni sektor, gospodarstvo, nevladni sektor in zainteresirani posamezniki glede na povzetek raziskave za večji razvoj socialnega podjetništva predlagajo pomoč države, vlagateljev ter storitev izobraževanja in svetovanja na področju promocije, financ in poslovanja (Rezultati raziskave o podpornem okolju za razvoj socialnega podjetništva v Sloveniji, 2013, str. 27).

Največji problem za slabo delovanje podpornega okolja za socialno podjetništvo so slabo razviti mehanizmi njegovega financiranja.

¹⁰ E-VEM je elektronski portal, ki je namenjen elektronskim informacijam in postopkom, ki so elektronsko podprti postopki, povezani z ustanovitvijo podjetja in pričetkom poslovanja (Portal za podjetja in podjetnike, 2014).

Sklad 05¹¹ je trenutno edina ustanova v Sloveniji, specializirana za financiranje socialnega podjetništva. V tej organizaciji so (skupaj s partnerji) vzpostavili inovativne načine financiranja, kot so na primer premostitveni krediti, mikrokrediti, družbene naložbe in podobno. Sklad 05 je tudi član Evropskega združenja etičnih in alternativnih bank, ki skrbi za razvoj dostopnih družbeno odgovornih finančnih produktov bančnega sektorja v Evropi. S tem namenom je bila ustanovljena ZEBRA, financirana s strani Sklada 05, z zbranimi sredstvi iz sklada SDN05¹². V kooperativi ZEBRA sledijo cilju ustanovitve prve slovenske etične in trajnostne banke, ki bi temeljila na zaupanju in poznavanju lokalnih skupnosti. Namen te banke je nudenje finančnega, tehničnega in drugega znanja, ki so ga njeni člani pridobili tekom svojega poslovnega delovanja. Konkretnije gre zlasti za nudenje posojil z nizko obrestno mero in trženje posebnih ponudb za socialna podjetja, kjer se nižajo stroški odpiranja in vodenja tekočih računov. To sicer še ni bilo dejansko realizirano (razen izjeme), saj jim politika bank ne zagotavlja dovolj možnosti (Sklad 05 ustanova za družbene naložbe, 2017).

¹¹ Sklad 05 je ustanova za družbene naložbe, ki financira razvoj družabnega podjetništva in družbenih investicij (Sklad 05 ustanova za družbene naložbe, 2017).

¹² Sklad SDN 05 je namenjen razvoju lastnih naložbenih sredstev iz naslova dohodnine v sodelovanju s partnerskimi finančnimi institucijami, financiranje drugih finančnih instrumentov za financiranje splošno koristnih namenov, družbenih naložb, družbenega podjetništva in družbenih inovacij (Sklad 05 ustanova za družbene naložbe, 2017).

5 RAZISKOVALNI DEL DIPLOMSKEGA DELA

Cilj naloge je proučiti, kakšni so motivi podjetij za zaposlovanje ranljivih skupin v socialnih podjetjih v Sloveniji, katere skupine ljudi socialna podjetja zaposlujejo v največji meri, v katerih dejavnostih se največkrat zaposlijo oziroma katera dela najpogosteje opravljajo.

Iz tega torej izhajata dve raziskovalni vprašanji:

1. Kateri so motivi za registracijo socialnega podjetja?
2. Katere ranljive skupine zaposlujejo socialna podjetja?

5.1 METODOLOGIJA

V času pisanja diplomskega dela je bilo v Sloveniji 12. aprila 2017 registriranih 251 socialnih podjetij. Socialna podjetja se delijo na podjetja tipa A in tipa B. Samo za podjetja tipa B je značilno, da lahko opravljajo raznovrstne dejavnosti in dolgotrajno zaposlujejo najbolj ranljive skupine ljudi, ki se znajdejo na trgu dela (npr. starejše od 55 let, Rome itd.), tako da bodo določeno dejavnost opravljala s trajnim zaposlovanjem najmanj tretjine vseh zaposlenih delavcev.

Socialno podjetništvo, ki se je v Sloveniji izraziteje začelo uveljavljati šele v zadnjih letih, je nekakšna alternativa različnim zavodom, državi in drugim akterjem, ki se soočajo z in rešujejo problematiko zaposlovanja ranljivih skupin. To zlasti velja za socialna podjetja tipa B, kjer je zakonsko predpisano, da morajo zaposlovati določeno kvoto teh oseb.

Izmed vseh registriranih socialnih podjetij je bilo zelo težko ugotoviti, katera so tipa A in katera tipa B. V diplomskem delu so me zanimala samo socialna podjetja tipa B. Ker sem želela pridobiti podrobne informacije o podjetjih tipa B, sem se obrnila na različna ministrstva, kjer mi nihče ni znal pomagati s seznamom dotičnih podjetij tipa B. Ker nisem našla nikogar, ki bi mi pomagal s pridobitvijo teh informacij, sem se odločila, da podjetja opredelim kar sama s pomočjo internetnih virov. Navkljub vsem težavam, ki sem jih imela pri tem raziskovalnem delu, sem ugotovila, da je podjetij tipa A neprimerljivo več kakor podjetij tipa B. Na koncu sem našla 25 socialnih podjetij, za katera lahko trdim, da so tipa B.

Na spletnih straneh socialnih podjetij (CNOVS, 2017), ki zaposlujejo ali pa se ukvarjajo z invalidi, sem zasledila, da opravljajo dejavnosti, kot so:

- lasersko graviranje,
- izdelava keramičnih izdelkov,
- kooperacijska dela (čiščenje, vzdrževanje, etiketiranje, pakiranje, sestavljanje itd.),
- urejanje okolice,
- darilni program (ročna izdelava izdelkov),
- kmetijska dela (delo v sadovnjakih, na poljih, v hlevih),
- čiščenje in predelava kmetijskih pridelkov,
- priprava polizdelkov ter njihova prodaja in distribucija,
- predelava izdelkov iz smeti in podobno.

