

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Alja Lamut Jančič

**Socialno podjetništvo v Sloveniji in Evropski uniji;
primer Kooperativa Konjice**

Magistrsko delo

Ljubljana, 2016

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Alja Lamut Jančič

Mentor: red. prof. dr. Rado Bohinc

Socialno podjetništvo v Sloveniji in Evropski uniji;

primer Kooperativa Konjice

Magistrsko delo

Ljubljana, 2016

Hvala red. prof. dr. Radu Bohincu za mentorstvo.

Hvala g. Tadeju Slapniku za sodelovanje v intervjuju.

In na koncu, hvala mojemu možu, ki mi vedno stoji ob strani.

Socialno podjetništvo v Sloveniji in Evropski uniji; primer Kooperativa Konjice

Pričujoče magistrsko delo v prvi vrsti odgovori na vprašanje kaj je socialno podjetništvo, kakšna je njegova zgodovina in kakšni so pravzaprav motivi za ustanavljanje tega tipa podjetij.

Nadalje predstavi zakonsko ureditev socialnega podjetništva v Sloveniji in EU, z namenom ugotoviti ključne podobnosti in razlike med zakonodajami Slovenije in drugih držav EU. Podrobneje so predstavljeni tudi štirje primeri dobrih praks iz tujine, ki so lahko vzor Sloveniji.

Socialno podjetništvo v Sloveniji je predstavljeno na primeru Kooperativa Konjice, z njenim ustanoviteljem pa je opravljen poglobljen intervju. Na podlagi slednjega želim avtorica predstaviti predvsem njegov pogled na zakonsko ureditev socialnega podjetništva v Sloveniji, deliti njegove izkušnje iz prakse in podati utemeljitev, zakaj je Kooperativa Konjice dober primer socialnega podjetja v Sloveniji.

Ključne besede: socialno podjetništvo, Zakon o socialnem podjetništvu, Kooperativa Konjice.

Social entrepreneurship in Slovenia and in the European Union; the example of the social cooperative of Kooperativa Konjice

My master's thesis is firstly aimed at answering the question what the social entrepreneurship is, about its history and motives for founding this type of a business.

Furthermore, the legislation regulating the social entrepreneurship in Slovenia and the European Union is presented, aimed at researching the key similarities and differences between the legislation in Slovenia and in other EU countries. Besides there are four examples of good practice from abroad which could be a role model for Slovenia.

The social entrepreneurship in Slovenia is presented at the example of the social cooperative of Kooperativa Konjice; however, an extended interview with its founder was carried out to present the founder's view on legal regulation of social entrepreneurship in Slovenia, to share its practical experience and to give the argumentation why Kooperativa Konjice is a good example of a social enterprise in Slovenia.

Key words: social entrepreneurship, Social Entrepreneurship Act, the social cooperative of Kooperativa Konjice

KAZALO

UVOD	7
1 POJEM SOCIALNEGA PODJETNIŠTVA.....	10
1.1 Definicije socialnega podjetništva	12
1.2 Pravno organizacijske oblike socialnega podjetništva	17
1.3 Zgodovina socialnega podjetništva	18
1.4 Motivi za ustanavljanje socialnih podjetij	20
2 SOCIALNO PODJETNIŠTVO V PRAVNEM SISTEMU RS.....	22
2.1 Zakon o socialnem podjetništvu	22
2.2 Drugi podzakonski akti.....	25
2.3 Postopek registracije socialnega podjetja.....	29
3 SOCIALNO PODJETNIŠTVO V PRAVNEM SISTEMU EU	32
3.1 Pravni in zakonski okvir	33
3.2 Primeri dobrih praks iz tujine.....	40
3.3 Primerjava zakonodaje Slovenija – EU.....	46
4 ŠTUDIJ PRIMERA: KOOPERATIVA KONJICE.....	48
4.1 Kaj je Kooperativa Konjice	48
4.2 Vrednote Kooperative Konjice.....	52
5 ANALIZA	53
5.1 Intervju	53
5.2 Analiza intervjuja in ugotovitve	56
6 SKLEP	58
7 LITERATURA.....	60
Priloga A: SWOT analiza prednosti, slabosti, priložnosti in nevarnosti potreb pri načrtovanju strateških ciljev	67
Priloga B: Strateški razvojni cilji, področja ukrepanja, ciljne vrednosti do 2016 in izvajalci Strategije razvoja socialnega podjetništva za obdobje 2013 – 2016.....	70

KAZALO SLIK

Slika 1.1: Pojem socialnega podjetništva	11
Slika 2.1: Države članice EU, ki imajo zakonodajo na področju socialnega podjetništva.....	36
Slika 3.2: Od kvalitete do etike.	41

KAZALO TABEL

Tabela 1.1: Primerjava definicij termina »socialno podjetništvo« in »socialni podjetnik«.....	15
---	----

SEZNAM KRATIC

ZSocP – Zakon o socialnem podjetništvu

KK – Kooperativa Konjice

MDDSZ – Ministrstvo za delo, družino, socialne zadeve in enake možnosti

MGRT – Ministrstvo za gospodarski razvoj in tehnologijo

B. E. – Banca Etica

ZSK – Zakon o socialnih kooperativah na Poljskem

ESS – Evropski socialni sklad

UVOD

Socialno podjetništvo je ena izmed oblik podjetništva, ki trajno opravlja dejavnosti socialnega podjetništva pod posebnimi pogoji zaposlovanja, pri tem pa ustvarjanje dobička ni izključni niti ne glavni cilj opravljanja dejavnosti. Za razliko od klasičnega podjetništva, socialno podjetništvo krepi družbeno solidarnost in kohezijo, spodbuja prostovoljstvo in sodelovanje ljudi, razvija nove možnosti zaposlovanja, z dodatnimi delovnimi mesti pa povečuje socialno integracijo ranljivejših skupin ljudi na trgu dela (ZSocP 2011; MDDSZ 2015d; Mesojedec in drugi 2012). Tako socialno podjetništvo definira slovenska zakonodaja, ki pa po raziskavi CIRIEC 2000 spada med države EU z nizko stopnjo socialnega podjetništva (CIRIEC 2007).

Sicer pa je socialno podjetništvo, kot pravi Austin in drugi (2006) pojem, katerega definicije so lahko široke ali ozke oz. specifične, saj govorimo o t.i. hibridni strukturi med profitnim in neprofitnim podjetništvom. Podobno meni tudi Dees (1998), ki pravi, da socialno podjetništvo nosi zelo odgovorno vlogo, ravno zaradi svoje kombinacije med socialnim poslanstvom in profitnostjo. Vendar poudari, da koncept socialnega podjetništva, čeprav ni nov, posamezniki razumejo in definirajo različno. Zato bo eden izmed prvih ciljev magistrskega dela, odgovoriti na vprašanje kaj je socialno podjetništvo. Pojem socialnega podjetništva bom podrobneje raziskala in predstavila na podlagi študija različnih definicij, domačih in tujih avtorjev iz tega področja in primerjala njihove perspektive. Nadalje bom raziskovala motive za ustanavljanje socialnih podjetij, saj me zanima, ali res prevladuje motiv neprofitnosti in socialnosti, kot predvideva teorija ali so morda, vsaj v Sloveniji, ključni motiv tudi Evropska sredstva. Še posebej slednje bom obravnavala v intervjuju z izbranim slovenskim socialnim podjetjem – Kooperativo Konjice, ki se po organizacijski strukturi uvršča med zadruge, katerih temeljna značilnost ustanavljanja in delovanja je, da jih na podlagi zasebne pobude ustanovijo fizične ali pravne osebe za opravljanje družbeno koristnih storitev v lokalnem okolju (Kooperativa Konjice).

Naslednji cilj magistrskega dela bo predstavitev in primerjava pravnega sistema Republike Slovenije in EU na področju socialnega podjetništva, kar je tudi osrednja tema magistrskega dela. V Sloveniji socialno podjetništvo ureja Zakon o socialnem podjetništvu (ZSocP), ki ga je sprejel Državni zbor RS na seji 7. marca 2011. ZSocP določa opredelitev, cilje, načela, dejavnosti socialnega podjetništva in pogoje zaposlovanja, hkrati pa ureja načrtovanje razvoja, spodbude za

razvoj socialnega podjetništva (ZSocP 2011). Na ravni EU pa trenutno ni enotne, specifične zakonodaje za socialno podjetništvo, z izjemo naslednjih aktov: *Akt za enotni trg, Unija za inovacije, Evropska platforma za boj proti revščini in Strategija EU 2020*. Tako bom nekaj več pozornosti namenila Poljskemu Zakonu o socialnih kooperativah in Italijanskemu Zakonu o socialnem podjetništvu, po katerih naj bi se zgledoval tudi Slovenski ZSocP in ki hkrati veljata tudi za dobra primera zakonov o socialnem podjetništvu.

Poleg predstavitve obeh pravnih sistemov bom več poudarka namenila primerjavi, saj me zanima kje so ključne podobnosti in razlike med Slovenijo in drugimi državami EU. Da pa bi zaokrožila primerjavo med Slovenijo in EU, bom poiskala še primere dobrih praks na področju socialnega podjetništva iz tujine. Kot zadnje pa bom podrobneje predstavila enega izmed socialnih podjetij v Sloveniji: Kooperativo Konjice, ki v magistrski nalogi predstavlja primer iz prakse. Na podlagi intervjuja, izvedenega z ustanoviteljem Kooperative Konjice, gospodom Tadejem Slapnikom, bom predstavila njegov pogled na zakonsko ureditev socialnega podjetništva v Sloveniji, njegove praktične izkušnje, motiv za ustanovitev socialnega podjetništva, ter morebitne predloge in izboljšave, ki bi jih predlagal ZSocP.

Skozi pisanje magistrskega dela me bo vodilo temeljno raziskovalno vprašanje: *Kakšne so ključne podobnosti in razlike socialnega podjetništva v Sloveniji in EU?* Pri tem me bodo najprej zanimale razlike v definiranju in pojmovanju socialnega podjetništva med slovenskimi in tujimi avtorji, razlike med motivi za ustanavljanje tega tipa podjetništva ter ne nazadnje še razlika med slovensko zakonodajo in zakonodajo EU. Menim namreč, da je tujina v vseh pogledih v prednosti pred Slovenijo, kjer je socialno podjetništvo še relativno nov pojem.

Poleg raziskovalnega vprašanja pa bosta mojo magistrsko nalogo usmerjali še dve hipotezi:

H1: Motiv za ustanavljanje socialnih podjetij je neprofitnost in socialnost in ne EU sredstva.

Predvsem v Sloveniji se pojavlja mnenje, da so glavni motiv za ustanovitev socialnega podjetja EU sredstva, zato me bo zanimalo ali socialno podjetje preživi tudi po porabi EU sredstev, kako le-te sploh pridobi in čemu so pravzaprav namenjena. Zanimala me bo konkretna situacija v Sloveniji, zato bom odgovor iskala tudi pri sogovorniku v intervjuju.

H2: Izvajanje ZSocP je v Sloveniji v primerjavi s tujino nedodelano, na kar kažejo primeri dobrih praks iz tujine.

ZSocP je v primerjavi z zakoni v tujini relativno mlad zakon, kar je po mojem mnenju tudi poglavitni razlog za to, da izvajanje zakona v praksi še ni na takšnem nivoju, kot so sorodni zakoni v tujini. Za obravnavo primerov dobrih praks iz tujine bom izbrala primere, ki bi se jih dalo realizirati tudi pri nas, kje pa se pogosto zatakne, pri realizaciji dobrih idej, pa bom preverjala tudi na primeru iz prakse - pri enem izmed ustanoviteljev Kooperative Konjice. Iskala bom torej odgovor na vprašanje zakaj v tujini lahko delujejo tako dobri primeri socialnih podjetij in zakaj jih v Sloveniji (še) ni?

Metodološko bo magistrsko delo razdeljeno na dva sklopa. V prvem bom z analizo sekundarnih virov (veljavna zakonodaja, teoretski viri, študije, projekti, primeri dobrih praks) postavila teoretični okvir, saj bom definirala ključni pojem – socialno podjetništvo, predstavila pravno organizacijske oblike socialnega podjetništva, zgodovino in motive za ustanovitev socialnega podjetja. Predstavila in analizirala bom zakonodajo na področju socialnega podjetništva v Sloveniji in Evropski Uniji. Za analizo trenutno veljavne zakonodaje v Sloveniji bom kot ključni vir uporabila Zakon o socialnem podjetništvu in Pravilnik o spremljanju poslovanja socialnih podjetij. Za analizo zakonodaje v EU pa Zakon o socialnih kooperativah (Poljska) in Zakon o socialnem podjetništvu (Italija). Na koncu bom predstavila še nekaj primerov dobrih praks iz tujine, ter poglavje zaključila s ključnimi ugotovitvami o podobnostih in razlikah med socialnim podjetništvom v Sloveniji in EU.

V drugem sklopu pa bo sledila kvalitativna raziskava, opravila bom poglobljen intervju z ustanoviteljem Kooperative Konjice – gospodom Tadejem Slapnikom, s katerim bom govorila predvsem o praktičnih izkušnjah, ki jih ima s slovensko zakonodajo na področju socialnega podjetništva in postopkih ustanavljanja socialnega podjetja.

Zastavljeno raziskovalno vprašanje in hipotezi bom preverjala sproti, skozi pisanje naloge, vsi glavni zaključki in ugotovitve pa bodo podani na koncu naloge, v zaključku.

1 POJEM SOCIALNEGA PODJETNIŠTVA

V preteklih letih smo priča porastu zanimanja za socialno podjetništvo, predvsem zaradi vloge letega, pri skrbi za dobrobit ter razvoj družbe in okolja. Socialno podjetništvo je bilo spodbujeno tudi s pojavom svetovne gospodarske krize, ki se prične leta 2009 in se odraža v splošnem družbenem nezadovoljstvu z delovanjem svetovnega gospodarstva. Neprijazne razmere in rast različnih socialnih potreb so sprožile priložnost za preboj te oblike podjetništva (European Commission 2014).

Vendar je potrebno za nadaljnje razumevanje, najprej razmejiti pojem socialnega podjetništva od običajnega podjetništva. Boschee in McClurg (2003) pravita, da se socialno podjetništvo od klasičnega razlikuje v dveh temeljnih značilnostih:

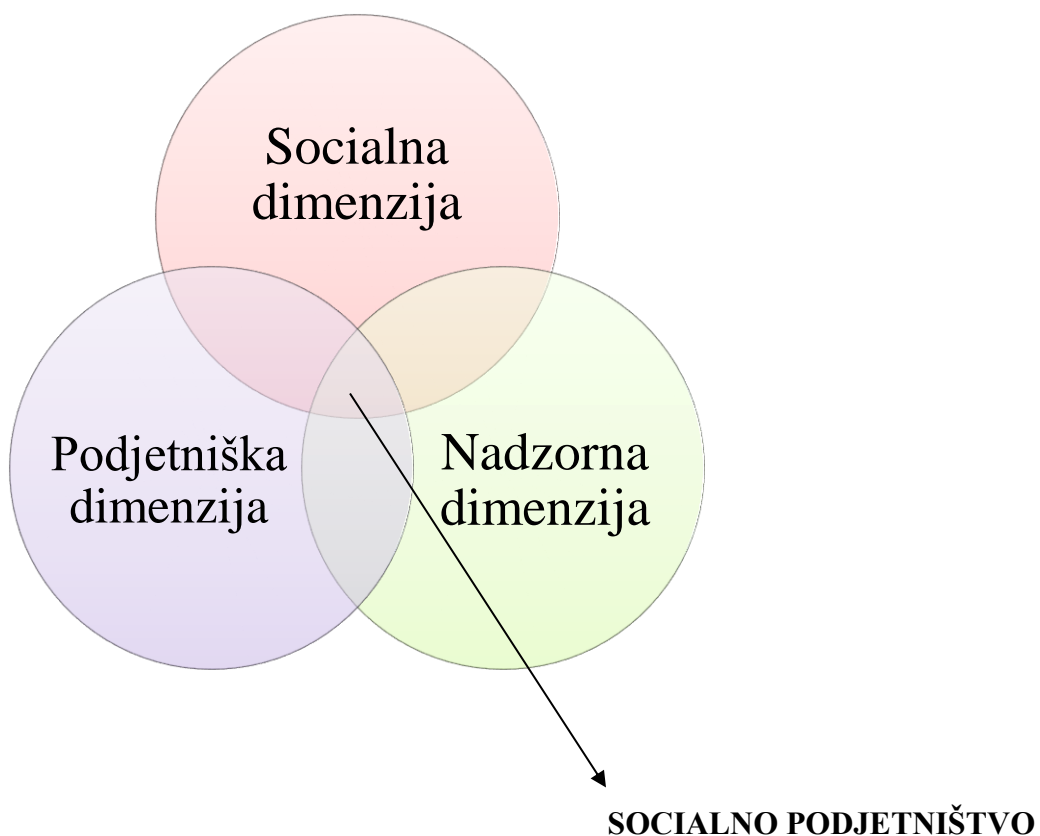
1. Klasično podjetništvo navadno deluje na družbeno odgovoren način in sicer tako, da na primer donira denar neprofitnim organizacijam, uporablja okolju prijazne materiale in podobno, vendar se tako le posredno dotika socialne problematike. Na drugi strani pa socialno podjetništvo svojo strategijo ustvarjanja prihodkov spaja neposredno s svojim poslanstvom: zaposluje osebe, ki so na kakršenkoli način prikrajšane, proizvaja produkte ali storitve, ki so družbeno koristne in tako dalje.
2. Uspešnost klasičnega podjetništva je merjena z finančnimi rezultati – dobičkom, ki ga podjetje ustvari in je razdeljen med delničarje. Pri socialnem podjetništvu pa gre za preplet med finančnimi in socialnimi rezultati – dobičkonosnost je ne nek način cilj, a ne edini. Ustvarjeni dobiček se investira nazaj v dejavnost podjetja in se ne deli med delničarje oz. lastnike.

Prav tako pa ne smemo enačiti socialnega podjetništva z neprofitnimi organizacijami. Boschee in McClurg (2003) dobro razmejita tudi ta dva pojma, saj navajata da je delovanje neprofitnih organizacij, ne glede na to kako inovativne so, precej drugačno od delovanja socialnih podjetij. Podjetniki naj bi tako imeli višjo toleranco za tveganje, večjo sposobnost presoje in ocenjevanja, ter večjo željo po tekmovalnosti. Na drugi strani pa neprofitne organizacije ne gojijo zaupanja v kapitalske trge, prednost pa dajejo sodelovanju pred tekmovalnostjo. Sicer spremljajo konkurenčne organizacije, ki so vedno bolj samozadostne, vendar ne želijo tekmovati z njimi. Prav tako nerade tvegajo in delujejo zunaj okvirov preverjenih praks.

Pojem socialnega podjetništva, izhajajoč iz izsledkov evropskih akademikov, omejujejo tri ključne dimenzije (glej Slika 1.1):

1. *podjetniška dimenzija* (delovanje v trajni gospodarski aktivnosti, kar socialno podjetje razlikuje od klasične neprofitne organizacije),
2. *socialna dimenzija* (prvoten in jasen socialni namen, kar socialno podjetje loči od klasične profitne organizacije),
3. *nadzorna dimenzija* (obstoj mehanizma, ki nadzoruje vključenost socialnih ciljev v mehanizem socialnega podjetja, razlikuje le tega tako od klasične profitne organizacije, kot tudi od neprofitne organizacije).

Slika 1.1: Pojem socialnega podjetništva



Vir: European Commission (2014).

Vsaka od zgoraj omenjenih dimenzij pa je podkrepljena še z naslednjimi ključnimi kriteriji socialnega podjetja:

1. Socialno podjetje mora sodelovati v gospodarski dejavnosti,
2. Zasledovati mora jasen, glaven socialni namen,
3. Imeti mora omejitve glede delitve dobička in/ali premoženja,
4. Biti mora samostojno, neodvisno,
5. Imeti mora vključujoče vodstvo (načelo participacije in/ali demokratičnosti), (European Commission 2014).

Kljub razmejitvi pojma socialnega podjetništva od drugih sorodnih pojmov, pa obstaja vsaj toliko definicij socialnega podjetništva, kot je avtorjev, ki se ukvarjajo s to tematiko. In ker želim v prvi vrsti odgovoriti na vprašanje kaj je socialno podjetništvo, bom v nadaljevanju predstavila različne definicije najprej slovenskih, nato pa še tujih avtorjev.

