

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Mateja Ramšak

Izzivi socialnega podjetništva v Sloveniji

Magistrsko delo

Ljubljana, 2017

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Mateja Ramšak

Mentorica: doc. dr. Tatjana Rakar

Izzivi socialnega podjetništva v Sloveniji

Magistrsko delo

Ljubljana, 2017

ZAHVALA

Za prijaznost, nasvete in pomoč pri pisanju magistrskega dela bi se rada zahvalila mentorici dr. Tatjani Rakar in vsem intervjuvancem, ki so z veseljem odgovarjali na moja vprašanja in z mano delili svoja razmišljanja.

Posebna zahvala gre moji družini in ostalim najbližjim – z vašo podporo mi je uspelo doseči še en cilj več. Hvala!

V tiskano izdajo se veže elektronsko izpolnjena in ročno podpisana izjava o avtorstvu.

Izzivi socialnega podjetništva v Sloveniji

V Sloveniji je socialno podjetništvo eno izmed novejših, a hitro rastočih področij, česar pokazatelj je tudi skokovito naraščanje števila novih registriranih socialnih podjetij. Zato želi magistrsko delo odgovoriti na vprašanje, s kakšnimi izzivi in problemi se na podlagi relativno nove zakonodaje, podpornega okolja in različnega razumevanja socialnega podjetništva soočajo slovenski socialni podjetniki. V teoretskem delu so najprej predstavljeni splošni koncepti in različne definicije, v nadaljevanju pa je posebna pozornost namenjena socialnemu podjetništvu v Sloveniji, med drugim področjem, na katerih se izvajajo dejavnosti socialnega podjetništva, načinom financiranja le-teh, značilnostim statusa socialnega podjetja in vplivom, ki ga imajo oblikovalci politike na njegov razvoj. V empiričnem delu je analiza polstrukturiranih intervjujev pokazala, da sta zakonodaja in podporno okolje socialnega podjetništva v Sloveniji še nedodelana in da obstaja med oblikovalci politike in socialnimi podjetniki pomanjkanje skupnega konsenza o tem, kaj socialno podjetništvo dejansko je. Slednje skupaj s tem, da podjetjem status socialnega podjetja ne nudi pomembnih prednosti, ki bi jim bistveno pomagale pri razvoju, predstavlja ključne izzive slovenskih socialnih podjetnikov. K spremembam bi pomembno prispevala obsežnejša in aktivnejša promocija socialnega podjetništva, dolgoročno in trajno financiranje njegovih dejavnosti ter sprejetje bolj fleksibilne zakonodaje.

Ključne besede: izzivi socialnega podjetništva, socialni podjetnik, oblikovalci politike, podporno okolje, zakon o socialnem podjetništvu

Challenges of Social Entrepreneurship in Slovenia

Social entrepreneurship is one of the newest and fast growing fields in Slovenia, which can be seen from the rapid growth of numerous newly registered social enterprises. The aim of the main research question in this master's thesis is to determine the challenges and problems Slovenian social entrepreneurs face based on relatively new legislation, supportive environment and different understandings of social entrepreneurship. The theoretical part of the thesis presents the general concepts and various definitions, whereas the following part gives special attention to the social entrepreneurship in Slovenia. This includes the areas of its activities, ways of their financing, characteristics of social enterprise status and influences that policy makers have on its development. In the empirical part, the analysis of the semi-structured interviews showed that legislation and supportive environment in Slovenia are still incomplete and there is a lack of common consensus between policy makers and social entrepreneurs on what social entrepreneurship exactly is. The latter, along with social enterprise status, which is not offering any significant advantages that would help with its development, presents the main challenges of Slovenian social entrepreneurs. However, important contributions that would improve this field are more extensive and active promotion of social entrepreneurship, long term and permanent financing of its activities as well as adoption of a more flexible legislation.

Keywords: challenges of social entrepreneurship, social entrepreneur, policy makers, supportive environment, law on social entrepreneurship

KAZALO

1	UVOD	7
2	SOCIALNO PODJETNIŠTVO	10
2.1	Razvoj socialnega podjetništva.....	11
2.1.1	Razvoj področja raziskovanja socialnega podjetništva	14
2.2	Kaj je socialno podjetništvo?	16
2.2.1	Definicije, ki poudarjajo družbenost socialnega podjetništva	17
2.2.2	Definicije, ki poudarjajo inovativnost socialnega podjetništva	18
2.2.3	Definicije, ki poudarjajo zaposlene v socialnih podjetjih	20
2.2.4	Definicije, ki poudarjajo okolje socialnih podjetij	21
3	SOCIALNO PODJETNIŠTVO V SLOVENIJI	23
3.1	Razvoj socialnega podjetništva v Sloveniji	25
3.2	Zakon o socialnem podjetništvu	26
3.3	Podporno okolje	30
3.4	Finančne podpore in spodbude	32
3.5	Področja in ciljne skupine	34
4	IZZIVI SOCIALNEGA PODJETNIŠTVA V SLOVENIJI	38
4.1	Razlike v razumevanju socialnega podjetništva	43
4.2	Vpliv oblikovalcev politike na razvoj socialnega podjetništva	45
4.2.1	Vpliv oblikovalcev politike na financiranje socialnega podjetništva	50
4.3	Status socialnega podjetja	51
5	ANALIZA IZZIVOV SOCIALNEGA PODJETNIŠTVA V SLOVENIJI	55
5.1	Oprelitev namena in raziskovalnih vprašanj	56
5.2	Metodologija	57
5.3	Predstavitve izbranih organizacij	58
5.4	Interpretacija podatkov in preverjanje raziskovalnih tez	60
6	SKLEP	70
7	LITERATURA.....	74
	PRILOGE.....	79
	Priloga A: Dejavnosti socialnega podjetništva	79
	Priloga B: Prepisi intervjujev	86

SEZNAM KRATIC

CEFEC	Združenje evropskih socialnih podjetij, zaposlitvenih iniciativ in socialnih kooperativ
EMES	Evropska raziskovalna mreža za tretji sektor
EU	Evropska unija
OECD	Organizacija za gospodarsko sodelovanje in razvoj
ZSocP	Zakon o socialnem podjetništvu

1 UVOD

Socialno podjetništvo v Sloveniji vzbuja zanimanje za nove koncepte in načine razmišljanja na področju, kjer je prej dominirala stroga kapitalistična retorika. Je eno izmed novejših, a obenem najhitreje rastočih področij, saj število socialnih podjetij iz leta v leto skokovito narašča. Vendar pa ostaja, kljub svoji vedno večji pojavnosti in ljudem ter okolju prijaznimi pristopi, velikemu deležu prebivalstva še vedno neznanka. To pripisujem dejstvu, da smo Zakon o socialnem podjetništvu (v nadaljevanju ZSocP) sprejeli šele pred dobrimi šestimi leti, prav tako pa je zaenkrat še skrito v množici organizacij socialne ekonomije, ki imajo mnogo daljšo tradicijo in se zavzemajo za podobna načela.

Definiranje socialnega podjetništva in kaj točno je tisto, kar socialni podjetniki počnejo, je še vedno v povojih, a ne le v Sloveniji, tudi drugje po svetu manjka skupnega konsenza. Prav zaradi tega Tadej Slapnik, državni sekretar v Kabinetu predsednika vlade, ki je med drugim pristojen tudi za socialno podjetništvo meni, da je tretji sektor v Sloveniji sicer razvit, kar se tiče števila organizacij, da pa je še vedno neizkoriščen, kar se tiče možnosti zaposlovanja in tržne uspešnosti. Temu botrujeta tudi slaba opredelitev socialne ekonomije in socialnega podjetništva ter slaba politika njunega bolj uspešnega razvoja (Slapnik 2010, 18). Poleg tega imajo organizacije civilne družbe še vedno slabšo podobo, če jih primerjamo s klasičnimi podjetji, saj naj bi neprofitno st delovanja in prostovoljstvo sugerirala na manj kvalitetno delo, ki je poleg tega še stigmatizirano glede na vsebino, torej pogosto ukvarjanje z marginaliziranimi in socialno ogroženimi skupinami (Rakar in drugi 2011, 50).

Slapnik (2015, 15) opozarja, da se Slovenija sooča z demografskimi spremembami – nizka rodnost in staranje prebivalstva rezultirata v nižanju števila delovno aktivnega prebivalstva, kar pomembno vpliva na trg dela. Na njem je vedno višja stopnja starejših brezposelnih, povečuje se število iskalcev prve zaposlitve, dolgotrajno brezposelnih in težje zaposljivih oseb. »Tovrstna brezposelnost pa ni razrešljiva le s klasičnimi pristopi reševanja brezposelnosti. Klasično tržno gospodarstvo zahteva drugačno starostno strukturo in strokovno usposobljenost zaposlenih, kot je prisotna pri večini tistih, ki so se znašli v vrstah dolgotrajno brezposelnih« (Slapnik 2010, 15). Prav tukaj je ena izmed največjih prednosti socialnega podjetništva, saj je za socialna podjetja tipa B zakonsko določeno, da zaposlujejo ravno takšen profil ljudi, ki so na prostem delovnem trgu

nekonkurenčni. V povečanju socialnih stisk, upadanju vrednot, brezperspektivnosti mladih in podobno lahko torej vidimo priložnosti razvoja socialnega podjetništva v Sloveniji.

Slovenija ima po drugi strani precej dobro osnovo za razvoj socialnega podjetništva, saj imamo široko in fleksibilno definicijo oseb, ki potrebujejo vključitev v socialno ekonomijo, ter privzgojeno solidarnost do ljudi z oviranostmi (Branco in drugi 2004, 54). Tradicija, znanje, kako upravljati z nevladnimi organizacijami, ki delujejo v socialne namene, dobra ozaveščenost o družbenih problemih, hitro naraščanje zasebnih finančnih iniciativ, zakonodaja, ki dopušča zasebnim organizacijam, da opravljajo javne službe, hitro rastoča podpora v obliki inkubatorjev, prostorov za sodelovanje in dogodkov za mreženje pa so tiste prednosti, ki jih v Sloveniji prepozna Evropska komisija (Kadunc in drugi 2014, 30).

Rečemo lahko, da je Slovenija šele na poti razvijanja sektorja socialnega podjetništva, zato je namen magistrskega dela poiskati izzive in probleme, s katerimi se soočajo socialni podjetniki. V strokovni in poljudni literaturi je opaziti, da je lahko to področje precej idealizirano, da je na trenutke, predvsem s strani oblikovalcev politike, predstavljeno kot najbolj učinkovita rešitev za problematike vse od brezposelnosti do ekologije. Čeprav to do neke mere drži in ima socialno podjetništvo ob pravilnem razvoju velik potencial pri reševanju družbenih in okoljskih problemov, pa imam s tem magistrskim delom namen pokazati tudi njegovo drugo, bolj problematično stran in s tem prispevati k odpiranju vprašanj, ki bi tako stroki kot tudi samim socialnim podjetnikom pomagale pri načrtovanju izboljšav tega področja.

Cilj magistrskega dela je skozi teoretično in empirično analizo ugotoviti, koliko podpore nudi socialnemu podjetništvu trenutna zakonodaja oz. podporne strukture in ali oblikovalci politike smotrno obračajo zakone in predpise v smer, ki bi socialnim podjetnikom olajševala delovanje na tem področju, ali pa jih morda zavirajo. Do slednjega lahko pride zaradi tega, ker imajo oblikovalci politike drugačno razumevanje socialnega podjetništva kot pa sami socialni podjetniki, zato bo eden izmed ciljev tudi ugotoviti razlike v razumevanju in njihov doprinos k izzivom in problemom, s katerimi se sooča socialno podjetništvo v Sloveniji.

Ključno raziskovalno vprašanje, zastavljeno v tem magistrskem delu, je: s kakšnimi izzivi in problemi se soočajo slovenski socialni podjetniki na podlagi različnega

razumevanja socialnega podjetništva in na podlagi razvitosti zakonodaje ter podpornih okolij. Prva zastavljena teza se glasi, da je področje socialnega podjetništva v Sloveniji še relativno novo, zato se socialni podjetniki soočajo s problemi nespodbudnega podpornega okolja in nedodelane zakonodaje. Druga teza se glasi, da obstajajo v Sloveniji razlike v razumevanju socialnega podjetništva, in sicer predvsem med socialnimi podjetniki na eni in oblikovalci politike na drugi strani oz. v izpostavljanju gospodarskega ali socialnega vidika socialnih podjetij. To pomanjkanje skupnega konsenza pa ne prispeva k vzajemnemu podpiranju izkušenj iz prakse in zakonodaje, kar predstavlja oviro pri razvoju področja socialnega podjetništva. Tretja zastavljena teza pa je, da status socialnega podjetja tem podjetjem predstavlja pomembno prednost pred drugimi organizacijami različnih pravnoorganizacijskih oblik brez statusa, ki se morda ukvarjajo s podobno dejavnostjo, a niso deležna istih olajšav in spodbud iz okolja, prav tako pa nimajo istega dostopa do različnih virov financiranja.

Magistrsko delo je sestavljeno iz šestih poglavij. Po uvodu, v drugem poglavju predstavi splošne koncepte, definicije in ideje socialnega podjetništva oz. širšega področja socialne ekonomije, njegov razvoj in razvoj področja njegovega raziskovanja. Tretje poglavje pokriva področje socialnega podjetništva v Sloveniji, kako je prišlo do razvoja le-tega, kakšna je trenutna zakonodaja in kratek pregled Zakona o socialnem podjetništvu. Dotakne se tudi podpornega okolja, ki ga sestavljajo najrazličnejši akterji iz vseh sfer družbe, virov finančnih sredstev, ciljnih skupin in področij dejavnosti socialnega podjetništva pri nas. Četrto poglavje obravnava izzive socialnega podjetništva v Sloveniji, dotika se razlik v razumevanju samega koncepta, vpliva, ki ga imajo oblikovalci politike v splošnem na to področje, in specifično, kakšen vpliv imajo na njegovo financiranje. Četrto poglavje nadalje obravnava pridobitev statusa socialnega podjetja in kakšni so pogoji za njegovo ohranitev. Peto poglavje predstavlja empirični del, kjer so predstavljeni podatki, pridobljeni iz intervjujev, zadnje, šesto poglavje pa predstavlja sklep. Sledi seznam literature in priloge, ki vključujejo transkripcije opravljenih intervjujev.

2 SOCIALNO PODJETNIŠTVO

Socialno (družbeno ali morda skupnostno) ekonomijo lahko opredelimo kot področje delovanja združujočih se posameznikov s ciljem realizacije lastnih interesov in interesov skupnosti. Gre torej za delujoče organizacije, ki svoje polje delovanja umeščajo med privatno in javno, gre za skupnostni način delovanja in odločanja, za neodvisnost delovanja in odločanja, za odprtost in odgovornost delovanja, pa naj gre pri tem za zagotavljanje preživljanja pripadnikov, kot tudi za trženje uslug storitev ali proizvodov (Vesel 2010, 24).

Socialna ekonomija je v sodobnem svetu močna alternativa tržni ekonomiji, saj je razširjena skoraj po vsem svetu in prisotna tako v tradicionalnih kot tudi bolj inovativnih dejavnostih (Vesel 2010, 13). Po izsledkih raziskave Univerze Johna Hopkinsa, ki so jo začeli izvajati že leta 1991 in je vključevala več kot 40 držav, naj bi organizacije socialne ekonomije zaposlovale vsaj enega od dvajsetih ekonomsko aktivnih ljudi, kar jih naredi za enega močnejših zaposlovalcev na svetu (Salomon in Sokolowski 2014, 15). Čeprav je v prvi vrsti dojeta kot orodje za pomoč najbolj ogroženim osebam v družbi, pa socialno ekonomijo nekateri vidijo kot alternativo kapitalističnim organizacijam, ki zavoľjo dobička delujejo v škodo družbi ali naravi in v katerih preprosto niso pripravljeni delovati (Vesel 2010, 31). Socialna ekonomija vključuje različne tipe organizacij, kot so na primer zadruge, društva ali fundacije; sama se bom v magistrskem delu osredotočila na socialna podjetja.

Kulturna raznolikost Evrope je povzročila množico poskusov definiranja socialnega podjetništva. Pojavljajo se različna poimenovanja, nekatera od teh so solidarnostno gospodarstvo, skupnostno podjetništvo, družbeno podjetništvo, socialna ekonomija, tretji sektor ali nevladne organizacije, čeprav načeloma predstavljajo enako dejavnost, ki poteka v različnih pravnoorganizacijskih oblikah (Mesojedec 2012, 17). Ključna podobnost vseh dejavnosti je udejstvovanje na družbenokoristnih ali okoljevarstvenih področjih, Pavel in Štefanič (2005, 15) pa menita, da so »ideološko ozadje tretjega sektorja alternativne ideje o civilnem vključevanju, demokraciji prebivalcev, o lokalno usmerjeni gospodarski aktivnosti, ki je podkrepljena z alternativnim razmišljanjem«. Defourny (2004, 19) poudarja, da socialno podjetništvo ni nadomestilo koncepta tretjega sektorja, prav tako pa z njim ne tekmuje. Nadaljuje, da ga je skupaj s socialno ekonomijo kvečjemu obogatilo, saj prispeva k boljšemu povezovanju različnih

komponent, ki so skupne vsem konceptom. Pavel in Štefanič (2005) menita, da socialnega podjetništva ne smemo dojemati kot marginalno rešitev za marginalne ljudi, temveč ga moramo obravnavati kot »vmesno področje med zasebnim in javnim sektorjem ter odprtim konkurenčnim trgom, kar daje socialnim podjetjem perspektivo za prihodnost« (Pavel in Štefanič 2005, 16–17).

2.1 Razvoj socialnega podjetništva

Rečemo lahko, da je koncept socialne ekonomije v najprvotnejši obliki že dolgo prisoten in da je iz literature razvidna njegova precej obširna zapuščina. »Čeprav se socialna ekonomija pojavlja vse od najstarejših oblik človeškega sodelovanja, je moderna socialna ekonomija po mnenju Franka Moulaerta in Oane Ailene začela nastajati v 19. stoletju« (Mesojedec 2012, 4). Sorazmerno s pojavom industrijske revolucije v 19. stoletju se je namreč začelo izkoriščanje delavcev, kot odgovor na problematiko nižanja njihovega življenjskega standarda pa so iz treh večjih smeri – utopičnega in katoliškega socializma ter liberalnega gibanja – pognale korenine socialne ekonomije (Mesojedec 2012, 4). Kasneje, na prelomu iz 19. v 20. stoletje, je dobila skupina uspešnih angleških podjetnikov označbo »razsvetljeni podjetniki«. S črpanjem vrednot iz viktorijanskega liberalizma so prepoznali nujnost tega, da se materialni napredek neke družbe kombinira z družbenim napredkom, zato so ekonomsko bogastvo začeli uporabljati za dobro skupnosti (Bradley, Thompson, Alvy in Lees v Mair in Marti 2004, 1).

S tem, da lahko zametke socialne ekonomije opazimo že par stoletij nazaj, se strinjata tudi Defourny in Nyssens (2012, 5–6), a obenem vseeno trdita, da lahko kljub nekaterim zgodovinskim vzporednicam s posameznimi praksami in ekonomskimi modeli, ki jih sicer lahko umestimo med pojavne oblike socialne ekonomije, pojav socialnega podjetništva zasledimo šele ob koncu osemdesetih in v začetku devetdesetih let prejšnjega stoletja. Pravita, da so se takrat v Evropi in nato še v Ameriki začele pojavljati prve socialno podjetniške iniciative, skoraj vzporedno s pojavom prvih praks pa se je začela tudi raziskovalna obravnava fenomena. En izmed pomembnejših zgodovinskih premikov, ki je, vsaj v Ameriki, prispeval k vzponu socialnega podjetništva, je prepoznavanje omejitev pristopa »od zgoraj navzdol«, ki ga ima vlada do reševanja socialnih problemov. V socialnem sektorju se razvoj pomika od preproste

dobrodelnosti k bolj pragmatičnim, k rezultatom orientiranim strategijam, ki zagotavljajo dolgotrajne rešitve (Nash 2016, 297).

Nash (2016, 296) še malo zamakne ključni pojavi čas socialnega podjetništva, pravi namreč, da je šele v zadnjem desetletju resnično pridobil na veljavi tako med podjetniki kot raziskovalci. Kot indikator prepoznavnosti navaja tudi dejstvo, da v novejšem obdobju socialni podjetniki prejemajo številne prestižne nagrade; med drugim je Muhammad Yunus, bangladeški bankir in ekonomist, leta 2006 prejel Nobelovo nagrado za mir.

Ena izmed teorij nastanka socialnih organizacij temelji na tem, da le-te nastanejo takrat, ko prosti trg ne more več zadovoljiti vseh družbenih potreb (Weisbrod v Austin 2006, 2). Povod za to je v večini primerov nezmožnost pomoči potrebnih, da bi plačali za storitve ali produkte, ki jih nudijo organizacije oz. podjetja na prostem trgu. Iz tega sledi prepričanje, da se tam, kjer se klasični podjetniki soočajo s problemi, odkrivajo priložnosti za socialnega podjetnika (Austin 2006, 3). Kot odgovor na probleme, s katerimi se sooča družba, se v tako bolj kot tudi manj razvitih državah pojavljajo različne ekonomske aktivnosti, ki pa niso nujno povezane z državo ali delovanjem na prostem trgu. Tovrstne aktivnosti umeščamo v tretji sektor, označujemo pa z izrazi, kot so socialna, neformalna, skupnostna ali solidarnostna ekonomija (Mesojedec 2012, 4).