Tako sem vsaj za eno ranljivo skupino dobila predstavo o tem, na kakšen način je vključena v dejavnost socialnih podjetij. Moj naslednji korak je bil, da sem kontaktirala vsa socialna podjetja, ki sem jih identificirala kot socialna podjetja tipa B, in jim na kratko postavila dve vprašanji, s katerima bi na koncu odgovorila na obe raziskovalni vprašanji (gl. Priloga A). Odziv je bil zelo slab, od vseh teh so mi odgovorili le iz štirih socialnih podjetij. To je vodilo do spoznanja, da moram kvantitativni pristop raziskave zamenjati s kvalitativnim. Tako sem glede na odziv socialnih podjetij podrobneje obravnavala štiri socialna podjetja (gl. Tabela 5.1) in z njimi izvedla intervjuje. Do njih sem pristopila z konkretnimi vprašanji, ki so razvidna iz Priloge B. Intervjuje sem izvajala v obdobju od 21. 8. 2016 do 12. 4. 2017. Vsa štiri podjetja, ki so sodelovala v raziskavi, se med seboj zelo razlikujejo. Delujejo v različnih krajih v Sloveniji in se ukvarjajo z različnimi dejavnostmi.

Tabela 5.1: Osnovni opisi socialnih podjetij

PODJETJE	DATUM USTANOVITVE	KOGA ZAPOSLUJEJO	TIP PODJETJA
SOP1	2014	Ljudi s posebnimi potrebami, migrante in etnične manjšine (Rome), brezdomce, javne delavce	B
SOP2	2015	Najbolj ranljive skupine ljudi na trgu dela	B
SOP3	2013	Zaposlujejo javne delavce, invalide iz URI Soča, osebe, pri katerih vidijo določeno stisko	B

SOP4	2013	Brezposelne osebe, ranljive skupine, mlade do 30 let in starejše ljudi	B
------	------	--	---

Merski instrument moje raziskave je polstrukturiran intervju, ki sem ga sestavila sama. Mesec (1997, str. 15) pravi, da je kvalitativna raziskava tista, pri kateri sestavljajo osnovno izkustveno gradivo pripovedi in zbrani besedni opisi. V kvalitativni raziskavi je gradivo obdelano in analizirano na beseden način, brez uporabe merskih postopkov. Kvalitativna in kvantitativna raziskava se razlikujeta po svojem poteku, vendar se ne izključujeta, ampak dopolnjujeta.

Kordeš in Smrdu (2015, str. 15) pravita, da kvalitativna raziskava išče intenziven ali dolgotrajen stik z vsakodnevnimi običajnimi, normalnimi situacijami, ki odražajo vsakdanje življenje ljudi. Kvalitativna raziskava proučuje razumevanje ljudi v določenih situacijah, torej to, kako razumejo, si razlagajo vsakodnevne dogodke in kako se nanje odzivajo. Raziskovalec želi dobiti celosten vpogled v kontekst, ki ga proučuje, njegovo logiko, ureditve in pravila. Raziskovalec želi zajeti vse podatke o zaznavah udeležencev s pozornostjo in empatičnim razumevanjem, da pa bi to lahko storil, mora odstraniti vse predsodke o raziskovanih področjih.

5.2 UGOTOVITVE RAZISKAVE

Motiv za ustanovitvev

Vsa štiri podjetja imajo skupni namen ustanovitve – željo po izboljšanju pogojev bivanja ljudem v bližnji (in daljši) okolici svojega delovanja. Namen ustanovitve socialnih podjetij (SOP1, SOP2, SOP2 in SOP4) je trajno opravljanje dejavnosti po načelih socialnega podjetništva v korist notranjih in zunanjih udeležencev, uporabnikov in širše družbene skupnosti, želja po izboljšanju problematike brezposelnosti in socialne izključenosti, spodbujanje samooskrbe in samozadostnosti s ciljem pomagati vsem, ki iščejo zaposlitev, in drugim posameznikom, ki si želijo osebnega razvoja. Tudi *ZSocP* (2012) pravi, da se osebe, ki so dolgotrajno brezposelne, angažira na tak način, da lahko prek vključenosti oziroma zaposlitve v socialnem podjetništvu samostojno ustvarjajo svoje prihodke in so tako zmožne poskrbeti za lastno preživetje.

Pri podjetju SOP4 so za intervju povedali, da je »osrednji motiv ustanovitve zavoda postati center odličnosti na področju usposabljanja, izobraževanja (tudi neformalnega) in lažjega zaposlovanja, predvsem v sektorju socialnega podjetništva, v sektorjih z deficitarnimi poklici

ter med ranljivimi skupinami. Prav tako postati center odličnosti na področju razvoja socialne ekonomije in na področju ozaveščanja o pomenu trajnostnega razvoja« (SOP4, 2017).

Tabela 5.2: Različni motivi za ustanovitev socialnih podjetij

PODJETJE	MOTIV USMERJEN V SAMOOSKRBO	MOTIV USMERJEN V DRUŽBENO KORIST	MOTIV, USMERJEN V LOKALNO OKOLJE
SOP1	Izdelava lastnih izdelkov (namenjena samooskrbi)	Motiv za ustanovitev je želja po izboljšanju problematike brezposelnosti in socialne izključenosti.	Eden izmed motivov je promocija zdravega načina življenja.
SOP2	/	Motiv ustanovitve je trajno opravljanje dejavnosti v korist uporabnikov in širše družbene skupnosti.	Motiv ustanovitve je pomoč širši lokalni skupnosti (vrtec, pustolovska pot, čebelarstvo).
SOP3	Motiv ustanovitve je samooskrba z ekološko pridelano hrano	Motiv ustanovitve je bila zaposlitev mladih ljudi, ki so ostali brez službe.	Motiv je vzpostavitev ekološkega zeliščnega vrta na način, ki je v korist celotni skupnosti.
SOP4	/	Motiv ustanovitve je povečevanje zaposlitvenih možnosti in zaposlovanje oseb iz najbolj ranljivih skupin.	Motiv Zavoda je postati center odličnosti na področju usposabljanja, izobraževanja in lažjega zaposlovanja.