1.1 Definicije socialnega podjetništva

V Sloveniji smo ZSocP sprejeli relativno pozno, glede na druge države EU, posledično pa se je tudi o definiciji socialnega podjetništva govorilo manj. Pravzaprav je šele ZSocP postregel z celovito definicijo socialnega podjetništva, ki jo lahko navedemo kot osnovno in temeljno definicijo v Sloveniji. 3. Člen ZSocP (2011) tako pravi da »socialno podjetništvo predstavlja 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 izključni niti glavni cilj opravljanja dejavnosti.«

Še nekoliko širše opredeli socialno podjetništvo MDDSZ, ki pravi, da gre za inovativno obliko podjetništva, ki rešuje socialne, gospodarske, okoljske in druge probleme na inovativen način, a z veliko mero odgovornosti za družbo in posameznike. Kar pomeni, da ustvarja nova delovna mesta za ranljive skupine ljudi, opravlja družbeno koristne dejavnosti, vse ob upoštevanju načel socialnega podjetništva (MDDSZ 2015d). Črnak Megličeva doda, da pa kljub opravljanju družbeno koristnih dejavnosti, socialna podjetja delujejo hkrati kot klasična podjetja in sledijo tržnim zakonitostim, kar se odraža v ustvarjanju dobička, ki pa ga za razliko od klasičnih podjetij vlagajo v razvoj svoje dejavnosti in posledično delujejo neprofitno (Črnak Meglič 2013).

Kolarič in drugi (2002) so pojem socialnega podjetja opredelili že skoraj desetletje pred sprejemom ZSocP. Socialno podjetje so po formalno – pravni tipologiji uvrstili med zasebne neprofitne organizacije, ker jih definirajo naslednje značilnosti:

- smisel njihovega obstoja je delovanje v splošno družbeno koristne namene (neprofitnost),
- ustanovitelji / lastniki so zasebne fizične ali pravne osebe (zasebne organizacije),
- formalno pravno jim je priznan status delovanja v javnem interesu in
- za izvajanje svoje dejavnosti imajo lahko zaposlene ali prostovoljce oziroma kombinacijo obeh.

V prvem priročniku o socialnem podjetništvu v Sloveniji navajajo, da »socialno podjetništvo pomeni ustvarjanje nove vrednosti. Pomeni inoviranje, prepoznavanje in uresničevanje novih priložnosti, vse skupaj z namenom doseganja čim večjega družbenega učinka.« (Mesojedec in drugi 2012). Na nek način pa lahko socialno podjetništvo opišemo tudi kot družbeno inovacijo, saj gre za mešanico med poslovnimi dejavnostmi in družbenim dobrotelstvom, kot pravi Kržinova. Ustvarjalnost, inovativnost in solidarnost pa so gonilne sile tega globalnega fenomena, ki ni omejen le na eno državo, saj se v povsem različnih državah in družbenih sistemih posamezniki soočajo s podobnimi težavami (revščina, brezposelnost, pomanjkanje, neustreznost sistema zdravstva in izobraževanja ipd.), za reševanje katerih družba potrebuje inovativno podjetništvo (Kržin 2009).

Podobno definicijo najdemo tudi pri Evropski Komisiji, kjer navajajo, da si »socialno podjetništvo prizadeva zadovoljiti družbeni interes (socialni, družbeni in okoljski cilji) in ne maksimizirati dobička. Proizvodi in storitve socialnih podjetij imajo navadno inovativno naravo. Običajno zaposlujejo družbeno najšibkejše posameznike in hkrati prispevajo k družbeni koheziji, zmanjšanju brezposelnosti in neenakosti«. Navajajo pa še sledeče skupne značilnosti socialnih podjetij:

1. prispevajo k bolj učinkoviti tržni konkurenci, hkrati pa spodbujajo kohezijo in solidarnost,
2. primarni namen ni doseganje dobička,
3. vodena so po principu solidarnosti in vzajemnosti in upravljana s strani članov, ki delujejo po principu en človek – en glas,
4. so fleksibilna in inovativna,

5. bazirajo na aktivnem članstvu, pogosto pa tudi na prostovoljstvu (European Commission 2015).

Sicer pa je v tujini koncept socialnega podjetništva definiran in interpretiran različno. Pri definiranju avtorji uporabljajo veliko različnih pojmovanj¹, s katerimi pa navadno želijo definirati enako dejavnost in pojav.

Čeprav sem se sama na začetku poglavja trudila razlikovati med klasičnim in socialnim podjetništvom, pa Dees pravi, da ne moremo mimo teorij, ki so jih postavili Say, Schumpeter, Drucker in Stevenson, saj so uporabne tako v klasičnem podjetništvu kot tudi v socialnem. Pravi, da moramo definicijo socialnega podjetništva graditi prav na temeljih klasičnega podjetništva, saj je socialno podjetništvo le ena veja v rodu podjetništva. Natančneje, socialni podjetniki so podjetniki s socialno misijo in svojevrstnimi izzivi, kar je potrebno upoštevati tudi pri definiciji. Tako njegova, sicer idealizirana definicija, vsebuje kombinacijo ustvarjanja vrednosti po Sayu, inovativnost in posredništvo po Schumpetru, zasledovanje priložnosti po Druckerju in iznajdljivost po Stevensonu ter pravi, da socialni podjetnik igra vlogo borznega posrednika v socialnem sektorju z adopcijo poslanstva za kreiranje in vzdrževanje družbene koristi, s prepoznavanjem in zasledovanjem novih priložnosti za zadovoljitev tega poslanstva, z vključitvijo v proces nenehnega inoviranja, prilagajanja in učenja, s podjetnim delovanjem brez omejitev v virih in s povečanim občutkom odgovornosti za produkte in storitve (Dees 1998). Socialne podjetnike vodi nesebičnost, motiviranost s priložnostmi, zasledovanje poslanstva in povračilo, ki ga prejmejo za realizacijo svojih idej (Martin in Osberg 2007).

Zadek in Thake pravita, da je skupno vsem definicijam socialnega podjetništva mnenje, da socialno podjetništvo poganja ustvarjanje socialne vrednosti in ne družbenega bogastva (dobička, ki bi se razdeljeval med lastnike), ter tudi to, da je za njihovo dejavnost značilna inovativnost oziroma ustvarjanje nečesa novega in ne le kopiranje obstoječe prakse (Zadek in Thake v Austin in drugi 2006, 2).

Socialno podjetništvo je mešanica sorodnih, a različnih pojavov. Posledično nekateri avtorji definirajo pojem iz neprofitne perspektive in pravijo, da gre za vnos podjetniškega in

¹ Poleg pojma socialno podjetništvo med tujimi avtorji zasledimo še pojme kot so družbeno podjetništvo, socialna ekonomija, skupnostno podjetništvo, tretji sektor, nevladne organizacije, v ZDA pa tudi pojem neprofitna organizacija (ang. NPO).

marketinškega znanja v neprofitni sektor. Drugi avtorji pa se bolj osredotočajo na socialne spremembe in vidijo socialno podjetništvo kot medpodročje, kjer so pravna struktura in sektorske značilnosti manj pomembne kot socialne spremembe. Zaradi vseh teh različnih pogledov teoretikov, je področje socialnega podjetništva v primerjavi s klasičnim podjetništvom, še vedno na začetni stopnji. Oznaka »socialni podjetnik« ima res kratko zgodovino, je pa zato praksa socialnega podjetništva vse prej kot nova. Terminu socialno podjetništvo manjka natančnost in rigoroznost, kot ju ima termin podjetništvo (Hoogendoorn in drugi 2010).

Tudi Abu-Saifan (2012) meni, da je termin socialno podjetništvo še nejasen, nepopoln in brez jasnih teoretičnih okvirov. To pomanjkanje konsenza je po njegovem mnenju rezultat nesodelovanja med avtorji in nezmožnosti oblikovanja enotne definicije. Zato je napravil izbor boljših definicij, za katere menim, da so vredne obravnave in so predstavljene v spodnji tabeli (glej Tabela 1.1). Nekatere definirajo pojem socialno podjetništvo, nekatere pa pojem socialni podjetnik.

Tabela 1.1: Primerjava definicij termina »socialno podjetništvo« in »socialni podjetnik«

Avtor	Definicija
Bomstein (1998)	»Socialni podjetnik izstopa iz okvirov z vplivno novo idejo, ki združuje vizijo in kreativnost za reševanje resničnih težav, je močno etično naravnano in je popolnoma predan svoji viziji za spremembe.«
Thompson in drugi (2000)	Socialni podjetniki so posamezniki, ki se zavedajo priložnosti za zadovoljitev nekaterih neizpoljenih potreb, ki jih družbeni sistem blaginje ne ali pa ne more zadovoljiti in ki zbira resurse ter jih uporabi, da »naredi spremembo«.
Dees (1998)	»Socialni podjetnik igra vlogo agenta sprememb v socialnem sektorju tako da: <ul style="list-style-type: none"> - sprejema poslanstvo za ustvarjanje in vzdrževanje družbene koristi, - prepozna in si prizadeva za nove priložnosti, ki uresničujejo to poslanstvo, - deluje v procesu nenehnega inoviranja, prilagoditve in učenja, - ima veliko mero odgovornosti /.../«
Brinckerhoff (2009)	Socialni podjetnik je nekdo, ki prevzema razumno tveganje v imenu ljudi, ki jim organizacija služi.
Leadbeater (1997)	Socialni podjetniki so podjetni, inovativni in »predrugačeni« posamezniki, ki so tudi: vodje, managerji, vizionarji in zavezniki. Prepoznajo družbeni problem in organizirajo,

	ustvarijo in vodijo podvig za družbene spremembe.
Zahra in drugi (2008)	»Socialno podjetništvo obsega aktivnosti in procese, ki poskušajo odkriti, določiti in izrabiti priložnost za povečanje družbenega blagostanja z ustvarjanjem novih podvigov ali vodenjem obstoječih organizacij na inovativnejši način«.
Ashoka (2012)	»Socialni podjetniki so posamezniki z inovativnimi rešitvami za družbeno najbolj pereče probleme. So oboje, vizionarji in skrajni realisti /.../«.

Vir: Abu-Saifan (2012).

Socialno podjetništvo pa označujejo še naslednje značilnosti, ki so hkrati tudi razlogi, zakaj se podjetniki naj odločijo za socialno podjetništvo:

- socialno podjetništvo v večji meri poganjajo priložnosti kot pa nevarnosti in finančne krize, ki so značilne za klasično podjetništvo,
- socialno podjetništvo pritegne posameznike, ki imajo vizijo in močne vrednote, ki se odražajo v njihovem delu,
- uprava v socialnem podjetju igra bolj kritično in aktivno vlogo, kot v klasičnem podjetju,
- socialna podjetja gojijo višjo stopnjo strpnosti in tolerance do svojih zaposlenih (Dees in drugi 2002).

Izhajajoč iz obravnavanih definicij domačih in tujih avtorjev lahko sklenem, da med Slovenijo in tujino vlada razlika tako v definiranju kot tudi v količini raznovrstnih definicij in pojmovanj socialnega podjetništva. Med slovenskimi avtorji smo priča pomanjkanju raznovrstnih definicij, saj se večinoma opirajo na definicijo podano v ZSocP, prav tako pa je malo avtorjev, ki bi pojem celovito obravnavali. V večini izhajajo iz temeljnih značilnosti socialnega podjetništva kot so neprofitnost, inovativnost in delovanje v javno, družbeno korist. Menim, da gre za posledico tega, da je socialno podjetništvo v Sloveniji relativno nov pojem, katerega razcvet šele prihaja, saj je bil ZSocP praktično šele sprejet in akademske debate na to temo šele nastajajo. Do sedaj je bilo več pozornosti domačih avtorjev namreč namenjene neprofitnim in prostovoljnim organizacijam. Nasprotno pa v tujini najdemo ogromno različnih definicij, saj se avtorji spopadajo s težavo neusklajenosti in različnih mnenj glede socialnega podjetništva. Kljub številnim definicijam in opredelitvam pa se tudi v tujini soočajo s problemom pomanjkanja rigoroznosti, kritičnosti in enotnosti pri definiranju. V veliki meri tudi tuji avtorji pri opredelitvah izhajajo iz temeljnih značilnosti kot so inovativnost, zadovoljitev družbenega interesa in

neprofitnost. Nekateri v ospredje bolj postavljajo neprofitno perspektivo in izhajajo iz temeljev klasičnega podjetništva, drugi pa socialne spremembe in družbeni interes. Prav tako se definicije razlikujejo med evropskimi in ameriškimi avtorji. Menim, da so boljše definicije evropskih avtorjev, saj je tudi koncept socialnega podjetništva bolj celovit v Evropi, kot v ZDA, kjer še vedno prevlada vpliv neprofitnih organizacij (ang. NPO), ki jih je od socialnega podjetništva težko razmejiti.

1.2 Pravno organizacijske oblike socialnega podjetništva

Pri opredeljevanju pojma socialnega podjetništva pa je poleg same definicije pomembno tudi dejstvo, da socialno podjetje ni posebna statusno pravna oblika, kot je na primer delniška družba, društvo ali družba z neomejeno odgovornostjo, pač pa je status, ki ga lahko pridobi vsaka pravna oseba, če izpolnjuje določene pogoje (e-VEM 2014). Vendarle pa lahko naštejemo nekaj najpogostejših pravno organizacijskih oblik, ki nosijo oznako »socialno podjetje«, tako v Sloveniji kot tudi v EU. Odločitev v kateri pravno organizacijski obliki bo delovalo socialno podjetje naj bi sovpadala z misijo socialnega podjetja, zato ne moremo govoriti o eni preferenčni obliki. Poleg tega pri odločitvi igra bistveno vlogo finančni, administrativni in zakonski okvir, ter kako želimo organizirati svoje podjetje (The Business Link 2006).

Tako v Sloveniji kot tudi v EU je ena najpogostejših pravno organizacijskih oblik socialnega podjetja *zadruga* (ang. *Co-operative*). Gre za samostojno združenje posameznikov, katerega lastniki so člani sami, prostovoljno povezani, da bi zadovoljili svoje socialne, ekonomske, kulture in druge potrebe. Zadruga temeljijo na naslednjih načelih: prostovoljno in svobodno članstvo, demokratično vodenje, ekonomska participacija članov, neodvisnost in samostojnost. Nekatere države EU imajo celo specifično zakonodajo za zadruga (npr. Italija) (Kooperativa Konjice; Stojan in Mesojedec 2012; Arpinte in drugi 2010).

Naslednja precej pogosta oblika je *društvo* (ang. *Association, Mutual Society*). Definirano je kot samostojno in nepridobitno združenje posameznikov, prostovoljno povezanih zaradi zadovoljevanja svojih skupnih potreb in uresničevanja skupnih interesov. V EU so najpogosteje prisotna na področju zdravja, oskrbe, zavarovanja, in bančništva. Delujejo po principu solidarnosti med člani, prostovoljnega članstva, demokratičnosti, in neodvisnosti. V Sloveniji sta obvezna dva organa društva: zbor vseh članov, kot najvišji organ društva in zakonit zastopnik, ki

zastopa in predstavlja društvo v pravnem prometu (Stojan in Mesojedec 2012; Arpinte in drugi 2010).

Ustanova (ang. *Fundation*) je na določen namen vezano premoženje, poznamo jo tako v Sloveniji kot tudi v drugih državah EU. Namen ustanovitve mora biti splošnokoristen ali dobrodelen in praviloma trajen. Nima članov ali delničarjev. Delovanje ustanov je osredotočeno na področja okolja, socialnega varstva, zdravja in izobraževanja, znanosti, umetnosti in kulture. Ima zanesljiv dotok virov, ki ji omogočajo načrtovanje in izvajanje dejavnosti na daljši rok, kot drugim institucijam (Stojan in Mesojedec 2012; Arpinte in drugi 2010).

V Sloveniji je pogosta pravno organizacijska oblika socialnih podjetij še *zavod*. Zavod je ustanovljen za opravljanje nepridobitne dejavnosti, na področju športa, izobraževanja, znanosti, kulture, zdravstva, socialnega zavarovanja, socialnega in otroškega varstva ipd. Od društva se loči po tem, da nima članstva, ustanovitelji zavoda imajo t.i. ustanoviteljske pravice, ki jih ustanovitelji društva nimajo, osnovni namen zavoda pa je zagotavljanje nepridobitnih, javno koristnih storitev in ne združevanje posameznikov kot pri družtvih (Mladi podjetnik 2015; Stojan in Mesojedec 2012).

Druge pravno organizacijske oblike, ki lahko pridobijo status socialnega podjetja so še: *delniška družba, družba z omejeno odgovornostjo, družba z neomejeno odgovornostjo, komanditna družba, komanditna delniška družba in evropska delniška družba*. Te oblike so sicer manj pogoste, v Sloveniji je izmed teh v evidenci socialnih podjetij prisotna trenutno le družba z omejeno odgovornostjo.

1.3 Zgodovina socialnega podjetništva

Koncept socialnega podjetništva je strukturiran okoli treh velikih skupin organizacij: zadrug, društev in vzajemnih društev. Te tri pravno organizacijske oblike so v bistvu odgovor na nove življenjske pogoje, ki jih prinese industrijska revolucija in kapitalizem v 18. in 19. stoletju (Arpinte in drugi 2010).

Pool (2011) je pri analiziranju zgodovine socialnega podjetništva identificiral 5 faktorjev, ki vplivajo na pojav socialnega podjetništva. Ti so:

- politično okolje,
- pravno okolje,
- socialno okolje,
- kulturno okolje in
- institucionalno okolje.

Sicer pa se v literaturi pojavljajo različna imena začetnikov socialnega podjetništva. Arpinte in drugi (2010) pravijo, da se je omenjeni pojem (ang. social economy) najverjetneje prvič pojavil v ekonomski literaturi leta 1980, ko je francoski liberalni ekonomist Charles Dunoyer objavil članek z naslovom *Razprava o socialnem podjetništvu* (ang. Treatise on social economy), v katerem je zagovarjal moralen pristop h gospodarstvu. Na drugi strani pa Pool (2011) pravi, da je sicer Ashoka leta 1981 osnoval in razširil pojem socialno podjetništvo, vendar smo bili že pred tem priča številnim socialnim podjetnikom, odgovornim za mnogo socialnih inovacij, ki so danes povsem vsakdanje. Eden takih naj bi bil tudi Florence Nightingale, ki je radikalno spremenil takratni sektor negovalcev v sodobne medicinske sestre, kot jih poznamo še danes.

Pojav in razvoj socialnega podjetništva je ubral različne poti v različnih geografskih regijah po svetu, a kljub temu lahko zgodovino socialnega podjetništva združimo v dva tabora: tržno naravnana oblika socialnega podjetništva, ki je značilna za Severno Ameriko in Afriko, ter hibridno osnovano socialno podjetništvo, ki je značilno za Evropo in Latinsko Ameriko. V Ameriki se koncept socialnega podjetništva pojavi okoli leta 1970, prav tako tudi v Zahodni Evropi, kjer so v tem času beležili padec gospodarske rasti, ki je ključni vzrok za pojav sodobnega sektorja socialnega podjetništva. Zaradi upada gospodarske rasti prične naraščati brezposelnost, v obrambo pa civilne družbe osnujejo različne programe in iniciative za boj zoper te socialne probleme. Vlade tako vidijo socialno podjetništvo kot partnerja v boju zoper socialne težave, ki jih sami sistemi države blaginje ne morejo rešiti. V Vzhodni Evropi pa je pojav socialnega podjetništva povezan s padcem komunizma in zmanjšano vlogo države (Pool 2011).

Veliko evropskih držav je prevzelo t.i. institucionalni pristop pospeševanja razvoja socialno podjetniškega sektorja, s tem da so ustvarile specializirane pravno organizacijske strukture in oblike organizacij, kot so na primer zadruga oz. kooperative. Portugalska je tako leta 1998 ustvarila t.i. »družbeno solidarne zadruga«, v Italiji se leta 1991 pojavijo »socialne kooperative«, Grčija je leta 1990 formirala »socialne kooperative z omejeno odgovornostjo«, Španija leta 1999

»družbeno iniciativne kooperative« in nazadnje leta 2004 Velika Britanija še »podjetja z družbenim interesom«. V preteklih 25 letih je socialno podjetniški sektor dosegel večji pomen v načrtovanju gospodarskih aktivnosti in socialne politike v državah EU in tudi mednarodno zaradi številnih razlogov: v glavnem zaradi rasti brezposelnosti že v poznih 1970ih, potrebi po alternativni obliki zaposlitve in virih prihodka za dolgotrajno brezposelne in drugače socialno izključene posameznike (Pool 2011; Arpinte in drugi 2010).

1.4 Motivi za ustanavljanje socialnih podjetij

Eden izmed ciljev magistrskega dela je tudi raziskati, kaj so pravzaprav motivi za ustanavljanje socialnih podjetij. Posledično je tudi moja prva hipoteza osredotočena na to temo in se glasi: *»Motiv za ustanavljanje socialnih podjetij je neprofitnost in socialnost in ne EU sredstva.«*

Odgovore sem iskala med domačimi avtorji, saj me je zanimala konkretna situacija v Sloveniji. Na tej točki se mi je zdelo smiselno iskati odgovore izključno iz praktičnih primerov, zato nisem izhajala iz teoretičnih izhodišč podanih v literaturi. Enako vprašanje pa sem zastavila tudi v intervjuju ustanovitelju Kooperative Konjice, saj me zanima tudi njegova praktična izkušnja.