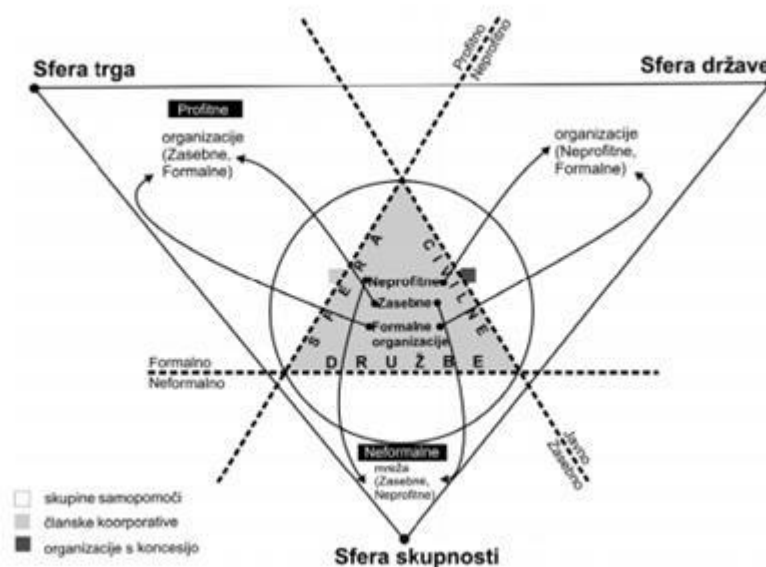
Neoliberalizem, s svojim prostim trgom in zmanjševanjem pomena socialnih programov, je že v preteklosti neuspešno naslovil problematiko družbene izključenosti in revščine. Veliko vlad po svetu zato pozornost namenja organizacijam civilne družbe oz. tretjega sektorja, ki bi lahko bile potencialne rešiteljice teh problemov. Vse te organizacije imajo skupen izvor v civilni družbi, njihova narava in stopnja institucionalizacije pa sta kulturno zelo specifični (Mendell in Nogales 2009, 5). S tem, da neoliberalizem prej škodi kot pa koristi socialno najšibkejšim, se strinja tudi Arruga (v Mesojedec 2012, 5), ki pravi, »da je država znotraj obstoječega sistema zgolj blažilec in represor socialnih nemirov, garant svobode trga in vir subvencij za zasebni sektor. Država ne zmore več odpravljati vseh anomalij, ki jih povzroča neoliberalizem, zato se v večini zahodnega sveta hitro razvijajo na socialni ekonomiji utemeljene organizacije, zavodi, združenja in podjetja.«

Opaziti je torej trend nagibanja k temu, da se izvajanje tistih dejavnosti, ki so se prej izvajale s strani države, prepušča v roke zunanjih izvajalcev oz. prej naštetih organizacij.

Na ta način so storitve ali produkti bolj dostopni in prilagojeni uporabnikom, obenem pa se znižajo državni stroški. Negativna stran tega je, da morajo socialne organizacije tekmovati za javno finančno podporo in državna posojila, kar poudarja njihov podjetniški aspekt in jih približuje klasičnim, tržnim podjetjem, ki tekmujejo na prostem trgu (Defourny 2004, 4). Socialna podjetja morajo tako uspešno delovati v zelo tekmovalnih okoliščinah, saj tekmujejo z ostalimi socialnimi podjetji, kot tudi s tržnimi podjetji. Soočena so z ekonomskimi tveganji, ki so večja kot kdajkoli prej; njihova finančna uspešnost je namreč odvisna od zmožnosti osvojiti nasičeno tržišče in zadovoljiti uporabnike ter stranke. Socialna podjetja so zato dolžna vzpostaviti kulturo menedžmenta, ki temelji na modelu tiste iz komercialnega sektorja (Defourny 2004, 6–7).

Defourny (2004) si nadalje postavi zanimivo vprašanje, in sicer ali sploh lahko govorimo o socialnem podjetništvu kot o novem pojavu ali pa smo morda priča zgolj evoluciji organizacij socialne ekonomije. Kolaričeva in drugi (2002, 15–18) ugotavljajo, da je družbeni prostor možno razdeliti na sfero trga, države, skupnosti in civilne družbe. Sfera civilne družbe, kot kaže Slika 2.1, in z njo organizacije socialne ekonomije so umeščene v območje, kjer si hkrati delijo podobnosti in razlike z ostalimi sferami. Če v ozir vzamemo socialna podjetja, ugotovimo, da jih trenutni tok razvoja vedno bolj približuje sferi trga, kjer morajo izkazovati svojo podjetniško naravnost, čeprav menim, da vseeno ohranjajo neprofitno naravnost kot temelj njihovega delovanja.

Slika 2.1: Zasebne neprofitne organizacije – entitete v sferi civilne družbe



Vir: Kolarič in drugi (2002, 17).

Defourny meni, da razvoj novih pravnih okvirov nakazuje na originalno obliko podjetništva. Ti novi okviri naj bi bolje zajemali značilnosti novih organizacij, saj so zasnovani tako, da hkrati spodbujajo oba njunova aspekta – komercialno podjetniškega in socialnega, prav tako pa v procese odločanja vključujejo vse deležnike, od plačanih delavcev, prostovoljcev, uporabnikov itd. Slednje bolje zajema naravo teh organizacij kot pa tradicionalne pravne oblike tretjega sektorja (Defourny 2004, 8).

2.1.1 Razvoj področja raziskovanja socialnega podjetništva

Socialno podjetništvo postaja vedno bolj zanimivo področje znanstvenega raziskovanja, vendar ga zaradi interdisciplinarne narave težko definiramo in natančno umestimo v podjetniško in socialno sfero. Poleg osnovnih lastnosti se namreč socialno podjetništvo v različnih državah razlikuje tudi glede na kulturni kontekst, v katerem ga obravnavamo. Iz slednjega izhaja cela množica organizacijskih in pravnih oblik, prav tako pa tudi velikosti in usmeritev socialnih podjetij, kar še otežuje definiranje skupnih osnovnih značilnosti (Milošević 2013, 15). Socialno ekonomijo in socialna podjetja je težko definirati že na državni ravni, na meddržavni ravni pa postane stvar še bolj zapletena, saj sta ta koncepta pogojena z različnimi pravnimi strukturami, političnim kontekstom posamezne države, njeno poslovno kulturo in socialno oskrbo državljanov, z njenimi diskurzi o socialni ekonomiji in drugimi faktorji (OECD 2013, 17). Posledično je slabo

definirano tudi, kdo socialni podjetnik sploh je in kaj je pravzaprav tisto, kar počne. Odgovor na to vprašanje nima koherentnega teoretičnega okvira, iz neobstoja splošnega konsenza pa sledi, da se raziskovalci ne morejo opirati na dela svojih predhodnikov, da delujejo samostojno, znanje pa se na ta način ne more akumulirati (Abu-Saifan 2012, 22).

Williams (v Mair in Marti 2004, 1) razpravlja, da se je interes za raziskovanje podjetništva razvil iz prepričanja vodilnih elit v družbi, da je prav podjetništvo tisto, kar definira 21. stoletje. Nadaljuje, da si je razvoj raziskovanja tržnega in socialnega podjetništva v mnogočem zelo podoben ter da zanimanje za raziskovanje socialnega podjetništva torej izhaja iz elit. Svoje razmišljanje podpre s primeroma soustanovitelja e-Baya Jeffa Skolla, ki je ustanovil fundacijo Skoll foundation in doniral 4,4 milijona funtov za ustanovitev raziskovalnega centra za socialno podjetništvo, in Jeffa Bezosa, ustanovitelja Amazona, ki je ponudil milijon dolarjev nagrade za inovativne pristope in rešitve za učinkovito izboljšanje življenja skupnosti po vsem svetu. Vse pogosteje se dogaja, da se znatna količina kapitala mobilizira iz tržnega v socialno podjetništvo, prav tako pa se socialni podjetniki pridružujejo državnim voditeljem in vodjem korporacij pri razpravah na Svetovnem ekonomskem forumu v Davosu (Mair in Marti 2004, 1). Opazimo lahko ponavljajoč vzorec, da večina študij o socialnem podjetništvu temelji le na študijah primerov in vključuje različne metode raziskovanja ter poglede različnih disciplin, slednje pa je razlog za množico definicij, ki ga poskušajo kar najbolje opredeliti (Dees v Mair in Marti 2004, 2).

Veliko raziskovalcev si postavlja vprašanje, ali je socialno podjetništvo sploh neodvisno polje raziskovanja, saj je veliko študij do sedaj posvojilo koncepte in terminologijo, uporabljeno v klasični podjetniški literaturi. Slednje implicira, da je socialno podjetništvo trenutno zgolj podkategorija klasičnega podjetništva, čeprav njegov socialni aspekt nudi nov in drugačen pristop k raziskovanju (Mair in Marti 2004, 14). Zato Mair in Marti (2004) verjameta, da si socialno podjetništvo zasluži biti obravnavano kot neodvisno področje raziskovanja, da pa je trenutno še vedno umeščeno znotraj širšega konteksta raziskovanja podjetništva. Menita tudi, da lahko veliko pripomore h krepitvi raziskovalnega vidika podjetništva, saj nudi priložnost ponovnega premisleka o njegovih osrednjih konceptih in predpostavkah.

2.2 Kaj je socialno podjetništvo?

Evropska raziskovalna mreža za tretji sektor (EMES) je oblikovala devet meril za socialna podjetja v članicah EU, ki jih Defourny in Nyssens (2012, 8–10) razdelita v tri dimenzije: ekonomska oz. podjetniška dimenzija, družbena dimenzija in participativno upravljanje socialnih podjetij. Defourny (2004, 11) pravi, da se je takšen pristop izkazal za empirično uspešnega, da pa to vendarle niso pogoji, ki jih mora organizacija po vrsti izpolnjevati, da se lahko opredeljuje kot socialno podjetje. Ti kriteriji predstavljajo zgolj orodje raziskovalcem in pomoč socialnim podjetnikom, da se pozicionirajo v sferi socialnega podjetništva.

V prvo, ekonomsko oz. podjetniško dimenzijo spadajo »neprekinjena dejavnost proizvodnje in/ali prodaje blaga in storitev, pomembna raven poslovnega tveganja in obstoj vsaj minimalnega obsega plačanega dela« (Defourny in Nyssens v Milošević 2013, 16). Socialna podjetja se torej za razliko od tradicionalnih neprofitnih organizacij ne zanašajo na državno sofinanciranje oz. posojila, temveč so vključena v proizvodnjo dobrin in plačil za svoje storitve. Ustanovitelji socialnega podjetja prav tako delno ali v celoti prevzamejo poslovno tveganje, od njihovega vložene truda in zagotavljanja ustrezne količine finančnih sredstev pa je odvisno uspešno delovanje socialnega podjetja. Za izvajanje dejavnosti je potrebno malo plačanih zaposlenih oseb, kadrovski primanjkljaj pa lahko nadomestijo prostovoljci (Defourny 2004, 9–10).

V drugo, družbeno dimenzijo so uvrščeni »eksplicitni namen ustvarjanja dobrobiti za skupnost, iniciativa, sprožena v civilni družbi, ki je rezultat kolektivne dinamike, ter omejena razdelitev dobička – presežek prihodkov nad odhodki se mora reinvestirati v delovanje organizacije ali v skupnost z namenom doseganja javno koristnih ciljev« (Defourny in Nyssens v Milošević 2013, 16). Socialna podjetja morajo torej promovirati čut za socialno odgovornost na lokalni ravni, kolektivnost ljudi, ki se zavzemajo za določen socialni cilj, pa se mora ohraniti, čeprav vidik enega samega vodje ne sme biti zapostavljen. Prav tako je treba omejiti preveliko distribucijo dobička zavoljo izogiba kopičenja denarja (Defourny 2004, 10–11).

Tretja dimenzija, participativno upravljanje socialnih podjetij, pa zajema merila, kot so: »visoka stopnja avtonomije, moč odločanja ni sorazmerna vložnemu kapitalu ter udeležba različnih skupin deležnikov pri odločanju in upravljanju« (Defourny in

Nyssens v Milošević 2013, 16). Čeprav se socialna podjetja, kar se tiče finančnih sredstev, lahko zanašajo tudi na državo, pa so člani socialnega podjetja tisti, ki ga nadzorujejo, upravljajo in imajo končno besedo. Načeloma se odloča po načelu en član – en glas, kar skozi ekonomsko aktivnost spodbuja demokracijo na lokalni ravni (Defourny 2004, 9–11).

Hao Jiao (2011, 132) definicije socialnega podjetništva razdeli v tri skupine. V prvi skupini so definicije, ki temeljijo na misiji in po katerih je socialno podjetništvo razumljeno kot podjetje, ustanovljeno s primarnim ciljem izvajanja ene ali več različnih dejavnosti, ki rešujejo družbene probleme. Ta skupina definicij je povezana predvsem z nepridobitnimi in dobrodelnimi organizacijami, ki se poslužujejo podjetniških pristopov pri doseganju družbenih ciljev (Jiao, Defourny in Nyssens v Milošević 2013, 9). V drugo skupino spadajo definicije, ki poudarjajo večdimenzionalnost socialnega podjetništva in pomen povezovanja podjetniškega in družbenega delovanja v kompleksne modele. Tu so socialna podjetja razumljena kot podjetja, ki delujejo po etičnih načelih (Jiao 2011, 132). Tretja skupina definicij pa temelji na mehanizmi delovanja socialnih podjetij. »Poudarjajo pomen in posebnosti procesa sprememb, ki poteka v kontekstu socialno podjetniške aktivnosti. Pri tem se upoštevajo tako notranji dejavniki kakor tudi vzajemna povezanost socialnega podjetja z okoljem« (Jiao v Milošević 2013, 10).

2.2.1 Definicije, ki poudarjajo družbenost socialnega podjetništva

Kljub množici različnih definicij je večina avtorjev poenoteni, da je doseganje družbenih ciljev gonilna sila vseh socialnih podjetij. Peattie in Morley (v Milošević 2013, 16) pravita, da je »edina skupna značilnost socialnih podjetij, ki je tudi jedro definicije socialnega podjetništva, v uporabi podjetniških metod in sredstev za doseganje družbenih ciljev«. Podobno menita tudi Pavel in Štefanič (2005, 68), ki po preučevanju socialnega podjetništva v EU zaključita, da ima slednje svoje lastne karakteristike glede na preučevano državo, da pa lahko vseeno prepoznamo določene skupne značilnosti, ki se nanašajo na gospodarsko delovanje s socialnim pristopom oz. skrbjo za socialno ogrožene ljudi.

O socialnem podjetništvu najpogosteje razmišljamo kot o orodju, s katerim lahko pripomoremo k izboljšanju družbe ali okolja, v katerem živimo. Nicholls (v Milošević

2013, 10) na socialno podjetništvo gleda kot na »produkt posameznikov, organizacij in omrežij, ki izzivajo tradicionalne družbene strukture s tem, da razkrivajo napačne institucionalne rešitve, ki so pripeljale do neustrezne oziroma neenakopravne razdelitve družbenega bogastva in odkrivajo nove priložnosti in učinkovitejše rešitve teh problemov«.

Tudi klasična podjetja lahko nudijo storitve, proizvode ali službe, ki so velikega pomena za družbo, razlika pa je v sami misiji podjetja, namenu ustanovitve ter nagrad in plačil, ki jih pričakujejo za svoje delo (Austin 2006). Socialna podjetja se morajo za razliko od klasičnih podjetij osredotočiti na maksimiziranje družbenega vpliva in ne na rast same organizacije – velikokrat lahko hitra rast celo zmanjša njihovo učinkovitost (Nicholls 2009, 215). Z rastjo podjetja namreč rastejo tudi obveznosti, število zaposlenih, birokracija in podobno, kar lahko škodi osredotočenosti na socialno poslanstvo.

Mair in Marti (2004, 8) se izogneta strogi dihotomiji med profitnostjo in neprofitnostjo, ko pojasnjujeta razlike med socialnim podjetništvom in podjetništvom v poslovnem sektorju. Namesto tega argumentirata, da je največja razlika med njima v prioriteti ustvarjanja socialnega bogastva ali ustvarjanju ekonomske vrednosti. Slednje nikakor ne pomeni, da socialna podjetja ne smejo sprejemati zasluženega dobička, ravno nasprotno. Če je ustvarjanje socialnega doprinosa primarnega pomena, pa je ustvarjanje dobička nujno potrebno za obstoj in finančno neodvisnost socialnega podjetja. Tukaj se pojavi problem omejene možnosti prikaza ustvarjene vrednosti, še posebej ekonomske. Socialnim podjetjem, ki se ukvarjajo z nudenjem osnovnih storitev – hrane, zatočišča in podobno – uporabniki pogosto ne morejo plačati (Seelos in Mair v Mair in Marti 2004, 8).

2.2.2 Definicije, ki poudarjajo inovativnost socialnega podjetništva

Običajno tehnološko pojmovanje inovacij se tukaj razširi in osredotoča predvsem na socialne inovacije, kjer gre za transformacijo uveljavljenih družbenih struktur v procesu 'kreativne destrukcije' (pojem vpelje Joseph Schumpeter). Posledica socialne inovacije je sprememba v družbeni strukturi in načinu zadovoljevanja družbenih potreb, vendar ta sprememba za razliko od družbenih revolucij ni

destruktivna, temveč je evolutivna in kreativno nadgrajuje družbene zmogljivosti za zadovoljevanje potreb (Radej v Milošević 2013, 11–12).

Nicholls (2009, 209) razlikuje med tremi značilnostmi, po katerih lahko prepoznamo delovanje socialnih podjetij. To so družbenost, inovativnost in tržna naravnost. Družbenost predpostavlja delovanje v družbeno korist, inovativnost pa nakazuje na ustvarjanje novih idej in modelov pri reševanju družbenih ali okoljskih problemov, in sicer skozi razvoj novih storitev ali produktov, skozi uporabo obstoječih dobrin in storitev na nov, inovativen način, pa tudi skozi redefiniranje družbenih problemov in iskanje novih rešitev zanje. Nazadnje, tržna naravnost predpostavlja, da socialna podjetja izkazujejo določeno stopnjo tekmovalnosti in želje po doseganju dobrih poslovnih rezultatov. Trg na tem mestu ni dojet le v neoliberalnem smislu, Nicholls (2009) namreč vanj vključuje tudi idejo o skupnem dobrem in recipročnosti.

Inovativnost, kot eden izmed ključnih sestavnih delov socialnega podjetništva, lahko z novimi delovnimi mesti finančno stabilizira socialno ogrožene ljudi, ki so se do zdaj morali zanašati na socialno podporo ali dobrodelne organizacije (Kržin 2009, 4). Kot pravi Kržinova (2009, 4), »nove raziskave kažejo, da so inovacije osrednji mehanizem, ki družbeni kapital pretvarja v gospodarsko rast. Soglasje o tem, da se gospodarsko izobilje in socialna kohezija vzajemno krepi, inovacije pa so vse bolj pomembne za oba cilja, postaja vse močnejše«.

Milošević (2013, 12) pravi, da je ena izmed pomembnejših značilnosti socialnega podjetništva prav socialna inovativnost, ki pa se skozi čas spreminja in razvija – je evolutivna. Analiza kulturno-zgodovinskega konteksta je torej zelo pomembna, saj lahko z njo pridobimo informacije o sami stopnji razvitosti neke družbe ter naravi njenih družbenih potreb in sprememb v določenem časovnem obdobju. Predvsem pa nam je v pomoč pri konkretnem definiranju različnih oblik socialnega podjetništva, saj nam takšna analiza pove veliko tudi o samem načinu zadovoljevanja družbenih potreb. Slednje se skozi čas spreminjajo, institucionalni procesi adaptacije na njihove potrebe pa se kulturno razlikujejo, čeprav so podvrženi podobnim ekonomskim pritiskom in trendom. Rečemo lahko, da so ti procesi prilagajanja oz. njihov razvoj skozi čas zgodovinsko pogojeni, česar pri oblikovanju novih rešitev ne smemo zanemariti (Ghezzi in Mingione 2007, 18–19).

Socialno podjetništvo torej lahko razumemo kot proces ustvarjanja socialne vrednosti z inovativnim kombiniranjem virov, ki rezultira v spodbujanju družbenih sprememb, ali pa z zadovoljevanjem družbenih potreb (Stevenson, Roberts, Grousbeck, Schumpeter, Alvord v Mair in Marti 2004, 3). Socialno podjetništvo kot proces vključuje nudenje storitev in produktov, lahko pa se nanaša tudi na ustanavljanje novih organizacij, čeprav enako učinkovito deluje v novi ali pa v že uveljavljeni organizaciji. Prav ta organizacijski aspekt socialnega podjetništva ga ločuje od ostalih, bolj ohlapno organiziranih iniciativ, ki se zavzemajo za družbene spremembe (Mair in Marti 2004, 3). Sem tako poleg organizacij, ki rešujejo družbene probleme in sprožajo družbene spremembe, po mnenju Maira in Martija (v Miloševič 2013, 10) spadajo neprofitne organizacije, ki se poslužujejo alternativnih in inovativnih načinov pridobivanja virov financiranja, ter komercialna podjetja, ki svoje prakse uravnavajo po etičnih načelih.

2.2.3 Definicije, ki poudarjajo zaposlene v socialnih podjetjih

Kljub množici različnih opredelitev pa Miloševič prepozna rdečo nit, ki se po njegovem pojavlja pri večini definicij socialnega podjetništva. Pravi, da se »uveljavlja konceptualizacija, ki skuša premostiti razkorak med podjetniško aktivnostjo in družbenim vplivom oziroma posledicami tovrstne aktivnosti ter pokazati na možnost sistematičnega ekonomskega delovanja za doseganje strukturnih družbenih sprememb« (Miloševič 2013, 11). Sem na primer spadajo krepitev socialne kohezije, zmanjševanje revščine in socialne izključenosti, kar se med drugim poskuša doseči tudi z zaposlovanjem socialno ogroženih ljudi.

British Institute of Industrial Therapy socialno podjetje definira kot podjetje, ki pod istimi pogoji izvaja vse tiste dejavnosti in storitve kot ostala podjetja na prostem trgu. Po čem pa se socialno podjetje bistveno razlikuje od ostalih podjetij, je to, da večinoma zaposluje osebe z motnjami v duševnem razvoju, ki zato potrebujejo prilagojeno delovno okolje (Pavel in Štefanič 2005, 13). Sama menim, da je takšna definicija preozka, saj slednji niso edina deprivilegirana skupina oseb, ki jih socialna podjetja zaposlujejo. V Sloveniji so po ZSocP na tem seznamu tudi iskalci prve zaposlitve ali pa begunci, vključeni v programe integracije (ZSocP 2011, 6. čl.).

Na podlagi zaposlovanja deprivilegiranih oseb Pavel in Štefanič (2005, 7) socialno podjetje opredelita kot »neprofitno organizacijo, ki na osnovi izvajanja povsem

ekonomske dejavnosti na komercialni način zagotavlja zaposlitev in plače ranljivim skupinam ljudi, ki se ne morejo zaposliti pod splošnimi pogoji na odprtem trgu dela. Ob tem zagotavlja tudi podporno okolje, v katerem ti ljudje lahko razvijajo svoje sposobnosti».

Tudi CEFEC je na podoben način definiral socialna podjetja, njegovo definicijo pa je prevzela večina držav Evropske unije. Zanje je socialno podjetje »neprofitna, samostojna dejavnost, katere namen je zagotavljati zaposlitev marginalnim skupinam ljudi, ki so zaradi svojih specifičnosti nekonkurenčni na prostem delovnem trgu« (Pavel in Štefanič 2005, 13).