Ramšak (2017, 22) pravi, da socialna podjetja najlažje definiramo s tem, da upoštevamo izpolnjevanje dveh glavnih ciljev. Prvi cilj je, da mora socialno podjetje ranljivim skupinam nuditi takšno delovno okolje, da se ti lahko razvijejo v učinkovite delavce. Drugi cilj pa je zagotavljanje njihove stalne zaposlitve, za kar mora biti socialno podjetje samo vzdržno in uspešno.

Podjetja želijo delovati v korist vsem, ki prispevajo k dolgoročni rasti. Z zagotavljanjem dodatne ponudbe proizvodov in storitev si želijo omogočiti bolj kakovostno in lepše življenje vsem udeležencem.

V intervjuju so opisali (SOP3, osebni zapis intervjuja, 2017, 12. april)¹³:

¹³ Osebni zapis intervjuja je na voljo pri avtorici.

Za ustanovitev socialnega podjetja smo se odločili zaradi več dejavnikov. Ekipe mladih je po diplomah ostala brez službe in ker je tudi v Pomurju velika brezposelnost, smo se odločili, da bomo naredili nekaj, da temu ne bo več tako. Poleg tega pa nas je vodila tudi slaba kakovost prehrane, slabo stanje pitne vode, predvsem pa pomanjkanje ponudbe zdrave, kvalitetne ekološke zelenjave in zelišč. Vse to je povezano z najvišjo stopnjo pojavnosti in umrljivosti za rakom v Sloveniji. Iz teh razlogov smo se odločili, da bomo ustanovili socialno podjetje. Najprej je bil naš cilj poskusiti obnoviti starejšo kmetijo in iz tega narediti kraj, ki bo zaposloval ranljive ciljne skupine, prav tako pa tudi postal kraj druženja in izobraževanja, obenem pa ponujal lokalno pridelano ekološko hrano. Kasneje smo, na srečo, od občine dobili v upravljanje nekdanj zelo pomemben objekt, ki smo ga preuredili in tu naredili eko vrt.

Intervjuvana socialna podjetja se ukvarjajo z različnimi dejavnostmi, vendar je poudarek vseh socialnih podjetij na lokalni samooskrbi. S svojim delovanjem želijo pozitivno prispevati k družbi.

Dejavnosti, ki jih opravljajo, so:

- **SOP1:** distribuirajo zabojčke lokalno pridelane in predelane hrane po širši koroški regiji, pridobivajo dobavitelje lokalne hrane, s svojo ponudbo si želijo prodreti v javne zavode; urejajo zelene površine za mestno občino; želijo si pridobiti čim večje število prostovoljcev; organizirajo kmečko tržnico; pomagajo na kmetijah; izdelujejo lastne izdelke, kot so ekološki pralni prašek, verižice, voščilnice itd.; vzpostavljajo različna sodelovanja s podjetji;
- **SOP2:** vodijo zasebni vrtec, kjer nudijo varstvo za otroke od prvega do tretjega leta starosti; vzpostavljajo apiterapijo, ki združuje elemente hortikulture terapije, terapije s pomočjo živali, čebelarstva in apiterapije ter vzgoje in izobraževanja; nudijo pustolovsko pot, ki je edinstvena dogodivščina na ljubljanski Čebelji poti. Zasnovana je za lokalno prebivalstvo, vzgojno-izobraževalne organizacije, turiste in družine v splošnem. S svojo unikatno obliko in sestavo povezuje človeka, čebelo in naravo; imajo družinsko čebelarstvo MedaPolnaSkleda; nudijo pedagoške programe na Čebelji poti, kjer pripravljajo vsebinski, organizacijski in logistični del pustolovščin na ljubljanski Čebelji poti ter v sodelovanju z Mestno občino Ljubljana razvijajo in povezujejo pedagoške programe na ljubljanski Čebelji poti za vrtce in šole;
- **SOP3:** vzpostavljajo ekovrtnarijo za potrebe ekološkega kmetovanja in socialnega podjetništva; ekovrtnarjenje v povezavi z raziskovalnimi, izobraževalnimi in izdajateljskimi dejavnostmi s področja ekološkega, socialnega in trajnostno naravnega razvoja; urejajo ekološki zeliščni in zelenjadarski vrt na način, ki je v korist celotni skupnosti;
- **SOP4:** povečujejo zaposlitvene možnosti; zagotavljajo podporo pri iskanju zaposlovanja; prepoznavajo deficitarne poklice; zagotavljajo vseživljenjsko učenje; širijo in razvijajo

medgeneracijsko solidarnost ter medgeneracijsko povezanost; razvijajo zeleno ekonomijo; zagotavljajo učinkovito rabo naravnih virov; povečujejo sodelovanje med nevladnimi organizacijami, gospodarstvom in izobraževalnimi institucijami; prenašajo dobre prakse zaposlovanja iz tujine v Slovenijo.