Tomaž Stritar, direktor socialnega inkubatorja pravi, da »socialno podjetništvo niso trajne subvencije /.../. Socialno podjetje lahko dobi denar samo za zagon dejavnosti, po treh letih pa se mora biti sposobno samo preživljati na trgu.« Pravi pa še, da drži, da pa socialna podjetja tipa B, ki se ukvarjajo z zaposlovanjem ranljivih skupin posameznikov, dobijo zagotovljeno subvencioniranje plač in na tej točki bi torej lahko govorili o motivu finančne pomoči države. Povsem drugače pa je, doda, pri socialnih podjetjih tipa A, ki lahko zaposlujejo tudi neranljive skupine posameznikov in posledično zanje ni finančnih spodbud. Pri tem še poudari, da vsa finančna sredstva, ki so jih do sedaj dobila socialna podjetja v Sloveniji prihajajo s strani ESS (Evropski socialni sklad), ki pa ima zelo strog sistem glede tega, komu dajo denar in komu ne (Petkovšek Štakul 2012). Izhajajoč iz tega torej ne morem trditi, da gre v Sloveniji pri ustanovitvi socialnega podjetja samo za motiv evropskih sredstev, saj le teh torej ni tako enostavno dobiti, hkrati pa tudi niso neomejenega roka.

Da je pglavitni motiv vse prej kot ustvarjanje dobička in črpanje finančne pomoči pa vidimo tudi na primeru socialnega podjetja centra ponovne uporabe, katerega pobudnica je dr. Marinka

Vovk, ki pravi, da jih žene motiv ustvarjanja javnega dobrega, kar se kaže že v okoljski noti podjetja in sestavi delovne sile. Njihovi zaposleni spadajo v skupino težko zaposljivih posameznikov, prijavljenih na Zavodu za zaposlovanje. Res pa je, da zanje socialno podjetje dobi določene subvencije. Kaj pravzaprav je namen teh subvencij in zakaj jih socialna podjetja dejansko dobivajo odgovarja predlagateljica ZSocP, Črnak Megličeva, ki pravi, da je potrebno bodočim socialnim podjetjem zagotoviti pomoč pri zagotavljanju zagonskih sredstev, saj dosedanje izkušnje kažejo, da socialna podjetja delujejo predvsem na tržno manj zanimivih področjih. Do subvencij pa so upravičeni tudi v primeru, da zaposlujejo ranljivejše skupine posameznikov, saj meni, da je še vedno bolje, da socialno podjetje dobi finančna sredstva s strani države, kot pa da so ti posamezniki zaradi svoje nekonkurenčnosti na trgu dela dolgoročni uporabniki denarne socialne pomoči (Pirc 2010).

Iz tega sklenem, da motiv v Sloveniji torej le je neprofitnost, socialnost oziroma družbena korist in ne črpanje finančnih sredstev, saj le z njimi podjetje dolgoročno ne more preživeti. Na podlagi pričujočih izhodišč, torej prvo hipotezo lahko potrdim. Vendar pa bom končno preverjanje hipoteze izvedla v zaključku, saj moram analizirati še odgovor, ki bo na to temo podan še v intervjuju.

2 SOCIALNO PODJETNIŠTVO V PRAVNEM SISTEMU RS

Slovenija je prišla do stopnje, ko imamo na eni strani elito, na drugi strani pa posameznike, ki so odvisni od prejemanja socialnih transferjev. Pri tem pa nam manjka tretji sektor, pri nas imenovan tudi nevladni sektor, ki bi prebivalcem omogočil povrniti življenjsko bistvo, dostojanstvo in ne nazadnje aktiven dohodek ranljivejšim skupinam posameznikov, ki so zaradi kakršnikoli omejitev težje zaposljivi (dolgotrajno brezposelni, starejši, invalidi, itd). Izdelki in storitve tega sektorja bi pozitivno doprinesle v BDP Slovenije (Kržin 2009).

Do leta 2011, ko je v veljavo stopil ZSocP, Slovenija ni imela zakona, ki bi celovito urejal položaj javno koristnih organizacij oziroma tako imenovanega nevladnega sektorja. Kljub temu pa je že obstajalo socialno podjetništvo, oziroma subjekti, ki so izvajali socialno podjetništvo, le da smo te poznali pod drugimi imeni: zelo številčen predstavnik so zadruga, pa društva in invalidska podjetja. Zakonsko so te subjekte urejali drugi zakoni: Zakon o društvih, Zakon o zavodih, Zakon o zadrugah, Zakon o podpornem okolju za podjetništvo, Zakon o zaposlitveni rehabilitaciji in zaposlovanju invalidov in drugi. ZSocP pa je prvi zakon v Sloveniji, ki natančno definira socialno podjetništvo, merila za pridobitev statusa socialnega podjetja in ohranitev le tega, ter načine poročanja in spodbujanja socialnega podjetništva (Bera 2012).

Črnak Megličeva pravi, da bi za razliko od Evrope, kjer po principu socialnih podjetij posluje kar 10% vseh evropskih podjetij (kar konkretno pomeni 2 milijona vseh evropskih podjetij), v Sloveniji število takih podjetij po optimističnih ocenah lahko zapisali v trimestnem številu. Vendar pa zaradi odsotnosti ustreznih evidenc ne moremo podati natančnega števila, zato govorimo zgolj o ocenah (Črnak Meglič 2013).

2.1 Zakon o socialnem podjetništvu

Predlog Zakona o socialnem podjetništvu je Državnemu zboru RS v obravnavo in sprejetje predložila prvopodpisana dr. Andreja Črnak Meglič s skupino poslancev. Kot je bilo moč prebrati v sporočilu za javnost, je Vlada RS na svoji 116. redni seji, 13. januarja 2011, podprla Predlog zakona o socialnem podjetništvu, saj »... so njegovi poglobljeni cilji razvoj nevladnega sektorja, prostovoljno delo, socialna vključenost ranljivih skupin, preusmerjanje iz pasivnih v aktivne oblike pomoči, zmanjševanje dela na črno, dvig stopnje zaposlenosti in povečanje zaposlenosti na

področju socialnega podjetništva na raven drugih EU držav.« Posledično so menili, da je potrebno spodbujati razvoj socialnega podjetništva, mu zagotoviti ustrezne spodbude in posledično omogočiti stabilno poslovanje socialnih podjetij (116. redna seja RS 2011). Zakon o socialnem podjetništvu je Državni zbor RS sprejel 7. marca 2011, predsednik dr. Danilo Türk pa ga je razglasil 15. marca 2011.

Vsebinsko je ZSocP razdeljen na 9 delov in 51. členov.

Prvi del predstavljajo splošne določbe, zajete v prvih 7 členov (vsebina zakona, pomen izrazov, opredelitev socialnega podjetništva in ciljev, načela in zahteve socialnega podjetništva, področja in dejavnosti socialnega podjetništva, posebni pogoji zaposlovanja in pristojnosti na področju socialnega podjetništva). Drugi del zajema naslednjih 13. členov, ki natančneje opredeljujejo socialno podjetje. Najprej je podana definicija socialnega podjetja (8. člen), nadalje omejitve (9. člen), definicija neprofitnosti delovanja (11. člen), 12. člen se dotakne akta o ustanovitvi, oz. temeljnega akta vsakega socialnega podjetja, od 13. do 21. člena pa so določeni še drugi pogoji od registracije socialnega podjetja (15. člen) do prepovedi poslovanja in prenehanja statusa socialnega podjetja (20. člen). V tretjem delu zakona, ki zajema 7 členov so zapisani posebni pogoji poslovanja socialnih podjetij, sem spadajo na primer pravice članov (23. člen), delo v socialnem podjetju (25. člen) in statusne spremembe (27. člen). Četrty del se v svojih šestih členih ukvarja s podpornim okoljem za razvoj socialnega podjetništva, peti del pa opredeljuje posebne spodbude za socialno podjetništvo, kot so na primer posebne spodbude za zaposlovanje invalidov (36. člen) in posebne spodbude za zaposlovanje drugih najbolj ranljivih skupin na trgu dela (37. člen). Šesti del govori o evidencah, sedmi o nadzoru, osmi o kazenskih določbah, zakon pa se zaključí s prehodnimi in končnimi določbami, zapisanimi v zadnjih štirih členih devetega dela.

V zakonu je uporabljen model odprtih formalnih oblik, kar pomeni, da za socialno podjetje ni določena obvezna pravno organizacijska oblika, pač pa je bistven namen, ki ga mora pri delovanju zasledovati organizacija, ki želi pridobiti naziv socialno podjetje. Predlagatelji zakona so ZSocP napisali z namenom spodbuditi razvoj socialnega podjetništva, saj menijo, da je prav sedaj, v času finančne krize pomeni socialnega podjetništva še toliko večji (Črnak Meglič 2013). Slovenci namreč v tem času potrebujemo storitve, ki jih po tradiciji opravljajo neprofitne organizacije, prav tako pa je na trg dela potrebno vrniti dolgotrajno brezposelne osebe. Slednje so do sedaj zaposlovali pretežno preko javnih del in drugih subvencioniranih zaposlitev, ki pa niso

prinesle trajnih in vidnih izboljšav. Drugi pomembni razlogi za uvedbo zakona so še *demografske spremembe* (nizka rodnost, staranje prebivalstva), *tehnološke spremembe in globalizacija* (selitev proizvodnje na trge s cenejšo delovno silo), *nizek delež zaposlenih v storitvenih dejavnostih in vedno večje regionalne razlike* (selitev iz ruralnih območij v večja mesta). Ambicija zakona je poleg povečane stopnje zaposlenosti, predvsem ranljivejših skupin ljudi, tudi boljša preskrbljenost trga s specifičnimi in tržno manj konkurenčnimi proizvodi in storitvami (Rejc 2011).

Vendar pa se mi na tej točki postavi vprašanje, *ali ni zakon zasnovan preveč ohlapno in ambiciozno? Ne trka morda preveč na socialno občutljivost?* Res je, da je bil sprejet z absolutno večino, vendar je kljub temu, pred sprejetjem, osnutek zakona dobil več amandmajev. In kakšna je pravzaprav slovenska realnost?

Zanimivo je, da je kljub temu, da so podjetja, ki so delovala po principu socialnega podjetništva obstajala že pred uvedbo ZSocP, pa tudi po uvedbi ZSocP, poznavanje bistvenih značilnosti socialnega podjetništva med organizacijami relativno nizko. Februarja 2012 je bila izvedena spletna anketa Socialno podjetništvo. Avtorji so z njo želeli oceniti pripravljenost organizacij za vključevanje zaposlenih v soupravljanje podjetij in zaposlovanje ranljivih skupin posameznikov. Anketa je bila posredovana vodstvenemu osebju organizacij, ki opravljajo dejavnosti s področja socialnega podjetništva. Za analizo veljavnih je bilo 48 anket, izpolnjenih s strani 48 pravnih oseb, od tega je bilo 33 odstotkov društev, 18 odstotkov družb z omejeno odgovornostjo, 18 odstotkov samostojnih podjetnikov in 10 odstotkov zasebnih zavodov. Rezultat ankete je pokazal, da le 33 odstotkov anketirancev pozna vsebino ZSocP, le 13 odstotkov anketiranih je takšnih, ki dobiček namenijo kreiranju novih delovnih mest, med vsemi ranljivimi skupinami posameznikov, bi najraje zaposlili iskalce prve zaposlitve in dolgotrajno brezposelne, najmanj pa bi zaposlili težje zaposljive posameznike, predvsem bivše kaznjence in nekdanje odvisnike od alkohola in drog. Še najbolj spodbuden rezultat ankete z vidika socialnega podjetništva je, da 61 odstotkov anketiranih nameni dobiček razvoju osnovne dejavnosti. Kot rešitev so avtorji predlagali večjo osveščenost in informiranost prebivalcev, še posebej podjetnikov s strani države o socialnem podjetništvu, ter vzpostavitev celotnega podpornega okolja za socialno podjetništvo, ki bi prebivalcem nudilo vse potrebno svetovanje in podporo za zagon socialnega podjetja (Bera 2012). Sama menim, da se je od leta 2012, ko je bila omenjena anketa opravljena in do danes,

stanje na področju informiranja in dostopnosti informacij spremenilo na boljše, saj obstaja na primer Socialni inkubator, Slovenski forum socialnega podjetništva, Socialni inovatorji prihodnosti in druga podporna okolja za socialno podjetništvo, kjer posamezniki lahko dobijo veliko kvalitetnih informacij s področja socialnega podjetništva. Bi pa bilo vsekakor zanimivo videti rezultate takšne ankete o socialnem podjetništvu danes, ko je ZSocP v veljavi že nekaj časa.

2.2 Drugi podzakonski akti

Poleg krovnega ZSocP imamo v Sloveniji še naslednje podzakonske akte, ki podrobneje urejajo področje socialnega podjetništva: *Pravilnik o spremljanju poslovanja socialnih podjetij*, *Uredbo o določitvi dejavnosti socialnega podjetništva in Uredbo o spremembah in dopolnitvah Uredbe o določitvi dejavnosti socialnega podjetništva*, *SRS 40 – računovodske rešitve v socialnih podjetjih*, *Strategijo razvoja socialnega podjetništva za obdobje 2013 - 2016 in Program ukrepov za izvajanje strategije*. Ti podzakonski akti urejajo način spremljanja poslovanja socialnih podjetij in izpolnjevanje pogojev za pridobitev naziva socialno podjetje, predpisujejo podrobno vsebino vlog, dokazil ter poročil, ki jih zahteva ZSocP, predpisujejo pogoje upravičenosti do spodbud in načine spremljanja upravičenosti do spodbud socialnega podjetja, narekujejo način izvajanja nadzora nad porabo finančnih sredstev, prejetih na podlagi ZSocP in način vrnitve neupravičeno pridobljenih finančnih sredstev, ter konec koncev tudi podrobne pogoje, ki jih mora izpolnjevati organizacija, ki želi pridobiti naziv socialnega podjetja (Košir).

Pristojno ministrstvo za socialno podjetništvo po ZSocP je bilo Ministrstvo za delo, družino, socialne zadeve in enake možnosti (MDDSZ), z dnem 1.1.2015 pa je pristojnost prešla k Ministrstvu za gospodarski razvoj in tehnologijo (MGRT). Vlada RS je dne 22.9.2011, skladno s 7. In 48. členom ZSocP ustanovila *Svet za Socialno podjetništvo*, ki je pristojen za oblikovanje politike razvoja socialnega podjetništva v RS.

MDDSZ je pripravilo *Pravilnik o spremljanju poslovanja socialnih podjetij*, ki je bil izdan 10. aprila 2013. Pravilnik ureja način spremljanja poslovanja socialnih podjetij in način ugotavljanja izpolnjevanja pogojev za ohranitev statusa socialnega podjetja. Zajema 14 členov, ter *Prilogo 1: Sklep ustanoviteljev ali pristojnega organa nepridobitne pravne osebe*, ki ga mora ustanovitelj ali

pristojni organ nepridobitne pravne osebe priložiti k vlogi za registracijo nepridobitne pravne osebe, ki namerava poslovati kot socialno podjetje (MDDSZ 2013).

MDDSZ je pripravilo *Uredbo o določitvi dejavnosti socialnega podjetništva in Uredbo o spremembah in dopolnitvah Uredbe o določitvi dejavnosti socialnega podjetništva*, ki določata dejavnosti socialnega podjetništva po področjih, ki so opredeljena v 5. Členu ZSocP. Dejavnosti socialnega podjetništva so v Uredbi o določitvi dejavnosti socialnega podjetništva razporejene v naslednja področja socialnega podjetništva:

- socialno varstvo,
- družinsko varstvo,
- varstvo invalidov,
- znanost, raziskovanje, izobraževanje in vzgoja,
- zagotavljanje in organiziranje mladinskega dela,
- varstvo in promocija zdravja,
- zagotavljanje socialne vključenosti, spodbujanje zaposlovanja in poklicnega usposabljanja oseb, ki so brezposelne ali jim grozi brezposelnost,
- posredovanje zaposlitve osebam iz 6. člena ZSocP², vključno z dejavnostjo zagotavljanja dela takšnih delavcev drugemu delodajalcu,
- ekološka proizvodnja hrane,
- ohranjanje narave, urejanje in varstvo okolja in zaščita živali,
- spodbujanje uporabe obnovljivih virov energije in razvoj zelene ekonomije,
- turizem za osebe, ki jim življenjske razmere onemogočajo ali ovirajo dostop do turističnih storitev, na način, ki spoštuje vrednote trajnosti, dostopnosti in solidarnosti (socialni turizem),
- trgovina za socialno ogrožene osebe (socialna trgovina) ter trgovina, ki zagotavlja prodajo proizvodov majhnih proizvajalcev iz gospodarsko najbolj nerazvitih okolij na temelju etičnih, preglednih in enakopravnih poslovnih razmerij med proizvajalci in trgovcem, usmerjenih predvsem v zagotavljanje možnosti pravičnega plačila proizvajalcev in s tem

² 6. člen ZSocP pravi, da socialno podjetništvo vključuje tudi opravljanje drugih dejavnosti, če se opravljajo z namenom zaposlovanja najbolj ranljivih skupin ljudi na trgu dela, med katere uvrščamo prikrajšane delavce, resno prikrajšane delavce in invalide (ZSocP 2011).

- njihovega preživetja (pravična trgovina), ter trgovina s storitvami in proizvodi iz dejavnosti socialnega podjetništva,
- kultura, tehnična kultura in ohranjanje kulturne, tehnične in naravne dediščine,
 - amaterski šport in telesna kultura, katere namen je rekreacija in socializacija,
 - reševanje in zaščita,
 - spodbujanje razvoja lokalnih skupnosti,
 - podporne storitve za socialna podjetja (MDDSZ 2012 in MDDSZ 2014).

Slovenski inštitut za revizijo pa je pripravil posebne računovodske standarde za socialna podjetja, *SRS 40 – računovodske rešitve v socialnih podjetjih*. Slednji obravnava posebnosti računovodenja v socialnih podjetjih, ne glede na njihovo pravnoorganizacijsko obliko, in je povezan s splošnimi računovodskimi standardi, hkrati pa se opira še na mednarodni računovodski standard (MRS) - 20. Uporabljati se je pričel s 1. januarjem 2012 (MDDSZ 2012a). Med drugim standard SRS 40 določa posebnosti glede vrst sredstev in načinov izkazovanja le-teh, obračuna amortizacije, posebnosti glede izdelave bilanc stanja in izkaza, poslovnega izida in letnega poročila. V grobem to pomeni, da mora socialno podjetje sredstva, ki se uporabljajo za dejavnosti socialnega podjetništva, izkazovati ločeno od ostalih sredstev, posebej mora izkazovati tudi amortizacijo od obeh vrst sredstev (CNVOS 2014).

Svet je pripravil in potrdil *Strategijo razvoja socialnega podjetništva za obdobje 2013 -2016*. Strukturo Strategije določa drugi odstavek 29. člena ZSocP³. Prioritetni strateški razvojni cilji za obdobje 2013 – 2016 so:

1. povečanje prepoznavnosti socialnega podjetništva in vedenje o načelih socialnega podjetništva,
2. nadgradnja obstoječega podpornega okolja za podjetništvo,

³ 29. člen ZSocP (načrtovanje razvoja socialnega podjetništva) pravi, da načrtovani razvoj socialnega podjetništva v RS zagotavlja strategija, ki jo vlada po posvetovanju s socialnimi partnerji, socialnimi podjetji in drugimi organizacijami civilne družbe, sprejme za obdobje štirih let. Strategija zajema analizo potreb, smeri možnega razvoja socialnega podjetništva, temelje politike razvoja, strateške razvojne cilje, glavna področja razvoja socialnega podjetništva, ter vlogo države in njenih institucij pri izvajanju določene politike. Pristojno ministrstvo pa nadalje pripravi program ukrepov za izvajanje strategije razvoja socialnega podjetništva za posamezno koledarsko leto ali plansko obdobje (ZSocP 2011).

3. spodbujanje zaposlovanja ranljivih skupin na trgu dela.

Omenjene strateške cilje je Svet oblikoval na podlagi analize prednosti, slabosti, priložnosti in nevarnosti (t.i. SWOT analiza, glej Priloga A) in pri tem opredelil tiste cilje, ki odgovarjajo na bistvene ovire pri razvoju socialnega podjetništva. Za vsak strateški cilj so opredelili področje ukrepanja, ciljno vrednost do leta 2016 ter izvajalca (sem spadajo vsa ministrstva, ki sodelujejo v Svetu in so hkrati tudi pristojna za področja dejavnosti socialnega podjetništva). Prvi strateški cilj predvideva predvsem več informiranja in promocijskih akcij o socialnem podjetništvu, namenjenih različnim ciljnim skupinam, drugi strateški razvojni cilj se osredotoča na možnosti prilagoditve zakonodaje s področja podpornega okolja za socialno podjetništvo, razvoj in dopolnitev obstoječega podjetniškega okolja v okviru vstopnih točk VEM, tretji razvojni cilj pa se osredotoča predvsem na spodbude za zaposlovanje najbolj ranljivih skupin na trgu dela v smislu spodbujanja ustanavljanja socialnih podjetij tipa B (glej Priloga B) (MDDSZ 2015b).