Pavel in Štefanič (2005, 23) menita, da lahko socialno podjetje najlažje definiramo z upoštevanjem izpolnjevanja dveh glavnih ciljev. Prvi cilj je ta, da mora socialno podjetje težje zaposljivim osebam nuditi takšno delovno okolje, da se ti lahko razvijejo v produktivne delavce, drugi cilj pa je zagotavljanje njihove stalne zaposlitve, za kar mora biti socialno podjetje tržno uspešno in se sposobno samovzdrževati. McAnaney (v Pavel in Štefanič 2005) nadgrajuje njuno tezo s tem, da mora biti namen socialnih podjetij obdržati zaposlene in da je status zaposlenih delavec, ne pa klient ali pacient. Prav tako lahko zaposleni izbirajo med velikim številom delovnih vlog in so vključeni v odločanje in razvoj enote. Vse to nakazuje na to, da so socialna podjetja stalna, ne pa začasna rešitev. Poudarek na stalnih zaposlitvah je torej nujen, saj, kot pravita Pavel in Štefanič (2005, 23), »vsako podjetje potrebuje konkurenčno delovno silo, zato je ne želi izgubiti: zaposleni skušajo koristiti podjetju in ne zunaj podjetja«. Konkurenčnost socialnih podjetij na prostem trgu je torej pomemben vidik, ki se ga ne sme zanemariti v prid njihovi socialni misiji.

2.2.4 Definicije, ki poudarjajo okolje socialnih podjetij

Raznolikost držav je povzročila številne poskuse definiranja socialnega podjetništva, čeprav imamo, kot pravi Mesojedčeva (2012, 7), »v mislih največkrat enako dejavnost, ki poteka v različnih pravnih oblikah – zadruga, društva, ustanove, pridobitna in nepridobitna podjetja, vzajemne družbe itd.« Da ima okolje socialnega podjetja zelo velik vpliv na njegove karakteristike, se strinja tudi Milošević, saj se včasih različne družbe soočajo z zelo različno problematiko. Pravi, da so »potrebe v manj razvitih okoljih gotovo drugačne od tistih v razvitem svetu in podobno različne so tudi

značilnosti njihovega zadovoljevanja. Zato so tudi pojavne oblike socialnega podjetništva tako raznolike in v pretežni meri povezane z lokalnim razvojem in izkoriščanjem razpoložljivih endogenih razvojnih virov (človeški, okoljski kapital)« (Milošević 2013, 12).

Milošević (2013, 15) na primer opazi pomembne razlike med ameriškim in evropskim socialnim podjetništvom. Medtem ko je v Ameriki opaziti inovativne podjetnike, ki poleg družbene orientacije izkazujejo tudi značilnosti klasičnih podjetnikov, kot so dinamičnost, prevzemanje tveganja, osebna predanost in podobno, pa sta za Evropo bolj značilni kolektivnost in kooperativnost. Prav tako v Evropi obstaja konsenz, da so načela solidarnosti, inovativnosti in vključevanja članov v odločanje tista, po katerih socialna ekonomija deluje in po katerih lahko definiramo njene organizacije – ne njihova dejavnost kot taka (OECD 2013).

3 SOCIALNO PODJETNIŠTVO V SLOVENIJI

V zadnjih petnajstih letih se je v Sloveniji na različnih dogodkih, namenjenih širši javnosti, veliko debatiralo o ideji socialnega podjetništva. Splošna pričakovanja o potencialni vlogi in samem razvoju socialnih podjetij so bila zelo visoka ter močno povezana z ureditvijo zakonodaje na tem področju in finančnimi spodbudami za podpiranje tega področja socialne ekonomije. Na splošno so bile in še vedno so razprave o slovenskih socialnih podjetjih dosti bolj vključene v širok kontekst socialne politike in ukrepov za višanje zaposlenosti ljudi kot pa v kontekst poslovnih priložnosti socialnih podjetij in ukrepov, s katerimi lahko dosežejo visoke poslovne rezultate (Trbanc in Polajner 2013, 3).

Iniciativa za pripravo ZSocP je prišla s strani Socialnih demokratov, sprejet pa je bil s podporo vseh strank, kar je bila za takratno krizno obdobje precej izjemna situacija. S sprejetjem zakona so bila torej pričakovanja glede razvoja socialnih podjetij zelo visoka, Trbanc in Polajner (2013) si upata trditi, da celo nerealna. Primer Slovenije je jasen pokazatelj, da samo ureditev zakonodaje ni nujno dovoljšna spodbuda za dejansko vzpostavitev in razvoj socialnih podjetij v praksi. Še več, problematizirata, da lahko, če je področje preveč regulirano, slednje celo potencialno omejuje razvoj socialnih podjetij (Trbanc in Polajner 2013, 5).

Socialna ekonomija oz. socialno podjetništvo v večini članic EU predstavlja zelo pomemben dejavnik ne samo socialnega, temveč tudi ekonomskega razvoja, kar nakazuje podatek, da je znotraj tega sektorja zaposlenih kar 9 milijonov ljudi. Slovenija, po drugi strani, na tem področju zaostaja, saj socialna ekonomija tukaj še nima tolikšne moči vključevanja brezposelnih, prav tako pa je opaziti pomanjkanje družbenega zavedanja, da lahko veliko doprinese k ekonomskemu in socialnemu ravnovesju (Milošević 2013, 4). To, da slovenski sektor socialne ekonomije zaostaja za povprečjem predvsem starejših članic EU, Mesojedčeva pripisuje šibkemu položaju nevladnih organizacij in organizacij civilne družbe, ki pa v Sloveniji predstavljajo glavne akterje socialne ekonomije. V takem položaju naj bi se po njenem te organizacije znašle zaradi predpostavljajanja in zmotnega prepričanja, da želijo le služiti na račun revnih (Mesojedec 2012, 14). Vseeno socialna ekonomija počasi izgublja to negativno konotacijo, nanjo pa »ne gledamo več kot le na manjši odklon od klasičnega podjetništva, temveč kot na alternativni sistem ekonomije, ki bi moral imeti primeren

družbeni pomen in vlogo, zlasti v modernih časih gospodarsko-finančnih kriz in krize vrednot« (Mesojedec 2012, 13).

Pred letom 2009 je bil pojem socialnega podjetja relativno nov v Sloveniji, kasneje pa sta se interes in dejavnost na tem področju začela širiti in prišlo je do prvih projektov, katerih cilj je bil podpirati socialna podjetja. En izmed razlogov za to je deloma ekonomska kriza in s tem povezano razočaranje ljudi nad kapitalizmom, kar je vodilo do pojava gibanj, ki želijo promovirati nove načine organiziranja gospodarstva. Drugi razlog pa je ta, da je vlada v socialnih podjetjih uvidela možnost delovne integracije najbolj ranljivih skupin ljudi in s tem zmanjševanje visoke brezposelnosti (Kadunc in drugi 2014, 1). Ob ekonomski krizi in visoki brezposelnosti naj bi torej takratna politika opazila neizkoriščeno priložnost za razvoj socialnega podjetništva, čeprav se nekateri strinjajo o časovni neprimernosti zagona razvoja. Zgodovinsko gledano sta se namreč socialna ekonomija in močno gospodarstvo uspešno razvijala istočasno, kot protiutež drug drugemu (Projekt SENTIM 2016, 6).

Na prej opisani podlagi je vlada v Sloveniji leta 2011 sprejela Zakon o socialnem podjetništvu in ga tako definirala (Kadunc in drugi 2014, 1). Zakon pa ni definiral samo socialnega podjetništva kot takega, temveč je opredelil tudi pogoje poslovanja, usmeritev razvoja in orisal socialnega podjetnika kot nekoga, katerega primarne naloge naj bi med drugim bile krepitev družbene solidarnosti in kohezije, inovativno reševanje družbenih, gospodarskih, okoljskih in drugih problemov ter razvijanje novih možnosti zaposlovanja in poklicne reintegracije socialno ogroženih skupin ljudi na trg dela (Projekt SENTIM 2016, 6). Po tem zakonu lahko pravna oseba, naj bo to zavod, društvo ali družba z omejeno odgovornostjo, ki izpolnjuje vse pogoje delovanja, pridobi status socialnega podjetja, s čimer je vpisana v javno evidenco socialnih podjetij, ki jo vodi Ministrstvo za gospodarski razvoj in tehnologijo.

Ker je nekaj let po sprejemu zakona socialno podjetništvo v Sloveniji še vedno na stopnji razvoja, so statistike na tem področju pičle, raziskovalci pa nimajo dostopa do novejših informacij o strukturi nevladnega sektorja pri nas, ki bi omogočal oceniti število subjektov, ki so po definiciji Evropske unije dejansko socialna podjetja. Vseeno je bilo na podlagi študije iz leta 2014 ocenjeno, da je imela Slovenija okoli 900 organizacij, ki bi potencialno zadovoljile evropske kriterije socialnih podjetij (Kadunc in drugi 2014, 22).

»Tako v svetu kot v Sloveniji je sektor socialnega podjetništva v porastu, čeprav ima še veliko neizkoriščenega potenciala« (Združenje Socialna ekonomija Slovenije 2017). Število registriranih socialnih podjetij se z vsakim letom viša, sem pa moramo prišteti še kopico organizacij, ki sicer delujejo po načelih socialnega podjetništva, vendar nimajo uradnega statusa socialnega podjetja. Slednje nakazuje na vedno večjo priljubljenost udejstvovanja ljudi na področju socialne ekonomije. Rečemo lahko, da zanimanje za ta sektor vsaj deloma izhaja iz neugodnih razmer, ko zaradi slabega ekonomskega stanja vedno več ljudi išče nove oblike zaposlitve. V povečanju socialnih stisk, upadanju vrednot, brezperspektivnosti mladih in podobno lahko vidimo priložnosti razvoja socialnega podjetništva v Sloveniji.

3.1 Razvoj socialnega podjetništva v Sloveniji

Sistemi, ki so se razvrstili skozi slovensko politično zgodovino, so za sabo pustili pečat, ki je pomembno vplival na področje socialne ekonomije danes. Kot pravi Kolaričeva (v Rakar in drugi 2011, 20), »ima slovenska družba dolgo in obsežno tradicijo interesnega združevanja in samoorganiziranja ljudi«. Zаметke socialnega podjetništva lahko namreč opazimo že s pričetkom pojavljanja združenj, ki so jih v 13. in 14. stoletju ustanavljali predvsem obrtniki (Združenje Socialna ekonomija Slovenije 2017).

Že z razkrojem fevdalizma se je pri nas prvič pojavil sistem zadružništva, s katerim se je želelo zaščititi kmete pred negativnimi vidiki kapitalizma. »Pomembno spodbudo je za uveljavljanje načel, na katerih temelji tudi socialno podjetništvo, pomenil prvi zakon o zadružništvu, ki je bil sprejet v letu 1873. Zadruga so od takrat dalje na Slovenskem delovale neprekinjeno in imajo kot ena izmed pravnih oblik socialnega podjetništva edine 140-letno tradicijo delovanja« (Združenje Socialna ekonomija Slovenije 2017). Delovale so na podlagi socialno podjetniških vrednot, kar pomeni, da njihov glavni namen ni bil le proizvodnja dobička, temveč predvsem demokratična proizvodnja dobrin in storitev (Združenje Socialna ekonomija Slovenije 2017).

Kasneje, med prvo in drugo svetovno vojno, pa so se razširila tudi druga različna združenja, dobrodelne organizacije, sindikati in podobno (Projekt SENTIM 2016, 5). »Civilnodružbene organizacije so v obdobju nerazvite socialne države (do konca druge svetovne vojne) ob neformalnem sektorju imele primarno vlogo pri preskrbi z javnimi

dobrinami in storitvami. Pred drugo svetovno vojno je v Sloveniji obstajalo 8000 nevladnih organizacij« (Rakar in drugi 2011, 20).

Nastop socializma po drugi svetovni vojni je s prehodom na družbeno lastnino in ukinitvijo odprtega članstva ter posledično demokratičnega nadzora članov zadrug upočasnil razvoj zadružne socialne ekonomije. »V obdobju socializma je država s sistemom regulacij, prepovedi delovanja in stroge kontrole civilnodružbenih organizacij ter z zagotavljanjem monopolne vloge javnega sektorja pri produkciji javnih dobrin in storitev potisnila te organizacije na obrobje družbenega dogajanja« (Rakar in drugi 2011, 20).

A organizacije civilne družbe so v sedemdesetih letih ponovno zagnale razvoj organizacij socialne ekonomije, saj je »socialni in ekonomski razvoj v 80-ih letih prejšnjega tisočletja dal tretjemu ekonomskemu sektorju novo perspektivo, ki vključuje tudi socialna podjetja. Potrebe po delovni sili so se namreč začele zmanjševati. Vsi tisti, ki so imeli že tako slabe možnosti za zaposlitev na odprtem delovnem trgu, so bili še bolj marginalizirani kot prej, pogostejša pa je bila tudi dolgotrajna brezposelnost« (Pavel in Štefanič 2005, 16). Slednje je morda razlog, da se, čeprav je po osamosvojitvi leta 1991 prestrukturiranje v tržno gospodarstvo postala prioriteta vladnih organov, študije in izobraževanja na področju zadružništva in socialnega podjetništva niso prenehala izvajati (Projekt SENTIM 2016, 5).

Po mnenju Evropske unije spekter slovenskih socialnih podjetij, poleg novejših pravnoorganizacijskih oblik, še danes vključuje organizacije, ki so bile značilne za prejšnji režim. Sem spadajo društva, zavodi, zadruge in podjetja, namenjena invalidom, ki največ prispevajo k državnemu BDP-ju ter nižanju brezposelnosti (Kadunc in drugi 2014, 19).

3.2 Zakon o socialnem podjetništvu

Kljub temu da pred letom 2011 nismo poznali zakona, ki bi definiral in urejal področje socialnega podjetništva, so pri nas vseeno delovale organizacije, ki bi jih po lastnostih in dejavnostih, ki so jih izvajale, danes že prištevali med socialna podjetja. To so bile predvsem zadruge, različna društva in invalidska podjetja, ki so jih urejali Zakon o zadrugah, Zakon o društvih, Zakon o zaposlitveni rehabilitaciji in zaposlovanju invalidov in podobno (Črnak Meglič 2013).

Vlada Republike Slovenije je na 116. redni seji 13. januarja 2011 podprla Predlog zakona o socialnem podjetništvu, ki ga je, skupaj s skupino poslancev, v obravnavo Državnemu zboru predložila dr. Andreja Črnak Meglič (116. redna seja RS 2011). Podpora je bila utemeljena z več razlogi, in sicer da socialno podjetništvo pomembno vpliva na razvijanje nevladnega sektorja, socialno vključevanje in zaposlovanje ranljivih skupin, preusmerjanje iz pasivnih v aktivne oblike pomoči ter zagotavlja tržno manj zanimive storitve (predvsem na lokalni ravni). Vsi razlogi podpore so obenem glavni cilji socialnega podjetništva (116. redna seja RS 2011). Zakon o socialnem podjetništvu je bil dokončno sprejet marca 2011, v veljavo pa je stopil s 1. januarjem 2012. Že prej so posamezna ministrstva vodila politike, ki so vsebovala načela socialnega podjetništva, vendar pa zakon omogoča bolj sistemski pristop k njegovemu spodbujanju in razvijanju. Nalogo izvajanja zakona je vlada takrat predala v roke Ministrstvu za delo, družino in socialne zadeve, predlagala pa je tudi ustanovitev posebne enote na ministrstvu, ki bi opravljala naloge po tem zakonu (116. redna seja RS 2011).

Glavna odgovornost za implementacijo Zakona o socialnem podjetništvu je nato s 1. januarjem 2015 prešla na Ministrstvo za gospodarski razvoj in tehnologijo, čeprav so tudi ostala ministrstva, odgovorna za dejavnosti socialnega podjetništva, dolžna in upravičena sodelovati pri njegovem izvajanju. Omenjeno ministrstvo prav tako zagotavlja strokovno pomoč Svetu za socialno podjetništvo, vzdržuje register socialnih podjetij in organizira dogodke o socialnem podjetništvu (Kadunc in drugi 2014, 4).

Kot pravi Črnak Megličeva, je za ZSocP značilno, da za socialna podjetja ne določa obvezne pravnoorganizacijske oblike, temveč namen, ki je družbenokoristno delovanje in katerega mora organizacija, ki želi pridobiti in ohraniti status socialnega podjetja, tudi zasledovati. Ne zakon, temveč namen je torej tisti, ki definira socialno podjetje. Pravna oseba zasebnega prava, naj bo to društvo, zavod ali podjetje, ki se želi registrirati kot socialno podjetje, prav tako ne sme biti ustanovljena izključno z namenom ustvarjanja dobička (Črnak Meglič 2013).

Vsebinsko je ZSocP razdeljen na 9 delov in 51 členov, med drugim pa določa opredelitve, cilje in načela socialnega podjetništva. Opredeljuje ga kot »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« (ZSocP 2011, 3. čl.).

ZSocP kot cilje socialnega podjetništva v prvi vrsti določa krepitev družbene solidarnosti in kohezije, kar pomeni, da je ključnega pomena spodbujanje sodelovanja ljudi. Nadalje naj bi socialno podjetništvo poskušalo reševati socialne, okoljske in druge probleme s krepitvijo sposobnosti družbe, da se s takšnimi in drugačnimi problemi sooča na inovativen način. Poleg nudenja tistih proizvodov in storitev javnega interesa, ki jih morda država ne zagotavlja, mora biti v interesu socialnega podjetništva, da odkriva nove možnosti zaposlovanja in s tem viša število dodatnih delovnih mest. Na ta način zagotavlja socialno in poklicno integracijo predvsem najbolj ranljivih skupin na trgu dela (ZSocP 2001, 3. čl.).

Načela socialnega podjetništva so v zakonu določena z izkazovanjem socialnega in javno koristnega značaja nepridobitnih pravnih oseb, ki so ustanovljene na podlagi avtonomne pobude oz. prostovoljne odločitve ustanoviteljev z namenom opravljanja dejavnosti socialnega podjetništva ali pa zaposlovanja najbolj ranljivih skupin ljudi na trgu dela. Čeprav pridobivanje dobička ni glavni motiv ustanovitve socialnega podjetja, pa morajo le-ta s proizvodnjo in prodajo proizvodov ali opravljanjem storitev na trgu vseeno delovati po tržnih zakonitostih. Delitev dobička med ustanovitelji in deležniki je skladno s tem zakonom omejena, saj je ključni namen ustvarjenega premoženja, da se ga uporabi za namene socialnega podjetništva. Prav tako se odločitve znotraj socialnega podjetja sprejemajo enakopravno, po načelu en član – en glas, pri upravljanju pa sodelujejo tudi drugi deležniki (ZSocP 2011, 4. čl.).

ZSocP je določil tudi dejavnosti in pogoje zaposlovanja ter pogoje za pridobitev statusa socialnega podjetja. Dejavnosti socialnega podjetništva se opravljajo na različnih področjih, ki so določena v 5. členu (ZSocP 2011), mednje pa med drugim sodijo dejavnosti na področju socialnega in družinskega varstva ter varstva invalidov, znanosti in izobraževanja, promocije zdravja, spodbujanja socialne vključenosti, zaposlovanja in poklicnega usposabljanja. Poleg tega se sem prištevajo tudi dejavnosti na področju ekološke proizvodnje hrane, okoljevarstva in zaščite živali, socialnega turizma in trgovine ter trgovine, ki temelji na etičnih poslovnih razmerjih med proizvajalci in trgovci, ki prvim omogočajo preživetje. Sem spadajo tudi dejavnosti, ki se tičejo kulture,

naravne dediščine, športa, spodbujanja razvoja lokalnih skupnosti in podpornih storitev za socialna podjetja.

Pogoje zaposlovanja določa 6. člen, v katerem je zapisano, da socialna podjetja stremijo k zaposlovanju invalidov, brezposelnih s trajnimi duševnimi ali telesnimi okvarami in brezposelnih, ki so brez zaposlitve že najmanj dve leti. Zakon pozornost namenja tudi mladim, saj so v pogoje zaposlovanja vključeni iskalci prve zaposlitve, ki so na Zavodu Republike Slovenije za zaposlovanje prijavljeni več kot šest mesecev. Vključene so težje zaposljive osebe, kot so na primer brezposelni, stari nad 55 let, pripadniki romske skupnosti, bivši kaznjenci ali odvisniki od drog oz. alkohola, begunci in brezdomci (ZSocP 2011, 6. čl.).

Kot že omenjeno, je Zakon določil tudi pogoje za pridobitev statusa socialnega podjetja. Tega lahko pridobi nepridobitna pravna oseba, če je ustanovljena za trajno opravljanje dejavnosti socialnega podjetništva (socialno podjetje tipa A) ali če je ustanovljena za zaposlovanje oseb, ki so določene s tem zakonom (socialno podjetje tipa B) (ZSocP 2011, 8. čl.).

Med drugim ZSocP ureja tudi načrtovanje razvoja, predvideva spodbude za razvoj in ureja vlogo občin pri načrtovanju in izvajanju politik razvoja socialnega podjetništva. Strategija, sprejeta s strani vlade za obdobje štirih let, je tista, ki zagotavlja načrtovan razvoj in zajema politiko razvoja, razvojne cilje ter vlogo države oz. občin pri njihovem doseganju. Nadalje je naloga pristojnega ministrstva (s sodelovanjem vseh ministrstev, pristojnih za področja dejavnosti socialnega podjetništva), da pripravi Program ukrepov za izvajanje strategije za določeno plansko obdobje (ZSocP 2011, 29. čl.). Za oblikovanje, spodbujanje in spremljanje izvajanja politik razvoja socialnega podjetništva vlada ustanovi Svet za socialno podjetništvo (ZSocP 2011, 7. čl.).

Spodbujanje razvoja socialnega podjetništva se lahko doseže s predpisi, ki olajšujejo poslovanje in odpravljajo administrativne ovire ter omogočajo prenos javnih pooblastil na socialna podjetja. Pomembni so tudi ukrepi za oblikovanje ugodnega podjetniškega okolja, spodbujanje zaposlovanja in omogočanje dostopa do virov financiranja (ZSocP 2011, 30., 32. čl.). Občine imajo moč in dolžnost, da načrtujejo, financirajo in izvajajo politike razvoja (ZSocP 2011, 31. čl.).