5.2.1 Zaposlovanje ranljivih skupin

Vsa intervjuvana podjetja so tipa B, zato upoštevajo pogoje zaposlovanja ljudi iz ranljivih skupin ljudi. V podjetja so (oziroma so bili) vključeni pripadniki naslednjih ranljivih skupin:

- osebe s posebnimi potrebami,
- mladi (pred prvo zaposlitvijo),
- dolgotrajno brezposelne osebe,
- javni delavci in
- invalidi.

V intervjuju so pri socialnem podjetju SOP3 povedali: "Smo podjetje tipa B, in sicer iz tega razloga, ker želimo omogočiti zaposlovanje ranljivih ciljnih skupin, obenem pa sami nimamo potrebe po dobičku, saj nam je prvotni cilj delovanje za dobro celotne skupnosti" (SOP3, 12. april 2017).

Dejavnosti, ki jih oziroma so jih opravljali, pa so:

- administrativna dela,
- delo v razvojnem oddelku,
- pomoč v vrtcu,
- vrtnarjenje in kmetovanje.

Pripadniki omenjenih ranljivih skupin niso v opisana socialna podjetja vključeni samo prek zaposlitve, ampak tudi na drugačne načine. Denimo so odjemalci produktov (oziroma pridelkov) in storitev, ki so za njih lažje dostopne (cenovni vidik), veliko pa se v navedenih socialnih podjetjih izobražujejo in usposablajo.

Podjetja se financirajo iz različnih virov, in sicer iz sredstev ustanoviteljev ter sredstev, pridobljenih na osnovi uspešnih prijav na javne razpise. Podjetja si prizadevajo za zaposlovanje delavcev prek sredstev, ki jih financira Zavod Republike Slovenije za zaposlovanje prek javnih del. Socialna podjetja so odvisna od različnih institucij, ki jim lahko na kakršenkoli način pomagajo zagnati socialno podjetništvo in ga razvijati. Tako se s prošnjami obračajo na

institucije, ki jim lahko nudijo prostore za obratovanje brez stroškov najemnine, jim pomagajo pri organizaciji različnih dogodkov na tržnici in podobno.

Pri pisanju diplomskega dela sem se soočala s slabim odzivom podjetij, s katerimi sem želela opraviti intervjuje. Opazila sem, da na področju podjetništva močno prevladuje ekonomski dejavnik, s tem pa podjetja najbolj žene potreba po dobičku, kar pa ni primarni cilj socialnih podjetij, zato sem socialna podjetja tipa B s težavo našla. Kores (2016, str. 95) pravi, da so trendi finančne industrije jasni. Posamezniki želijo finančna sredstva vlagati v sektor socialne ekonomije samo pod pogojem, da socialna podjetja poleg finančnih ciljev dosegajo tudi različne družbene vplive. Takšen pristop vse bolj prevzema javni sektor, hkrati pa socialna podjetja želijo pokazati pomembnost svojega dela.

Razlike med obema vrstama podjetništva so predvsem v namenu, ponudbi in načinu zaposlovanja. Medtem ko klasično podjetništvo vedno stremi k dobičku, socialno podjetništvo daje prednost rasti socialnega kapitala. S tem se na tržni način sooča z reševanjem socialnih, okoljskih, lokalnih ter drugih problemov in tako pomaga k izboljšanju družbenega blagostanja. Poleg tega socialna podjetna velikokrat ponujajo storitve, ki jih klasični podjetniki ne, zlasti z zaposlovanjem ranljivih skupin, ki so na trgu manj konkurenčne. Socialno podjetništvo tako uporablja večine podjetništva, s katerimi poskuša dosegati javno koristne cilje (Mesojedec, 2012, str. 9).

Sama sem se usmerila na podjetja tipa B in tako uspešno opravila štiri intervjuje. Iz opravljenih intervjujev sem ugotovila, da so v socialna podjetja vključeni naslednji pripadniki ranljivih skupin: osebe s posebnimi potrebami, mladi (pred prvo zaposlitvijo), dolgotrajno brezposelne osebe, javni delavci, pripadniki romske skupnosti in etične manjšine ter invalidi. Socialno podjetništvo tako predstavlja inovativen model pri pristopu k družbi, ki je na eni strani posledica rasti socialnih potreb v Evropi, po drugi strani pa je socialno podjetništvo pomembno, saj prinaša kakovostne rešitve za rastoče socialne probleme državi, ki sama tega ne zmore odpraviti (Borzaga, 2017, str. 10).

Če pogledamo Zakon o socialnem podjetništvu (*ZSocP* 2012), lahko ugotovimo, da v intervjuvanih podjetij ni naslednjih pripadnikov ranljivih skupin: brezposelnih oseb nad 55. letom starosti in mladoletnih oseb brez zaključenega osnovnega ali nižjega poklicnega izobraževanja. To bi lahko nakazovalo na dva dejavnika. Na premajhen vzorec moje raziskave, torej podjetij, s katerimi sem opravljala intervjuje. Lahko pa to pomeni nekaj povsem drugega. V današnji dobi se srečujemo z novo obliko diskriminacije, z ageizmom. Tako je mogoče, da

stereotipiziramo in diskriminiramo posamezne ranljive skupine ljudi na podlagi njihove starosti. To se kaže tako, da so danes najbolj ranljive skupine, med vsemi ranljivimi skupinami težje zaposljivih, starejši ljudje nad 55. letom ali pa mlajši odrasli.