MDDSZ je v sodelovanju z drugimi ministrstvi, pristojnimi za področja socialnega podjetništva pripravilo še *Program ukrepov za izvajanje strategije*, v katerem se določijo ukrepi, s katerimi bodo doseženi trije strateški razvojni cilji Strategije (glej Priloga B). Ukrepi so strukturirani tako, da določajo cilje, vsebino, ciljne skupine, način izvajanja določene aktivnosti in pogoje za vključitev v le-to, vrsto in višino upravičenih stroškov določene aktivnosti, časovno obdobje izvajanja aktivnosti, izvajalce in / ali podizvajalce posameznega ukrepa, vire in obseg sredstev za financiranje in opredelitev ali aktivnost predstavlja državno pomoč. Trenutno aktualen je Program ukrepov za leti 2014 in 2015, katerega namen je spodbujanje razvoja socialnega podjetništva, ocenjena vrednost sredstev namenjenih aktivnostim pa je 12,7 milijona evrov (MDDSZ 2015c).

Se pa na tej točki postavi vprašanje, kaj je bilo do sedaj, glede na to, da teče leto 2015, že realizirano iz Programa ukrepov za izvajanje strategije in tudi Strategije same? Strateški razvojni cilji (glej Priloga B) so napisani zeli široko in splošno, natančneje so aktivnosti za doseganje teh ciljev sicer opredeljene v Programu ukrepov za leto 2014 in 2015. In ravno na podlagi analize slednjega ugotavljam, da je podatek o realizaciji aktivnosti zelo spodbuden. V letu 2013 je bilo v sklopu strateškega razvojnega cilja 1 (*»Povečanje prepoznavnosti socialnega podjetništva in vedenje o načelih socialnega podjetništva«*) izvedenih 32 informiranj o socialnem podjetništvu in 56 delavnic na temo socialnega podjetništva. V letu 2014 je bil izveden tudi 1. Sejem socialnih

podjetij Sejem pridne roke 2014, ki se je odvijal v Slovenskih Konjicah. V sklopu strateškega razvojnega cilja 2 (*»Nadgradnja obstoječega podpornega okolja za podjetništvo«*) je bila v letu 2013 izvedena sprememba in dopolnitev Zakona o podpornem okolju za podjetništvo, dopolnitev obstoječega podpornega okolja v okviru vstopnih točk VEM in izvedba usposabljanja za svetovalce vstopnih točk VEM na temo registracije socialnega podjetništva. Realizacijo določenih aktivnosti pa je zaslediti tudi v okviru strateškega cilja 3 (*»Spodbujanje zaposlovanja ranljivih skupin na trgu dela«*), kjer je v letu 2013 kar 7 socialnih podjetij izvajalo 13 programov javnih del, v katere je bilo vključenih 14 brezposelnih oseb (MDDSZ 2015c). Iz slednjega lahko zaključim, da je se Program ukrepov za izvajanje strategije izvaja uspešno. Eden izmed dobrih kazalnikov uresničevanja predvsem strateškega cilja 1 pa je tudi naraščajoče število novih socialnih podjetij, za kar je vsekakor zaslužna tudi boljša informiranost o socialnem podjetništvu.

2. 3 Postopek registracije socialnega podjetja

O postopku registracije, pogojih in omejitvah za pridobitev statusa socialnega podjetja govorijo 9., 13., 14., 15., 16., 17. in 18. člen ZSocP.

Socialno podjetje v RS lahko ustanovijo le nepridobitne pravne osebe, ki niso ustanovljene izključno z namenom pridobivanja dobička. Socialno podjetje ni posebna statusno – pravna oblika, pač pa poseben status, ki ga lahko pridobi nepridobitna pravna oseba, ki izpolnjuje v ZSocP predpisane pogoje, kar pomeni, da lahko vsaka izmed naslednjih pravnih oseb postane socialno podjetje:

- društvo,
- zasebni zavod,
- ustanova,
- zadruga,
- evropska zadruga,
- delniška družba,
- družba z omejeno odgovornostjo,
- družba z neomejeno odgovornostjo,
- komanditna družba,

- komanditna delniška družba ali
- evropska delniška družba.

Status socialnega podjetja lahko pridobimo na dva načina: ali najprej ustanovimo eno izmed nepridobitnih pravnih oseb, ki bo zaprosila za pridobitev statusa socialnega podjetja (*registracija*) ali pa pri že obstoječi pravni osebi opravimo postopek spremembe akta o ustanovitvi oz. temeljnega akta, s katerim se nepridobitna pravna oseba preoblikuje v socialno podjetje (*do-registracija*). V obeh primerih registracija socialnega podjetja poteka ob upoštevanju določb zakonodaje, ki ureja organiziranost posamezne vrste nepridobitne pravne osebe in v skladu s ZSocP. Tako v primeru registracije, kot v primeru do-registracije se vloga za pridobitev statusa socialnega podjetja odda na pristojni registrski organ (Upravna enota, Okrožno sodišče / sodni register ali pristojno ministrstvo, odvisno od vrste nepridobitne pravne osebe). V primeru preoblikovanja v socialno podjetje, pravna oseba ne sme biti v postopku stečaja, prisilne poravnave ali likvidacije in mora imeti poravnane vse dospele davčne obveznosti ter prispevke za socialno varnost zaposlenih. Vloga za pridobitev statusa socialnega podjetja mora vsebovati naslednje priloge:

- akt o ustanovitvi oz. temeljni akt, iz katerega je razvidno, da je organizacija nepridobitna in na kakšen način uresničuje načela socialnega podjetništva, ki so opredeljena v 4. členu ZSocP⁴. Registrski organ pa preveri tudi skladnost akta z določbami 12. člena ZSocP⁵,
- sklep ustanoviteljev, članov oz. uprave, da namerava organizacija poslovati kot socialno podjetje,
- podatke o osebah, pooblaščenih za zastopanje in obseg njihovih pooblastil,
- dokazilo o višini morebitnih sredstev za začetek dela oz. vrednost premoženja.

Registrski organ po prejemu vloge in v kolikor so vsi pogoji izpolnjeni, z aktom odloči o vpisu nepridobitne pravne osebe oz. spremembe v register, ter odloči ali se bo pri imenu nepridobitne

⁴ Načela in zahteve socialnega podjetništva po 4. členu ZSocP: avtonomna pobuda, nepridobitni namen ustanovitve, opravljanje dejavnosti v javnem interesu, prostovoljnost delovanja, neodvisnost, tržna naravnost, vključevanje prostovoljskega dela, enakopravnost članstva, sodelovanje deležnikov pri upravljanju, neprofitnost delovanja, preglednost poslovanja in javno koristno delovanje (ZSocP 2011).

⁵ Akt o ustanovitvi socialnega podjetja mora opredeliti način upravljanja po načelu enakopravnosti, določiti osebe odgovorne za poslovanje, določiti nadzorni organ, določiti ali bo socialno podjetje vključevalo delo prostovoljcev, določiti način udeležbe deležnikov pri upravljanju, določiti pravila vodenja poslovnih knjig in izdelave računovodskih izkazov ter določiti pogoje statusnega preoblikovanja socialnega podjetja in razpolaganje s premoženjem v primeru prenehanja delovanja (ZSocP 2011).

pravne osebe vpisal dostavek »socialno podjetje«. Z vpisom slednjega v register ali javno evidenco, ki jo vodi MDDSZ, nepridobitna pravna oseba pridobi status socialnega podjetja in lahko začne s poslovanjem (CNVOS 2014, Strojan in Mesojedec 2012 in Repnik 2013).

3 SOCIALNO PODJETNIŠTVO V PRAVNEM SISTEMU EU

Gledano iz makroekonomske perspektive je socialno podjetništvo v EU zelo pomembno, tako iz človeškega, kot tudi iz ekonomskega vidika. Že v letu 2007, ko je bila izvedena raziskava CIRIEC, je bilo v socialnem podjetništvu v EU zaposlenih 11 milijonom posameznikov, kar pomeni 6,7 % vseh zaposlenih v EU (CIRIEC 2007). Da bi spodbujala visoko konkurenčno socialno tržno gospodarstvo, je Evropska Komisija uvrstila socialno podjetništvo in socialno inovativnost v samo jedro svojih zavzemaj v sklopu teritorialne kohezije in iskanja novih rešitev zoper družbene probleme, še posebej proti revščini in izključenosti, kar je tudi tema strategije EUROPA 2020 (European Commission 2011).

Vendar pa je pomembno poudariti, da sam termin socialnega podjetništva ni enako jasno definiran v vseh državah članicah EU, včasih niti ne znotraj ene države, ampak je pogosto koeksistiran z drugimi podobnimi termini in koncepti. Vseeno pa lahko države članice EU razdelimo v tri skupine, glede na stopnjo sprejetja koncepta socialnega podjetništva: *države z najvišjo stopno socialnega podjetništva* (Francija, Italija, Portugalska, Španija, Belgija, Irska in Švedska), *države s srednjo stopnjo socialnega podjetništva* (Ciper, Danska, Finska, Grčija, Luksemburg, Latvija, Malta, Poljska in Velika Britanija – v teh državah je socialno podjetništvo koeksistirano znotraj drugih konceptov kot sta neprofitni in prostovoljni sektor), in *države z majhno ali nično stopnjo socialnega podjetništva* (Avstrija, Češka, Estonija, Nemčija, Madžarska, Litva, Nizozemska in Slovenija – te države imajo stopnjo socialnega podjetništva relativno nizko, imajo pa dobro razvit neprofitni, prostovoljni in nevladni sektor). Posledično je tudi zakonodaja na področju socialnega podjetništva v posameznih državah članicah EU različna, za primer, Slovenija ima v primerjavi z EU povprečjem nizko stopnjo socialnega podjetništva, ZSocP pa smo sprejeli tudi šele v letu 2011 (CIRIEC 2007). Evropska Komisija pa kot razlog za splošno nizko raven socialnega podjetništva na območju EU navaja še nizko stopnjo prepoznavanja socialnega podjetništva, v smislu pomanjkanja notranjih povezav z interesnimi telesi, kreiranju zavezništev, pomanjkanje primerov dobrih praks in ne nazadnje tudi EU izobraževalni sistem, ki daje premalo poudarka na socialno podjetništvo (European Commission 2011).

17 članic EU ima sprejeto eno izmed oblik zakonodaje, ki ureja delovanje socialnih podjetij. Med njimi ločimo naslednje tri oblike:

- *Prilagoditev obstoječih zakonodaj na račun socialnega podjetništva*; 4 države (Francija, Grčija, Italija in Poljska) so oblikovale novo zakonodajo za socialna podjetja in sicer tako, da so povzemale in prilagodile zakonodajo za kooperative, 8 držav (Hrvaška, Češka, Nemčija, Madžarska, Španija in Portugalska) pa je prepoznalo, da imajo cilje in namene socialnih kooperativ že zapisane v obstoječih zakonih o kooperativah.
- *Sprejetje zakona o socialnem podjetništvu*; 7 držav EU je sprejelo popolnoma nov zakon, ki ureja socialno podjetništvo, neodvisno od drugih, že obstoječih zakonov. Te države so Slovenija, Belgija, Italija, Slovaška, Danska, Finska in Litva. Latvija, Luxembourg, Malta in Poljska imajo zakon o socialnem podjetništvu še v pripravi, Češka pa naj bi ga sprejela še to leto. Za vse te države velja, da zakon o socialnem podjetništvu ureja vse pravno organizacijske oblike socialnih podjetij in torej ni specifičen samo za eno obliko.
- *Priznanje specifičnih tipov neprofitnih organizacij*; na primer nekateri neprofitni zavodi v Sloveniji in javno koristne združbe na Češkem. Čeprav te organizacije ne nosijo oznake socialno podjetje, v bistvu so socialna podjetja (European Commission 2014).

3.1 Pravni in zakonski okvir

Na ravni EU trenutno ni enotne, specifične zakonodaje za socialno podjetništvo, z izjemo naslednjih aktov: *Akt za enotni trg*, *Unija za inovacije*, *Evropska platforma za boj proti revščini in Strategija EU 2020*. Vsebina teh aktov se osredotoča na spodbujanje socialne ekonomije in družbenih inovacij, ki so v EU prepoznane kot zelo koristne.

Strategija EU 2020 je na nek način krovna strategija, ki se zavzema za delovna mesta in pametno, trajnostno in vključujočo rast na območju EU. Socialno inovativnost prepoznava kot mogočno orodje v boju zoper socialne izzive, kot so revščina, brezposelnost ipd. Za implementacijo ciljev Strategije EU 2020 je bil oblikovan EU Program za zaposlovanje in socialne inovacije (na kratko Program). Potekal bo med 1. januarjem 2014 in 31. decembrom 2020, njegovi glavni cilji pa so med drugim:

- podpora razvoja zadostnega, dostopnega in učinkovitega socialnega sistema varovanja, trga delovne sile in političnih reform zlasti s spodbujanjem dostojnega dela in delovnih pogojev, preventivnim zagotavljanjem pogojev za varno in zdravo delo in uravnoveženim razmerjem med delom in prostim časom,
- zavzemanje za zaposlovanje in socialno vključevanje ranljivejših skupin posameznikov,
- usmerjanje pozornosti na ranljivejše skupine posameznikov, kot so na primer mladi, ter
- zavzemanje za enakost med spoloma (EU 2013).

Sicer pa ima vsaka država svojo, specifično zakonodajo o socialnem podjetništvu, vendar obstaja možnost, da bo zakonodaja z nacionalne ravni v prihodnosti prispevala k potrebi po skladnosti zakonodaje o socialnem podjetništvu na EU ravni. Zakoni o socialnem podjetništvu so med članicami EU zelo različni in le v redkih primerih zasnovani tako, kot predpostavljajo teoretiki. Kljub temu pa Evropski pravni sistem skuša zakonodajo na področju socialnega podjetništva omejiti z vsaj nekaj določili, ki jih zakoni na nacionalni ravni morajo upoštevati. V prvi vrsti je potrebno, še pred osnovanjem zakona, razločiti med pojmom socialnega podjetja in pojmom neprofitne organizacije, nekateri zakoni niti ne priznajo socialnega podjetja kot posebne pravno organizacijske oblike in posledično nimajo niti oblikovane definicije socialnega podjetništva. Države, ki pa socialno podjetje definirajo kot posebno pravno organizacijsko obliko, razločujejo med različnimi tipi socialnih podjetij (zadruga, kooperative, ...). Zakonodaja mora omejevati možnost razdeljevanja dobička med ustanovitelji socialnega podjetja in v primeru prenehanja poslovanja preprečevati prenos sredstev na področja, ki ne zasledujejo nepridobitnih namenov. V zakonu mora biti zapisana vloga deležnikov v podjetju, ter veljati mora pravilo en človek – en glas. Na koncu pa je pomembno še, da socialno podjetje izpolnjuje svoje odgovornosti in obveznosti, ter da se redno preverja pravilnost delovanja socialnega podjetja (Cafaggi in Iamiceli 2008). Izhajajoč iz zgoraj navedenih predpostavk, ki jim mora zakon o socialnem podjetništvu v posamezni državi EU zadoščati lahko sklenem, da ZSocP v RS izpolnjuje predpisane kriterije, saj 4. člen ZSocP med drugim navaja tudi prej omenjene kriterije med načeli in zahtevami, po katerih mora poslovati nepridobitna pravna oseba, ki želi pridobiti status socialnega podjetja.

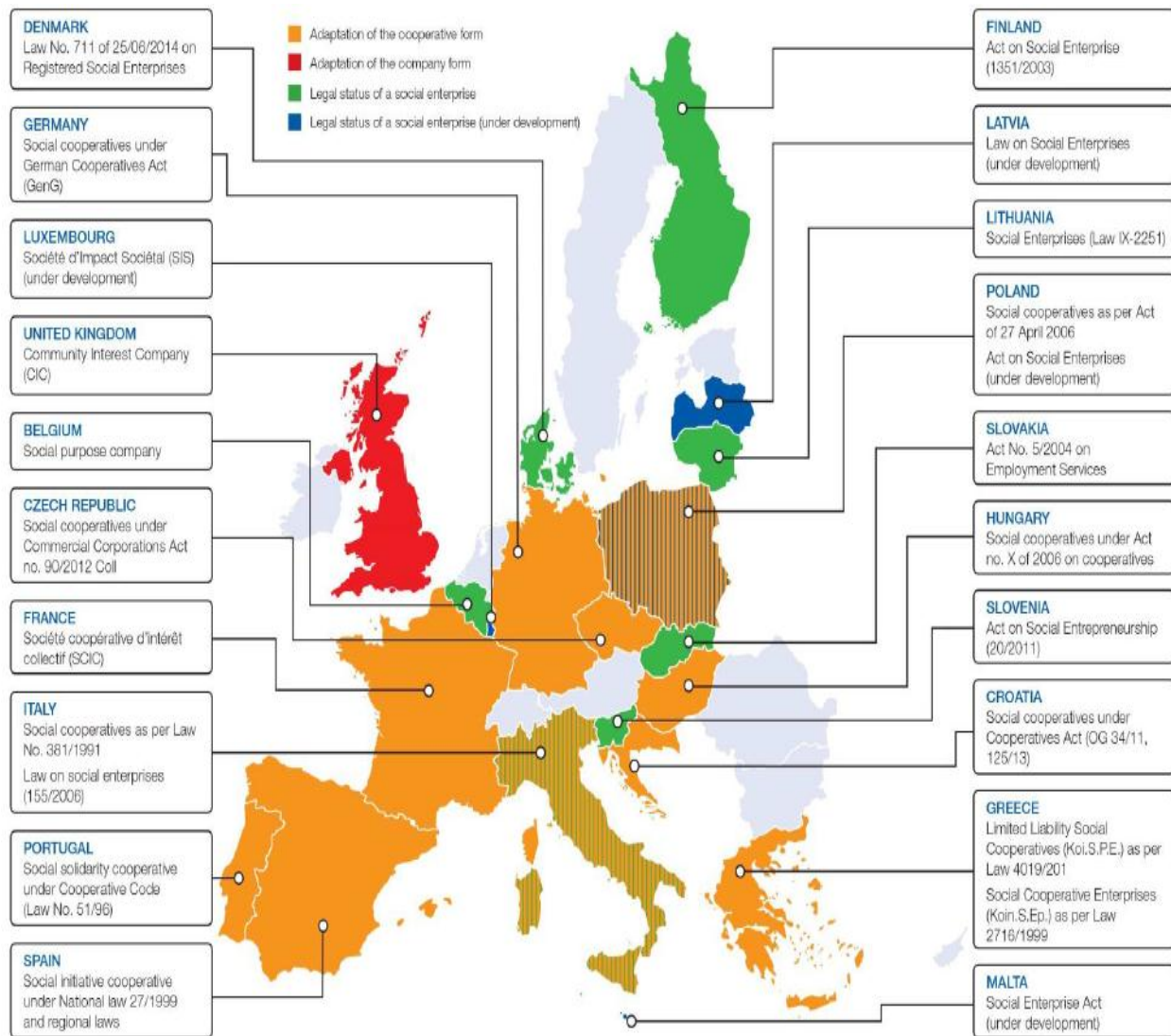
V EU razlikujemo tri modele zakonodaj o socialnem podjetništvu:

- *Zadružni model*: socialno podjetje je opredeljeno kot zadruga z družbeno koristnimi nameni in regulirano z zakonom,

- *Družbeni model*: oblikovno izpeljan iz profitno naravnanih organizacij, z značilnostmi socialnih podjetij,
- *Model odprtih oblik*: zakonsko opredeljen s socialnimi vrednotami, vendar brez specifične pravno organizacijske oblike (Cafaggi in Iamiceli 2008).

Uvedba specialnih zakonov ali drugih pravnih aktov o socialnem podjetništvu je potrebna, če želimo poudariti pomembnost teh oblik podjetij in jim začrtati delovne pogoje, okolje in druga pravila. Navadno so ti zakoni v kombinaciji z že obstoječo zakonodajo, na primer z zakonodajo na področju gospodarskih družb, davkov itd. (Heckl in Pecher 2007). Posledično je vsak zakon ali drug pravni akt o socialnem podjetništvu specifičen in neprimerljiv z zakonom v drugi državi, kar pripomore k temu, da lahko opravimo primerjavo in analizo zakonov v državah EU in izpostavimo primere dobre prakse, prednosti in slabosti posameznih primerov zakonodaje.

Slika 2.1: Države članice EU, ki imajo zakonodajo na področju socialnega podjetništva



Vir: European Commission (2014).

Na zgornji sliki (glej Slika 3.1), lahko vidimo zakonodajo, ki jo imajo sprejete posamezne države članice na področju socialnega podjetništva. Države, obarvane z oranžno barvo, so privzele kooperativni/zadružni model zakonodaje, države, obarvane z rdečo, so privzele družbeni model, Latvija, ki je edina obarvana z modro barvo ima zakon o socialnem podjetništvu šele v pripravi, države, ki pa so obarvane zeleno, pa imajo sprejete specifične zakone o socialnem podjetništvu. Iz slike še razberemo, da je Italija edina država v EU, ki ima tako zakon o socialnih kooperativah, kot tudi zakon o socialnem podjetništvu. Poljska pa ima trenutno v veljavi specifično obliko

zakonodaje za socialne kooperative, v pripravi pa je tudi zakon o socialnem podjetništvu (European Commission 2014).