3.3 Podporno okolje

Podporno okolje socialne ekonomije sestavljajo najrazličnejši akterji iz vseh sfer družbe. Branco (2004) med pomembnejše sooblikovalce podpornega okolja uvršča državo, ki je hkrati zakonodajalec, mreža javnih institucij ter v nekaterih primerih delodajalec in investitor. Občine oz. lokalna skupnost sooblikuje podporno okolje enako kot država, le na lokalnem nivoju. Podporno okolje gradijo tudi gospodarske in negospodarske organizacije kot nosilci nekaterih aktivnosti socialne ekonomije (zaposlovanje, investiranje, razvoj dejavnosti) in mreža strokovnih institucij, tako javnih in zasebnih (zavodi, ustanove ipd.), ter nevladnih neprofitnih organizacij (društva, zavodi ipd.). Pozabiti ne smemo na strokovnjake kot posameznike in predstavnike posameznih institucij, prostovoljce in upravičence ugodnosti, ki izhajajo iz dejavnosti socialne ekonomije (Branco 2004).

Čeprav se področje socialnega podjetništva v Sloveniji vztrajno širi in razvija, so leta 2014 Martina Kadunc, Rado Bohinc in Blanka Kovačič v poročilu *A map of social enterprises and their eco-systems in Europe; Country report: Slovenia* ugotovili, da je, vsaj tri leta nazaj, večina socialnih podjetij pri nas še vedno delovala na svojem, brez znatnega števila združenj ali omrežij, ki bi jih povezovale. Glavno združenje socialnih podjetnikov v Sloveniji, Forum socialnega podjetništva, ki se je julija 2017 preimenoval v Združenje Socialna ekonomija Slovenije, zato igra pomembno vlogo povezovanja socialnih podjetnikov, oblikovalcev politik, morebitnih investorjev in drugih, ki imajo opraviti s socialnim podjetništvom. Združenje razvija skupne projekte, prav tako pa je organiziralo prvi sejem socialnih podjetnikov Pridne roke, kjer so socialni podjetniki lahko predstavili svoje produkte in storitve, se mrežili, sklepali medsebojna sodelovanja in predstavljali primere dobrih praks z namenom promoviranja socialnega podjetništva v različnih slovenskih pokrajinah (Kadunc in drugi 2014, 15).

Sami sebe opisujejo kot:

Samostojno, nevladno, nepolitično institucijo, ki temelji na principih socialnega podjetništva. Predstavlja svoje člane, ki aktivno delujejo na področju socialne ekonomije ne glede na organizacijsko obliko. Člani ZSES so tako nevladne organizacije, socialna podjetja, novo nastajajoča socialna podjetja, institucije

podpornega okolja, humanitarne organizacije in posamezniki, ki želijo prispevati k razvoju socialnega podjetništva (Združenje Socialna ekonomija Slovenije 2017).

Združenje Socialna ekonomija Slovenije je poleg tega tudi odvetniško in zastopniško telo svojih deležnikov oz. članov. Cilja združenja sta namreč med drugimi vplivati tudi na politiko in vzpostavitev pravnega okvirja, ki bi podpiral in spodbujal delovanje socialnih podjetij. Slednje poskušajo doseči skozi spremljanje in vplivanje na Strategijo razvoja socialnega podjetništva in Program ukrepov, prav tako pa stremijo k razvoju internacionalnih vezi in učenju skozi najboljše prakse socialnega podjetništva pri nas in v tujini (Kadunc in drugi 2014, 15). Združenje Socialna ekonomija Slovenije »deluje na načelih družbene odgovornosti in na visokih etičnih načelih. S svojim načinom delovanja omogoča razvoj potencialov institucij ter posameznikov z namenom zagotavljanja blagostanja in inovativnega razvoja Republike Slovenije« (Združenje Socialna ekonomija 2017).

Kar se tiče socialnega podjetništva zunaj slovenskih meja, poskuša Združenje Socialna ekonomija Slovenije sodelovati tudi pri programih Evropske unije na področju socialnega podjetništva in zadružništva (za obdobje 2014–2020). Opazni so številni pozitivni učinki, ki jih ima socialno podjetništvo pri »vzpodbujanju lokalnega razvoja, utrjevanju socialne kohezije in zagotavljanju socialne vključenosti, zato je postalo podpiranje razvoja socialnega podjetništva eden pomembnejših ukrepov razvojne strategije Evropske unije. Oktobra 2011 je bila sprejeta ‚Pobuda za socialno podjetništvo‘ (*Social Business Initiative*) s ciljem, da ustvari ugodno klimo za razvoj socialnega podjetništva v Evropi« (Milošević 2013, 16).

Poleg prej omenjene pobude Evropska komisija, kot pravi Mesojedčeva (2012), spodbujanje socialne ekonomije poudarja tudi v okviru strategije Evropa 2020, pobude Unija inovacij, Evropske platforme proti revščini in socialni izključenosti ter Akta o enotnem trgu. Predvsem slednji je osvetlil potencial socialnih podjetij, da na inovativen način rešujejo aktualne družbene probleme, in sicer predvsem s trajnostnimi, na lokalno območje vezanimi delovnimi mesti, teritorialno kohezijo ipd. (Mesojedec 2012, 27). S tem se je »osredotočila na socialno ekonomijo in družbene inovacije, tako v smislu teritorialne kohezije kot tudi pri iskanju izvirnih rešitev za družbene težave, zlasti pri odpravljanju revščine in socialne izključenosti« (Mesojedec 2012, 27).

3.4 Finančne podpore in spodbude

Kadunčeva idr. (2014, 15) so prav tako ugotovili, da je socialni naložbeni trg v Sloveniji še nerazvit in da je zaloga denarnih sredstev za socialna podjetja zelo omejena. Prepoznali so tri vire zunanjega financiranja. Prvi od teh je skupnost privatnih zavodov SKUP, ki »izvaja in podpira socialno podjetniške in družbeno učinkovite programe, projekte in dejavnosti organizacij civilne družbe, nevladnih organizacij, organizacij socialne ekonomije, socialnih podjetij itd.« (SKUP 2017). SKUP skozi svojo platformo *Good exchange* koordinira državne in internacionalne vire finančnih sredstev ter je nasploh prvi v Sloveniji, ki je nudil financiranje, posebej prilagojeno potrebam socialnih podjetij. *Good exchange* je namreč leta 2012 ustanovil prvi privatni finančni sklad, katerega cilj je financiranje socialnih podjetij in socialnih inovacij v Sloveniji, ki se imenuje SKLAD05 (Kadunc in drugi 2014, 16).

Drugi vir zunanjega financiranja je inkubator KNOF s start up skladom, ki podpira manjše inovativne socialne iniciative po pristopu »od spodaj navzgor« (Kadunc in drugi 2014, 16). KNOF je podjetna skupnost iz Posavja, ki so jo »oblikovali posamezniki in skupine iz Posavja, ki verjamejo v podjetništvo z okoljskim, družbenim ali zdravstvenim učinkom, lokalno samooskrbo na vseh nivojih in vključevanje ranljivih ciljnih skupin« (KNOF 2017).

Tretji zunanji vir financiranja pa so navadna komercialna posojila, skozi katera se še vedno financira večina slovenskih socialnih podjetij in pri katerih je osebna lastnina ustanoviteljev uporabljena za kolateralno škodo (Kadunc in drugi 2014, 16).

Tudi ZSocP se opredeli do razvoja spodbudnega finančnega okolja, kar določa s finančnimi ukrepi, s katerimi želijo oblikovalci politike spodbuditi socialno podjetništvo. Šporar (v Kavaš in drugi 2013, 70) pravi, da finančni ukrepi zajemajo predvsem promocijo in iskanje priložnosti za socialna podjetja, z njimi pa prav tako želijo zagotoviti sredstva za vzpostavitev sklada, ki bi spodbujal njegov razvoj. Nadaljuje, da je cilj finančnih ukrepov poleg tega vzpostavitev ugodnega okolja – okolja, v katerem socialna podjetja kot prvo sploh lahko nastanejo, torej finančne spodbude za zagon le-teh, in da lahko konec koncev tudi uspešno poslujejo. Ukrepi znotraj ZSocP zajemajo tudi omogočanje lažjega dostopa do potencialnih finančnih naložbenih virov v socialna podjetja; do ugodnejših kreditov, subvencij iz državnega

proračuna ali iz evropskih virov finančnih sredstev, namenjenih socialnemu podjetništvu (Šporar v Kavaš in drugi 2013, 70).

Čeprav večina zakonsko predvidenih finančnih ukrepov še ni na voljo, pa Šporar (v Kavaš in drugi 2013, 71) izpostavi, da ima socialno podjetje, »če je organizirano v določeni pravni obliki (praviloma kot gospodarska družba ali zadruga), na podlagi Zakona o podpornem okolju možnost pridobiti pri Slovenskem podjetniškem skladu ugodnejša financiranja za razvojne naložbe (subvencije, garancije).«

Socialna podjetja lahko torej finančna sredstva iščejo zunaj sfere socialne ekonomije, pri podpornih shemah za klasično podjetništvo. Poleg prej omenjenega Slovenskega podjetniškega sklada lahko socialna podjetja podporo poiščejo pri Skladu za regionalni razvoj ali pri Javni agenciji Republike Slovenije za podjetništvo in tuje investicije (Šporar v Kavaš in drugi 2013, 74). Do umeščanja socialnega podjetništva v podperne sheme za podjetništvo lahko pride tudi skozi »okrepitev dejavnosti zasebnih finančnih ponudnikov – bank v obliki trajnostnih bančnih produktov, drugih finančnih institucij in finančnih posrednikov, kot so socialno finančne borze, socialno investicijski skladi, socialni tvegani skladi itd.« (Šporar v Kavaš in drugi 2013, 74).

Kljub nekaterim finančnim spodbudam, ki so se zgodile od sprejema ZSocP, pa večina tistih, ki se na kakršenkoli način ukvarjajo s socialnim podjetništvom, meni, da bi bilo treba socialno finančni trg v Sloveniji celostno preurediti in prilagoditi specifičnim potrebam socialnega podjetništva. Da bi se slednje lahko realiziralo, bi, kot pravi Šporar (v Kavaš in drugi 2013, 74), »kazalo okrepiti financiranje in razvoj ponudnikov finančnih storitev za socialno podjetništvo, zagotoviti pluralnost trga finančnih produktov ter zadosten obseg sredstev na njem«. Kadunčeva in drugi (2014, 26) pa menijo, da se trenutno slovenska socialna podjetja zanašajo predvsem na evropska posojila oz. finančna sredstva, na subvencije, ki jih dobijo s strani države za plače zaposlenih iz ranljivih skupin, in dobiček, ki ga proizvajajo na trgu.

Šporar (v Kavaš in drugi 2013, 75) meni, da bi se dodatni finančni podporni sistemi, ki bi zagotavljali finančna sredstva, potrebna za delovanje socialnih sredstev, lahko realizirali skozi integracijo socialnega podjetništva v sredstva strukturnih skladov EU in skozi integracijo v razpise za nepovratna javna sredstva na državnem in lokalnih nivojih. Na tem mestu je pomembno izpostaviti uporabo načela subsidiarnosti finančnih

virov za najbolj učinkovito in racionalno porabo javnih sredstev (Šporar v Kavaš in drugi 2013, 75).

Področje financiranja socialnega podjetništva v Sloveniji potrebuje programe usposabljanj vseh deležnikov, da bi prepoznali priložnosti, ki jih ponujajo tuji socialni finančni vlagatelji, in da bi prepoznali potencialno pluralnost virov financiranja. Po drugi strani pa bi bilo treba nekaj znanja prenesti tudi na same vlagatelje in jih seznaniti z dejstvom, da socialna podjetja niso le odgovor na premajhno vključenost ranljivih skupin ljudi na trg dela, ampak da so tudi produktivna, konkurenčna in družbeno inovativna ter tako zanimiva za investiranje. Odveč ne bi bilo tudi usposabljanje o samem delovanju socialno finančnih trgov za delavce v državni in lokalnih upravah, katerih delo je povezano s socialnim podjetništvom. Slednje bi omogočilo boljši pretok informacij in učinkovito porabo finančnih sredstev. Za večje zaupanje vlagateljev bi bilo treba spodbuditi tudi vključevanje v postopke uvajanja skupnega evropskega sistema za merjenje socialnih vplivov in učinkov socialnih podjetij ter vzpostavitev preglednejšega sistema poročanja o le-teh (Šporar v Kavaš in drugi 2013, 75).

3.5 Področja in ciljne skupine

Branco (2004, 30) meni, da socialna ekonomija in s tem socialno podjetništvo predstavlja množico pravnih in fizičnih subjektov, ki ustvarjajo podporno okolje, s tem pa ranljivim skupinam ljudi olajšujejo ponoven vstop v socialno in delovno okolje. »Ker se na še nezadovoljene potrebe odzivajo z družbenimi inovacijami, socialna podjetja prispevajo k inteligentni rasti; ker upoštevajo svoj okoljski vpliv in dolgoročno vizijo, ustvarjajo trajnostno rast; ker se osredotočajo na človeka in socialno kohezijo, predstavljajo bistvo vključujoče rasti« (Mesojedec 2012, 29).

Toda zmotno bi bilo misliti, da je socialno podjetništvo le preprosto orodje, s katerim lahko poskrbimo za šibke. »Skrb za šibke je eden izmed načinov, kako posamezniki prispevajo k civilni družbi, z namenom, da bi postali podjetniki in socialni podjetniki. Socialni podjetnik, ki s socialnim podjetništvom prispeva k trajnostnemu razvoju, se udejanja na mnogih področjih delovanja, ne zgolj z (ali za) deprivilegiranimi ljudmi iz ranljivih socialnih skupin« (Branco 2004, 13).

Če gledamo širšo sliko, se v EU socialni podjetniki največ udeležujejo na področjih socialnega ali delovnega integriranja skupin ljudi, ki so najbolj potrebne pomoči. Poleg

tega so visoko na lestvici tudi storitve, ki se dotikajo zdravstva, oskrbe, izobraževanja in usposabljanja, ter storitve, ki so namenjene predvsem lokalnemu okolju ali predelovalnim dejavnostim. Sledijo jim dejavnosti na področju kulture in prostega časa (Miloševič v Kavaš in drugi 2013, 17).

V Sloveniji se po ugotovitvah Kadunčeve in drugih (2014, 23) registrirana socialna podjetja prav tako najpogosteje ukvarjajo z delovno integracijo in izvajanjem programov, ki pomagajo ogroženim delavcem ponovno vstopiti na delovni trg. Kot pravi Branco (2004, 32), so bili »v preteklosti številni poizkusi opredeljevanja ciljnih skupin ranljivih posameznikov v želji, da bi glede na posebne potrebe posameznih skupin oblikovali učinkovite programe, s katerimi bi ublažili posledice primarne prizadetosti, prikrajšanosti. Prav to je težko doseči, saj je vsak posameznik celota zase, ki zahteva visoko raven posebej zanj prilagojene obravnave« (Branco in drugi 2004, 32). K najbolj ogroženim skupinam ljudi pri nas po mnenju Kadunčeve in drugih (2004, 23) spadajo invalidi, dolgotrajno brezposelni, mladi brezposelni, starejši brezposelni, brezdomci, odvisniki od drog in še nekateri drugi, ZSocP (2011) pa v 6. členu natančneje opredeli ranljive skupine ljudi (za natančnejšo opredelitev glej podpoglavje 4.3 Status socialnega podjetja).

Branco (2004, 32–33) pravi, da »med ranljive skupine prebivalstva sodijo vsi tisti posamezniki, ki jim grozijo posledice socialne izključenosti, ker imajo težave na naslednjih področjih«:

- Na področju zaposlovanja, saj sami niso zmožni dobiti in ohraniti zaposlitve.
- Na področju družine, saj ta prizadetemu posamezniku redko nudi potrebno podporo in razumevanje specifičnosti njegovih potreb.
- Na področju socialne mreže oz. pomanjkanja le-te, saj jo posamezniki izgubijo skozi samoizolacijo, nizko samospoštovanje in izgubo aktivnega življenja.
- Na področju zdravja, kateremu stres zaradi nezadovoljstva nad samim sabo zelo škoduje. Še posebej problematične so večmesečne ali večletne obravnave v zaprtih institucijah, ki se pri človeku kažejo v upadu kompetenc, nesposobnosti reintegracije v družbo in psihosomatskih boleznih.
- Na področju osebnih kompetenc, ki so neučinkovite, če se človek ne more uveljaviti ali napredovati na želenem področju. Od tod izhajajo socialna in komunikacijska nespretnost ter nesamostojnost (Branco 2004, 32–33).

Socialna podjetja se pri reintegraciji ogroženih skupin ljudi na trg dela močno zanašajo na državno financiranje in evropska finančna sredstva. Slednje seveda ne velja za vsa socialna podjetja; nekatera imajo ob registraciji v mislih lastne, specifične finančne vire. Socialni podjetniki v študiji znotraj poročila Kadunčeve in drugih¹ prav tako zatrjujejo, da so socialna podjetja zelo odvisna od prostovoljnega dela menedžmenta in zaposlenih (Kadunc in drugi 2014, 23).

Poleg reintegracije ogroženih skupin ljudi na trg dela pa so pogoste dejavnosti socialnega podjetništva pri nas tudi skrb za okolje in dejavnosti na področju izobraževanja, socialnega varstva, agrikulture, prodaje, gostinstva, zdravstva in kulture (Kadunc in drugi 2014, 23).

Dejavnosti oz. področja, na katerih so socialna podjetja pri nas lahko dejavna, so podrobneje opredeljena v Uredbi o določitvi dejavnosti socialnega podjetništva (glej Razpredelnica 1), ki je bila sprejeta leta 2012 in dopolnjena leta 2014. Pri teh, kot pravi Mesojedčeva (2012, 22), ne gre za klasično tržno dejavnost prodaje blaga in storitev, ki je namenjena vsem, temveč so področja bolj natančno opredeljena, kakor tudi uporabniki.

Socialna podjetja pri nas razdelimo na dva tipa, in sicer na socialno podjetje tipa A – na podlagi dejavnosti, ki jo opravlja, ter na socialno podjetje tipa B – na podlagi ranljive ciljne skupine, ki jo zaposluje (ZSocP 2011, 8. čl.).

Mesojedčeva (2012, 22–30) povzame, da socialna podjetja tipa A izvajajo dejavnosti iz Uredbe o določitvi dejavnosti socialnega podjetništva, v prvem letu trajno zaposlujejo najmanj enega delavca, kasneje pa najmanj dva. Ena izmed zadolžitev je tudi ta, da mora sprva v letnem poročilu izkazati najmanj 40 odstotkov, kasneje pa najmanj 50 odstotkov vseh prihodkov iz dejavnosti socialnega podjetništva. Pri tem velja omeniti, da socialno podjetje sicer lahko opravlja dejavnosti, ki niso striktno

¹ Študija v poročilu *A map of social enterprises and their eco-systems in Europe, Country report: Slovenia (Kadunc in drugi 2014)* vključuje intervjuje z vrsto različnih nosilcev interesov, povezanimi s socialnim podjetništvom v Sloveniji, z namenom preverjanja, posodabljanja in dopolnjevanja sekundarnih virov poročila.

dejavnosti socialnega podjetništva; edina zahteva je, da iz teh dejavnosti ustvarja najmanj polovico svojih prihodkov (Mesojedec 2012, 22–23).

Socialna podjetja tipa B lahko po drugi strani opravljajo katerokoli dejavnost, le ves čas svojega delovanja morajo trajno zaposlovati ljudi iz najbolj ranljivih skupin na trgu dela. Izmed vseh delavcev, ki jih zaposlujejo, mora biti iz ranljivih skupin najmanj tretjina delavcev, kar konec koncev pomeni, da lahko socialno podjetje zaposluje le eno tako osebo (Mesojedec 2012, 25).

Večina trenutno delujočih slovenskih socialnih podjetij proizvaja družbeni učinek skozi ljudi, ki jih zaposluje, in so torej socialna podjetja tipa B. Slednje je predvsem posledica spodbudne zaposlitvene politike in pozitivne zapuščine invalidskih podjetij. Močni vplivi socialnih podjetij so še na področju proizvodnje organske hrane, recikliranja in ravnanja z odpadki, po drugi strani pa je zagotavljanje javnih storitev manj pogosto, saj ima pri tem država še vedno dominantno vlogo, čeprav se večja število koncesij (Kadunc in drugi 2014, 23).

4 IZZIVI SOCIALNEGA PODJETNIŠTVA V SLOVENIJI

Socialna podjetja morajo, prav tako kot klasična, vzdrževati ugled zaupanja vredne in uspešne organizacije, saj lahko le na ta način pritegnejo usposobljen kader, investitorje ipd. Vseeno se socialna podjetja soočajo z nekaterimi dodatnimi izzivi; Austin (2006) meni, da predvsem na področju človeških virov oz. omejenem dostopu do najboljših strokovnjakov, manjšemu številu potencialnih virov financiranja in z omejenimi možnostmi spreminjanja dolgoročnih ciljev socialnega podjetja. Cilj oz. sam namen podjetja je namreč primarni razlog pridobitve nekaterih finančnih sredstev, ki so namenjena sledenju izključno vnaprej določenih ciljev. Iz tega sledi, da socialna podjetja nimajo neomejenega manevrskega prostora, da bi se spreminjala, četudi v smeri večje uspešnosti. Nekatera podjetja se zato usmerijo v profitno podjetništvo, saj jim je na ta način omogočen dostop do komercialnih kapitalnih trgov, s tem pa bolj konkurenčne plače za zaposlovanje kompetentnih človeških virov (Austin 2006).

Tudi Dees (1998) se strinja, da so si socialna in klasična podjetja v marsičem podobna, še več, po njegovem so socialni podjetniki le ena od vrst podjetnikov – so podjetniki s socialno misijo, z miselnostjo in vedenjem, ki se lahko manifestira kjerkoli v podjetništvu. Vendar pa se zaradi socialne usmerjenosti svoje misije soočajo z nekaterimi specifičnimi izzivi, prav tako pa misija oblikuje njihove priložnosti na trgu. Od klasičnega podjetništva se razlikujejo tudi po tem, da je njihov vpliv oz. doprinos težko izmeriti v ekonomskem merilu. Zaradi tega prosti trg tudi ni tisti, ki determinira, ali je neko socialno podjetje uspešno ali ne, in ga posledično ne more eliminirati, če ne zadovoljuje vseh pogojev (Dees 1998).