6 ZAKLJUČEK

Z opravljenimi intervjuji sem iskala odgovor na zastavljeni raziskovalni vprašanji, kateri so motivi za ustanovitev socialnih podjetij in katere ranljive skupine socialna podjetja zaposlujejo. Ugotovila sem, da so glavni motivi za ustanovitev socialnih podjetij želje po izboljšanju pogojev bivanja ljudem v okolici. Namen ustanovitve socialnih podjetij pa je trajno opravljanje dejavnosti po načelih socialnega podjetništva, ki stremijo h koristi notranjih in zunanjih udeležencev, uporabnikov in širše družbene skupnosti. Socialna podjetja se ustanavljajo z željo in namenom po izboljšanju problematike brezposelnosti in socialne izključenosti. Namen ustanovitve socialnih podjetij je spodbujanje samooskrbe in samozadostnosti posameznih ranljivih skupin ljudi. Glavni cilj socialnih podjetij pa je pomoč vsem tistim, ki iščejo zaposlitev, in drugim posameznikom, ki si želijo osebnega razvoja. Tako sem ugotovila, da socialna podjetja zaposlujejo skoraj vse pripadnike ranljivih skupin, ki jih našteva Zakon o socialnem podjetništvu (*ZSocP* 2012), z izjemo mlajših odraslih ter starejših ljudi nad 55. letom.

Socialno podjetništvo bo ljudi zanimalo zato, ker se bodo lahko posvetili nekaterim najbolj perečim problemom sveta. S širjenjem razumevanja socialnega podjetništva in stalnim naraščanjem števila ljudi, ki so pripravljeni začeti s takšno dejavnostjo, se vedno bolj približujemo najpomembnejšemu cilju: odpraviti revščino in razlike za vedno (Yunus, 2009, str. 261).

Dejstvo je, da je v Sloveniji neprimerljivo več socialnih podjetij tipa A kot pa tipa B. To nam pove, da pripadniki ranljivih skupin širom Slovenije (glede na število registriranih socialnih podjetij) nimajo toliko možnosti za zaposlitev v tem segmentu, kot bi si lahko mislili. Po eni strani je razumljivo, da posamezniki raje ustanavljajo socialna podjetja tipa A, saj pri tem nimajo predpisanega pravila glede tega, da morajo zaposlovati določen odstotek ljudi iz ranljivih skupin. Skleпам, da se bojijo, da bodo njihovi delovni procesi oteženi, če bodo sodelovali ljudje, za katere velja, da niso konkurenčni na trgu dela.

Socialna ekonomija ne pomeni ekonomije usmiljenja, miloščine ali pomoči, pač pa gre za ekonomijo, ki je že v temelju družbe zavezana k pravičnosti. Človek z oviro ni tržno konkurenčen, pač pa lahko z drugimi člani deli svoje ustvarjalne zmogljivosti. Te nimajo tržne vrednosti, ampak imajo družbeno vrednost. Socialna ekonomija ne sme izvirati iz filantropije. Kralj (2015, str. 85) se tako sprašuje, ali naj od ljudi kupujemo izdelke ali storitve le zato, ker

se nam smilijo, ali zato, ker je to pravično. Človek z oviro nikoli ne more biti konkurenčen na trgu dela, ker dela počasneje, marsičesa ne zmore, merilo trga pa je le končna cena produkta, ne njegovo ozadje. Prav bi bilo, da bi tako izdelek ali storitev ranljivih skupin ljudi subvencionirala država, lokalna skupnost, društvo ali kakšna druga organizacija.

Iz tega izhaja predlog, da bi morale biti več spodbud za zaposlovanja ranljivih skupin ljudi ne le s strani institucij, ampak tudi s strani socialnih podjetij, ki so pri svojem delovanju, tudi kar se tiče zaposlovanja ljudi iz ranljivih skupin, uspešna. Ta podjetja bi lahko izvajala svetovalne dejavnosti in bila kot nekakšni učni centri oziroma inkubatorji za učeča se socialna podjetja.

Zidar (2013, str. 303) pravi, da je treba razpravljati o tem, ali je v Sloveniji socialno podjetništvo bolj socialno ali bolj podjetno, saj obstaja vedno več trenj, ki nastajajo ob združevanju dveh tako različnih konceptov. V zadnjem času imamo občutek, da bomo priče razvoju spektra novih praks, ki se bodo raztezale med vsemi tremi oblikami socialnih podjetij. Socialna podjetja bodo lahko integrirana, hibridna ali avtonomna. Socialno podjetništvo je tako postalo priročno loščilo za vse manj socialno ekonomijo. Včasih se nam celo zdi, da je socialno podjetništvo postalo del širšega družbenega procesa, v katerem je država prepustila skrb za najbolj ranljive skupine ljudi logiki konkurenčnega trga. Tako so sedaj ranljive skupine ljudi zreducirane na vlogo prekarnih brezpravnih delavcev.

Smiselno bi bilo, da bi država omogočila brezplačno usposabljanje za tovrstno dejavnost in financirala ustrezno strokovno podporo pri izvajanju merjenja na ravni organizacije (projektov, države). Večja in uspešnejša socialna podjetja bi bila lahko mentorji mlajšim, neizkušenim, vendar bi bilo zato logično, da bi dobili povračilo sredstev, ki jih mlajša socialna podjetja ne morejo zagotoviti. Bera (2012, str. 257) pravi, da bi morala država več finančnih sredstev in različnih programov nameniti osveščanju širše javnosti. Tako bi morali informirati predvsem podjetnike (potencialne in delujoče). Pomembno bi bilo vzpostaviti celovito podporno okolje za oblikovanje socialnega podjetništva, ki bi širši javnosti nudilo izobraževanje za potrebe socialnega podjetništva. Pomembne bi bile ustrezne finančne spodbude za zagon novih socialnih podjetij. Z večjo osveščenostjo in informiranostjo širše javnosti bi lahko zagnali socialno podjetništvo v pravi obliki, s tem pa bi omogočili inovativno zaposlovanje ranljivih ljudi na trgu dela.