In ravno poljski Zakon o socialnih kooperativah in italijanski Zakon o socialnem podjetništvu teoretiki radi izpostavijo za primera dobre prakse, po njiju naj bi se zgledovali tudi avtorji slovenskega ZSocP.

Poljska: Zakon o socialnih kooperativah

Poljska je po padcu komunizma doživela korenite spremembe na področju sociale, gospodarstva in politike. Država se je soočala z visoko stopnjo brezposelnosti in drugimi družbenimi težavami, socialno podjetništvo pa je v danem trenutku predstavljalo inovativno in praktično rešitev za odpravo brezposelnosti. Večinski predstavniki socialnih podjetij so socialne kooperative in vzajemne zavarovalnice (Social economy in Poland 2012).

Od leta 1982 so na Poljskem poznali Zakon o kooperativah, ki ga je nadomestil Zakon o socialnih kooperativah, sprejet 27. aprila 2006. Slednji je med teoretiki znan tudi kot kopija zakona iz Italije. ZSK definira zakonski okvir socialnih podjetij, s poudarkom na zaposlovanju socialno šibkejših skupin posameznikov. Definira tudi principe, ki se nanašajo na ustanovitev in delovanje socialnih kooperativ. Cilji ZSK izvirajo v glavnem iz Strategije socialne vključitve iz leta 2004. Glavni cilj ZSK (4. člen) je tako aktivacija in vključevanje socialno izključenih posameznikov - zaposlovanje dolgotrajno brezposelnih posameznikov, ki imajo težave pri vnovični vrnitvi na delo, zaposlovanje posameznikov z duševnimi motnjami, ozdravljenih alkoholikov in odvisnikov od drog, brezdomcev itd. Glavna dejavnost pa je socialna ekonomija, ki spodbuja socialno kohezijo in vzajemnost v socialnih kooperativah. ZSK določa, da morajo socialne kooperative zaposlovati med 5 in 50 ljudi, saj je pri takem številu še mogoče razvijati vzajemen odnos med zaposlenimi in posledično tudi socialno in/ali delovno reintergracijo, kar je glavni namen tega tipa kooperativ. 4. člen ZSK še določa, da socialno kooperativo lahko ustanovijo fizične ali pravne osebe, ki sprejmejo statut, določijo upravo (ki ni potrebna le v primeru, če socialna kooperativa zaposluje manj kot 15 ljudi), ter socialno kooperativo registrirajo v register kooperativ v državnem sodnem registru. Socialna kooperativa nima članarine, zakon pa jo razbremenuje tudi davka na dobiček, ustanovitelji pa so upravičeni tudi do povračila socialnih prispevkov za dobo enega leta. V ZSK je jasno definirano tudi načelo neprofitnosti, 8. člen pa

pravi, da se socialna kooperativa lahko ukvarja s plačljivimi ali brezplačnimi dejavnostmi, glede na svoj statut. Nadalje 14. člen ZSK določa možnost zaposlitve delovne sile iz sfere prostovoljcev in bivših kaznjencev. Podobno kot ZSocP v Sloveniji, tudi ZSK na Poljskem prepoveduje razdeljevanje dobička med člane, v primeru stečaja pa se lahko le 20 % premoženja razdeli med člane, po tem ko so poplačani vsi upniki kooperative, preostanek sredstev pa gre v t.i. »delovni sklad«. ZSK zelo natančno predpisuje tudi članstvo in sicer mora biti 80% zaposlenih iz vrst brezposelnih oz. drugače socialno prikrajšanih, 20% zaposlenih pa je lahko brez omejitev, če statut posamezne socialne kooperative ne določa drugače. Druga pomembna določila ZSK so še principi delitve, spojitve in likvidacije socialne kooperative, področja delovanja in aktivnosti, ter interna načela vodenja. Eden pomembnejših členov ZSK pa pravi, da vse točke, ki se nanašajo na socialne kooperative in niso zapisane v tem zakonu, ureja Zakon o kooperativah iz leta 1982 (Heckl in Pecher 2007; Cafaggi in Iamiceli 2008; Majdzińska 2014; ILO 2015).

Teoretiki pravijo, da so poljske socialne kooperative idealni primer socialnega podjetništva, ter hkrati dober primer aktivne socialne politike boja zoper brezposelnost. Socialne kooperative pa v praksi zelo dobro realizirajo ZSK, saj kritiki pravijo, da socialne kooperative ne morejo uspešno rasti, če ne izpolnjujejo vseh pogojev, ki jih postavlja ZSK.

Italija: Zakon o socialnem podjetništvu

Italija je v literaturi pogosto omenjena kot pionirka na področju zakonodaje s področja socialnega podjetništva, saj je bil prvi Zakon o socialnih kooperativah sprejet že leta 1991. Za tem je sledil velik porast števila socialnih podjetij, različnih pravno-organizacijskih oblik, ki pa za razliko od socialnih kooperativ niso imele svojega zakona. Zakonodaja za klasična podjetja in za socialne kooperative ni bila povsem primerna, saj ni zajemala natančne definicije socialnega podjetništva, ni jasno predpisovala kdo lahko posluje kot socialno podjetje in katera zakonodaja naj se uporablja pri regulaciji socialnih podjetij. Vse te vrzeli v zakonodaji je zapolnil Zakon o socialnem podjetništvu, sprejet 24. marca 2006, ki v prvi vrsti jasno definira socialno podjetništvo, ter določa, da je socialno podjetje oznaka, ki jo lahko pridobi katera koli pravno organizacijska oblika (društvo, fundacija, kooperativa,...), s predpostavko, da deluje v javno korist. In tako mora zadoščati eni izmed dveh definicij t.i. javne koristi:

1. socialno podjetje mora proizvajati družbeno koristne proizvode ali storitve,
2. zaposlovati mora invalide ali drugače prikrajšane posameznike (Cafaggi in Iamiceli 2008).

Zakon o socialnem podjetništvu je splošni za vse vrste socialnih podjetij in ne specifičen, kot je bil Zakon o socialnih kooperativah. Pridobitev naziva socialno podjetje zakon pogojuje s tremi pogoji:

1. bodoče socialno podjetje mora biti zasebna organizacija (ne enoosebna, pač pa večosebna družba v zasebni lastni, ne sme biti v javni/državni lasti, prav tako ne sme biti vodena s strani države ali druge javne institucije),
2. izvajati mora podjetniške aktivnosti v smislu nudenja družbeno koristnih proizvodov in storitev (dejavnost socialnega podjetja mora biti produktivna, strokovna, ekonomska in organizirana),
3. bodoče socialno podjetje mora delovati v skupno korist in ne za dobiček (cilj socialnega podjetja mora biti neprofitnost, kar ne pomeni, da podjetje ne sme imeti dobička, pač pa, da dobička ne sme razdeljevati med člane oz. lastnike) (Fici 2006).

Zakon o socialnem podjetništvu zajema 18. členov, v tem smislu je vsebinsko krajši od slovenskega ZSocP, a vsebinsko bolj strukturiran in natančnejši. V 1. členu je podana definicija socialnega podjetništva, ki je hkrati tudi prva uradna definicija socialnega podjetništva v italijanski zakonodaji. Pravi, da lahko postane socialno podjetje vsaka zasebna organizacija, če je njen cilj proizvodnja družbeno koristnih produktov ali storitev in v kolikor upoštevajo pravila zapisana v 2., 3. in 4. členu tega zakona. 2. člen opredeljuje družbeno korist in sicer pravi, da so za družbeno koristne produkte in storitve smatrani tisti, ki se producirajo v naslednjih sferah: socialna varnost, zdravstvena oskrba, izobrazba in vzgoja, kultura, varovanje okolja in ekosistema, varovanje kulturne dediščine, itd. Prav tako pa je dimenzija družbene koristi socialnega podjetja integracija depriviligiranih posameznikov, kar v praksi pomeni, da mora socialno podjetje po zakonu zaposlovati vsaj 30% socialno ali fizično prikrajšanih posameznikov. Nadalje 3. člen govori o neprofitnosti, ki je prav tako cilj vsakega socialnega podjetja, kar ne pomeni, da socialno podjetje ne sme imeti dobička od svojega delovanja, pač pa, da ne sme razdeljevati ustvarjenega dobička med svoje člane oz. lastnike. 4. člen se nanaša na lastniško strukturo in pravila delovanja socialnega podjetja, 5. člen definira pravila ustanovitve socialnega

podjetja, 6. člen odgovornost socialnega podjetja, 7. člen pa naziv. Tako kot v Sloveniji, tudi v Italiji zakon predpisuje, da podjetje uporablja naziv »socialno podjetje«. Nadaljnji členi predpisujejo še pogoje dela v socialnem podjetju, vključitev zaposlenih, pogoje transformacije, spojitve ali odcepitve in insolventnost. Posebnost pri tem zakonu je, da se ves čas sklicuje še na druge zakone, kot na primer Civilni Zakonik in druge, ki jih je potrebno poleg Zakona o socialnem podjetništvu še upoštevati (Social Enterprise Law 2006).

Fici (2006) pa izpostavi bistveno pomanjkljivost italijanskega Zakona o socialnem podjetništvu – demokratičnost. Ta se odraža v pravilu »en človek, en glas«, ki jo poznamo tudi iz slovenskega ZSocP. Pravi, da ta pomanjkljivost ne preseneča, saj Zakon pravi, da socialno podjetje lahko postane katerakoli izmed primernih organizacij, ne glede na svojo pravno organizacijsko obliko (kooperativa, tradicionalna neprofitna organizacija ali podobno), v kolikor le izpolnjuje vsa ostala določila Zakona o socialnem podjetništvu.

3.2 Primeri dobrih praks iz tujine

V tujini najdemo veliko primerov dobrih praks s področja socialnega podjetništva, saj je le-to v tujini prisotno dlje časa, ter posledično tudi bolj razvito, kot v Sloveniji. Za potrebe magistrskega dela sem izbrala 4 primere uspešnih socialnih podjetij iz treh držav EU: Italije, Švedske in Škotske. Izbirala sem koncepte, ki bi jih lahko implementirali tudi na slovenskem trgu. Primer italijanske potrošniške zadruga COOP je celo že bil vzor javne pobude za alternativni odkup in preoblikovanje trgovine Mercator v kooperativo Naš Mercator, ki jo je predlagal Slovenski forum socialnega podjetništva. Prav tako pa so se nanj opirali ustanovitelji Kooperative Konjice, ki COOP prav tako navajajo za primer dobre prakse.

Potrošniška zadruga COOP Italija

Skupina COOP je največja in najhitreje rastoča potrošniška zadruga v Evropi, hkrati pa je največji italijanski trgovec, ki obvladuje kar petino italijanskega trga. Ustanovljena je bila leta 1947, leta 2010 pa je imela 114.000 članov zadruga, 17.000 malih vlagateljev, 115 potrošniških zadrug različnih velikosti (9 velikih, 14 srednjih in 92 malih), 1.444 trgovin in 56.682 zaposlenih. V Italiji je COOP vodilen trgovec organske in lokalno pridelane hrane in podpornik malih kmetov. Ti rezultati pa niso slučaj, temveč sad sistematičnega razvoja v zadnjih 20 letih. Od leta

1992 mora namreč vsaka zadruga v Italiji prispevati 3% svojega neto dobička v nacionalni zadrugi razvojni sklad. COOP deluje z poudarkom na poslovni in prodajni mreži, značilno modernizacijo trgovin, razvojem in rastjo hipermarketov, rastjo števila zaposlenih in velikimi investiranji v razvoj človeških virov. Pozitivna posledica je kar trikratno povečanje prodaje med leti 1982 in 2002. Svojo družbeno odgovornost COOP gradi na ideji od »kvalitete do etike«.

Slika 3.2: Od kvalitete do etike.



Vir: Tassinari (2003).

Največji poudarek je, izhajajoč iz Slike 3.2 na varni hrani, saj ima COOP zavezo, da potrošnikom zagotovi varno, neoporečno hrano, hkrati pa skrbi tudi za okolje. Etični menedžment se odraža predvsem v garanciji pravičnih cen, ki ščitijo potrošniško moč članov in zavirajo inflacijo. Zanimiv je podatek, da se je v trgovinah COOP, inflacija manj odražala pri cenah hrane v času valutnega prehoda iz Lire na €, kot pa pri ostalih trgovcih v Italiji, zahvaljujoč transparentnemu menedžmentu in sodelovanju z dobavitelji. COOP je bila tudi prva organizacija v Evropi, ki je leta 1998 sprejela Standard SA8000. Slednji je edini mednarodni standard, veljaven za vse sektorje, ki regulira etično delovanje organizacij (varno delovno okolje, prepoved dela otrok, ipd.) in ustvarja donosno razmerje med organizacijo in civilno družbo. Cilj pravične trgovine pa

je dati prispevek k uravnoveženju povezav med razvojem držav, pospeševanjem njihovega dostopa do trga in izboljšanjem pogojev delovanja malih proizvajalcev. Pravično trgovino dosežemo z bolj enakomerno porazdelitvijo dobička med vsemi akterji pridelovalne verige: dobavitelji, delavci, uvozniki, distributerji in potrošniki. Hkrati pa pravična trgovina povišuje še družbeno pravičnost in ekonomsko nepristranskost. COOP kot zadruga torej teži k zmanjšanju tržnega fundamentalizma in podpori etični in družbeni odgovornosti, ki bi prispevala k boljšemu razvoju družbe (Tassinari 2003; Thompson 2005; International Co-operative Alliance 2014).

Banka BANCA ETICA Italija

Banca Etica je prva socialna banka v Italiji. Leta 1994 so se združile zveze, socialne kooperative, lokalna oblast, društva in druge nevladne organizacije s ciljem, da vzpostavijo instrument, ki bo realiziral njihov nov pogled na finance in menedžment. Izhajali so iz drugih podobnih bančnih sistemov, ki so že obstajali po svetu. Maja 1998 Kooperativa Verso Banca Etica doseže potrebno količino kapitala, ki ga predpisuje italijanski pravni sistem, da lahko postane banka. Po sestanku delničarjev so spremenili statut in pravnoorganizacijsko obliko in se iz kooperative transformirali v banko. 8 marca 1999 B. E. tako odpre svoja vrata prvim strankam. B.E. deluje po naslednjih pravilih:

- dajanje posojil organizacijam, ki temeljijo na vrednotah kot so solidarnost, pomoč prikrajšanim, skrb za razvoj okolja, pospeševanje družbeno koristnega podjetništva, itd.,
- sodelovanje z tretjim sektorjem, lokalnimi podjetji, verskimi združenji, lokalnimi pridelovalci, trgovinskimi združenji,
- visoka pripadnost v bančnih združenjih,
- izbira organizacije ali projekta za financiranje na podlagi skupka socialnih, ekonomskih in okoljskih kriterijev, ki B.E. zagotavljajo etično delovanje.

Glavni produkt B.E. so depoziti in posojila, na dolgi rok pa tudi varčevalni računi in druge bančne dejavnosti. Financira organizacije, ki opravljajo svoje dejavnosti na področju mednarodne vzajemne pomoči, okolja, kulture, civilne družbe, športa ali drugih družbeno koristnih dejavnosti. Njen trg je torej pretežno tretji sektor oz. t.i. socialna podjetja, saj prav tako financira projekte socialnih podjetij, za katere sicer dobijo sredstva od drugih institucij, kot je na primer EU, vendar pa zaradi dolgotrajne birokracije finančna sredstva prejmejo kasneje, kot bi jih nujno potrebovali

za izvedbo projekta. Tako ne tvegajo neizvedbe, pač pa B. E. uredi posojilo, ki je povrnjeno, ko podjetje prejme obljubljeni sredstva. B. E. torej predstavlja edinstven način kako združevati ekonomsko realnost in socialno odgovornost, saj daje posojila za projekte, ki služijo interesu javnega dobra. Na eni strani torej gre za misijo uporabe denarja in druge finančne aktivnosti, kot instrument za razvoj človeka, na drugi strani pa gre za vzgojo ekonomske kulture, ki nima izključno dobičkonosnih ciljev, pač pa tudi razvoj civilne družbe. Organi B. E. so skupščina, uprava in sindikat, imenovan pa je tudi Etični komite, ki ga sestavljajo sami ugledni posamezniki. Deluje kot reprezentativen organ, ki jamči za etično delovanje banke (Bicciato 2010; Maccarini in Prandini 2009).

Stanovanjski projekt HAMMARBY SJÖSTAD STOCKHOLM Švedska

Stanovanjski projekt HAMMARBY SJÖSTAD je najbolj »zeleni projekt« v Stockholmu, katerega zasnova je nastala leta 1990, ko so se zaradi naraščajočega števila prebivalcev v mestnem jedru znašli pred dilemo, kako zagotoviti dovolj bivalnih površin. Ideja je bila, da razširijo mestno jedro in istočasno spremenijo staro luko in onesnaženo industrijsko cono v moderno predmestje. Območje, kjer se danes nahaja eno najsodobnejših, energetske varčnih in ekološko naravnanih naselij, je bilo sprva namenjeno gradnji olimpijske vasi, vendar je bil projekt gostovanja Olimpijskih iger v Stockholmu zavrnjen in tako je nastalo stanovanjsko naselje z 9.000 bivalnimi enotami, 20.000 prebivalci in 200.000 m² trgovskih in drugih površin. Arhitekturni dizajn se sklada z dizajnom starega mestnega jedra in je prej urbani kot predmestni. Kombiniran je z novimi modernimi arhitekturnimi stili, maksimalnim izkoristkom svetlobe, vode in zelenih površin. Glavni gradbeni material je steklo. Kjer je le bilo mogoče so ohranili naravno pokrajino, ki je bila inspiracija za celotni razvoj naselja, saj so hoteli doseči okolju prijazno bivanje. Stanovanjske enote so grajene tako, da varčujejo z energijo in vodo, saj kar 50 % energije, ki jo porabijo prebivalci, proizvedejo sami s pomočjo solarnih celic, ki so nameščene na stenah in strehah objektov. Imajo poseben program varčevanja z vodo, odpadno vodo filtrirajo, rezultat tega pa je manjša poraba vode kot v mestnem središču Stockholma. Vsa energija, ki jo prebivalci naselja HAMMARBY SJÖSTAD potrebujejo za življenje je črpana iz obnovljivih virov. Še eden izmed pomembnih ciljev tega stanovanjskega projekta pa je odpraviti socialno segregacijo, zato je razmerje med lastniškimi in najemnimi stanovanji 50:50, saj na Švedskem ne poznajo socialnih stanovanj, kot jih na primer poznamo v Sloveniji. Tako stanovanje dobijo tudi

tisti, ki si ga ne morejo kupiti, z najemninami pa se pokrijejo stroški izgradnje stanovanjskih objektov, imajo pa tudi nekaj posebej opremljenih stanovanj za posameznike s posebnimi potrebami. Omejeno je tudi število avtomobilov znotraj naselja, saj prevladuje javni avtobusni prevoz. Prebivalci so tako homogena skupina, ki živi po ekoloških in okolju prijaznih principih (Cabe 2011; Future Communities 2009; Gaffney in drugi 2007).

Otok EIGG Škotska

Škotska je dežela bogata z veliko naravnimi resursi, izobraženim prebivalstvom, močnim, raznolikim gospodarstvom in močno trgovino. Otok Eigg, ki leži ob zahodni obali Škotske in ima približno 100 prebivalcev, je lep primer pozitivnih sprememb, ki nastanejo, če oblast prevzame lokalno prebivalstvo. Z referendumom je leta 1997 otok Eigg postal last prebivalcev, za kar so potrebovali 1,5 milijonov £. Lokalna oblast je sestavljena iz enega redno zaposlenega in 30 prostovoljcev, letni proračun otoka pa znaša 200.000 £. Preden je oblast prevzeli prebivalci se je otok soočal s številnimi težavami. Oblast so izvajali na daljavo, populacija je upadala, mladi so zapuščali otok, odrezani so bili od nacionalnega omrežja. Po prevzemu oblasti v roke prebivalcev pa so izvedli številne spremembe, ki so dvignile kvaliteto bivanja na otoku. Med najodmevnejšimi projekti je bila vzpostavitev lastnega energijskega omrežja, ki ga poganjajo veter, solarni in vodni viri. Otok je sedaj skoraj v celoti energetsko samooskrben, kar je močno znižalo stroške za energijo, še več, emisije CO₂ so za 20% nižje kot je povprečje v Veliki Britaniji, poraba elektrike pa se je znižala za 50%. Zaradi izgradnje novega sistema oskrbe z energijo so odprli nova delovna mesta, izboljšali infrastrukturo, zaradi stanovanjske pomoči, ki jo nudijo, pa so se na otok pričeli vračati mladi. Za vse inovacije so uporabljali moderno tehnologijo, ki je pomagala oživeti otok, vsi projekti pa so uspešni tudi zaradi vključenosti vseh prebivalcev v dogajanje. Zaradi vseh novosti, pa otok privablja tudi številne turiste. Prebivalci otoka so tako ustvarili nekakšno socialno podjetje, v katerem delujejo vsi in s pomočjo katerega so spremenili življenjski standard (Gray 2014 in Ashden Award 2010).