Kot je že bilo omenjeno, se zanimanje za socialno podjetništvo veča, toda istočasno se ne posveča dovolj pozornosti kompleksnim in perečim zadevam, s katerimi se socialna podjetja soočajo. Eno izmed glavnih vprašanj, ki se postavlja, je, ali je socialno podjetje oz. takšne vrste ekonomska dejavnost sploh zmožna preživeti in kakšne so njene potrebe po podpornih strukturah. Ker se obstoj socialnih podjetij samoumevno predvideva, se tudi ne izpostavlja vloge, ki jo pri obstoju teh podjetij igrajo vlade. V sklopu problematike dostopa do finančnih sredstev imajo socialna podjetja dve možnosti; ali ostanejo znotraj zakonskih okvirjev in imajo tako odprt dostop do javnih finančnih sredstev ali pa pristanejo na prostem trgu, kjer morajo sama zbrati potrebna sredstva za delovanje. Socialna podjetja so še posebej ranljiva in dovzetna za

spremembe v politiki, ki se tičejo njihove upravičenosti do javne denarne pomoči ali nadomestil (Bacchiaga in Borzaga v Mendell in Nogales 2009, 8).

Hadzi-Miceva in Bullain (v OECD 2013, 18–19) sta v svoji raziskavi, ki se je osredotočala na države osrednje in vzhodne Evrope, opazila, da so nekateri finančni viri v enih državah pomembnejši kot v drugih. Za socialna podjetja bi bilo dobro, da države razvijejo pravno okolje, ki bi jim omogočalo dostop do vseh možnih oblik finančnih virov. Na primer, olajšanje socialnim podjetjem, da se ukvarjajo z dobičkonosnimi aktivnostmi, jim omogoča, da nudijo storitve in produkte, za katere morda drugače ne bi prejeli finančnih spodbud. Hadzi-Miceva in Bullain (v OECD 2013, 19) prav tako ugotavljata, da se viri dohodkov razlikujejo glede na področje udejstvovanja socialnih podjetij, in sicer da so načeloma zdravstvene in socialne storitve deležne višje stopnje državnega financiranja.

Zaloga finančnih sredstev v Sloveniji naj ne bi bila zadosti velika, da bi zadovoljila vse potrebe po financiranju socialnega podjetništva. V študiji, izvedeni s strani Kadunčeve in drugih, naj bi investitorji menili, da socialna podjetja nimajo izvedljivega, potencialno uspešnega poslovnega modela, kar je tudi razlog za skromne finančne vire. Nadalje naj menedžerji socialnih podjetij ne bi imeli znanja o finančnih priložnostih zunaj okvirjev državne ali evropske podpore. To pomanjkanje znanja je povezano s tem, da večina vodilnih v socialnih podjetij prihaja iz neprofitnega sektorja, ki se pravilo ma zanaša na javno podporo, ni pa jih veliko s poslovnim ozadjem (Kadunc in drugi 2014, 17).

Pavel in Štefanič (2005, 34) ugotavljata, da lahko tudi lokacija socialnega podjetja predstavlja velik izziv; zelo je namreč povezana z njegovo uspešnostjo oz. izvajanje m neke dejavnosti. Pri tem je odločilnega pomena njegova povezanost z lokalnim tržiščem in podobo, lokalnimi socialnimi partnerji, investitorji, potrošniki, dobavitelji, družinami, gospodinjstvi in skupnostjo, saj so možnosti za uspeh mnogo višje na manjšem, lokalnem tržišču kot pa na trgu masovne produkcije. »Izogibati se moramo proizvodnji blaga in izvajanju storitev, v katere moramo ogromno vlagati in ne prinašajo dobička. Zaželena je visoka kakovost in manjša produkcija. To pa povzroča težave pri iskanju tržnih idej in niš za dejavnost, saj velik del socialnih podjetij ali socialnih organizacij proizvaja izdelke in nudi storitve v zelo neugodnih tržnih okoliščinah« (Pavel in Štefanič 2005, 34).

Sektor socialnega podjetništva v Sloveniji je relativno mlad in se kot tak še razvija na vseh področjih; finančnem, zakonodajnem, političnem, pa tudi na področju obveščanja javnosti o obstoju in dejavnostih socialnega podjetništva. Ključne ovire in izzivi pri razvoju, kot jih vidijo sodelujoči v študiji iz poročila Kadunčeve in drugih (2014, 29–30) o stanju socialnega podjetništva v Sloveniji, so naslednje:

- Dostop do finančnih sredstev, ki je omejen tako z zunanjimi kot tudi notranjimi ovirami. Zunanje ovire se kažejo v pomanjkanju javne podpore, banke in ostale finančne institucije pa ne ponujajo socialnih investicij ali mikrokreditov, saj je njihovo vedenje o tem sektorju zelo slabo. Prav tako so ugotovili, da je Program ukrepov 2014–2015 za izvajanje strategije razvoja socialnega podjetništva za obdobje 2013–2016 takrat še čakal na uresničitev. Notranje ovire se kažejo v tem, da se socialni podjetniki v veliki meri zanašajo na javno finančno podporo, njihov tržni uspeh pa je omejen. Prav tako je trenutni sektor socialnega podjetništva v Sloveniji premajhen, da bi pritegnil večje, internacionalne investitorje. Temu naj bi botrovalo dejstvo, da so socialna podjetja usmerjena preveč lokalno, kar pa ni privlačno za tuje investitorje (Kadunc in drugi 2014, 19).
- Pomanjkanje notranje usposobljenosti socialnih podjetij, saj je bilo veliko teh ustanovljenih s strani nevladnih organizacij, ki jim pogosto manjkajo znanje in spretnosti, da bi prešli od financiranja na podlagi projektov k ustvarjanju dobička na trgu. Velja splošen konsenz, da socialnim podjetnikom manjkajo podjetniške, poslovne in finančne spretnosti. Opaziti je bilo tudi vedno večjo popularnost socialnega podjetništva, kar pa se nemalokrat kaže v tem, da se ljudje odločijo, da bodo ustanovili socialno podjetje brez primerne predhodne raziskave trga, izvedljivega poslovnega modela ali znanja o samem trgu oz. industriji (Kadunc in drugi 2014, 29).
- Oviro predstavlja tudi vladna politika, saj naj bi primanjkovalo vladnih spodbud za registracijo organizacij kot socialnih podjetij, prav tako pa vlada ne nudi dovolj informacij o vseh podpornih priložnostih na občinskih ravneh. Program ukrepov ni vključeval ukrepov, usmerjenih k lažjemu dostopu do finančne podpore in spodbud za razvoj podjetniških veščin, trenutni vladni ukrepi za podporno okolje pa se večinoma fokusirajo na socialna podjetja tipa B in zapostavljajo podjetja tipa A. Vladni uslužbenci prav tako niso dovolj usposobljeni za oblikovanje politike, ki se nanaša na socialno podjetništvo, k temu pa gotovo ne pripomorejo tudi pogoste

menjave ministrov in vladnih uslužbencev. Vsa ministrstva, poleg Ministrstva za gospodarski razvoj in tehnologijo, ki jih socialno podjetništvo na kakršenkoli način zadeva, imajo zakonodajno dolžnost in obvezo, da ga na svojem področju razvijajo, kar pa v praksi ne drži vedno (Kadunc in drugi 2014, 29).

- Večji izziv, s katerim se soočajo socialna podjetja pri nas, je davčni sistem, ki jim ne nudi nobenih davčnih olajšav ali koristi, a obenem zahteva obširna vsakoletna poročila in pravni režim, ki postavlja visoke pogoje za ohranjanje statusa, še posebej za novo registrirana socialna podjetja (Kadunc in drugi 2014, 29).
- Mnenja glede pomanjkanja zunanje poslovne podpore oz. dostopa do podpornih struktur so deljena. Nekateri udeleženci v študiji (Kadunc in drugi 2014, 30) menijo, da imamo trenutno dovolj zunanje poslovne podpore za tiste socialne podjetnike, ki jo iščejo. Drugi trdijo, da podpore ni in da so se sami naučili ter pridobili informacije o socialnem podjetništvu, zdaj pa to znanje predajajo naprej začetnikom. Spet tretji menijo, da socialni podjetniki sploh ne iščejo zunanje podpore. Vsi pa se načeloma strinjajo, da manjka pripravljenosti za investicije in pomoči pri finančnem svetovanju (Kadunc in drugi 2014, 30).
- Izziv predstavlja tudi obveščenost javnosti o socialnem podjetništvu. Čeprav v zadnjem času narašča trend kupovanja lokalno pridelane in ekološke hrane, je splošno vedenje potrošnikov, da lahko kupujejo hrano od lokalnih socialnih podjetij namesto profitnih podjetij, ki prodajajo ekološko hrano, še vedno majhno. Prav tako je v javnosti še vedno prisotno zmotno prepričanje, da so socialna podjetja ostanek preteklega socialističnega režima (Kadunc in drugi 2014, 30).
- Izziv so tudi tržni pogoji, saj je zaradi ekonomske krize narastla brezposelnost, potrošnja pa zato posledično padla. Naraščanje socialnih problemov bi po drugi strani lahko bil dober pogoj za ustanovitev socialnih podjetij (Kadunc in drugi 2014, 30).

Trbanc in Polajner (2013, 6–7) probleme in ovire razvoja socialnega podjetništva razdelita v štiri skupine. V prvi skupini so problemi, povezani z razdelitvijo odgovornosti za razvoj, in sicer med relevantne državne organe in lokalne skupnosti oz. občine. V drugo skupino spadajo problemi, povezani s pogoji registracije, izvršitve nima zakoni in strategijo razvoja. V tretjo skupino spadajo problemi, povezani s trenutno situacijo, dosedanjimi izkušnjami in vlogo nevladnih organizacij. V četrto skupino pa

spadajo problemi, povezani s situacijo, ki vpliva na motivacijo nekaterih socialno ogroženih skupin ljudi (težko zaposljivih) za delo.

Enega izmed problemov torej Trbanc in Polajner (2013, 5–6) vidita v nezadostni podpori, ki jo socialnemu podjetništvu nudijo ostala ministrstva in občine. Razvoj in podpora je prvenstveno naloga Ministrstva za gospodarski razvoj in tehnologijo, čeprav bi slednje moralo biti le eno od odgovornih ministrstev. Po ZSocP so vsa, razen Ministrstva za zunanje zadeve, dolžna sodelovati v Svetu za socialno podjetništvo in spodbujati razvoj socialnih podjetij na področjih, ki so v njihovi pristojnosti. Eden glavnih razlogov za nizko odzivnost in interes s strani ostalih ministrstev leži v pogostih spremembah v vladi in posledično menjavah vodilnih, novi poslanci in ministri pa večinoma vedo le malo o socialnem podjetništvu, saj jim to predstavlja nov koncept. Avtorja ugotavljata tudi, da je odziv in interes lokalnih skupnosti nizek ter da na lokalni ravni obstaja zelo malo podpore socialnim podjetjem. Ta bi morala v svojem principu odgovarjati prav na probleme lokalne skupnosti in zrasti iz tako imenovanih iniciativ »od spodaj navzgor«. Razlog deloma leži v pomanjkanju informacij in znanja o socialnem podjetništvu na lokalni ravni, deloma pa v tem, da je Slovenija zelo fragmentirana, saj ima veliko občin (Trbanc in Polajner 2013, 5–6).

Trbanc in Polajner (2013, 6) nadaljujeta, da Strategija razvoja socialnega podjetništva izključuje druge nevladne organizacije (društva, zadruga, zavode in ustanove) kot potencialne akterke, ki bi jo lahko pomagale izvajati. Vlogo implementacije Strategije imajo samo ministrstva in lokalne skupnosti oz. občine, pripravlja pa jo Svet za socialno podjetništvo, ki vključuje predstavnike vlade in nekaj zunanjih članov, med drugim predstavnike socialnih podjetij. V Svet niso vključeni predstavniki nevladnih organizacij, razen če sami predstavniki socialnih podjetij izhajajo od tam (Trbanc in Polajner 2013, 6).

Trbanc in Polajner (2013, 6) prav tako opažata, da so pogoji za obdržanje statusa socialnega podjetja (pre)strogi; največ kritik so deležni predvsem pogoji zaposlovanja, kajti socialna podjetja tipa A morajo v prvem letu zaposliti vsaj enega, nadalje pa vsaj dva zaposlena, medtem ko morajo socialna podjetja tipa B stalno zaposlovati vsaj tretjino oseb iz ranljivih skupin.

Problem predstavljajo tudi omejitve področij, na katerih lahko socialna podjetja delujejo. Te so določene predvsem zaradi tega, da socialna podjetja ne bi predstavljal

nepravične konkurence tržnim podjetjem, saj imajo določene prednosti, kot je npr. nadomestilo za plače zaposlenih iz ranljivih skupin (vsaj v prvih nekaj letih delovanja) (Trbanc in Polajner 2013, 6). Izkazalo se je, da je to precej kontradiktorna omejitev – od socialnih podjetij se po eni strani pričakuje, da po začetni finančni podpori delujejo samostojno, po drugi strani pa jih država omejuje na področja, ki poslovno niso preveč perspektivna. Socialnim podjetjem npr. ni dovoljeno izvajati (splošnih) turističnih dejavnosti, lahko pa delujejo na področju tako imenovanega socialnega turizma (Trbanc in Polajner 2013, 6).

Problematicni so tudi neustrezni motivi za ustanovitev socialnega podjetja. Ta so do zdaj večinoma izhajala iz projektov nevladnih organizacij, kot reakcija le-teh na družbene potrebe in kot orodje za pridobivanje projektnih finančnih sredstev (iz razpisov). To pa ni dobra podlaga za dolgoročno uspešno perspektivnost socialnega podjetja, saj po slovenskih izkušnjah taka socialna podjetja pogosto propadejo skupaj s porabo javnih finančnih sredstev (Trbanc in Polajner 2013, 7).

Avtorja ugotavljata tudi nezadostnost ali sploh pomanjkanje izkušenj socialnih podjetij na področju marketinga in ekonomskega poslovanja. Ta sicer imajo veliko pomembnih izkušenj z delom z različnimi ranljivimi skupinami, toda z očitnim pomanjkanjem poslovnih in ekonomskih izkušenj ter znanja (Trbanc in Polajner 2013, 7). Prav tako se včasih socialna podjetja soočajo s pomanjkanjem motivacije potencialnih zaposlenih iz ranljivih skupin, saj so nadomestila, ki jih taki ljudje dobijo, višja ali pa enaka kot plača, ki jo lahko pričakujejo, če se zaposlijo v socialnem podjetju. Še več, v nekaterih primerih se morajo, če sprejmejo delo, invalidnini odpovedati, do nje pa v primeru, da izgubijo službo, niso več upravičeni (Trbanc in Polajner 2013, 7).

4.1 Razlike v razumevanju socialnega podjetništva

»Socialni, gospodarski in avtonomni projekti sami zase neposredno ne morejo proizvajati učinkov socialne ekonomije. V ta namen se morajo povezati med sabo. Ko se gospodarski motivi razvoja povežejo s socialnimi in v enakopravnem sodelovanju ustvarjajo gospodarske in socialne učinke, imamo opraviti s klasičnim socialnim podjetništvom. Gospodarski projekti, ki poleg dobička zasledujejo tudi cilje ohranjanja svoje samostojnosti, se uresničujejo kot projekti, namenjeni gospodarski avtonomiji. To so vzemimo vsi samooskrbni projekti kot na področju zagotavljanja prehranske

varnosti ali energetske samozadostnosti in tudi gospodarski projekti, namenjeni varovanju okolja. V tej skupini so projekti, ki jih sicer vodi motiv dobička, vendar pogojeno s trajnostno izrabo bogastev, kjer so dolgoročni učinki v ospredju« (Radej 2010, 44).

Galera in Borzaga (v OECD 2013, 18) sta v svoji širši geografski študiji socialnega podjetništva leta 2009 prišla do ugotovitev, da se razumevanje socialnega podjetništva sicer med državami močno razlikuje, po njunem mnenju pa sta razvidna vsaj dva prevladujoča toka razmišljanja, kako je prišlo do samega nastanka socialnih podjetij. Na podlagi prvega toka so socialna podjetja novi načini delovanja in poslovanja na vmesnih področjih med javnim in profitnim sektorjem, ki so se razvili iz (ponovnega) višanja pomena neprofitnih organizacij pri nudenju storitev, delovne integracije in skrbi za skupnost. Drugi tok, prevladujoč v Ameriki, pa odseva prepričanje, da socialna podjetja nastanejo iz želje neprofitnih organizacij po višanju svojih prihodkov, zaradi česar se začnejo ukvarjati s komercialno dejavnostjo, ki je lahko, ali pa tudi ne, povezana z njihovimi socialnimi cilji.

Tudi v Sloveniji obstajajo, kljub uradni definiciji, razhajanja in zmotne predstave o tem, kaj socialno podjetje v resnici je. Nekateri menijo, da socialna podjetja ne bi smela težiti k višanju svojih prihodkov, drugi verjamejo, da so le zadruge prava pravnoorganizacijska oblika socialnih podjetij (Kadunc in drugi 2014, 3). Milošević (2013, 76) meni, da morajo »socialna podjetja prihodke ustvarjati primarno s prodajo blaga in storitev na trgu, saj je bistvena komponenta socialnega podjetništva, poleg družbenih učinkov, tudi finančna uspešnost«. Mesojedčeva (2012, 13) po drugi strani meni, da mora socialno podjetje dajati prednost svoji socialni misiji in ne ustvarjanju dobička, da pa je njegova tržna uspešnost zelo pomembna, saj je, kot pravi, »socialno podjetništvo del socialne ekonomije, ki ima največ gospodarskih značilnosti,« in da predstavlja »tržen odgovor na reševanje socialnih, okoljskih, lokalnih in drugih problemov in ima za primaren cilj zagotavljanje družbenega blagostanja« (Mesojedec 2012, 20).

Nosilci interesov socialnega podjetništva v Sloveniji so bili v študiji Kadunčeve in drugih (2014) enotni pri priznavanju pomembnosti obeh, tako podjetniške kot tudi socialne dimenzije socialnih podjetij. Mnenja se razlikujejo glede na samo stopnjo tržne naravnosti. Tako na primer eden izmed (socialnih) investorjev meni, da bi morali

vsi prihodki socialnih podjetij izhajati iz tržnih virov, torej iz njihovega uspeha na trgu, medtem ko predstavnik socialnega podjetja tipa B meni, da je dovolj, če delež prihodkov iz trga doseže največ 50 odstotkov (Kadunc in drugi 2014, 3).

Mnenja se med deležniki razlikujejo tudi glede socialnih ciljev oz. misije in na kakšen način si socialna podjetja zadajo, da jih bodo dosegla. Nekateri namreč socialna podjetja razumejo večinoma kot podjetja, ki z delom vključujejo ranljive skupine ljudi (tip B), drugi pa opozarjajo na veliko vlogo sodobnejših socialnih podjetij tipa A, katerih zaposleni ni nujno, da izhajajo iz ranljivih družbenih skupin, dokler delujejo na področjih, določenih s strani ZSocP (Kadunc in drugi 2014, 3).

Deležniki imajo različna mnenja tudi, kar se tiče vodenja oz. uprave. Nekateri menijo, da upravi pri odločanju ni treba uradno predstavljati interesov vseh deležnikov in da je dovolj transparentnost upravljanja socialnega podjetja. Spet drugi pravijo, da je prisotnost vseh deležnikov pri odločanju ključnega pomena in da ravno to predstavlja definicijo socialnega podjetja (Kadunc in drugi 2014, 3).

Biti ekonomsko konkurenčen klasičnim podjetjem je izredno težavno, saj se socialna podjetja pogosto ukvarjajo z dejavnostjo ali proizvajajo izdelke, ki nimajo visokega dobičkonosnega potenciala. Prav tako je zaposlovanje ljudi iz ranljivih skupin precej tvegano, saj so velikokrat v kapitalističnem smislu manj konkurenčni (Mesojedec 2012, 20). Manj konkurenčni od ostalih zaposlenih so lahko zaradi psihičnih ali fizičnih ovir, lahko pa tudi samo zaradi stereotipov ali pomanjkanja izkušenj.

Trbanc in Polajner (2013, 4) ugotavljata, da je stranski učinek tega, da je bilo socialno podjetništvo do leta 2015 pod okriljem Ministrstva za delo, družino in socialne zadeve, pretesno povezovanje socialnega podjetništva in socialnih podjetij s socialno in delovno zakonodajo, kar je povzročilo, da ostala ministrstva in drugi zadolženi za podpiranje njegovega razvoja niso prevzeli te odgovornosti, socialnemu podjetništvu namenjena finančna sredstva pa so bila razporejena na način, ki ni podpiral njegovega vsestranskega razvoja.

4.2 Vpliv oblikovalcev politike na razvoj socialnega podjetništva

Želje o tem, kakšna naj bi bila podpora vlade oz. oblikovalcev politike socialnemu podjetništvu, so verjetno pod vplivom trenutne, že omogočene javne podpore v

določeni regiji ali državi, saj so udeleženci raziskave *Job creation through the social economy and social entrepreneurship*,² ki jo je izvedla Organizacija za gospodarsko sodelovanje in razvoj (v nadaljevanju OECD), pogosteje izrazili željo po večji intenzivnosti tiste podpore, ki že obstaja, kot pa predlagali nove politične ideje na tem področju (OECD 2013, 60). Slednje podpira Mendellovo in Nogalesovo (v OECD 2013, 60) tezo, da narava državne oz. vladne participacije največkrat odraža zgodovinsko vlogo, ki jo je imela v različnih državah oz. njihovih zgodovinskih kontekstih.

V isti raziskavi je več udeležencev iz različnih območij izrazilo željo, da bi vlada pravočasno nudila finančno podporo, da bi znižala davke ali pa poenostavila kompleksne zakone, ki otežujejo zaposlovanje ljudi. V manjši meri si želijo, da bi oblikovalci politik igrali večjo vlogo pri podpori socialne ekonomije z omogočanjem dostopa do brezplačne poslovne podpore ali nasvetov in pri spodbujanju socialnih podjetij, da delujejo skupaj in si na ta način delijo tako stroške kot tudi prihodke (OECD 2013, 60).