Vsekakor bi bilo dobro zagotoviti podporo socialnim podjetjem, saj ta delujejo v skladu s priporočili standarda za družbeno odgovornost, zlasti z zaposlovanjem ranljivih skupin in izvajanjem dejavnosti, ki niso usmerjene le k dobičku (oziroma z vračanjem dobička nazaj v

podjetje). Tako bi bilo treba ustvariti podporno okolje znotraj države, v katerem bi bila socialna podjetja deležna olajšav pri poslovanju (zlasti pri plačilu davkov, javnem naročanju – prednost pred drugimi podjetji zaradi zaposlovanja ranljivih skupin, pridobivanju koncesij za posamezne vrste del ipd.) in kjer bi bila deležna sofinanciranja dejavnosti, predvsem na deficitarnih področjih. Koristno bi bilo tudi izvajanje dodatnega usposabljanja za pridobitev ključnih menedžerskih znanj in znanj z drugih področij.

Nihče (tudi ranljive skupine) ne sme biti odvisen od dobre volje ter pomoči posameznikov in od financiranja iz različnih socialnih skladov, kajti njihova pravica do dela je jasno opredeljena v različnih listinah, deklaracijah, akcijskih načrtih in zakonih (Kralj, 2015, str. 83). Triindvajseti člen (Splošna deklaracija o človekovih pravicah Združenih narodov, 1948) ¹⁴ jasno opredeljuje, da je pravica dela za vsakogar. Zakon govori o tem, da ima vsakdo pravico do dela in proste izbire zaposlitve, do pravičnih in zadovoljivih delovnih razmer. Vsakdo ima pravico do enakega plačila za enako delo. Vsakdo, ki dela, ima pravico do pravične in zadovoljive nagrade, ki njemu in njegovi družini zagotavlja vreden obstoj.

¹⁴ Splošna deklaracija človekovih pravic. (1948). Sprejeta in razglašena z resolucijo Generalne skupščine Združenih narodov št. 217 A (III), 10. decembra.

7 VIRI

1. Abu-Saifan, S. (2012). Social Entrepreneurship: Definition and Boundaries. *Technology Innovation Management Review*, 2(12), 22–27.
2. Adam, F. in Bahovec I. (2015). *O stanju in perspektivah socialnega podjetništva v Sloveniji in Hrvaški*. Ljubljana: Inštitut za razvojne in strateške analize
3. Bera, S. (2012). Socialno podjetništvo, kot priložnost za inovativno zaposlovanje ranljivih skupin na trgu dela. V A. Ježovnik (ur.), *Zbornik 9. festivala raziskovanja ekonomije in managementa* (str. 251–257). Dostopno prek <http://www.fm-kp.si/zalozba/ISBN/978-961-266-135-9/prispevki/%20028.pdf>
4. Borozga, C. (2017). Social enterprise and the future od work. *From social enterprise to social innovation*, 5(1), 10–12.
5. Borozga, C. in Galera G. (2012). The Concept and Practice of Social Enterprise: Lessons from the Italian Experience. *International Review of Social Research*, 2(2), 85–112.
6. Brodnjak, U. (2014). *Skladi za namene financiranja socialnih podjetij v republiki Sloveniji: pregled stanja*. Dostopno prek http://socialnaekonomija.si/wp-content/uploads/2015/03/SKLADI-ZA-FINANCIRANJE-SOCIALNIH-PODJETIJ-V-RS-pregled-stanja_julij-2014.pdf
7. Bronstein, D. (1998). Changing the world on a shoe string. *The Atlantic* (januar). Dostopno prek <https://www.theatlantic.com/magazine/archive/1998/01/changing-the-world-on-a-shoestring/377042/>
8. Center za informiranje, sodelovanje in razvoj nevladnih organizacij [CNVOS]. (2017). *Socialno podjetništvo*. Dostopno prek http://old.cnvos.si/article?path=/podrocja_dela/svetovanja/socialno_podjetnistvo
9. CONSULTA. (2017). *Nevladne organizacije in pridobitev statusa socialnega podjetja*. Dostopno prek <http://www.consulta.si/novice/nevladne-organiza%20cije-in-pridobitev-statusa-social/1298>
10. Črnak Meglič, A. (2007). *Obseg in viri financiranja nevladnih organizacij v letu 2007*. Dostopno prek <http://old.cnvos.si/UserFiles/File/Zagovornistvo/Sooblikovanje%20politik/Crnak%20Meglic%20porocilo%202007.pdf>
11. Črnak Meglič, A. in Rekar T. (2009). The role of the third sector in the Slovenian welfare system. *Teorija in praksa*, 46(3), 237–254.