Vsem zgoraj predstavljenim primerom dobre prakse iz tujine je skupno to, da bi jih lahko vsaj delno realizirali tudi v Sloveniji. Kot sem že omenila na začetku, so primer potrošniške zadruga COOP iz Italije, že poskušali realizirati tudi v Sloveniji, v času aktivne prodaje trgovinske verige Mercator. Nastala je pobuda za nastanek kooperative Naš Mercator, ki pa ni bila realizirana. Menim, da je vzpostavitev tako velike verige trgovin kot je COOP zelo zahteven zalogaj, ki ga

verjetno ni lahko realizirati, že glede na dejstvo, da projekt Naš Mercator ni uspel. Je pa zato verjetno lažje vzpostaviti več manjših trgovin, ki delujejo v sklopu socialnega podjetja in delujejo po načelih COOP-a: spodbujanje lokalnih pridelovalcev, zagotoviti in nuditi domačo hrano, kvaliteta, načelo pravične trgovine itd. Eden izmed takšnih primerov je Trgovinica z moje dežele, ki deluje v sklopu Kooperative Konjice in bo podrobneje predstavljena v empiričnem delu magistrskega dela. Zanimiv je tudi primer t.i. socialne banke iz Italije, vendar se mi pojavi vprašanje ali je slovenski trg sploh pripravljen na takšen koncept bančništva in ali bi ga lahko realizirali. Ta vprašanja bi zahtevala podrobnejšo ekonomsko analizo, zato jih puščam odprta. Menim pa, da bi, glede na to, da v Sloveniji narašča število socialnih podjetij, morda razmislek o taki banki bil na mestu.

Zame osebno je najbolj zanimiv in realen primer stanovanjskega projekta iz Švedske. Shemo stanovanjske samooskrbe sem zasledila tudi med aktivnostmi Kooperative Konjice, ki si v prihodnosti prav tako prizadeva za izpeljavo podobnega stanovanjskega projekta. Sicer stanovanjske kooperative dobro predstavlja Zavod Tovarna, ki želi spodbuditi gradnjo neprofitnih stanovanj v okviru kooperativ, kar je v Sloveniji relativno nov pojav. Kljub temu pa je koncept zelo dobro zasnovan, po Evropi ga že dlje časa poznajo in tudi uspešno prakticirajo. Menim, da je čas in stanje na področju stanovanjske oskrbe v Sloveniji ravno pravšen za ustanovitev stanovanjskih kooperativ, saj je v času gospodarske krize kupna moč prebivalstva manjša, mladi si bodisi zaradi brezposelnosti bodisi zaradi zaposlitve za določen čas, ne morejo privoščiti lastniškega stanovanja, saj banke ne kreditirajo posameznikov zaposlenih za določen čas, kar pripomore k temu, da se podaljšuje obdobje življenja pri starših. Stanovanjske kooperative pa rešujejo prav to težavo, saj nudijo ugodna najemniška stanovanja, brez čakanja v vrsti za neprofitno stanovanje, ki jih sedaj nudijo domače občine. Naselja zgrajena v okviru stanovanjskih kooperativ pa so lahko vsaj delno samooskrbna, saj je Slovenija bogata z naravnimi viri. Tako se lahko navežemo še na zadnji primer dobre prakse, otok Eigg, ki je zaradi samooskrbe z obnovljivimi viri energije zmanjšal stroške ogrevanja, elektrike in vode, zaradi svoje edinstvenosti pa privablja turiste in s tem skrbi za razvoj turizma. Tako zaključujem, da ima Slovenija potencial za realizacijo projektov, ki so se v tujini izkazali za dobro prakso, tudi zato, ker število socialnih podjetij narašča, prav tako narašča poznavanje pojma socialnega podjetništva. Ostaja pa vprašanje finančnih virov in pripravljenosti Slovencev na vključenost v kooperative in druge oblike socialnega podjetništva.

3.3 Primerjava zakonodaje Slovenija – EU

Slovenskemu Zakonu o socialnem podjetništvu je večkrat očitano, da je spisan preveč površno in na hitro, hkrati pa tudi, da se zgleduje po zakonu iz Italije in Poljske. V odgovor na to sem primerjala Zakon o socialnih kooperativah iz Poljske, Slovenski Zakon o socialnem podjetništvu in Zakon o socialnem podjetništvu iz Italije. Izpostavim lahko naslednjih 5 ključnih razlik, ki so hkrati tudi odgovor na moje raziskovalno vprašanje (*»Kakšne so ključne podobnosti in razlike socialnega podjetništva v Sloveniji in EU?«*):

1. V Sloveniji pred letom 2011, ko smo sprejeli ZSocP, nismo imeli zakonodaje na področju socialnega podjetništva, prav tako ni bilo govora o socialnih podjetjih, pač pa smo poznali samo invalidska podjetja, ki so samo delno podobno delovala kot socialna podjetja (zaposlovanje invalidnih oseb), niso pa nosila naziva socialno podjetje. Prav tako v Sloveniji niso v takšni meri razširjene kooperative, kot na primer na Poljskem in v Italiji. Poljska je prvi Zakon o kooperativah sprejela že leta 1982, leta 2006 pa ga nadomesti zakon o socialnih kooperativah, ki je dopolnjen v nekaj ključnih točkah, značilnih za socialna podjetja. Prav tako v Italiji poznajo Zakon o kooperativah že od leta 1991, leta 2006 pa sprejmejo še Zakon o socialnem podjetništvu. Tako je jasno, da je v tujini pojem socialnega podjetništva poznan že dlje časa, posledično pa je bolj izpopolnjena tudi zakonodaja, ter so znani boljši primeri dobrih praks socialnih podjetij.
2. V Sloveniji in Italiji velja model formalnih odprtih oblik, kar pomeni, da zakon ne predpisuje določene pravno organizacijske oblike socialnih podjetij in so tako le-ta različnih oblik, na Poljskem pa zakon ureja socialne kooperative.
3. Glavni cilj Poljskega Zakona o socialnih kooperativah je aktivacija in zaposlovanje socialno in fizično prikrajšanih posameznikov (dolgotrajno brezposelni, osebe z motnjami v duševnem in fizičnem razvoju, ozdravljeni alkoholiki in odvisniki od drog ipd), zakonsko imajo tudi predpisano kvoto 80:20. To pomeni, da mora 80% zaposlenih v socialni kooperativi biti iz vrst socialno in fizično prikrajšanih posameznikov, 20% zaposlenih pa je lahko brez omejitev. V Sloveniji ZSocP kvote ne predpisuje, v Italiji pa mora po Zakonu o socialnem podjetništvu socialno podjetje zaposlovati 30% socialno ali fizično prikrajšanih posameznikov.

4. V Sloveniji zakon ne predpisuje števila zaposlenih, ki ga mora dosegati socialno podjetje, prav tako ne v Italiji, na Poljskem pa socialna kooperativa mora zaposlovati med 5 in 50 oseb, zaradi zagotavljanja socialne in/ali delovne reintegracije.
5. Zakon o socialnih kooperativah na Poljskem določa, da vse točke, ki se nanašajo na socialne kooperative in niso zapisane v tem zakonu, ureja Zakon o kooperativah iz leta 1982. V Italiji Zakon o socialnem podjetništvu določa, da vse točke, ki se nanašajo na socialno podjetništvo po večini ureja še Civilni Zakonik in nekaj drugih Zakonov, ki so navedeni v vsakem členu Zakona o socialnem podjetništvu sproti. V Italiji torej velja močan preplet med zakoni. V Sloveniji pa nekaj specifičnih točk s področja socialnega podjetništva urejajo še drugi podzakonski akti, ki so natančneje predstavljeni v podpoglavju 2.2 *Drugi podzakonski akti* pričujočega magistrskega dela.

Poleg razlik med obravnavanimi zakonodajami pa velja poudariti še skupne točke, ki jih imajo vsi trije obravnavani zakoni in sicer se te nanašajo predvsem na način ustanovitve, registracijo, namen in cilje socialnih podjetij, na prepoved razdeljevanja dobička in primer likvidnosti itd., torej z eno besedo, zakonodaje imajo podobne posebne pogoje poslovanja socialnih podjetij.

Menim, da je zgolj na podlagi analize zakonov težko laično oceniti ali podati dobro konstruktivno kritiko o tem, kateri zakon o socialnem podjetništvu je boljši, bolj natančen in bolj celovit. Gre namreč za popolnoma različne modele zakonodaj, ki imajo tudi različne zgodovinske predispozicije. Vsi zajemajo vse temeljne točke, ki naj bi jih po teoriji zajemal zakon o socialnih podjetjih. Meni pa, da se kvaliteta zakona in poznavanje koncepta socialnega podjetništva najbolj odraža v številu socialnih podjetij in primerih dobrih praks uspešnih socialnih podjetij v posamezni državi. Na podlagi tega mnenja sem oblikovala tudi drugo hipotezo, ki se glasi: *»Izvajanje ZSocP je v Sloveniji v primerjavi s tujino nedodelano, na kar kažejo primeri dobrih praks iz tujine.«*

Besedo nedodelanost, uporabljeno v hipotezi utemeljujem s stališčem podanim v teoriji, da ZSocP v Sloveniji zaostaja za konkurenti, saj je najmlajši, brez podobnih predhodnih zakonov, sam pojem socialno podjetništvo pa je v Sloveniji relativno nov. In kot je pokazala spletna anketa Socialno podjetništvo iz leta 2012, je poznavanje vsebine ZSocP med podjetniki še vedno relativno nizko. Poleg tega je število socialnih v Sloveniji še vedno relativno nizko, prav tako primanjkuje primerov dobrih praks, predvsem na takšnem nivoju in v takšnem obsegu kot so

poznani v tujini (primeri socialnih podjetij predstavljeni v podpoglavju Primeri dobrih praks iz tujine).

4 ŠTUDIJ PRIMERA: KOOPERATIVA KONJICE

Januarja 2015 je v evidenci socialnih podjetij Ministrstva za delo, družino, socialne zadeve in enake možnosti, vpisanih 63 socialnih podjetij (MDDSZ 2015a). Med njimi tudi Kooperativa Konjice (v nadaljevanju KK), ki je zagotovo eden izmed primerov dobre prakse socialnega podjetništva v Sloveniji. Gre za lokalno socialno podjetje, registrirano kot zadruga, katerega namen je kreiranje novih delovnih mest v lokalnem okolju.

4.1 Kaj je Kooperativa Konjice

Kooperativa Konjice je bila kot socialno podjetje registrirana konec junija 2013 in sicer je nastala v sklopu pilotnega projekta z naslovom »Z moje dežele«, ki je bil delno (45%), sofinanciran iz sredstev programa *Leader* Evropske komisije. Prijavitelj v projekt je bil Mladinski center Dravinjske doline, ki je skupaj s še nekaj drugimi partnerji, želel realizirati teoretično osnovo projekta »Z moje dežele« - *program Marjetica*. Gre za program zagotavljanja večje samooskrbe z lokalno pridelanimi kmetijskimi in živilskimi proizvodi na subregionalni ravni v Sloveniji. Pobudniki za ustanovitev KK so bili namreč prepričani, da so predvsem občani in občanke, v program Marjetica zajetega območja občin Slovenske Konjice, Zreče, Vitanje, Oplotnica, Dobrna, Šentjur in Dobje tisti, ki lahko s svojo kreativnostjo, inovativnostjo ter sodelovanjem najdejo način za zagotavljanje uspešnega razvoja v svojih lokalnih skupnostih in posledično vzpostavijo finančno in kadrovske samovzdržen model lokalne samooskrbne prehranske verige. Na območju teh občin je namreč zaslediti velik potencial domačih pridelkov in proizvodov, hkrati pa obstaja tudi veliko povpraševanje po doma pridelani hrani. V ta namen je Kooperativa Konjice v starem mestnem jedru Slovenskih Konjic odprla vrata *Trgovinice z moje dežele*, kjer ponujajo lokalno pridelane in predelane izdelke, ter spletno trgovino *Zagotovimo.si*, ki uporabnikom ponuja lažji in hitrejši nakup slovenske, ekološke, integrirane in domače pridelane hrane in drugih izdelkov. (Kooperativa Konjice, *Zagotovimo.si* in Kooperativa Konjice 2013).

Sicer pa je cilj ustanovitve KK poleg razvoja lokalnega samooskrbnega sistema za lokalno pridelavo in predelavo hrane usmerjen še na razvoj lokalnega turizma, lokalno samooskrbo z energijo, lokalno samooskrbo z dostopnimi najemnimi stanovanji, medgeneracijsko sodelovanje, zagotavljanje novih delovnih mest (zaposlovanje ranljivih skupin), ter raziskovanje, usposabljanje in izobraževanje na področju socialnega podjetništva in zadrugištva (Kooperativa Konjice 2013).

Da je KK res dober primer socialnega podjetja lahko ugotovimo na podlagi primerjave načel zapisanih v *Zadružnih pravilih zadruga »KOOOPERATIVA KONJICE, Z.B.O., socialno podjetje«*, sprejetih na ustanovnem občnem zboru 5. junija 2013 in veljavnega *Zakona o socialnem podjetništvu*, ki v 4. členu navaja načela in zahteve, ki jih morajo izpolnjevati pravne osebe, za pridobitev naziva socialno podjetje.

4. člen ZSocP pravi, da se v socialno podjetništvo lahko vključijo nepridobitne pravne osebe, ki so ustanovljene in poslujejo po naslednjih načelih in zahtevah:

- so ustanovljene na podlagi prostovoljne odločitve ustanoviteljev (avtonomna pobuda);
- namen ustanovitve ni izključno pridobivanje dobička (nepridobitni namen ustanovitve);
- so ustanovljene pretežno z namenom trajnega opravljanja dejavnosti socialnega podjetništva 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 v njih delujejo prostovoljno (prostovoljnost delovanja);
- pri upravljanju so samostojne (neodvisnost);
- s proizvodnjo in prodajo proizvodov ali opravljanjem storitev na trgu pretežno poslujejo po tržnih zakonitostih (tržna naravnost);
- praviloma vključujejo prostovoljsko delo (vključevanje prostovoljskega dela);
- posamezni ustanovitelji ali lastniki pri odločanju nimajo prevladujočega vpliva, odločitve sprejemajo vsi člani po načelu en član – en glas, neodvisno od deleža vloženega kapitala (enakopravnost članstva);
- v odločanje vključujejo tudi deležnike (sodelovanje deležnikov pri upravljanju);
- premoženje, dobiček in presežke prihodkov nad odhodki uporabljajo za namene socialnega podjetništva in druge nepridobitne namene, delitev dobička ali presežkov

prihodkov pa ni dopustna ali je skladno s tem zakonom omejena (neprofitnost delovanja);

- zagotavljajo preglednost finančnega poslovanja in notranje nadzorstvo nad materialnim in finančnim poslovanjem (preglednost poslovanja);
- trajno delujejo v korist svojih članov, uporabnikov in širše skupnosti (javno koristno delovanje) (ZSocP 2011, 4. čl.).

Načela Kooperative Konjice, zapisana v 1. členu Zadružnih pravil zadruga »KOOOPERATIVA KONJICE, Z.B.O., socialno podjetje« pa so naslednja:

- 1. Prostovoljno in odprto članstvo** (KK je prostovoljna organizacija, katere članstvo je odprto za vse, ki želijo uporabljati storitve zadruga in so pripravljeni sprejeti odgovornosti, ki izhajajo iz naslova članstva; pri tem ni spolnih, socialnih, rasnih, političnih ali religiozних diskriminacij.)
- 2. Demokratičen nadzor članstva** (KK je demokratična organizacija, v kateri nadzor vršijo člani, ki z aktivno udeležbo odločajo o poslih. Tisti, ki so izvoljeni kot predstavniki zadruga, so neposredno odgovorni članstvu. Vsi imajo enake volilne pravice in sicer po pravilu »en član, en glas«. Zadruga je demokratično organizirana na vseh ravneh njenega delovanja.)
- 3. Ekonomska participacija članstva** (Člani enakomerno prispevajo in demokratično nadzirajo kapitalske deleže KK. Del kapitala KK je v skupni lasti. Za denar, ki ga člani prispevajo kot ustanovni vložek, dobijo omejeno povračilo. Presežek iz dobička člani praviloma investirajo v nadaljnji razvoj zadruga oz. v vzpostavljanje rezervnega fonda. Iz fonda lahko črpajo v skladu z deležem svoje poslovne udeležbe v zadrugi, del presežka pa sporazumno usmerjajo v druge aktivnosti.)
- 4. Samostojnost in neodvisnost** (KK je samostojna in avtonomna organizacija samopomoči pod nadzorom članstva. Če sklepajo dogovore z drugimi strankami, vključno s predstavniki države, ali če pridobivajo denar iz virov zunaj zadruga, lahko to storijo samo tako, da obenem zagotovijo demokratičen nadzor članov in tako vzdržujejo avtonomijo.)
- 5. Izobraževanje, pridobivanje veščin in dostopnost informacij** (KK omogoča izobraževanje in usposabljanje za pridobivanje veščin za svoje člane, za izvoljene predstavnike zadruga in za zaposlene. Cilj izobraževanja in usposabljanja je, da pri

razvoju KK vsi člani sodelujejo čim bolj učinkovito. Vsi sodelujoči v KK prispevajo k oblikovanju javnega mnenja o zadružništvu, zlasti pa informirajo mlade ljudi in mnenjske voditelje o naravi in koristnosti zadrug.)

6. **Sodelovanje med zadrugami** (Cilj KK je, da čim bolj učinkovito služijo svojim članom. S tem KK krepi idejo zadružništva in z njo povezano družbeno gibanje, ki promovira sodelovanje tako v strukturah na lokalni, kot na regionalni, nacionalni in mednarodni ravni.)
7. **Skrb za skupnost** (KK deluje v smeri trajnega razvoja lokalne skupnosti.) (Zadružna pravila zadruga »Kooperativa Konjice, Z.B.O., socialno podjetje, 1. čl.).

Če torej povzamemo in primerjamo zgoraj napisana načela ugotovimo, da ZSocP kar v treh načelih govori o prostovoljnosti (prostovoljnost delovanja, vključevanje prostovoljskega dela in avtonomna pobuda), Zadružna pravila KK pa to načelo povzame v 1. načelu. Načelo neodvisnosti najdemo v 5. alineji ZSocP in v 4. načelu KK. Prav tako v obeh dokumentih najdemo načelo o delovanju v smeri trajnega razvoja skupnosti (zadnja alineja ZSocP in zadnje načelo KK). V obeh dokumentih najdemo še načelo enakopravnosti članstva (8. alineja ZSocP in 3. Načelo KK – slednji hkrati zajema tudi načelo neprofitnosti delovanja ZSocP). ZSocP kot načelo navaja še tržno naravnost, ki pa je statut KK v svojih načelih ne navaja direktno, zato pa za razliko od ZSocP navaja načelo izobraževanja, pridobivanja veščin in informacij o zadružništvu, saj želijo širšo družbo, še posebej pa mlade, bolje poučiti o samem zadružništvu. Kot posebno načelo pa KK navaja še sodelovanje med zadrugami, ki sicer delno prekriva načelo o javno koristnem delovanju ZSocP, saj pravi, da je cilj KK čim bolj učinkovito služiti svojim članom in hkrati govori še o promoviranju sodelovanja med socialnimi podjetji na vseh ravneh, česar pa v načelih ZSocP ni zaslediti. Iz vsega napisanega lahko zaključimo, da je KK res dober primer socialnega podjetja v Sloveniji.

Poleg tega so Kooperativo Konjice registrirali tudi kot socialno podjetje tipa A in sicer z namenom zagotavljanja družbeno koristnih poslovnih storitev, kot je opredeljeno v 8. členu ZSocP: » Status socialnega podjetja lahko pridobi nepridobitna pravna oseba, če je ustanovljena za trajno opravljanje dejavnosti socialnega podjetništva na način, da bo trajno zaposlovala najmanj enega delavca v prvem letu in najmanj dveh delavcev v nadaljnjih letih poslovanja« (ZSocP 2011, 8. čl.).

4.2 Vrednote Kooperative Konjice

Vrednote, ki jih zasleduje KK so v bistvu temeljne vrednote, na katerih so osnovane zadruge. Poštenje, odprtost, socialna odgovornost in obča skrb za druge so vrednote, ki so sicer prisotne v različnih organizacijah, vendar pa so v zadrugah najbolj izrazite.