Udeležence raziskave (OECD 2013, 60) so prav tako vprašali, kako si želijo, da jim oblikovalci politike pomagajo pri ustvarjanju in ohranjanju zaposlitev ter pri kreiranju priložnosti za delovno reintegracijo ogroženih ljudi. S strani vseh udeležencev je bilo jasno izraženo mnenje, da je odgovornost vlade, da finančno podpira to socialno dimenzijo njihovega dela; da jim je torej višek stroškov zaposlitve in podpore ljudi iz ogroženih skupin povrnjen skozi subvencije njihovih plač, saj ga ne bi bilo, če bi zaposlili delavca, ki ne spada v katero izmed teh skupin. Oblikovalci politike imajo večkrat zmotno prepričanje, da lahko socialna podjetja v celoti nadomestijo vladno podporo delovni reintegraciji. Vedeti pa moramo, da veliko področij, na katerih so socialna podjetja dejavna, ni izredno dobičkonosnih, zato nekatera socialna podjetja težko zagotavljajo minimalno plačo svojim zaposlenim, kaj šele, da bi jim nudila dodatno podporo in hkrati imela možnost tekmovanja na širšem prostem trgu (OECD

² Raziskava želi ugotoviti, kako se organizacije socialne ekonomije iz različnih delov sveta spopadajo z nespodbudno ekonomsko situacijo, ali so zmožna proizvajati nova delovna mesta, predvsem za socialno ogrožene skupine ljudi, in kako lahko po njihovem mnenju oblikovalci politike prispevajo k razcvetu socialne ekonomije. Anketirani so bili lokalni strokovnjaki s področja socialne ekonomije in predstavniki socialnih organizacij iz Avstralije, Belgije, Kanade, Francije, Italije, Luksemburga, Romunije in Švedske (OECD 2013, 24–25).

2013, 61). Čeprav zaposleni v socialnih podjetjih motivacije za delo ne vidijo samo v denarju, temveč tudi v zadovoljstvu z delom, ki podpira njihove vrednote, pa to še ne pomeni, da bi morali biti finančno prikrajšani (OECD 2013, 65).

Zato udeleženci raziskave menijo, da bi bila potrebna neprekinjena in okrepljena vladna podpora za tista socialna podjetja, ki zaposlujejo socialno ogrožene ljudi, saj bi s tem izboljšali tudi same pogoje dela, skozi vladne subvencije pa bi bila zagotovljena minimalna plača. Prav tako so udeleženi iz različnih držav izrazili željo, da jim država finančno pomaga pri usposabljanju svojega osebja (OECD 2013, 61). Oblikovalci politike naj bi prav tako preozko definirali skupine socialno ogroženih ljudi in bilo bi bolje, če bi socialna podjetja sama prepoznala ranljive posameznike, ki jih želijo zaposlovati. Poudarjeno je bilo tudi, da bi morali oblikovalci politike v pogovoru z akterji socialne politike razpravljati o tem, kako bi se lahko oblikovale realnejše politike, saj nekateri menijo, da primanjkuje pristnega političnega interesa in dogovora s socialnimi podjetji. Posebej med manjšimi socialnimi podjetji vlada občutek, da bi oblikovalci politike lahko olajšali izboljšanje kvalitete dela, in sicer z zastopni centralizirano podporo in usposabljanjem za socialna podjetja, mogoče s skupnimi prostori, v katerih bi lahko nova, mlajša socialna podjetja delila svoje znanje in se učila na primerih najboljših praks, prišlo pa je tudi do predlogov, da bi se o socialnem podjetništvu več govorilo v izobraževalnih ustanovah oz. fakultetah. Nekateri udeleženci menijo, da bi se moralo administrativno breme zmanjšati, čeprav se najdejo tudi taki, ki menijo, da bi se moralo socialna podjetja oz. njihove prakse zaposlovanja bolj nadzorovati, saj vse trenutno niso optimalne. Večina si jih želi, da bi vlada bolj podpirala socialna podjetja znotraj političnih diskurzov, saj bi s tem pokazala, da je socialna ekonomija enakopraven ekonomski akter, skupaj s privatnim in javnim sektorjem (OECD 2013, 61–62).

V Sloveniji je poleg Ministrstva za gospodarski razvoj in tehnologijo ter ostalih vladnih institucij in oddelkov, ki izvajajo politiko, podporne instrumente, ukrepe in infrastrukturo za socialno podjetništvo (SKUP, KNOF ipd.), Svet za socialno podjetništvo odgovoren za oblikovanje politike in pripravo strategije za razvoj socialnih podjetij. Ta sprva ni veliko prispeval k razvoju, kar je vodilo v nezadovoljstvo socialnih podjetnikov, Združenje Socialna ekonomija Slovenije (oz. Forum socialnega podjetništva, kot se je takrat imenoval) pa je, kot ena glavnih platform mreženja

slovenskih socialnih podjetnikov, v javnem pismu Svetu leta 2012 izrazil nezadovoljstvo nad odlašanjem priprave prve strategije (Kadunc in drugi 2014, 4).

Prva Strategija za razvoj socialnega podjetništva za obdobje 2013–2016 je bila objavljena julija 2013, za to obdobje pa si je zastavila 3 visoke cilje (Kadunc in drugi 2014, 4–6):

- Povečati prepoznavnost socialnega podjetništva in poučiti ljudi o njegovih načelih.
- Nadgraditi in izboljšati obstoječe podporno okolje za socialno podjetništvo, in sicer s prilagajanjem zakonodaje, gradnjo poslopij, večanjem kapacitet pisarn VEM, ki pomagajo pri birokraciji in sami ustanovitvi podjetij, ter prenašanje te pomoči na socialna podjetja in njihovo registracijo. Sem spada tudi organiziranje usposabljanj za menedžerje socialnih podjetij, da bi bolje upravljali s svojimi zaposlenimi iz ranljivih skupin ljudi.
- Promocija, podpiranje in svetovanje o socialnem podjetništvu v ruralnem okolju (kmetom) in specifično v Pomurju. Promoviranje socialnega podjetništva na področju kulture oz. finančna podpora start up socialnim podjetjem na področju medijske industrije in razvoj novih produktov ter storitev na tem področju. Promoviranje zaposlovanja ljudi iz ranljivih skupin, in sicer s subvencijami za 1500 plač v obdobju od leta 2013 do 2016, z razvojem in organiziranjem delavnic za socialna podjetja tipa B ter z usposabljanjem tistih, ki delajo z ranljivimi skupinami (Kadunc in drugi 2014, 4–6).

Nosilci interesov v študiji Kadunčeve in drugih vidijo v Strategiji in programu ukrepov za razvoj socialnega podjetništva precej šibkosti, saj naj bi bili ukrepi večinoma osredotočeni na socialna podjetja tipa B, prav tako pa naj ne bi vključevali ukrepov za lajšanje dostopa do finančnih sredstev in podpore (Kadunc in drugi 2014, 7). Prav v slednjem pa večina deležnikov socialnega podjetništva v Sloveniji vidi največjo pomanjkljivost, saj največjo nujo po ukrepanju vidijo prav v zagonskih finančnih sredstvih, ki bi jim omogočila prvo ustanovitev in nato nadaljnje delovanje, v ugodnejših kreditih, dodelitvah koncesij socialnim podjetjem in možnosti cenejšega ali brezplačnega najema občinskih prostorov, kjer bi lahko opravljala svojo dejavnost (Milošević 2013, 97).

Računsko sodišče je revidiralo aktivnosti Ministrstva za delo, družino, socialne zadeve in enake možnosti (pod okriljem katerega je bilo takrat socialno podjetništvo) pri

učinkovitem načrtovanju in izvajanju javnih razpisov ter ocenilo, da je bilo »ministrstvo pri načrtovanju in izvajanju javnih razpisov leta 2009 in 2012 delno uspešno, saj ciljev ni načrtovalo na podlagi ugotovljenih potreb delodajalcev na trgu, ni predvidelo ciljnih rezultatov zaposlovanja in usposabljanja na podlagi sofinanciranja za oba javna razpisa v daljšem časovnem obdobju ter ni izdelalo evalvacije doseganja ciljev kot povratne analize zaključenega javnega razpisa iz leta 2009« (Računsko sodišče 2015, 4).

Računsko sodišče je prav tako ugotovilo, da se pri načrtovanju javnih razpisov ni posvetovalo z ministrstvom, pristojnim za gospodarstvo, kar ima za posledico pomanjkanje ekonomskega in tržnega znanja, ki bi omogočilo višjo stopnjo doseganja ciljev obeh javnih razpisov. Ministrstvo na podlagi javnega razpisa iz leta 2009 prav tako ni pridobilo ustreznih povratnih informacij o njegovi dejanski učinkovitosti, s katerimi bi lahko bolje načrtovalo nadaljnje javne razpise in ukrepe za spodbujanje socialnega podjetništva (Računsko sodišče 2015, 4–5). »Poleg tega ministrstvo ni izdelalo načina razporejanja sredstev med projekti na podlagi ocenjenih upravičenih stroškov projektov, s čimer bi omogočilo sofinanciranje projektov z boljšo poslovno idejo in poslovno-finančno vzdržnostjo, kar bi omogočilo dolgoročno zaposlitev več osebam iz ranljivih ciljnih skupin« (Računsko sodišče 2015, 5).

Na splošno se organizacijam civilne družbe ne zdi, da bi na kakršenkoli znatnejši način vplivale na javne politike, »vendar pa neuspeha ne moremo prevladujoče pripisati civilni družbi, saj že kazalnik aktivnosti civilnodružbenih organizacij pri prizadevanju za posamezne javne politike kaže precej visoko vrednost« (Rakar 2011, 46). Organizacije se prav tako zavedajo določenih pomanjkljivosti, ki jim niso v pomoč pri poskusih vplivanja na oblikovalce politike (npr. pomanjkanje strokovnosti), a je iz študij moč opaziti tudi to, da »država vodi navidezen dialog in zgolj formalno vključuje civilno družbo v proces oblikovanja in izvajanja javnih politik, hkrati pa vzpostavlja ‚arms-length‘ privilegirane povezave z nekaterimi organizacijami civilne družbe (na primer mladinska politika, politika do invalidov ipd.)« (Rakar in drugi 2011, 46).

Nekoliko večji, čeprav še vedno zanemarljiv vpliv, naj bi imele organizacije na področju okoljskih in socialnih dejavnosti ter na področju kulturne politike, saj so ravno to področja, katerih problematike trenutno najbolj zadevajo družbo. Kljub temu da so to področja, kjer so organizacije civilne družbe najbolj dejavne, je njihov vpliv na politiko še vedno razmeroma majhen (Rakar in drugi 2011, 46–47).

4.2.1 Vpliv oblikovalcev politike na financiranje socialnega podjetništva

»Uspešnost socialnih podjetij je v mnogočem odvisna od zmožnosti pridobiti finančna sredstva za svoje delovanje. Uspešnost pridobivanja sredstev pa je odvisna od uspešnosti samega socialnega podjetja, kot tudi od naklonjenosti finančnega okolja za podporo socialnemu podjetništvu« (Šporar v Kavaš in drugi 2013, 76). Kot so poudarili udeleženci v raziskavi (v OECD 2013, 60), bi morala državna finančna podpora zajemati več kot le kratkotrajno pogodbeno financiranje, saj taka oblika otežuje planiranje za naprej, prav tako pa tekmovanja za finančna sredstva spodkopavajo pozitivne odnose in sodelovanja med socialnimi podjetji. Namesto tega se jim primernejša zdijo nadomestila in dolgoročne subvencije.

Šporar (v Kavaš in drugi 2013, 74) meni, da bi morali v Sloveniji »okrepiti financiranje in razvoj ponudnikov finančnih storitev za socialno podjetništvo, zagotoviti pluralnost trga finančnih produktov ter zadosten obseg sredstev na njem«. To področje se razvija, saj je v obdobju od leta 2014 do leta 2015 pristojno ministrstvo skupaj namenilo 12,7 milijona evrov za spodbujanje socialnega podjetništva v Sloveniji, od česar je polovica sredstev izhajala iz skladov EU. Od tega je bilo 69 odstotkov finančnih sredstev namenjenih promoviranju tretjega cilja Strategije razvoja socialnega podjetništva, in sicer zaposlovanju ljudi iz ranljivih skupin, 20 odstotkov sredstev je bilo namenjenih za subvencioniranje plač težje zaposljivih ljudi, 15 odstotkov sredstev pa podpora pri spodbujanju socialnega podjetništva v ruralnem okolju (Kadunc in drugi 2014, 5–7).

Za zagotovitev pluralnosti finančnih produktov bi bilo najprej treba zmanjšati administrativne ovire in nato same produkte tudi razviti. Pod takšne ukrepe bi spadalo ugodnejše vodenje ali celo brezplačen transakcijski račun, ugodnejši limiti, hibridni in mikrokrediti ter nevrtačljiva posojila, investicije v družbene učinke in trajnostno bančništvo (Šporar v Kavaš in drugi 2013, 74–75). Če želijo oblikovalci politike podpreti socialno podjetništvo, mu morajo torej zagotoviti potrebna finančna sredstva. To bi lahko dosegli z »integracijo socialnega podjetništva v sredstva EU strukturnih skladov, zlasti glede na aktualnost sprejemanja podlag za finančno perspektivo do leta 2020, z integracijo socialnega podjetništva v razpise za nepovratna javna sredstva na državnem in lokalnih nivojih ter z uporabo načela subsidiarnosti drugih finančnih virov za racionalno porabo javnih sredstev« (Šporar v Kavaš in drugi 2013, 75).

Poleg zagotavljanja potrebnih finančnih sredstev za ustanavljanje, delovanje in razvoj socialnih podjetij pa bi bilo treba financirati tudi usposabljanja in zbiranje znanja na tem področju. Socialnim podjetnikom bi bilo treba približati možnosti prehoda iz povratnih k nepovratnim sredstvom, z različnimi dejavnostmi bi bilo treba pritegniti tuje socialno finančne vlagatelje, domače pa poučiti, da socialna podjetja niso le odgovor na družbene probleme, temveč da so lahko istočasno produktivna, konkurenčna, inovativna in zato zanimiva za investiranje ter da lahko gospodarskim subjektom omogočijo vstop na finančno socialne trge. Z usposabljanjem zaposlenih v državnih in lokalnih upravah bi omogočili boljši pretok informacij in porabo finančnih sredstev, z uvajanjem skupnega sistema za merjenje vplivov in učinkov socialnih podjetij pa bi vzpostavili sistem, ki bi omogočal večjo preglednost in poročanje o rezultatih delovanja socialnih podjetij, kar bi omogočilo vzpostavljanje odnosov zaupanja in potencialno investiranje (Šporar v Kavaš in drugi 2013, 76).

Izpostaviti je treba tudi izredno pomembno vlogo občin, saj lahko s svojimi ukrepi znatno pripomorejo k razvoju socialnega podjetništva, »vendar pa se v praksi (po)kaže velik razkorak med načelno (pasivno) in dejansko (aktivno) vlogo oz. podporo pri razvoju socialnega podjetništva« (Podmenik in Mevlja v Kavaš in drugi 2013, 93).

4.3 Status socialnega podjetja

Po Zakonu o socialnem podjetništvu lahko status socialnega podjetja 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« (socialno podjetje tipa A) (ZSocP 2011, 8. čl.). Pri tem mora za ohranitev statusa v prvih dveh letih iz dejavnosti socialnega podjetništva izkazati vsaj 40 odstotkov vsega dobička, nadalje pa vsaj polovico (ZSocP 2011, 8. čl.).
- »Je ustanovljena za zaposlovanje oseb iz 6. člena tega zakona, na način, da bo določeno dejavnost opravljala s trajnim zaposlovanjem najmanj tretjine teh delavcev od vseh zaposlenih delavcev« (socialno podjetje tipa B) (ZSocP 2011, 8. čl.).

Kot že omenjeno, v skupino oseb, ki jih zaposlujejo socialna podjetja tipa B, po 6. členu ZSocP (2011) spadajo: invalidi, brezposelne osebe s trajno duševno ali fizično boleznijo, dolgotrajno brezposelne osebe, iskalci prve zaposlitve, težje zaposljive osebe oz. brezposelni, stari nad 55 let, pripadniki romske skupnosti, mladoletne osebe brez zaključenega osnovnega ali nižjega poklicnega izobraževanja, brezdomci, bivši kaznjenci ali pa tisti v času pogojnega odpusta ter brezposelni, vključeni v programe integracije ali zdravljenja odvisnosti od alkohola oz. drog (še dve leti po zaključku programa zdravljenja odvisnosti) (ZSocP 2011, 6. čl.).

»Z vpisom dostavka ‚socialno podjetje‘ pri firmi ali imenu nepridobitne pravne osebe v register ali javno evidenco nepridobitna pravna oseba pridobi status socialnega podjetja in lahko prične poslovati kot socialno podjetje. V pravnem prometu mora uporabljati ime z dostavkom ‚socialno podjetje‘ ali okrajšavo ‚so. p.‘« (ZSocP 2011, 18. čl.). V Evidenco socialnih podjetij je bilo 11. avgusta 2017 vpisanih 252 socialnih podjetij in sedem takšnih socialnih podjetij, ki so bila v postopku izbrisa, preoblikovanja, prenehanja ali likvidacije (Evidenca socialnih podjetij 2017). Evidenca verjetno ne predstavlja vseh organizacij v Sloveniji, ki delujejo kot socialna podjetja, še posebej, če upoštevamo širše evropske definicije socialnega podjetništva in ne zgolj definicije po Zakonu o socialnem podjetništvu. Obstaja več razlogov, zakaj vse organizacije niso registrirane; prvi je pomanjkanje finančnih spodbud in davčnih olajšav za socialna podjetja pri nas ter veliko administrativno breme, ki se kaže predvsem v zahtevnih poročilih, ki jih morajo izdajati vsako leto. Eden izmed intervjuvancev v študiji Kadunčeve in drugih (2014) o stanju socialnega podjetništva v Sloveniji je prav tako opozoril, da je bila registracija socialnega podjetja dolga in ne preveč spodbudna, saj ni bil seznanjen z vsemi postopki, ki spadajo k le-tej. Nekateri tudi nasprotujejo mnenju, da je bilo pravno okolje za razvoj socialnega podjetništva spodbudno že pred sprejetjem zakona, saj lahko imajo socialna podjetja, tako kot prej, še vedno pravno obliko zavoda, zadruga, društva itd. Eden od oblikovalcev politike pa je v raziskavi izrazil mnenje, da lahko nižje število registracij pomeni samo to, da organizacije preprosto niso socialna podjetja, da ne prepoznajo svoje dejavnosti kot socialne ali pa, da v registraciji ne vidijo prednosti pri uveljavljanju na trgu (Kadunc in drugi 2014, 19).

Černak Megličeva (2013) nasprotno meni, da se »prednost (statusa) socialnih podjetij v največji meri pokaže takrat, kadar ni mogoča popolna konkurenca na trgu, na katerem

se bodisi pojavljajo monopoli ali pa uporabniki ne morejo dobiti popolnih informacij o proizvodih in storitvah«. Podjetja, katerih primarni cilj je ustvarjanje čim večjega dobička, bodo v takšnih razmerah nizke konkurenčnosti povišale cene svojih izdelkov oz. storitev, medtem ko jih bodo socialna podjetja tudi v takšnih razmerah prodajale po konkurenčnih cenah. Da to lahko dosežejo, si pomagajo tudi z donacijami ali prostovoljnimi delom in ne le s tržnimi viri prihodkov (Černak Meglič 2013).

Med nosilci interesov socialnega podjetništva v Sloveniji velja prepričanje, da so invalidska podjetja in zaposlitveni centri socialna podjetja in da bi se jim kot taka moralo biti dovoljeno registrirati. Ker pa imajo poseben pravni status, ki ni združljiv s statusom socialnega podjetja, in ker jih veliko nudi delovna mesta osebam, ki se po zakonu lahko zaposlujejo le v zaposlitvenih centrih in delno invalidskih podjetjih, to trenutno ni mogoče. V tej dilemi ima verjetno največjo moč argument potencialne možnosti dvojnega financiranja za enak namen, saj bi lahko organizacija, ki ima pravnoorganizacijsko obliko invalidskega podjetja in hkrati status socialnega podjetja, dvakratno kandidirala za javno finančno podporo (Kadunc in drugi 2014, 3). Na Ministrstvu za delo, družino, socialne zadeve in enake možnosti, pod pristojnostjo katerega je bilo v času raziskave Kadunčeve in drugih (2014) socialno podjetništvo, so povzeli, da je torej s to prepovedjo preprečeno morebitno dvojno financiranje, saj imajo namreč invalidska podjetja in zaposlitveni centri skozi določila Zakona o usposabljanju in zaposlovanju invalidnih oseb privilegij rednega in velikodušnega javnega financiranja, ki pokriva večji del stroškov njihovega delovanja. Javna finančna podpora znaša 40–60 odstotkov vseh njihovih prihodkov (Kadunc in drugi 2014, 3).

Oblike pomoči za tiste najbolj socialno ogrožene ljudi na trgu dela vsaj do leta 2010, kot ugotavlja Slapnik (2010), niso prinesle vidnejših izboljšav, nasprotno pa v invalidskih podjetjih vidi velik potencial, saj »prilagojeno zaposlovanje oseb s statusom invalida v okviru invalidskih podjetij, ki jih lahko uvrščamo med redke oblike socialnih podjetij, prisotnih v Sloveniji, predstavlja relativno trajno in stabilno obliko zaposlovanja« (Slapnik 2010, 16). Leta 2014 je bilo iz prej navedenih razlogov kar 142 invalidskih podjetij izključenih iz Evidence socialnih podjetij, čeprav nekatera ustrezajo evropski definiciji o socialnih podjetjih in obenem izpolnjujejo pogoje za socialna podjetja tipa B (Kadunc in drugi 2014, 19). A kot določa ZSocP, »nepridobitna pravna oseba ne more pridobiti statusa socialnega podjetja, tudi če ima status invalidskega podjetja ali zaposlitvenega centra ali če je v času postopka registracije

spremembe akta o ustanovitvi ali temeljnega akta, s katerimi se preoblikuje v socialno podjetje« (ZSocP 2011, 9. čl.).

5 ANALIZA IZZIVOV SOCIALNEGA PODJETNIŠTVA V SLOVENIJI

Rečemo lahko, da je socialno podjetništvo v Sloveniji relativno nov pojem; Zakon o socialnem podjetništvu je bil sprejet leta 2011, prvi socialni sklad pa je bil vzpostavljen leta 2013. Po drugi strani smo sprejeli Strategijo razvoja socialnega podjetništva, Uredbo o določitvi dejavnosti socialnega podjetništva in Pravilnik o spremljanju poslovanja socialnih podjetij, toda dodatne strategije in programi za podporo temu sektorju še vedno niso izpeljani. Ne glede na stroge kriterije za doseg statusa socialnega podjetja število socialnih podjetij precej narašča, saj je bilo leta 2014 registriranih le 46 socialnih podjetij, leta 2017 pa že 252 (Evidenca socialnih podjetij 2017). To nakazuje na dejstvo, da je ta sektor vedno bolj zanimiv in da vedno več ljudi prepoznava potencial v udejstvovanju na tem področju; k temu verjetno nekoliko prispeva tudi visok delež brezposelnih, ki v tem vidijo priložnost zaposlitve.