12. DATA. (2012, 10. april). Kaj je socialno podjetje? [Blog]. Dostopno prek <https://data.si/blog/2012/04/10/kaj-je-socialno-podjetje/>
13. e-VEM - Portal za podjetja in podjetnike. (2014). *O portalu*. Dostopno prek <http://evem.gov.si/info/o-portalu/>
14. Evropska komisija. (2010). *Strategija za pametno, trajnostno in vključujočo rast 2010*. Dostopno prek http://ec.europa.eu/eu2020/pdf/1_SL_ACT_part1_v1.pdf
15. European Commission. (2015). *Blue book – Blue guide 2015*. Dostopno prek http://ec.europa.eu/regional_policy/sources/docgener/guides/blue_book/blueguide_20en.pdf
16. Evropski ekonomsko-socialni odbor. (2017). *Naše delo..* Dostopno prek <https://www.eesc.europa.eu/en/our-work>
17. Evropski parlament. (2009). *Resolucija Evropskega parlamenta dne 19. februarja 2009 o socialni ekonomiji (2008/2250(INI))*. Uradni list Evropske unije 2010/C 76 E/04. Dostopno prek <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:C:2010:076E:%200016:0023:SL:PDF>
18. Goffman, E. (2000). *Stigma: Zapiski o opravljanju poškodovane identitete*. Maribor: Založba Aristej.
19. Kapitalizem. (b. d.). V *Wikipedija*. Dostopno prek (6. marec 2017) <https://sl.wikipedia.org/wiki/Kapitalizem>
20. Kolarič, Z. (2003). Neprofitno volonterske organizacije in njihov razvoj. *Teorija in praksa*, 40(1), 37–56.
21. Kordeš, U. in Smrdu, M. (2015). *Osnove kvalitativnega raziskovanja*. Koper: Založba Univerze na Primorskem.
22. Kores, D. (2016). *Socialna podjetja in njihovi družbeni učinki – primer zavoda premiki* (magistrsko delo). Dostopno prek http://dk.fdv.uni-lj.si/magistrska/pdfs/mag_kores-dolores.pdf
23. Kralj, R. (2015). Socialna ekonomija in tranzicijski načrti. V D. Rutar in I. Praznik (ur.), *Hendikep delo in družba* (str. 77–101). Kamnik: Narodna in univerzitetna knjižnica Ljubljana.
24. Leadbeater, C. (1997). *The rise of the social entrepreneur*. London: Demos.
25. Light, P. (2006). Reshaping Social Entrepreneurship. *Stanford social innovation review*, 3(fall), 47–51.
26. Macura, R in Konda, I. (2016). Social Entrepreneurship: an Instrument of Social and Development Policy. *Revija za ekonomske in poslovne vede*, 3(2), 20–35.

27. Martin, R.L. in Osberg, S. (2007). Social Entrepreneurship: The Case for Definition. *Stanford social innovation review*, 1(spring), 1–17.
28. Mercina, J. (2017, 4. julij). *Zavod in ustanovitev zavoda*. Dostopno prek <https://mladipodjetnik.si/podjetniski-koticek/ustanovitev-podjetja/katero-obliko-podjetja-izbrati/zavod>
29. Mesec, B. (1997). *Metodologija raziskovanja v socialnem delu 2*. Ljubljana: Visoka šola za socialno delo.
30. Mesojedec, T. (2012). *Šola socialnega podjetništva* [Izobraževalno gradivo]. Nova Vas: Evropski kmetijski sklad za razvoj podeželja. Dostopno prek http://www.eko-humanitatis.org/wp-content/uploads/2013/03/Delavnica-1_Osnove-socialnega-podjetni%C5%A1tva.pdf
31. Mesojedec, T., Šporar, P., Strojani, K., Valentinčič, T., Bačar, F., Sakovič, G. in Strojani, T. (2012). *Socialno podjetništvo*. Ljubljana: Narodna in univerzitetna knjižnica.
32. Ministrstvo za delo, družino, socialne zadeve in enake možnosti [MDDSZ]. (2013a). *Strategija razvoja socialnega podjetništva 2013–2016*. Dostopno prek http://www.mddsz.gov.si/nc/si/medijsko_sredisce/novica/article/1966/7189/
33. Ministrstvo za delo, družino, socialne zadeve in enake možnosti [MDDSZ]. (2013b). *Program ukrepov 2014–2016 za izvajanje strategije razvoja socialnega podjetništva za obdobje 2013–2016*. Dostopno prek http://www.mddsz.gov.si/fileadmin/mddsz.gov.si/pageuploads/dokumenti_pdf/zaposlovanje/Program_ukrepov_2014-2015_za_izvajanje_strategije_razvoja_socialnega_podjetnistva.pdf
34. Ministrstvo za gospodarski razvoj in tehnologijo [MGRT]. (b. d.). *Socialno podjetništvo*. Dostopno prek http://www.mgrt.gov.si/si/delovna_podrocja/socialno_podjetnistvo/
35. Moulaert, F. in Oana, A. (2005). Social economy, Third sector and Solidarity Realitions: A conceptual Synthesis form history to present. *SAGE Publication*, 42(11), 2037–2053.
36. Ramšak, M. (2017). *Izzivi socialnega podjetništva v Sloveniji* (magistrsko delo). Dostopno prek http://dk.fdv.uni-lj.si/magistrska_dela_2/pdfs/mb22_ramsak-mateja.pdf
37. Seelos, C. in Mair, J. (2005). Social entrepreneurship: creating new business models to serve the poor. *Business horizons*, 48(3), 241–246.
38. Sklad05 ustanova za družbene naložbe. (2017). *Podpora delovanju Kooperative Zebra in ustanovitvi družbene banke*. Dostopno prek: http://www.sklad05.si/nameni_posamicen/%20181