»Člani Kooperative Konjice nadaljujejo tradicijo pionirjev zadrugištva in verjamejo v vrednote poštenja, odprtosti, socialne odgovornosti in obče skrbi za druge.« (Zadružna pravila zadruga »Kooperativa Konjice, Z.B.O., socialno podjetje, 1. čl.).

Poštenost je vrednota, ki so jo zadruga posebej poudarjale že na samem začetku, saj so že prve zadruga vztrajale pri, na primer, dobri kvaliteti in ne oderuških cenah. Zadruga si prizadevajo tudi za to, da bi javnost o njih in njihovem delovanju izvedela čim več, zato posledično težijo k poštenemu odnosu do svojih članov in nadalje tudi do nečlanov. Iz tega izhaja vrednota **odprtosti**. Ker pa zadruga nenazadnje skrbijo za kvaliteto življenja posameznikov in celotne lokalne skupnosti, gojijo vrednoto **socialne odgovornosti** in **obče skrbi za druge** (Kooperativa Konjice 2013).

5 ANALIZA

Intervju sem opravila z gospodom Tadejem Slapnikom, enim izmed soustanoviteljev KK, hkrati pa tudi poznavalcem socialnega podjetništva v Sloveniji, ki pa sicer trenutno opravlja funkcijo državnega sekretarja v Kabinetu predsednika vlade.

V intervjuju sem želela iz prakse spoznati delovanje in zasnovo KK, hkrati pa sem želela pridobiti še splošno mnenje g. Slapnika o socialnem podjetništvu v Sloveniji. Iz intervjuja bom tako dobila še empirične zaključke o svojem raziskovalnem vprašanju in hipotezah.

5.1 Intervju

Začnimo pri osnovah. Zakaj socialno podjetje? Kaj Vas je navdihnilo za ustanovitev socialnega podjetja?

»Ustanovitelji Kooperative Konjice smo želeli ustanoviti pravno osebo, ki bo s svojim poslovanjem usmerjena v zagotavljanje pozitivnih družbenih učinkov. Navdih za ustanovitev socialnega podjetja so bili tudi številni primeri dobrih praks socialnih podjetij po svetu in pri nas.«

In kako ste prišli na konkretno idejo za Kooperativo Konjice (v nadaljevanju KK)? Torej, s čim se bo KK ukvarjala, kakšni so njeni cilji... ?

»Osnovne ideje za program poslovanja s katerimi se bo Kooperativa ukvarjala smo predlagali posamezni ustanovitelji, predloge smo nato izoblikovali do te mere, da smo jih lahko predstavili na javnem posvetu, ki smo ga organizirali v Konusovi poslovni stavbi decembra 2012. Na posvet smo povabili vse občanke in občane Slovenskih Konjic tako, da smo jim poslali nenaslovljeno pošto – vabila na vsa gospodinjstva v občini. Posveta se je udeležilo 65 udeležencev od katerih se je 15 odločilo sodelovati pri ustanovitvi in zagonu Kooperative. Skupaj z njimi smo nato dopolnili področja poslovanja s katerimi se bo Kooperativa ukvarjala in jo tudi ustanovili.«

Kakšen motiv Vas je vodil pri ustanovitvi KK? In kakšno je Vaše mnenje o predpostavki, da so glavni motiv za ustanavljanje socialnih podjetij evropska sredstva – torej finance?

»Osnovni motiv ki nas je vodil in nas še vedno vodi je vzpostaviti poslovno vzdržne modele poslovanja, ki bodo poleg tega zagotavljali pozitivne družbene učinke in omogočali zaposlovanje težje zaposljivih oseb. Ne strinjamo se s predpostavko, da so glavni motivi za ustanavljanje socialnih podjetij EU sredstva. To tudi ni bil glavni motiv ustanovitve in delovanja Kooperative Konjice.«

Kako je bilo z EU sredstvi konkretno pri Vas?

»Ustanovni kapital za ustanovitev Kooperative Konjice so prispevali ustanovitelji. V zagon in razvoj poslovnih dejavnosti člani zadruga vlagajo lastna sredstva in vse presežke prihodkov od poslovanja. Oprema za ureditev Trgovinice z moje dežele je bila delno (45 % skupne investicije) sofinancirana iz EU programa Leader. EU sredstva med vsemi prihodki Kooperative tako predstavljajo manj kot 20 % vseh prihodkov.«

Ali socialno podjetje lahko preživi po porabi EU sredstev? Kakšno je Vaše mnenje?

»KK dokazuje da je temu tako. Prej omenjena sredstva EU je KK prejela le prvo leto poslovanja 2013 (skupaj cca 17.000 EUR). Celotno leto 2014 in 2015 KK normalno posluje brez EU sredstev in poleg tega preko programa Javnih del zaposluje eno osebo.«

Birokracija – kako formalno zgleda ustanovitev socialnega podjetja? Kakšne so Vaše izkušnje iz prakse? Bi kaj morda spremenili, dopolnili, morda poenostavili... ?

»Znanje za ustanovitev socialnega podjetja smo pridobili od Slovenskega foruma socialnega podjetništva in domačega odvetnika, ki je prostovoljno pomagal pri ustanovitvi pravne osebe. Izkušnje z registracijo zadruga in pridobitvijo statusa socialnega podjetja na registracijskem sodišču v Celju so slabe. Razloge vidimo v nekompetentni odgovorni osebi na registracijskem sodišču in dejstvu, da smo socialno podjetje registrirali med prvimi v Sloveniji.«

Kakšen je Vaš komentar oz. mnenje o ZSocP? Verjetno ga poznate zelo dobro, podrobno. Kaj bi sami, glede na praktične izkušnje spremenili, dopolnili...?

»Seveda ga dobro poznamo. V njem bi spremenili postopke in pogoje pridobitve statusa socialnega podjetja tako, da bi bili vezani na dejansko zagotavljanje pozitivnih družbenih učinkov, kar bi moralo socialno podjetje tudi redno prikazovati in dokazovati.«

Menite da je ZSocP zasnovan dobro ali površno? Glede na izkušnje iz prakse?

»Zakon je dobro zasnovan in sistemske narave, a v njem so določene pomanjkljivosti, ki jih je potrebno dopolniti.«

Ali menite, da ZSocP trka na socialno občutljivost?

»Z opredelitvijo načel socialnega podjetništva zakon dobro usmerja poslovno dejavnost in cilje poslovanja socialnih podjetij v zagotavljanje pozitivnih družbenih učinkov.«

Kaj pa v primerjavi s tujino? Poznate primere dobrih praks iz tujine? Ste se pri snovanju KK morda opirali nanje?

»Poznamo primere iz tujine. Opirali smo se nanje: COOP Italija, Mondragon Španija,...«

Kaj pa se z KK dogaja trenutno?

»KK je v fazi preoblikovanja v Kooperativo Alpe Adra, ki tako prerašča v regionalno kooperativo v regiji Alpe Adria s člani iz Slovenije, Italije, Hrvaške in Avstrije. Poslovanje Trgovinice z moje dežele je v obliki socialne franšize v upravljanju s strani lokalne podjetnice. KK je odprla novo prodajno mesto za lokalno pridelano hrano v BTC-ju v Ljubljani. Poleti 2015 smo uredili in otvorili Zeliščni vrt Trebnik, na katerem v letu 2016 pričenjamo s pridelavo ekoloških zelišč in začimb. Načrtujemo nadaljnji razvoj program turistične kooperative s povezovanjem lokalnih turističnih ponudnikov in pripravo igrificiranih turističnih programov. Največji projekt KK na področju turizma in organizacije dogodkov - Jadranske igre je letos v Sloveniji potekal v 7 slovenskih občinah, udeležilo se ga je preko 10.000 obiskovalcev, televizijske oddaje Jadranskih iger bodo predvajale nacionalne televizije 6 držav vključno z RTV Slovenija. Ogledalo si jih bo preko 10 milijonov gledalcev. S partnerji iz tujine smo jih razvili v 9 sodelujočih državah.«

In za konec – kaj bi predlagali oz. svetovali tistim, ki razmišljajo o ustanovitvi socialnega podjetja?

»Poleg pozitivnih družbenih učinkov, ki jih želijo zagotavljati s socialnim podjetjem, naj veliko pozornosti namenijo razvoju storitev in izdelkov, ki imajo trg in pridobivanju znanja, kako slednje na trgu uspešno prodati.«

5.2 Analiza intervjuja in ugotovitve

Opravljen intervju me je privedel do pomembnih zaključkov. V prvi vrsti se je potrdilo moje mnenje, da je KK dober primer socialnega podjetja v Sloveniji, saj kljub začetnim težavam pri registraciji in ustanovitvi, še vedno deluje, od lanskega leta (2014) brez EU sredstev, pa kljub temu zaposluje eno osebo. Trenutno je sicer v fazi preoblikovanja v Kooperativo Alpe Adria, vendar s svojimi projekti (novo prodajno mesto za lokalno pridelano hrano, zeliščni vrt Trebnik, Jadranske igre) še vedno sledi svojemu glavnemu motivu vzpostavitve poslovno vzdržnega modela poslovanja, ki zagotavlja pozitivne družbene učinke in omogoča zaposlovanje težje zaposljivih oseb.

Ena ključnih, pomembnejših ugotovitev je hkrati tudi odgovor na vprašanje o EU sredstvih, kot motivu za ustanovitev socialnega podjetja. Moja prva hipoteza (*H1: Motiv za ustanavljanje socialnih podjetij je neprofitnost in socialnost in ne EU sredstva*) se je delno potrdila že v podpoglavju 1.4 »Motivi za ustanavljanje socialnega podjetja«, kjer sem na podlagi analize izkušenj posameznikov, ki se ukvarjajo s socialnim podjetništvom v Sloveniji prišla do zaključka, da motiv za ustanavljanje tega tipa podjetij nikakor niso EU sredstva, saj socialno podjetje dolgoročno z njimi ne more preživeti. Prav tako je po besedah direktorja socialnega inkubatorja Tomaža Stritarja sistem ESS za pridobivanje finančnih spodbud zelo strog – EU sredstev ni enostavno dobiti, hkrati pa niso neomejenega roka. Dodatno potrditev prve hipoteze pa sem torej dobila tudi v intervjuju. Slapnik se namreč ni strinjal s predpostavko, da so glavni motiv za ustanavljanje EU sredstva. Tudi v primeru KK niso bila, saj razloži, da so ustanovni kapital prispevali ustanovitelji sami, delno je bila s strani EU financirana le oprema za ureditev Trgovinice z moje dežele, kar pa konkretno predstavlja manj kot 20% prihodkov. Kot že rečeno, pa KK že dve leti posluje povsem brez EU sredstev.

Predpostavko prve hipoteze, da je motiv za ustanavljanje neprofitnost in socialnost pa lahko potrdim izhajajoč iz določb ZSocP, ki jasno definirajo načela, zahteve in namen, ki ga mora zasledovati organizacija, ki želi biti socialno podjetje.

Iz tega sklenem, da *H1: Motiv za ustanavljanje socialnih podjetij je neprofitnost in socialnost in ne EU sredstva, potrdim.*

Nadalje sem se v intervjuju dotaknila tudi vprašanja birokracije – kako formalno izgleda ustanovitev socialnega podjetja v Sloveniji in izvedela, da je KK imela s samo registracijo slabe izkušnje, kar sicer sogovornik pripisuje dejstvu, da so socialno podjetje registrirali med prvimi, delno pa tudi ZSocP, v katerem bi sogovornik spremenil oz. dodelal ravno postopke in pogoje za pridobitev statusa socialnega podjetja. Slapnik je namreč povedal, da je ZSocP sicer dobro zasnovan in ima sistemsko naravo, vendar so kljub temu pri sami ustanovitvi KK naleteli na prej omenjene težave, zato bi ZSocP potreboval določene spremembe in dopolnitve.

Tudi skozi pisanje magistrske naloge sem ugotovila, da so zakoni s področja socialnega podjetništva v tujini bolj sistematizirani in imajo daljšo zgodovino. Posledično lahko v tujini najdemo ogromno primerov dobrih praks. Ugotovila sem, da v tujini socialnemu podjetništvu posvečajo več pozornosti kot v Sloveniji.

Iz tega sklenem, da *H2: Izvajanje ZSocP je v Sloveniji v primerjavi s tujino nedodelano, na kar kažejo primeri dobrih praks iz tujine, potrdim.*

6 SKLEP

Magistrska naloga predstavi pojem socialnega podjetništva tako z vidika tujih, kot tudi z vidika domačih avtorjev. Pojem socialnega podjetništva je v Sloveniji v celoti definiral šele ZSocP, definicijo katerega lahko navedemo kot osnovno in temeljno v Sloveniji.

Za razliko od Slovenije pa je v tujini socialno podjetništvo definirano in interpretirano zelo različno, prav tako je uporabljenih več različnih pojmovanj (npr. družbeno podjetništvo, tretji sektor, nevladne organizacije itd.). Abu-Saifan (2012) razlog za to pripisuje pomanjkanju konsenza, nesodelovanju med avtorji in posledično nezmožnosti oblikovanja enotne definicije.

Na podlagi obravnavanih definicij domačih in tujih avtorjev sem sklenila, da smo v Sloveniji, za razliko od tujine, priča pomanjkanju raznovrstnosti definicij, saj prevladuje tista, zapisana v ZSocP. Magistrska naloga tako pokaže razliko med definiranjem socialnega podjetništva v Sloveniji in tujini. Teoretične razlike in tudi podobnosti pa nadgradijo še obravnavani praktični primeri.

Magistrska naloga zelo obširno predstavi slovenski ZSocP, ki je bil sprejet 7. marca 2011, ter druge podzakonske akte. Kot protiutež ZSocP pa sta postavljena dva zakona iz EU, ki naj bi tudi sicer veljala za zgled pri pisanju slovenskega ZSocP: poljski zakon o socialnih kooperativah in italijanski zakon o socialnem podjetništvu. Primerjava obeh zakonov pokaže, da v tujini velja večja sistematizacija zakonov, ki imajo poleg tega tudi daljšo zgodovino, ter predhodnike – zakone, ki so delno urejali socialno podjetništvo še pred uvedbo sedanjih. Še posebej izrazito je slednje pri primeru italijanskega zakona, saj se ves čas sklicuje še na Civilni zakonik in druge zakone, ki obstoječi Zakon o socialnem podjetništvu zakonsko dopolnjujejo.

Magistrska naloga pa privede do še ene pomembne ugotovitve. Potrdi se H1, ki pravi, da so motivi za ustanavljanje socialnih podjetij neprofitnost in socialnost in ne EU sredstva. Lahko rečem, da v Sloveniji motiv res niso EU sredstva, saj le-te podjetje ne dobiva ves čas delovanja, poleg tega pa je tudi ESS zelo strog glede upravičenosti posameznega socialnega podjetja do le-teh.

V drugem, empiričnem delu, obravnavam še praktičen primer socialnega podjetja in moje okolice, Kooperativo Konjice. Gre za eno prvih socialnih podjetij, ki je bilo registrirano leta 2013

v sklopu pilotnega projekta »Z moje deželo«. Analiza načel KK v primerjavi z načeli in zahtevami zapisanimi v ZSocP potrdi, da gre pri KK za res dober slovenski primer iz prakse. Opravljen intervju z gospodom Slapnik Tadejem, kot enim izmed ustanoviteljev omenjenega socialnega podjetja, pa še dodatno podkrepi že v teoriji sklenjene zaključke, ki posledično potrdijo obe zastavljeni hipotezi.

Pisanje pričujočega magistrskega dela me je privedlo do zaključka, da v sodobnem gospodarstvu, kjer prevladuje boj za konkurenčnost in čim večje dobičke, ko se socialnost in človekoljubnost postavlja na stranski tir, potrebujemo socialno podjetništvo, ki daje potrebno protiutež. Vzpostavlja ravnotežje, ki ga nujno potrebujemo. Daje prednost tistim, ki v klasičnem gospodarstvu izvisijo in tako modernemu svetu vrača pomen socialnosti in neprofitnosti.

7 LITERATURA

Abu-Saifan, Samer. Social Entrepreneurship: Definition and Boundaries. *Technology Innovation Management Review*: 22–27. Dostopno prek: : <http://timreview.ca/article/523> (18. april 2015).

Arpinte, Daniel, Sorin Cace, Harry Theotokatos in Eleftheria Koumalatsou. 2010. The Social Economy in The European Union. *Calitatea Vieții*, XXI (1-2): 137–160. Dostopno prek: <http://www.eesc.europa.eu/resources/docs/eesc-2007-11-en.pdf> (24. avgust 2014).

Ashden Award 2010. *Case study summary: Isle of Eigg Heritage Trust, Scotland*. Dostopno prek: <http://www.ashden.org/files/reports/Isle%20of%20Eigg%20case%20study.pdf> (26. februar 2015).

Austin, James, Howard Stevenson in Jane Wei-Skillern. 2006. *Social and Commercial Entrepreneurship: Same, Different, or Both?* Baylor University. Dostopno prek: <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1540-6520.2006.00107.x/pdf> (5. junij 2014).

Bera, Sandra. 2012. Socialno podjetništvo kot priložnost za inovativno zaposlovanje ranljivih skupin na trgu dela. V *Zbornik 9. festivala raziskovanja ekonomije in managementa*, ur. Anita Trnavčević, 251–257. Koper: Fakulteta za menedžment. Dostopno prek: <http://www.fm.upr.si/zalozba/ISBN/978-961-266-135-9/prispevki/028.pdf> (31. januar 2015).

Bicciato, Francesco. 2000. *Presentation of Banca Etica, Italy*. Dostopno prek: http://www.socioeco.org/bdf_fiche-document-1603_en.html (18. februar 2015).

Boschee, Jerr in Jim McClurg. 2003. *Toward a better understanding of social entrepreneurship: Some important distinctions*. Dostopno prek: <http://www.opra.org/clientuploads/Education/2012/2012%20Spring%20Conference/Session%20Materials/Day%20One/Freyvogel,%20Jim%20-%20Session%2006%20-%20handout%201of3.pdf> (18. november 2014).

CABE. 2011. Dostopno prek: <http://webarchive.nationalarchives.gov.uk/20110118095356/http://www.cabe.org.uk/case-studies/hammarby-sjostad/evaluation> (22. februar 2015).

Cafaggi, Fabrizio in Paola Iamiceli. 2008. *New Frontiers in the Legal Structure and Legislation of Social Enterprises in Europe: A Comparative Analysis*. Italija: European University Institute Badia Fiesolana. Dostopno prek: http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1303407 (1. marec 2015).

CIRIEC. 2007. *The Social Economy in the European Union*. Dostopno prek: <http://www.eesc.europa.eu/resources/docs/eesc-2007-11-en.pdf> (24. avgust 2014).

CNVOS. 2014. Dostopno prek: <http://www.cnvos.si/article/id/5127/cid/96> (5. januar 2015).

Črnak Meglič, Andreja. 2013. Socialno podjetništvo za razvoj sodobnih družb. *Revija Vita* (79). Dostopno prek: http://www.revija-vita.com/index.php?stevilkavita=79&naslovclanek=Socialno_podjetni%C5%A1tvo_za_razvoj_sodobnih_dru%C5%BEb (31. januar 2015).

Dees, J. Gregory. 1998. *The Meaning of »Social Entrepreneurship«*. Dostopno prek: <https://csistg.gsb.stanford.edu/sites/csi.gsb.stanford.edu/files/> (5. junij 2014).

Dees, J. Gregory, Jed Emerson in Peter Economy. 2002. *Strategic Tools for Social Entrepreneurs: Enhancing the Performance of Your Enterprising Nonprofit*. New York: John Wiley & Sons, inc.

European Commission. 2011. *Creationg a favourable climate for social enterprises, key stakeholders in the social economy and innovation*. Dostopno prek: <http://eurlex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2011:0682:FIN:EN:PDF> (25. maj 2015).

--- 2014. *A map of social enterprises and their eco-systems in Europe*. Dostopno prek: <http://ec.europa.eu/social/BlobServlet?docId=12988&langId=en> (22. marec 2015).

--- 2015. *Social entrepreneurship*. Dostopno prek: http://ec.europa.eu/internal_market/social_business/index_en.htm (18. april 2015).

e-VEM Portal za podjetja in podjetnike. 2014. *Socialno podjetje (So.p.)*. Dostopno prek: <http://evem.gov.si/info/zacenjaj/zelim-ustanoviti-podjetje/poslovne-oblike-podjetij/socialno-podjetje-sop/> (25. april 2015).

EU. 2013. *Regulation (EU) No 1296/2013 of the European Parliament and of the Council, sprejeta 11. december 2013.* Dostopno prek: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2013:347:0238:0252:EN:PDF> (25. maj 2015).

Fici, Antonio. 2006. *The new Italian Law on Social Enterprise.* Dostopno prek: <http://www.oecd.org/cfe/leed/37508649.pdf> (17. marec 2015).

Future Communities. 2011. *Hammarby Sjostad, Stockholm, Sweden, 1995-2015, Building a »green« city extension.* Dostopno prek: <http://www.futurecommunities.net/case-studies/hammarby-sjostad-stockholm-sweden-1995-2015> (22. februar 2015).