Po ZSocP (3. čl.) socialno podjetništvo spodbuja inovativno reševanje socialnih, okoljskih in drugih problemov, zagotavlja dodatno ponudbo proizvodov in storitev ter omogoča poklicno reintegracijo ranljivih skupin ljudi na trgu dela. Ni pa dobro poudarjati le in samo pozitivnih družbenih učinkov, ki jih proizvajajo socialna podjetja; prav tako je treba veliko pozornosti nameniti podjetniškemu aspektu, in sicer razvoju storitev in izdelkov ter pridobivanju znanja, kako slednje na trgu tudi uspešno prodati. Če povzamemo Deesa in druge (2001), moramo pri definiranju socialnega podjetništva upoštevati dejstvo, da je slednje le ena od vej v rodu podjetništva in da moramo torej pri razlagah socialnega podjetništva graditi na temeljih klasičnega podjetništva in upoštevati njegovo profitno oz. tržno noto.

Nenazadnje pa oblikovalci politike s svojim lastnim razumevanjem socialnega podjetništva oblikujejo zakonodajo, ki lahko podpira njegov razvoj ali pa ga zavira. Možno je, da te razlike v razumevanju pripeljejo do nezadovoljstva, saj si vsak, ki deluje na tem področju, želi zakonodaje, ki bi podpirala njegovo razumevanje, cilje in želje. Prav tako pa ZSocP nekaterim organizacijam prepoveduje pridobitev statusa socialnega podjetja, čeprav po lastnostih in načinu delovanja izpolnjujejo vse pogoje, ki jih opisujejo definicije socialnega podjetništva.

5.1 Opredelitev namena in raziskovalnih vprašanj

Eno od glavnih raziskovalnih vprašanj je namenjeno iskanju odgovorov, s kakšnimi izzivi in problemi se danes soočajo slovenski socialni podjetniki. Obravnavala sem tako tiste, katerih organizacije so pridobile status socialnega podjetja, kot tudi tiste, ki statusa nimajo. Ta po ZSocP ne sme biti dodeljen invalidskim podjetjem in zaposlitvenim centrom, in sicer zaradi morebitnega dvojnega financiranja za enak namen, čeprav praviloma zadoščajo vsem kriterijem – tako kot socialna podjetja tipa B nudijo delovna mesta eni izmed najbolj socialno ogroženih skupin ljudi, tj. invalidom. V povezavi s tem me je zanimalo, kakšne prednosti prinaša status tistim organizacijam, ki ga imajo.

Nadalje me je zanimalo, kako socialni podjetniki in oblikovalci politike razumejo socialno podjetništvo oz. sožitje dveh njegovih ključnih sestavin, ki sta socialno delovanje v prid družbe in podjetništvo, ki že samo po sebi vsebuje koncept ustvarjanja dobička.

Nazadnje pa me je zanimalo tudi to, ali se skupaj z večanjem števila socialnih podjetij razvijajo tudi podporni sistemi in zakonodaja ter kakšen vpliv ima to na ustanavljanje socialnih podjetij.

Izpeljala sem naslednje teze, ki so predmet preverjanja:

T1: Področje socialnega podjetništva je v Sloveniji še relativno novo, zato se socialni podjetniki pri nas soočajo s problemi nespodbudnega podpornega okolja in nedodelane zakonodaje.

Zakon o socialnem podjetništvu (2011) je še vedno relativno nov zakon, zato menim, da znatno prispeva k temu, da oblikovalci politike na tem področju trenutno zgolj bolj ali manj uspešno upoštevajo tako tržne kot tudi socialne vidike socialnih podjetij. Iz slednjega izhajata nedodelana zakonodaja in nespodbudno podporno okolje, kar pa ne prispeva k celostnemu razvoju socialnega podjetništva.

T2: V Sloveniji obstajajo med socialnimi podjetniki in oblikovalci politike razlike v razumevanju socialnega podjetništva, kar omejuje njegov razvoj in razvoj spodbudnega podpornega okolja.

Z gospodarskega, profitnega vidika je to področje, ki ima visok tržni potencial, medtem ko je s socialnega, neprofitnega vidika to predvsem orodje za ustvarjanje pozitivnih

družbenih učinkov. Možno je, da te razlike v razumevanju pripeljejo do nezadovoljstva, saj si vsak, ki deluje na tem področju, želi zakonodaje in podpornega okolja, ki bi podpiralo njegovo razumevanje, cilje in želje, pomanjkanje skupnega konsenza pa ima za posledico oviranje ali stagnacijo razvoja socialnega podjetništva.

T3: Status socialnega podjetja za organizacijo predstavlja veliko prednost, saj ji prinaša olajšave, spodbude iz okolja in dostop do različnih virov financiranja.

Status socialnega podjetja predstavlja organizaciji prednost predvsem pri pridobivanju finančnih sredstev, ki so ključnega pomena na začetku delovanja in pri nadaljnjem razvoju socialnega podjetja, zanemarljive pa niso tudi različne olajšave in spodbude, npr. brezplačna uporaba občinskih prostorov, kjer lahko izvajajo svojo dejavnost.

5.2 Metodologija

V tem drugem, empiričnem delu magistrskega dela sledi kvalitativna raziskava s pomočjo polstrukturiranih intervjujev, ki sem jih opravila s petimi ustanovitelji socialnih podjetij iz različnih krajev po Sloveniji, saj lahko na ta način ugotovim tudi to, ali se problemi socialnih podjetnikov razlikujejo glede na lokacijo. Dve socialni podjetji, vključeni v intervjuje, sta tako iz Ljubljane, dve iz koroške in eno iz savinjske regije. Intervjuvance sem izbrala iz Evidence socialnih podjetij, pri čemer sem upoštevala regijsko razpršenost, njihove različne pravnoorganizacijske oblike (društvo, zadruga, d. o. o.) in delovanje na različnih področjih socialnega podjetništva.

Intervju sem opravila tudi z dvema organizacijama oz. zavodoma, ki sicer nimata statusa socialnega podjetja, a vse značilnosti le-tega; prvi ima sedež v Ljubljani, drugi pa v Komendi, torej na primorskem koncu. Zadnji intervju sem imela s predstavnikom Ministrstva za delo, družino, socialne zadeve in enake možnosti, pod okriljem katerega je bilo socialno podjetništvo do leta 2015.

Za raziskovanje sem uporabila polstrukturirani intervju, saj sem na ta način skozi pogovor z ustanovitelji podjetij oz. organizacij dobila obširnejše odgovore, dodatne informacije in pojasnila, kar mi je dalo širšo podlago za kasnejšo analizo. Intervjuji so vsebinsko prilagojeni za organizacije s statusom socialnega podjetja, za dve organizaciji brez statusa in nazadnje za oblikovalca politike, saj lahko na ta način smiselno interpretiram podatke in jih apliciram na preverjanje svojih tez in

odgovarjanje na raziskovalna vprašanja (glej priloge). Podatke za predstavitev organizacij sem pridobila z njihovih uradnih spletnih strani ali iz drugih spletnih virov. Pri interpretaciji podatkov, pridobljenih z intervjuji, si bom pomagala z izbrano literaturo iz teoretičnega dela.

5.3 Predstavitev izbranih organizacij

Prvi intervju sem opravila z Društvom Naprej, ki je bilo kot socialno podjetje registrirano in vpisano v Evidenco socialnih podjetij oktobra 2016. Društvo Naprej so. p. je društvo za razvoj človeških virov in socialnega kapitala, ki ima sedež v Slovenj Gradcu in katerega ustanoviteljica je Marjeta Vaupot. Ukvarjajo se z dejavnostjo drugje nerazvrščenih članskih organizacij oz. s programi za razvoj mladih brezposelnih, ki imajo željo in interes spremeniti svoj vsakdan, ter z različnimi izobraževanji in usposabljanji na delovnem mestu. Poleg tega sodelujejo s starejšimi občani in razvijajo nove programe v lokalnem okolju, društvo pa že od leta 2010 naprej skrbi za prepoznavnost in razvoj socialnega podjetništva v koroški regiji (Prostovoljstvo 2016).

Drugi intervju sem opravila z Zadrugo Potovalnik, ki je v Evidenci socialnih podjetij od septembra 2016, sedež ima v Velenju, ustanoviteljica pa je Adrijana Ježovnik. Zadruga Potovalnik so. p. se ukvarja s turizmom oz. dejavnostjo organiziranja potovanj, in sicer predvsem z oddajanjem avtodomov in kombijev ter s storitvami na podeželju.

Tretji intervju sem opravila z Zadrugo Stara roba, nova raba, registrirano kot socialno podjetje od decembra 2016, s sedežem v Ljubljani in katere uradna zastopnica je Luna Jurančič Šribar. Zadruga Stara roba, nova raba z. b. o. so. p. se ukvarja z dejavnostjo humanitarnih in dobrodelnih organizacij oz. s posredovanjem rabljenih predmetov, ki jih zbirajo in prodajajo v svoji posredovalnici, ki se nahaja na Poljanski cesti 14. Ti predmeti se prodajajo po nizkih cenah, zaslužek pa je namenjen vključevanju in zaposlovanju brezdomnih ter ljudi iz sorodnih ciljnih skupin, obratovanju in nadaljnjemu razvoju dejavnosti. Poleg tega zase pravijo, da so tudi ekološko naravnani, saj rabljene stvari, ki bi bile drugače zavržene, vračajo v ponovno uporabo. Trudijo se tudi čim bolj enakopravno upoštevati vse zaposlene, strokovne sodelavce in prostovoljce (Robaraba 2017).

Četrti intervju sem opravila z družbo z omejeno odgovornostjo Ustvarjalnik, ki je registrirano socialno podjetje od decembra 2015, sedež ima v Ljubljani, ustanovitelj je

Matija Goljar, glavna dejavnost pa je drugje nerazvrščeno izobraževanje, izpopolnjevanje in usposabljanje. Ustvarjalnik je pospeševalnik mladinskega podjetništva in je namenjen vsem mladim, ki se prvič podajajo na pot podjetništva. Po slovenskih osnovnih šolah organizirajo podjetniške krožke, tabore, konference in izmenjave, poleg tega pa nudijo tudi izobraževanja in prostor za delo, torej vso potrebno podporo za začetek posla. V Ustvarjalniku so zaposleni mentorji, ki mladim nudijo nasvete in usmeritve, pomagajo pa jim tudi s potrebnimi kontakti. Ponašajo se s tem, da mlade naučijo, kako uresničiti svoje ideje, zato so ti kasneje bolj zaposljivi od svojih vrstnikov (Ustvarjalnik 2017).

Peti intervju sem opravila z Ekološko zadrugo oz. Zadrugo Dobrote (uporabljajo slednje ime), ki je poleg socialnega podjetja tudi zadruga brez odgovornosti, vpisana v Evidenco socialnih podjetij od junija 2015. Sedež ima na Prevaljah na Koroškem, uradni zastopnik je Jure Strah, njihova glavna dejavnost pa je nespecializirana trgovina na debelo. Ukvarjajo se s proizvodnjo, predelavo in prodajo izdelkov z dežele, s trženjem kmečkih prehranskih izdelkov ter z razvojem podeželja in socialnega podjetništva v koroški regiji. Sami zase pravijo, da je »vizija zadruge zagon dejavnosti, ki bodo v okolju odprle nove priložnosti in razvoj na področjih, ki jih ne pokrivata ne javni in ne tržni sektor. Delujemo na področjih samooskrbe, predelave in reciklaže ter pri ustvarjanju zelenih delovnih mest« (Oprčkal 2015). Ko so kasneje postali del projekta Tekstilnica, pa so pozornost preusmerili na zbiranje, sortiranje in predelavo starega tekstila in oblačil, ki bi sicer končala na deponijah ali pa bi jih izvozili v tujino (Oprčkal 2015).

Šesti intervju sem opravila z Dolores Kores, direktorico Premikov, zavoda za svetovanje, promocijo in razvoj dostopnega turizma, ki pa nima statusa socialnega podjetja – njihovo vlogo za registracijo je sodišče sicer odobrilo, a jo je ministrstvo zavrnilo. Ukvarjajo se predvsem z organiziranjem potovanj in počitnic, ki bi bile dostopne osebam s posebnimi potrebami. Pravijo, da »verjamejo v koncept turizma za vse, kjer so invalidnost, starost in druge okoliščine zgolj izzivi na poti do ustvarjanja boljšega, bolj vključujočega in enakopravnega vsakdanjika – v katerega spada tudi pravica do preživljanja prostih dni na način, ki posameznika najbolj veseli in osrečuje« (Premiki 2017). Sami sebe promovirajo kot socialno podjetje, usmerjeno v trajnostni turizem, ki se ukvarja z vsem od namestitvenih objektov do celotne turistične ponudbe (Premiki 2017).

Sedmi intervju sem opravila s Petrom Svetino, strokovnim direktorjem Zavoda Grunt, ki prav tako nima statusa socialnega podjetja, ima pa status zaposlitvenega centra, saj zaposluje invalide iz lokalnega, podeželskega okolja. V Zavodu Grunt stremijo k integraciji invalidov v zaposlitveno življenje, in sicer skozi strokovno usposabljanje in dodeljevanje takega dela, ki ustreza njihovim zmožnostim. So zavod za socialno podjetništvo na podeželju, ki poleg zaposlovanja invalidov prav tako prodaja svoje izdelke (sadje in zelenjava, mlečni izdelki, testenine, marmelade ipd.), ki jih odkupujejo tudi lokalni prehrambni ponudniki. Pravijo, da so samostojni, neodvisni in neprofitni, da vse dohodke vračajo nazaj v osnovno dejavnost in tako omogočajo njen razvoj, ampak še vedno delujejo po podjetniških načelih (Grunt 2017).

Zadnji, osmi intervju sem opravila s Srečkom Prislanom, zaposlenim na Ministrstvu za delo, družino, socialne zadeve in enake možnosti, predsednikom Razvojnega centra kooperativ in socialnega podjetništva ter predsednikom Sveta za razvoj nevladnih organizacij Savinjske regije. Pravi, da »moramo v Sloveniji spremeniti obstoječi neučinkovit in krivičen kapitalističen družben sistem in uvesti nov model socialne države, v katerem bodo cilji polna zaposlenost, pravičnejša delitev ustvarjene vrednosti ter razvoj lokalne samouprave postali temelji za razvoj neposredne demokracije in bodo delovni človek, znanje ter civilna družba postali najpomembnejša vrednota« (MMC RTV SLO 2009, 1. maj).

5.4 Interpretacija podatkov in preverjanje raziskovalnih tez

Prvo raziskovalno tezo sem preverjala z vprašanji, ki so se navezovala na mnenja o dovoljšni izpolnjenosti zakonodaje na področju socialnega podjetništva oz. kje sogovorniki vidijo možnosti izboljšave le-te. Zanimalo me je tudi, če menijo, da se podporne strukture socialnega podjetništva razvijajo sorazmerno z večanjem sektorja, saj se, kot že napisano, število socialnih podjetij iz leta v leto viša. Zadnji vprašanji, s katerima sem pridobila podatke za preverjanje prve teze, sta bili bolj splošne narave, in sicer kateri so ključni izzivi in problemi, s katerimi se sogovorniki kot socialni podjetniki soočajo, ter kakšni so njihovi predlogi za nadaljnji razvoj tega sektorja.

Socialno podjetje Naprej meni, da je zakonodaja načeloma dovolj izpolnjena, da pa manjka poenotenosti sistema organizacij socialne ekonomije, skozi katero bi se bolj smotrno razporejala temu sektorju namenjena finančna sredstva. Promocija samega

socialnega podjetništva s strani države naj bi bila fantastična, realnost pa je drugačna, saj je v ozadju veliko zakonsko določenih oblic. Kandidiranje za razpoložljiva finančna sredstva je zelo oteženo, še posebej za majhna socialna podjetja, ki nimajo npr. še nobenega zaposlenega. Slednje za sabo potegne dejstvo, da se je težko prebiti v samo kolesje, ki bi omogočalo zagon podjetja. Prav tako je bilo izpostavljeno mnenje, da brez podpornih mehanizmov socialno podjetje ne more preživeti, da pa podporni sistemi nimajo posluha za nova socialna podjetja, ki imajo visoke potenciale. Izpostavljeni predlogi so se dotikali predvsem področja lokalne skupnosti, kjer bi lahko prišlo do večjega sodelovanja, predvsem skozi javna dela, prav tako pa bi bilo treba narediti regijske razvojne oz. podporne modele, saj so si regije med sabo močno različne, kar pomeni, da so tudi potrebe po dejavnostih, storitvah in produktih socialnih podjetij različne.

Socialno podjetje Potovalnik kljub pomanjkanju izkušenj meni, da področje zakonodaje še ni dovolj dodelano. Najbolj problematične se jim zdijo administrativne ovire pri samem ustanavljanju socialnega podjetja, v zvezi s katerimi so prejeli veliko pomoči s strani drugih združenj. Poleg tega je problematična specifičnost njihove dejavnosti, za katero sezona traja le nekaj mesecev na leto (turizem). Eden ključnih predlogov bi bilo izboljšanje dostopnosti do informacij oz. večja preglednost le-teh, vsaj kar se tiče razpisov in drugih rokov, ki se jih morajo socialna podjetja držati.

Socialno podjetje Stara roba, nova raba meni, da je Zakon o socialnem podjetništvu sicer dobra osnova, ki pa bi se morala začeti dejansko izvajati. Negativno stran zakonodaje vidijo v njenem blokiranju delovanja socialnih podjetij skozi nove, dodatne zahteve in vedno bolj obsežno birokracijo. Največji problem vidijo v tem, da kljub zaposlovanju brezdomnih ljudi ne dobivajo nobene podpore s strani države, ki bi morala biti trajna in ne le v obliki razpisov. Slednje je v zakonodaji sicer določeno, a se v realnosti ne izvaja. Izziv vidijo v vedno večji konkurenci s strani vedno večjega števila organizacij, ki se ukvarjajo s ponovno uporabo rabljenih predmetov. Prav tako menijo, da bi morali oblikovalci politike podpirati iniciative, se osredotočiti na pristop »od spodaj navzgor« ter podpirati inovativnost in avtonomijo socialnih podjetij. Njihov predlog je, da bi morali na socialno podjetništvo gledati kot na nov način človeškega sodelovanja in ekonomskega udejstvovanja, ne le kot na krpanje negativnih učinkov kapitalizma.

Socialno podjetje Ustvarjalnik meni, da zakonodaja skozi nepremišljene ukrepe omogoča nelojalno konkurenco, saj razpise velikokrat zastavi tako, da podjetja potrebujejo izkušnje iz evropskih projektov. Najboljšo podporo sami opažajo predvsem s strani drugih mladih socialnih podjetnikov, saj v inkubatorjih, financiranih s strani države, ne naučijo mladih, kako prodajati svoje izdelke ali storitve ter preživeti na trgu, kar je tisto bistveno, kar manjka v Sloveniji. Ključna problema sta po njihovem mnenju dva, in sicer nepravočasno obveščanje o vseh zakonskih obveznostih in veliko administrativnih zadev, kar za sabo potegne kup birokracije. Velik izziv je tudi preudarnost delovanja samega socialnega podjetja, da se lahko zagotovijo plače zaposlenih. Menijo, da manj kot je finančnih sredstev v obliki razpisov ipd., večja je možnost, da se bo sektor sam razvil, namreč velikokrat, ko zagonska finančna sredstva skopnijo, tudi socialno podjetje propade.

Socialno podjetje Ekološka zadruga meni, da bi moralo priti do poenostavitve razpisov in dodatnih informacij o tem, kako naj socialna podjetja po pridobitvi finančnih sredstev tudi preživijo, prav tako pa si želijo, da bi oblikovalci politike poskrbeli za bolj smotrno razporejanje finančnih sredstev. Menijo, da bi moralo biti podporno okolje regijsko organizirano, da bi torej bila bolj smotrna lokalna podporna mreža, ki trenutno manjka. Menijo, da bi moralo biti socialno podjetništvo korektiv kapitalizma in stremeti k učinkovitosti ter optimizaciji procesov zavoljo zaposlenih in družbe.

Srečko Prislan z Ministrstva za delo, družino, socialne zadeve in enake možnosti meni, da so kapitalizem in z njim klasična podjetja forsirana s strani politike in da je do prestopa socialnega podjetništva na Ministrstvo za gospodarski razvoj in tehnologijo prišlo ravno zaradi želje oblikovalcev politike po poudarjanju podjetniškega aspekta. Prvi problem vidi v nepreciznem definiranju področja socialnega podjetništva, zaradi česar včasih pride do zlorabe koncepta, saj se pričakujejo koristi in hiter zaslužek s strani državne finančne podpore. Kot drugi problem pa izpostavlja pomanjkanje informacij in znanja o socialnem podjetništvu, kar se kaže v tem, da se področje ne razvija, lokalna skupnost ni prisotna kot gonilna sila razvoja, temveč kot konkurenca, prav tako pa se ne zasleduje skupnih interesov in ciljev. Predlogi za naprej se nanašajo predvsem na omejitev zakonskih preprek in dopuščanje, da imajo socialna podjetja proste roke pri izvajanju dejavnosti.

Zavod Grunt, ki nima statusa socialnega podjetja, meni, da si je politika pojmovanje socialnega podjetništva zelo prikrojila in si ga prireja glede na aktualne razmere. Zakonodajo s področja socialnega podjetništva bi ukinili, saj naj bi prinašala le ovire in omejitve, zato se lahko resna socialna podjetja le redko pojavijo. Izpostavljajo, da velik del izvajanja storitev socialnih podjetij izhaja iz javnih zavodov in podjetij, ki pa po zakonodaji ne sodijo med dejanska socialna podjetja. Prav tako opažajo, da se socialna podjetja ustanavljajo časovno skladno z razpisi za nepovratna sredstva, a jih večina v resnici ne posluje oz. kasneje hitro propade. Ključne izzive in probleme vidijo v tržni uspešnosti, saj le-ta zagotavlja trajnost delovnih mest za invalide, ki jih zaposlujejo, in v trajnosti kakovosti svojih izdelkov. Menijo, da bi tudi v primeru, če bi imeli status socialnega podjetja, ti izzivi še vedno obstajali.