39. SloHra SOCIONET. (2015). *Združeni pri razvoju novih zaposlitvenih možnosti s pomočjo socialnega podjetništva – SloHra SOCIONET*. Dostopno prek http://www.rra-zk.si/materiali/priloge/slo/zeleni_kras_analiza_sop_v_primorsko_notranjski_regij_2015.pdf
40. Socialni inovatorji prihodnosti. (b. d.). *Socialno podjetništvo*. Dostopno prek <http://www.socialni-inovatorji.si/knjiga/socialno-podjetnistvo/25-socialno-klasicno-podjetnistvo>
41. Splošna deklaracija človekovih pravic. (1948). Sprejeta in razglašena z resolucijo Generalne skupščine Združenih narodov št. 217 A (III), 10. decembra. Dostopno prek http://www.ohchr.org/EN/UDHR/Documents/UDHR_Translation_s/slv.pdf
42. Srce me povezuje. (b. d.). *Nevladne organizacije in pridobitev statusa socialnega podjetja*. Dostopno prek <http://www.srce-me-povezuje.si/index.php?%20lng=sl&=novice&id=12925>
43. Šentprima – Zavod za rehabilitacijo in izobraževanje. (2013). *Rezultati raziskave o podpornem okolju za razvoj socialnega podjetništva v Sloveniji*. Dostopno prek <http://www.sentprima.com/wp-content/uploads/2015/10/rezultati-raziskave-o-podpornem-okolju.pdf>
44. Thompson, J., Geoff, A. in Less, A. (2000). Social Entrepreneurship: a new look at the people and the potential. *Management decision*, 38(5), 328–338.
45. Trebanc, M., Boškič, R., Kobal, B. in Rihter, L. (2003). *Socialna in ekonomska vključenost ranljivih skupin v Sloveniji – možni ukrepi za dvig zaposljivosti najbolj ranljivih kategorij težje zaposljivih in neaktivnih oseb*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede. Dostopno prek http://www.mddsz.gov.si/fileadmin/mddsz.gov.si/pageuploads/dokumenti_pdf/raziskava_vkljucevanje2.pdf
46. Social economy. (b. d.). V *Wikipedia*. Dostopno prek (6. marec 2017) https://en.wikipedia.org/wiki/Social_economy
47. Vizionastvo (b. d.). V *Slovar slovenskega knjižnega jezika*. Dostopno prek http://bos.zrc-sazu.si/cgi/a03.exe?name=sskj_testa&expression=VIZIONARSTVO&hs=1
48. Yunus, M. (2009). *Novemu kapitalizmu naproti*. Tržič: Učila international.
49. Zahara, A. S., Rawhouser, N. H., Bhawe, N., Neubaum, O. D. in Hayton, C. H. (2008). Globalization of social entrepreneurship opportunities. *Strategic Entrepreneurship Journal*, (2), 117–131.
50. Zakon o socialnem podjetništvu – ZSocP. (2011). Sprejet v Državnem zboru Republike Slovenije, v veljavi od 2. aprila. Dostopno prek <https://www.uradni-list.si/glasilo-uradni-list-rs/vsebina?urlid=201120&stevilka=819>

51. Zidar, R. (2013). Socialno podjetništvo. *Socialno delo*, 52(5), 291–305.
52. Zidar, R. in Rihter, L. (2010). Vključevanje ranljivih skupin v programe socialnega podjetništva s perspektive socialnega dela. V G. Miloševič, Z. Kovač in B. Radej (ur.), *Socialno podjetništvo – izzivi in perspektive. Zbornik prispevkov* (str. 66–85). Murska Sobota: Pribinovina, d. o. o.

PRILOGE

PRILOGA A: PRVO ELEKTRONSKO SPOROČILO

Spoštovani,

sem Aleksandra Kopavnik, študentka Fakultete za družbene vede (smer Sociologija – kadrovske menedžment). Na vas se obračam s prošnjo za pomoč pri pisanju diplomske naloge, katere naslov je Zaposlovanje ranljivih skupin v socialnem podjetništvu v Sloveniji.

V raziskovalnem delu naloge bom ugotavljala, katere izmed ranljivih skupin ljudi se v največji meri zaposlujejo v socialnih podjetjih in katera dela oziroma dejavnosti najpogosteje opravljajo.

Ker predvidevam, da se vaše podjetje uvršča med socialna podjetja tipa B (za katera velja, da ves čas svojega delovanja trajno zaposlujejo najbolj ranljive skupine ljudi na trgu dela, in sicer ima najmanj eno tretjino takšnih delavcev izmed vseh delavcev; socialno podjetje tipa B ima tako lahko tudi samo enega zaposlenega, če gre za osebo iz najbolj ranljivih skupin), bi vas vljudno prosila, da mi na kratko odgovorite na naslednji dve vprašanji, ki se nanašata na zaposlovanje ranljivih skupin ljudi:

1. Pripadnike katerih ranljivih skupin ljudi zaposlujete v vašem podjetju (invalidi, starejši od 55 let, dolgotrajno brezposelne osebe, begunci, pripadniki romskih skupnosti, nekdanji kaznjenci itd.)?
2. Katera dela oziroma dejavnosti opravljajo te osebe v vašem podjetju?

Zagotavljam vam, da bodo vaši podatki ostali anonimni – moj namen je pridobiti čim boljši vpogled v zaposlenost ranljivih skupin ljudi v socialnih podjetjih.

Če boste pripravljeni sodelovati v moji raziskavi, se vam iskreno zahvaljujem in vas lepo pozdravljam,

Aleksandra Kopavnik

PRILOGA B: DRUGO ELEKTRONSKO SPOROČILO

Spoštovani,

vaše podjetje se mi po tem, kar sem prebrala na vaši spletni strani, zdi zelo zanimivo za mojo diplomsko nalogo.

Podrobneje me zanima, kako je z zaposlenostjo ranljivih skupin v vašem podjetju – koliko jih je zaposlenih, katerim ranljivim skupinam pripadajo, katera dela opravljajo, skratka, zanima me vse v povezavi s temi posamezniki.

Zanimajo me tudi družbeni učinki (splošni in konkretniji), ki jih imate na vaše okolje, in kakšen odnos imajo do vas lokalni prebivalci, občina, država itd. Ste ali ste bili pri zagonu vašega podjetja deležni kakšnih spodbud (tudi finančnih) s strani države/občine/zasebnikov? Kateri so sploh razlogi za odločitev, da ustanovite socialno podjetje tipa B? S katerimi omejitvami ste se spopadali na začetku in kako je s tem danes?

Če ste pripravljeni sodelovati, vam bom zelo hvaležna, saj mislim, da bodo vaši odgovori prispevali k zanimivim rezultatom raziskovalnega dela moje diplomske naloge.

Hvala lepa in lep pozdrav,

Aleksandra Kopavnik