Gaffney, Andrea, Vinita Huang, Kristin Maravilla in Nadine Soubotin. 2007. *Hammarby Sjostad Stockholm, Sweden: A Case Study.* Dostopno prek: <http://www.aeg7.com/assets/publications/hammarby%20sjostad.pdf> (22. februar 2015).

Gray, Michael. 2014. *7 lessons from the Isle of Eigg for an independent Scotland.* Dostopno prek: <http://www.businessforscotland.co.uk/7-lessons-from-the-isle-of-eigg-fo> (26. februar 2015).

Heckl, Eva in Ingrid Pecher. 2007. *Study on Practices and Policies in the Social Enterprise Sector in Europe.* Dostopno prek: http://ec.europa.eu/enterprise/newsroom/cf/_getdocument.cfm?doc_id=3408 (7. marec 2015).

Hoogendoorn, Brigitte, Enrico Pennings in Roy Thurik. 2010. What Do We Know about Social Entrepreneurship? An Analysis of Empirical Research. *International Review of Entrepreneurship* 8 (2): 1-4. Dostopno prek: <http://people.few.eur.nl/thurik/Research/Articles/What%20do%20we%20know%20about%20SE%20Hoogendoornetal.pdf> (18. april 2015).

International Co-operative Alliance. 2014. Dostopno prek: <http://ica.coop> (17. februar 2015).

International Labour Organization (ILO). 2015. Dostopno prek: http://www.ilo.org/dyn/natlex/natlex_browse.details?p_lang=en&p_country=POL&p_classification=11&p_origin=COUNTRY&p_sortby=SORTBY_COUNTRY (16. marec 2015).

Kolarič, Zinka, Andreja Črnak-Meglič in Maja Vojnovič. 2002. *Neprofitno-volonterske organizacije*. Ljubljana: Založba FDV.

Kooperativa Konjice. 2013. *Z združnim socialnim podjetništvom do zelenih delovnih mest v Sloveniji*. Slovenske Konjice: interno gradivo.

Kooperativa Konjice. Dostopno prek: <http://kooperativakonjice.coop/> (15. januar 2015).

Košir, Damjana. *Predstavitev implementacije Zakona o socialnem podjetništvu in njegov učinek na trg dela*. Dostopno prek: www.inovum.si/social/public/files/.../damjana_kosir_prezentacija (10. februar 2014).

Kržin, Mateja. 2009. *Z inovativnostjo novi družbi naproti – razvoj socialnega podjetništva*. V *Znanstvena konferenca z mednarodno udeležbo management, izobraževanje in turizem – kreativno v spremembe*, ur. Aleksandra Brezovec in Janez Mekic, 1557–1564. Dostopno prek: <http://www.simpss.si/imgs/inko/z-inovativnostjo-novi-druzbi-naproti.pdf> (31. januar 2015).

Maccarini, Andrea M. in Riccardo Prandini. 2009. *Building civil society through finance: the Ethical Bank in Italy*. *Italian Journal of Sociology of Education* (2). Dostopno prek: http://www.ijse.eu/wp-content/uploads/2009/06/2009_2_3.pdf (18. februar 2015).

Majdzińska, Karolina. 2014. *Aid and Support for the Social Economy in Poland – The Case of Social Cooperatives*. Dostopno prek: http://www.ciriec.ulg.ac.be/fr/telechargements/WORKING_PAPERS/WP14-11.pdf (16. marec 2015).

Martin, L. Roger in Sally Osberg. 2007. *Social entrepreneurship: the case for definition*. Leland: Stanford Jr. University. Dostopno prek: <http://www.ngobiz.org/picture/File/Social%20EnterpeuneurThe%20Case%20of%20Definition.pdf> (18. november 2014).

Mesojedec, Tadeja, Primož Šporar, Kristjan Strojan, Tjaša Valentinčič, Franci Bačar, Gregor Sakovič in Tatjana Strojan. 2012. *Socialno podjetništvo*. Ljubljana: Salve. Dostopno prek: <http://www.socialni-inovatorji.si/knjiga/socialno-podjetnistvo> (12. april 2015).

Ministrstvo za delo, družino, socialne zadeve in enake možnosti. 2012. *Uredba o določitvi dejavnosti socialnega podjetništva*. Dostopno prek: <http://www.uradni-list.si/1/content?id=109384> (5. januar 2015).

--- 2013. *Pravilnik o spremljanju poslovanja socialnih podjetij*. Dostopno prek: <http://www.uradni-list.si/1/content?id=112922#!/Pravilnik-o-spremljanju-poslovanja-socialnih-podjetij> (5. januar 2015).

--- 2014. *Uredba o spremembah in dopolnitvah Uredbe o določitvi dejavnosti socialnega podjetništva*. Dostopno prek: <http://www.uradni-list.si/1/objava.jsp?urlrid=20141911> (5. januar 2015).

--- 2015a. *Evidenca socialnih podjetij*. Dostopno prek: http://www.mddsz.gov.si/si/delovna_podrocja/trg_dela_in_zaposlovanje/socialno_podjetnistvo/evidenca_so_p/ (15. januar 2015).

--- 2015b. *Strategija razvoja socialnega podjetništva za obdobje 2013 – 2016*. Dostopno prek: http://www.mddsz.gov.si/nc/si/medijsko_sredisce/novica/article/1939/7189/ (9. februar 2015).

--- 2015c. *Program ukrepov 2014 – 2015 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 (10. februar 2015).

--- 2015d. *Socialno podjetništvo*. Dostopno prek: http://www.mddsz.gov.si/si/delovna_podrocja/trg_dela_in_zaposlovanje/socialno_podjetnistvo/ (7. april 2015).

Mladi podjetnik. 2015. Dostopno prek: <http://mladipodjetnik.si/podjetniski-koticek/ustanovitev-podjetja/katero-obliko-podjetja-izbrati/zavod> (25. april 2015).

Petkovšek Štakul, Jana. 2012. *Tomaž Stritar, direktor Socialnega inkubatorja: Spocialno podjetništvo niso trajne subvencije!* Dostopno prek: <http://gazela.dnevnik.si/sl/Novice/4143/Toma%C5%BE+Stritar+direktor+Socialnega+inkubatorj+a%3A+Socialno+podjetni%C5%A1tvo+niso+trajne+subvencije> (27. april 2015).

Pirc, Vanja. 2010. *Družbeno koristna podjetja.* Dostopno prek: <http://www.mladina.si/50439/druzbeno-koristna-podjetja> (28. april 2015).

Pool, Daryl. 2011. The Emergence and Development of Social Enterprise Sector. *Social Impact Research Experience Journal (SIRE)*. University of Pennsylvania. Dostopno prek: repository.upenn.edu/cgi/viewcontent.cgi?article (26. april 2015).

Rejc, Bogdana. 2011. Socialno podjetništvo – novost v Sloveniji. *Finance*, 4. april. Dostopno prek: <http://blogi.finance.si/blog?id=32&post=856> (31. januar 2015).

Repnik, Tomaž. 2013. *Socialno podjetništvo.* Dostopno prek : www.ric-sb.si/.../SOCIALNO%20PODJETNIŠTVO%20-%20prezentacija (29. januar 2015).

Social Enterprise Law. Gazzetta Ufficiale of the Italian Republic no. 155/2006. Dostopno prek: : <http://www.slideshare.net/LauraCatana/translation-of-the-social-enterprises-law-italy> (17. marec 2015).

Social economy in Poland. 2012. Dostopno prek: <http://www.ekonomiaspoleczna.pl/x/433523> (16. marec 2015).

Strojan, Kristjan in Tadeja Mesojedec. 2012. *Zakonodaja socialnega podjetništva.* Dostopno prek: http://www.eko-humanitatis.org/wp-content/uploads/2013/03/Delavnica-2_Zakonodaja-socialnega-podjetni%C5%A1tva1.pdf (31. januar 2015).

Tassinari, David. 2003. Social Responsibility in Supply Chain. The Coop Italia Case. *SYMPHONYA Emerging Issues in Management, n.1.* Dostopno prek: <http://www.unimib.it/upload/gestioneFiles/Symphonya/lasteng/f20031/tassinarieng12003.pdf> (17. februar 2015).

The Business Link. 2006. *Choosing a Legal Form for Your Social Enterprise*. Kanada: Western Economic Diversification Canada. Dostopno prek: socialenterprisefund.ca/wp-content/.../legal-structure.pdf (25. april 2015).

Thompson, David. 2005. *Change, challenge, capital, and clusters at Italy's market leader*. Dostopno prek: <http://www.cooperativegrocer.coop/articles/2009-01-21/building-future> (17. februar 2015).

Travaglini, Claudio, Federica Bandini in Kristian Mancinone. *Social Enterprise in Europe: Governance Models*. Dostopno prek: http://www.euricse.eu/sites/default/files/db_uploads/documents/1254755470_n175.pdf (7. marec 2015).

Urad Vlade RS za komuniciranje. 2011. Sporočilo za javnost. *116. redna seja Vlade RS*. Dostopno prek: www.vlada.si/fileadmin/dokumenti/si/Sporocila_z.../sevl116.doc (27. januar 2015).

Zadružna pravila zadruge »KOOPERATIVA KONJICE, Z.B.O., socialno podjetje. 2013. Dostopno prek: <http://kooperativakonjice.coop/statut-kooperativa-konjice> (17. januar 2015).

Zagotovimo.si Dostopno prek: <http://zagotovimo.si/> (17. januar 2015).

Zakon o socialnem podjetništvu (ZSocP). Ur. l. RS 20/2011. Dostopno prek: <http://www.uradni-list.si/1/content?id=102703> (17. januar 2015).

PRILOGE

Priloga A: SWOT analiza prednosti, slabosti, priložnosti in nevarnosti potreb pri načrtovanju strateških ciljev

PREDNOSTI	SLABOSTI
<ul style="list-style-type: none"> - tradicionalno močan čut za solidarnost med prebivalci; - zavedanje že utečenih oblik in tradicije socialnega podjetništva v Sloveniji (zasebni zavodi, invalidska podjetja in zaposlitveni centri...), vključno s tradicijo zadružništva; - številčno stabilen obseg nevladnih organizacij v zadnjih 20ih letih; - možnost statističnega spremljanja, analiz in s tem večja prepoznavnosti socialnih podjetij v prihodnje z vpisom v evidenco socialnih podjetij; - prvič sprejete zakonske podlage za razvoj socialnega podjetništva (Zakon o socialnem podjetništvu); - ustanovitev Sveta za socialno podjetništvo kot pomembnega dejavnika za oblikovanje politike socialnega podjetništva; - cilji razvojnih politik omogočajo umestitev socialnega podjetništva v širok spekter dejavnosti; - obstajajo ukrepi/spodbude za zaposlovanje ciljnih skupin invalidov in težje zaposljivih brezposelnih oseb; - zakonodaja omogoča pridobitev koncesij za razvoj socialnih storitev in podpore razvoju podjetništva; - obstajajo podporne organizacije (vstopne 	<ul style="list-style-type: none"> - nepravilna uporaba in zmeda pri uporabi izrazov vezanih na namen, načela in cilje socialnega podjetništva; - pomanjkljivo razumevanje pomena in umestitve socialnega podjetništva ter njegovih koristi tako na nacionalni kot na regionalni/lokalni ravni; - negativni prizvok področja kot dediščine nedemokratske družbene ureditve; - nerazviti mehanizmi statističnega in analitičnega spremljanja socialnega podjetništva; - nepovezanost civilne sfere z gospodarstvom; - neenaka obravnava nekaterih pravnih oblik socialnega podjetništva pri ukrepih spodbujanja podjetništva, predvsem pri dostopu koriščenja instrumentov podpornega okolja za podjetništvo; - razpršeni in neusklajeni zakonodajni okviri in podporni mehanizmi; - omejenost, razpršenost in nepovezanost sredstev za izvajanje ukrepov; - nestimulativne davčne spodbude; - obstoječe podporne mreže so med seboj slabo povezane in premalo usmerjene v prepoznavanje priložnosti za razvoj socialnega podjetništva, kot generatorju gospodarske rasti;

<p>točke VEM, regionalne razvojne agencije), ki lahko spodbujajo razvoj socialnega podjetništva;</p> <ul style="list-style-type: none"> - obstajajo ukrepi za investicijske podpore socialnemu podjetništvu na podežlju; - poudarek projektom razvoja socialnega podjetništva in socialne vključenosti ranljivih skupin oseb na trgu dela, ki so sofinancirani iz sredstev Evropskega socialnega sklada veljavne finančne perspektive ter načrtovanje izvajanja projektov s tem namenom tudi v naslednji finančni perspektivi 2013-2020; - -obstoj pobude Cradle to Cradle (Od zibke do zibke) za oblikovanje ali prenos dobrih praks na področju trajnostnega delovanja podjetij; - obstajajo številne iniciative v lokalnih okoljih. 	<ul style="list-style-type: none"> - pomanjkanje podjetniškega pristopa pri razvoju iniciativ za uvajanje storitev/produktov socialnih podjetij; - pomanjkljiva usposobljenost managementa v socialnem podjetništvu; - nezadostno povezovanje različnih spodbud in ukrepov pri razvoju posameznih iniciativ ;
PRILOŽNOSTI	NEVARNOSTI
<ul style="list-style-type: none"> - socialno podjetništvo ima evropsko prepoznan potencial za prispevek k gospodarski rasti, posebno v kriznih razmerah; - sistematična finančna in vsebinska podpora socialnemu podjetništvu na ravni Evropske unije (socialnemu podjetništvu prilagojeni finančni instrumenti in programi); - socialno podjetništvo je generator regionalnega in lokalnega razvoja; - povečati prepoznavnost socialnega podjetništva in vedenje o načelih socialnega podjetništva; - primerno okolje za socialno in delovno vključevanje oseb iz ranljivih skupin, ki na 	<ul style="list-style-type: none"> - uporaba mehanizmov in načel socialnega podjetništva v namene, ki niso v skladu z načeli in vrednotami socialnega podjetništva; - kratkotrajne rešitve za razvojne probleme, ki zahtevajo sistemski pristop reševanja; - socialno podjetništvo enačiti z nevladnim sektorjem; - socialno podjetništvo enačiti s socialno politiko; - neprepoznavanje potenciala socialnega podjetništva na strani ministrstev, ki skladno z Zakonom o socialnem podjetništvu zagotavljajo izvajanje politike razvoja vsak na svojem delovnem področju; - nadomeščanje javnih storitev izključno v

<p>trgu dela težje najdejo primerno zaposlitev in drugih skupin na trgu dela;</p> <ul style="list-style-type: none"> - nadgradnja javnega naročanja tudi v smeri doseganja pozitivnega socialnega učinka, podobno kot zeleno javno naročanje in vodnik »Buying Social«; - pričakovane spremembe na področju pomoči po pravilu »de minimis«; - možnost povezovanja z družbeno odgovornimi podjetji; - prepoznava in odprava administrativnih ovir v postopku implementacije Zakona o socialnem podjetništvu in podzakonskih aktov; <ul style="list-style-type: none"> - prilagoditev zakonodaje s področja podpornega okolja za podjetništvo s ciljem zagotavljanja dostopa socialnih podjetij do instrumentov podpornega okolja. 	<p>obliki socialnega podjetništva.</p>
--	--

Vir: MDDSZ (2015b).

Priloga B: Strateški razvojni cilji, področja ukrepanja, ciljne vrednosti do 2016 in izvajalci
Strategije razvoja socialnega podjetništva za obdobje 2013 – 2016

STRATEŠKI RAZVOJNI CILJ	PODROČJE UKREPANJA	CILJNA VREDNOST do 2016	IZVAJALEC
1. POVEČANJE PREPOZNAVNOSTI SOCIALNEGA PODJETNIŠTVA IN VEDENJE O NAČELIH SOCIALNEGA PODJETNIŠTVA	Izvedba promocijskih akcij in informiranja o socialnem podjetništvu, vključno z izmenjavo domačih in tujih dobrih praks.	Vsaj dve nacionalni akciji promocije in informiranja letno, ki bodo namenjene različnim ciljnim skupinam (gospodarstvo, nevladne organizacije, splošna javnost, potencialni podjetniki, potencialni investitorji) vključno s predstavitvijo lokalnih, nacionalnih ter mednarodnih dobrih praks s področja poslovnih modelov socialnih podjetij in mehanizmov njihovega financiranja	MDDSZ in ostala ministrstva, pristojna za posamezna področja socialnega podjetništva Občine
	Informativno - promocijske delavnice, usmerjene v razumevanje socialnega podjetništva in spodbujanje razvoja socialno podjetniške kulture.	Izvedba najmanj 30 informativno - promocijskih delavnic na letnem nivoju za različne ciljne skupine vključno z mladimi, v okviru vstopnih točk VEM	MGRT
STRATEŠKI RAZVOJNI CILJ	PODROČJE UKREPANJA	CILJNA VREDNOST do 2016	IZVAJALEC
2. NADGRADNJA OBSTOJEČEGA PODPORNEGA OKOLJA ZA PODJETNIŠTVO	Proučitev možnosti prilagoditve zakonodaje s področja podpornega okolja za podjetništvo za dostop socialnih podjetij do koriščenja ukrepov in instrumentov podpornega okolja za podjetništvo.	Priprava predloga dopolnitve zakonodaje s področja podpornega okolja za podjetništvo za dostop socialnih podjetij do koriščenja ukrepov in instrumentov podpornega okolja za podjetništvo	MGRT
	Dopolnitev obstoječega sistema oblikovanja in razvoja podjetniškega okolja v okviru vstopnih točk VEM na področju splošnega informiranja, osnovnega	(1) Izvedeno usposabljanje za svetovalce vstopnih točk VEM o postopku registracije socialnega podjetja oziroma preoblikovanja nepridobitne pravne osebe v socialno podjetje (vpis dostavka »socialno podjetje«) in za splošno razumevanje zakonskih in	MDDSZ

	svetovanja in celostne obravnave socialnih podjetij ter drugih zainteresiranih za socialno podjetništvo	podzakonskih podlag socialnega podjetništva	
		(2) Pomoč vstopnih točk VEM pri registracijah vsaj 50 socialnih podjetij (3) Izvedenih 400 informativnih svetovanj socialnim podjetjem ter drugim zainteresiranim za socialno podjetništvo oz. celostnih obravnav potencialnih socialnih podjetnikov	MGRT
		(4) Izvajanje usposabljanj in izobraževanj za osebe, odgovorne za poslovanje in za delo z ranljivimi skupinami oseb v socialnih podjetjih po predhodno pripravljenem programu (glej strateški cilj 3). Usposabljanje bodo organizirale vstopne točke VEM, ki bodo usposabljanje izvedle s pomočjo izbranih zunanjih strokovnjakov	MDDSZ, MGRT
	Svetovanje in promocija socialnega podjetništva kmetijam za nadgradnjo podpornega okolja podjetništvu na podeželju	Izvajanje svetovanj na terenu v okviru sofinanciranega dela podporne organizacije ministrstva, predvidenih je za 6400 ur takih svetovanj na leto.	MKO
	Nadgradnja javnega naročanja v smeri doseganja pozitivnega socialnega učinka	Vključevanje spoštovanja načel socialnega podjetništva med kriterije za ponudnike v sistemu javnega naročanja	MF in ostala ministrstva, pristojna za posamezna področja socialnega podjetništva
STRATEŠKI RAZVOJNI CILJ	PODROČJE UKREPANJA	CILJNA VREDNOST do 2016	IZVAJALEC
3. SPODBUJANJE ZAPOSLOVANJA RANLJIVIH SKUPIN NA TRGU DELA	Spodbude za zaposlovanje ranljivih skupin na trgu dela	do 1500 subvencioniranih zaposlitev	MDDSZ
	Razvoj učnih delavnic v socialnih podjetjih tipa B in v nepridobitnih pravnih osebah, ki nameravajo poslovati kot socialna	(1) Priprava ter izvedba pilotnih projektov za implementacijo učnih delavnic v socialnih podjetjih tipa B in v nepridobitnih pravnih osebah,	

<p>podjetja tipa B z namenom socialne in delovne vključenosti ranljivih skupin na trg dela</p>	<p>ki nameravajo poslovati kot socialna podjetja tipa B</p> <p>(2) 200 ranljivih oseb vključenih v učne delavnice</p>		
	<p>Razvoj programov za usposabljanje in izobraževanje oseb, odgovornih za poslovanje in za delo z ranljivimi skupinami oseb</p>	<p>Priprava programa za usposabljanje in izobraževanje oseb, odgovornih za poslovanje in za delo z ranljivimi skupinami oseb</p>	
	<p>Spodbujanje ustanavljanja socialnih podjetij tipa B v sklopu javnih povabil za izbor programov javnih del</p>	<p>Izvajanje razvojnih programov javnih del v okviru javnih povabil za izbor programov javnih del, in sicer z namenom priprave izvajalcev/delodajalcev programov javnih del na ustanovitev socialnega podjetja tipa B za zaposlovanje ranljivih skupin oseb.</p>	<p>MDDSZ</p>

Vir: MDDSZ (2015b).