V Zavodu Premiki menijo, da se zakonodaja z določenimi spremembami le počasi približuje tistemu, čemur bi naj socialno podjetništvo služilo, prav tako realna strategija razvoja še ne obstaja, zgolj podpora zagonskim podjetjem pa ni dovolj. Možnosti izboljšave zakonodaje vidijo v zmanjšanju administracije, pravnih ovir in nepotrebnega nadzora, v integraciji socialnega podjetništva v različne poslovne modele in možnosti pridobivanja sredstev tudi iz virov, namenjenih klasičnim podjetjem. Ključne izzive jim predstavlja zagotavljanje delovnih mest za invalide, kar pa je možno samo z ustvarjanjem dobička in konkurenčnostjo na trgu. Menijo, da tega status socialnega podjetja ne bi spremenil, v pomoč bi jim bil v primerih pridobivanja nepovratnih sredstev za razvoj. Izzivi lahko pomenijo tudi prednost, saj socialno podjetje primorajo v konstantno aktivnost. Prav tako izpostavljajo, da se socialno podjetništvo razvija v smeri, ki ni socialno podjetniška, ampak moderno podjetniška. Slednje podpira tudi trenutna politika, kar pa zmanjšuje vrednost dela socialnih podjetij, ki temeljijo na drugačnih načelih.

Vsi intervjuvanci imajo v splošnem prej negativno kot pa pozitivno mnenje o Zakonu o socialnem podjetništvu in o zakonodaji, ki se dotika njegovega podpornega okolja. Večina jih sicer meni, da je v zdajšnji obliki zastavljen kot neka primerna osnova, ki pa še ni dovolj izpopolnjena, potrebuje izboljšave ali pa se mora začeti tudi dejansko izvajati. Le dva sta izrazila izrazit odklonilen odnos in željo po dejanski ukinitvi zakonodaje na področju socialnega podjetništva, saj naj bi le omejevala njegov razvoj. Tudi kar se tiče podpornega okolja in njegovih mehanizmov, so si bila mnenja intervjuvancev precej enotna, saj jih večina opaža, da nimajo pravega posluha za

vzpostavitev primerne pomoči, ki bi pomagala pri razvoju tega sektorja. Izpostavljen je predvsem problem pridobivanja finančnih sredstev, ki naj bi bilo zelo oteženo in včasih predmet okoriščanja, pa tudi pomanjkanje informacij in potrebnega znanja, kako lahko socialno podjetje preživi na trgu. Nekaj podpore naj bi prihajalo s strani drugih, predvsem mladih socialnih podjetnikov, negativno pa je bilo ovrednoteno sodelovanje z lokalnimi skupnostmi, katere zaenkrat še naj ne bi bile gonilne sile razvoja. Dva intervjuvanca sta izpostavila predlog vzpostavitve regijskih podpornih mehanizmov, saj bi se na ta način podporne strukture najbolj približale različnim regijskim potrebam po specifičnih aktivnostih socialnega podjetništva. Na podlagi navedenega lahko prvo tezo »Področje socialnega podjetništva je v Sloveniji še relativno novo, zato se socialni podjetniki pri nas soočajo s problemi nesposobnega podpornega okolja in nedodelane zakonodaje« potrdimo.

Drugo raziskovalno tezo sem preverjala z vprašanji o tem, kako intervjuvanci sami razumejo socialno podjetništvo, pri čemer sem se navezovala predvsem na njihovo pozicijo glede dihotomije med gospodarskim in socialnim vidikom socialnih podjetij. Zanimalo me je torej, kateri vidik socialnih podjetij se jim zdi pomembnejši; tržnost ali ustvarjanje družbenih učinkov. Nadaljnje vprašanje se je dotikalo njihovega mnenja o tem, ali prihaja do razlik v razumevanju socialnega podjetništva med oblikovalci politike in socialnimi podjetniki oz. kje prihaja do ključnih nestrinjanj med tema skupinama.

Socialno podjetje Naprej meni, da bi moralo biti osnovno poslanstvo socialnega podjetja to, da omogoča ljudem družbeno in delovno reintegracijo, kar pa se zapostavlja, če se zasleduje visoke tržne cilje. Menijo sicer, da imajo oblikovalci politike podobno vizijo, a so pri svojem delovanju prepočasni, zato se poraja vprašanje, ali jim je to področje prioriteta. Socialno podjetje Potovalnik meni, da je v prvi vrsti važen namen organizacije, ki je delovanje v korist družbe oz. ljudi, čeprav mora socialno podjetje, celostno gledano, znati zasledovati tako tržne kot tudi socialne cilje. Prav tako menijo, da je za oblikovalce politike socialno podjetništvo zgolj modna muha, ki jim služi za nabiranje točk priljubljenosti pri ljudeh. V Stari robi, novi rabi menijo, da je prišlo zaradi dvojnosti socialnega in tržnega vidika do zbanaliziranega pogleda na socialno podjetništvo, ki je mnogo širši koncept kot pa zgolj to, da bi se morali ljudje s socialnim čutom naučiti podjetniškega delovanja. Socialni vidik postavljajo pred tržnega, a vseeno vidijo nujnost v ekonomski uspešnosti, saj lahko le tako preživijo na trgu. Po

njihovem mnenju oblikovalci politike socialno podjetništvo vidijo predvsem samopromocijsko, kot področje, kjer se lahko veliko obljublja, izpolni pa le malo, prav tako pa menijo, da oblikovalci politike izpostavljajo podjetniški vidik, o čemer pričča tudi prenos socialnega podjetništva z Ministrstva za delo, družino, socialne zadeve in enake možnosti na Ministrstvo za gospodarski razvoj in tehnologijo. V Ustvarjalniku prav tako dajejo prednost družbenemu učinku pred ustvarjanjem zaslužka oz. reševanju družbenih problemov s podjetniškimi idejami. Na ta način socialna podjetja niso konstantno odvisna od državne finančne podpore, ustvarjajo pa lahko trajnostne družbene spremembe. Oblikovalci politike kot prvo nimajo praktičnega znanja o tem področju, kar odražajo tudi njihove politike, kot drugo pa zmotno mislijo, da mora biti socialno podjetništvo financirano s strani javnih sredstev in da je njegov glavni namen ustvarjanje delovnih mest za socialno ogrožene. V socialnem podjetju Ekološka zadruha menijo, da je univerzalna karakteristika socialnega podjetništva delavsko soupravljanje, brez delitve dobička, čeprav temu ob bok postavljajo tudi podjetniško naravnost, s katero je zaposlenim omogočeno dostojno delo in primerno plačilo. Prav tako menijo, da so strategija razvoja ter drugi cilji in načrti za socialno podjetništvo ponavadi politično nastavljeni, manjka pa jim fleksibilnosti. Srečko Prislan z Ministrstva za delo, družino, socialne zadeve in enake možnosti socialno podjetništvo dojema kot zapolnjevanje vrzeli, ki so nastale zaradi ekonomske krize; poudarja torej njegov socialni aspekt in velik pomen aktivnega vključevanja zaposlenih v procese odločanja. Še več, po njegovem mnenju bi solastništvo zaposlenih pozitivno diskriminiralo kapital, ki je najvišjega pomena v klasičnih podjetjih. Meni, da prihaja s strani oblikovalcev politike do velikih obljub, ki se v praksi ne realizirajo. V Zavodu Grunt, ki nima statusa socialnega podjetja, socialno podjetništvo dojemajo kot delovanje na visokih moralnih standardih, ki obenem zahteva odgovorno podjetništvo in tržno uspešnost. Menijo, da so si oblikovalci politike pojmovanje socialnega podjetništva zelo prikrojili in si ga prirejajo glede na aktualne razmere. Trenutno je iz besed vodilnih političnih oblikovalcev razumeti, da je socialno podjetje vsako, ki ne deli dobička, iz prakse pa se ve, da je do dobička izjemno težko priti in je deljenje dobička vsaj v prvih petih letih popolna iluzija. Zavod Premiki, ki prav tako nima statusa socialnega podjetja, socialno podjetništvo razume kot način podjetništva, ki skupaj z zagotavljanjem pozitivnega finančnega delovanja ustvarja tudi pozitivne družbene vplive in učinke, pri čemer morajo biti tržni in družbeni cilji uravnoteženi. Prav tako menijo, da oblikovalci politike ne razumejo celotnega konteksta socialnega

podjetništva, vendar se kljub vsemu z nekaterimi novimi spremembami približujejo tistemu, čemur bi naj tovrstno podjetništvo služilo.

Do razlik v razumevanju prihaja na vseh področjih človeškega delovanja in tudi socialno podjetništvo ni nobena izjema. K temu pripomore dejstvo, da je to področje v Sloveniji še precej novo in da nimamo splošno sprejetega konsenza o tem, kaj točno socialna podjetja predstavljajo in delajo. Iz analize intervjujev je razvidno, da do največjih razlik v razumevanju socialnega podjetništva prihaja med socialnimi podjetniki in oblikovalci politike. Prvi razumejo socialno podjetništvo na precej podoben način, med njimi namreč prevladuje mnenje, da sta oba, tako socialni kot tudi gospodarski vidik socialnega podjetništva zelo pomembna in da mora med njima obstajati ravnotežje, če želimo govoriti o uspešnem delovanju socialnega podjetja in posledično ustvarjanju pozitivnih družbenih učinkov le-tega. Kljub temu je bila pri vseh primarno izpostavljena nagnjenost k želji po ustvarjanju pozitivnih družbenih učinkov, gospodarski oz. tržni vidik pa je dojet kot nujni pripomoček pri doseganju le-teh in nenazadnje pri samem preživetju socialnega podjetja. Med intervjuvanci je o oblikovalcih politike in njihovem razumevanju socialnega podjetništva opaziti prepričanje, da ti ne razumejo najbolje celotnega konteksta socialnega podjetništva, da si ga prirejajo glede na aktualne razmere ali pa, da jim razvijanje tega področja ni prioriteta. Z njihove strani naj bi prihajalo do veliko obljub, ki pa so večinoma politično nastavljene v lastno korist, se ne realizirajo ali pa so namenjene zgolj samopromociji in pridobivanju točk priljubljenosti. Nekateri prav tako opažajo izpostavljanje podjetniške note socialnega podjetništva, s čimer razlagajo prenos domene socialnega podjetništva z Ministrstva za delo, družino, socialne zadeve in enake možnosti na Ministrstvo za gospodarski razvoj in tehnologijo. Iz pridobljenih podatkov lahko drugo tezo »V Sloveniji obstajajo med socialnimi podjetniki in oblikovalci politike razlike v razumevanju socialnega podjetništva, kar omejuje njegov razvoj in razvoj spodbudnega podpornega okolja« potrdimo.

Tretjo in zadnjo raziskovalno tezo sem preverjala s preprostim vprašanjem, zakaj so se intervjuvanci sploh odločili za registracijo njihove organizacije kot socialnega podjetja in kakšne prednosti se jim zdi, da jim status prinaša. Intervjuvanca, ki sta predstavnika organizacij brez statusa socialnega podjetja, sem prav tako vprašala, kakšne prednosti menita, da jima bi status prinašal, in zakaj so se na prvem mestu odločili za poskus pridobitve statusa oz. ukinitve le-tega.

Društvo Naprej se je registriralo kot socialno podjetje, ker so, poleg pozitivnih družbenih učinkov, videli perspektivnost v zapolnjevanju tržnih niš, ki so med javnim in zasebnim sektorjem, prav tako pa so v registraciji videli priložnost kandidiranja za finančna sredstva in ugodnosti na območju lokalne skupnosti. Zadruga Potovalnik se je registrirala kot socialno podjetje zaradi širšega nabora dejavnosti, ki jih kot socialno podjetje lahko izvaja, in zaradi želje po nudenju pomoči socialno šibkim ljudem, kot prednost pa vidijo možnost pridobivanja finančnih sredstev preko javnih razpisov. Zadruga Stara roba, nova raba v statusu vidi prednost le v formalnem vidiku, saj so na ta način njihovi zaposleni tudi pravno enakovredni deležniki in ne le uslužbenci, drugače se jim status ne splača. Zanj so se odločili zaradi obljub s strani države glede razpisov specifičnih za socialna podjetja, a še ne opažajo, da bi se realizirali. Družba z omejeno odgovornostjo Ustvarjalnik pridobljenemu statusu socialnega podjetja ne pripisuje nobenega pomena, še več, menijo, da dela v Sloveniji status več škode kot pa koristi, predvsem zaradi velikega administrativnega bremena, ki ga povzroča. Status prav tako naj ne bi bil bergla, saj mora biti socialno podjetje dobro zastavljeno samo po sebi, a v možnostih prijavljanja na razpise vidijo določene pozitivne prednosti. Status socialnega podjetja se lahko pozitivno izkoristi, saj je delanje v dobro družbe lahko tisti argument, ki kupca prepriča v nakup njihovega izdelka ali storitve. Ekološka zadruga vidi v statusu določeno stopnjo problematičnosti, saj naj bi ga začela socialna podjetja v prihodnje opuščati ali pa preprosto ne bodo dosegla njegovih zahtev. Srečko Prislan posebne prednosti v statusu socialnega podjetja v odnosu do klasičnega podjetja ne vidi, saj lahko slednja prav tako izvajajo dejavnosti, ki so določene za socialna podjetja. Prednosti statusa vidi predvsem v koristih, ki jih imajo od njega ranljive skupine ljudi, saj zanje ustvarja nova delovna mesta. Zavod Grunt je zaradi narave svojih zaposlenih moral pridobiti status zaposlitvenega centra, zato so se odpovedali statusu socialnega podjetja, saj sta ta statusa nezdržljiva. Pozitivni vidik statusa vidijo v priznanju, da so glede načel socialno podjetje, za podjetje pa bi to pomenilo možnost kandidiranja za razvojna finančna sredstva. Menijo, da jim pri njihovih izzivih in problemih status socialnega podjetja ne bi bil v pomoč. Zavodu Premiki ministrstvo ni odobrilo vloge za registracijo kot socialno podjetje, čeprav se jim zdi, da kot tako delujejo in se tako tudi promovirajo. Koristi od statusa bi imeli predvsem v možnosti kandidiranja na različnih razpisih tako za povratna kot tudi nepovratna sredstva, ki bi jih porabili za razvoj ali javna dela. Menijo, da jim pri ključnih izzivih in problemih status ne bi bil v pomoč.

Iz intervjujev sem pridobila informacije, ki jasno nakazujejo, da je glavni razlog, zaradi katerega se organizacije odločijo za pridobitev statusa socialnega podjetja, želja po delovanju na način, ki bo prinašal pozitivne družbene učinke ožjemu in širšemu okolju, v katerem delujejo, težnja po pomaganju socialno ogroženim skupinam ljudi skozi družbeno in delovno integracijo, njihova enakovredna udeležba v socialnem podjetju in usmerjenost k opravljanju dejavnosti socialnega podjetništva na način, pri katerem »ustvarjanje dobička ni izključni niti glavni cilj opravljanja dejavnosti« (ZSocP 2011, 3. čl.). V manjši meri je bilo izpostavljeno zapolnjevanje tržnih niš in perspektivnost delovanja na področju, ki je med javnim in zasebnim sektorjem. Mnenja glede prednosti, ki naj bi jih status prinašal, so bila med intervjuvanci precej enotna, saj lahko z analiziranjem podatkov ugotovimo, da intervjuvanci določeno prednost statusa socialnega podjetja vidijo v možnostih in priložnostih kandidiranja za javna finančna sredstva, prijavljanjem na razpise in v morebitnih ugodnostih, ki so jih deležni s strani lokalne skupnosti. Kljub temu je bilo izpostavljenih več negativnih kot pa pozitivnih vidikov statusa; prevladujoča miselnost je namreč takšna, da ta nima večjega pomena, saj bodo podjetja, ki želijo zasledovati socialne cilje, to počela ne glede na to, ali imajo status ali ne. Še več, status naj bi socialnim podjetjem velikokrat celo škodil zaradi obsežnega bremena administracije in visokih zahtev, ki jih prinaša s sabo. Prav tako ne vidijo konkretnih realizacij javnih razpisov, ki so bila obljubljena in bi jim pomagala pri razvoju. Vse to naj bi vodilo do tega, da bodo socialna podjetja začela status počasi opuščati ali pa preprosto ne bodo več dosegala njegovih zahtev. Tudi zavoda, ki sta hkrati zaposlitvena centra in jima zato ZSocP ne dovoljuje pridobitve statusa socialnega podjetja, sta potrdila, da jima ta pri ključnih izzivih in problemih ne bi bil v pomoč. Na podlagi tega lahko tretjo raziskovalno tezo »Status socialnega podjetja za organizacijo predstavlja veliko prednost, saj ji prinaša olajšave, spodbude iz okolja in dostop do različnih virov financiranja« deloma zavrnamo, ker s sabo prinaša tudi omejitve in visoke zahteve, prav tako pa ni odločujoč dejavnik pri tem, ali bodo organizacije zasledovale družbene cilje.

V sumarni Tabeli 5.1 so povzeti in predstavljeni tisti ključni izzivi socialnega podjetništva v Sloveniji, ki izhajajo iz temeljnih tez magistrskega dela in jih tako v celoti ali deloma potrjujejo ali zavračajo.

Tabela 5.1: Ključni izzivi socialnega podjetništva v Sloveniji

I. teza: Nedodelana zakonodaja in nespodbudno podporno okolje	II. teza: Razlike v razumevanju socialnega podjetništva	III. teza: Status socialnemu podjetju le deloma predstavlja prednost
ZSocP se v določenih točkah v resnici ne izvaja.	Ni splošno sprejetega konsenza, kaj je socialno podjetništvo, kar ovira njegov napredek.	Prednost pri kandidiranju za finančna sredstva.
Zakonodaja predstavlja le ovire in omejitve.		Zaposleni so enakovredni deležniki.
Oteženo kandidiranje za finančna sredstva (velikokrat potrebne izkušnje na ravni evropskih projektov).	Neprecizno definiranje socialnega podjetništva, ki je s strani oblikovalcev politike prikrojeno glede na aktualne razmere.	Prednost večinoma zgolj v formalnem smislu, socialnim podjetjem namenjene finančne spodbude se namreč velikokrat ne realizirajo.
Ni dostopa do znanja, kako preživeti, ko finančna sredstva iz javnih razpisov skopnijo.	Za oblikovalce politike je socialno podjetništvo zgolj modna muha, namenjena samopromociji.	
Nesmotno razporejanje finančnih sredstev.	Cilji razvoja socialnega podjetništva so politično nastavljeni in se jih na koncu ne realizira.	
Neobstoječa realna in izvedljiva strategija razvoja.	Politika razvoja odraža pomanjkanje praktičnega znanja oblikovalcev politike o tem področju, ki je zato manj fleksibilno.	Status bolj škodi kot pa koristi, saj s sabo prinaša veliko administrativno breme.
Podporno okolje nima posluha za manjša in nova socialna podjetja.		
Lokalna skupnost ni prisotna kot gonilna sila razvoja, obstaja potreba po regijski organizaciji podpornega okolja.	Oblikovalci politike se nagibajo k zasledovanju tržnih ciljev, kar se kaže v zapostavljanju socialnih vrednot in načel.	Socialna podjetja v prihodnje morda ne bodo zmožna dosegati vedno obsežnejših zakonskih zahtev za obdržanje statusa.
Slaba obveščенost in dostop do informacij o zakonskih obveznostih.		Status nima velikega pomena, saj bi socialna podjetja zasledovala družbene cilje tudi, če ga ne bi imela.

6 SKLEP

Področje socialnega podjetništva je v Sloveniji relativno nov koncept, katerega temelji in osnove vsekakor obstajajo, a se bo z razvijanjem skozi praktične izkušnje in primernim prilagajanjem zakonodaje ter podpornega okolja dalo izogniti marsikaterim oviram in problemom, s katerimi se soočajo socialni podjetniki. Globalizacija je tudi k nam prinesla številne izzive, predvsem višanje števila brezposelnih; k temu prispeva tudi koncentracija delovnih mest v središčih in nekonkurenčnost ruralnih območij. Zato je treba poiskati rešitve, ki bi zadovoljile potrebe skupin ljudi, izključenih iz trga dela, zmanjšale učinke globalizacije in odprle nove podjetniške priložnosti, kar pa EU in države članice vidijo prav v socialnem podjetništvu oz. javno-zasebnih iniciativah (Slapnik 2010, 17).

V Sloveniji je pred sprejetjem Zakona o socialnem podjetništvu prevladovalo prepričanje, da je najprej treba urediti zakonodajo, temu pa bo nato sledil tudi sam razvoj socialnih podjetij (Trbanc in Polajner 2013, 7). Zmotno je bilo pričakovati, da lahko le sprejetje zakona pripelje celotno področje socialnega podjetništva na nivo, kjer bo lahko nemoteno delovalo po svojih družbeno usmerjenih ciljih in načelih, ki so tukaj ključnega pomena. Na tem mestu se zato strinjam z Miloševičem, ki pravi, da je najprej pomembna »vzpostavitev enotnega polja delovanja in raziskovanja socialnega podjetništva, saj je slednje pomembno za oblikovanje skupne identitete subjektov, ki delujejo znotraj sektorja ali bi se mu želeli pridružiti, saj krepi njihovo legitimnost in pomaga pomembnim zunanjim deležnikom (oblikovalcem javnih politik in drugim) k boljšemu razumevanju področja in usmerjanju podpornih instrumentov« (Miloševič v Kavaš in drugi 2013, 23).

Naloga potrjuje prvo tezo, ki pravi, da je področje socialnega podjetništva v Sloveniji še relativno novo, zato se socialni podjetniki pri nas soočajo s problemi nespodbudnega podpornega okolja in nedodelane zakonodaje. Sama vzpostavitev zakonodaje namreč ni dovoljšna vzpodbuda za razvoj podpornega okolja, ki bi tudi v praksi omogočalo razvoj socialno podjetniškega udejstvovanja. Še več, neprimerno zastavljena zakonodaja v več primerih predstavlja represijo, predvsem v obliki visokih zahtev in obsežne administracije.

Naloga prav tako potrjuje drugo tezo, da v Sloveniji obstajajo razlike v razumevanju socialnega podjetništva. Te razlike obstajajo predvsem med socialnimi podjetniki na eni in oblikovalci politike na drugi strani, kar se pripisuje dejstvu, da slednji nimajo zadosti praktičnih izkušenj in da promovirajo idealizirano podobo socialnega podjetništva, velikokrat za lastne namene pridobivanja političnih točk. Med njimi je veliko govora o pomembnosti delovne integracije in zniževanja brezposelnosti s pomočjo socialnih podjetij ter obljub o nujenju finančnih sredstev, ki pa jih večina socialnih podjetnikov v praksi ne vidi realiziranih. V večini primerov je uspešnost socialnih podjetij odvisna ravno od zmožnosti pridobivanja finančnih sredstev, »uspešnost pridobivanja sredstev pa je odvisna od uspešnosti samega socialnega podjetja, kot tudi od naklonjenosti finančnega okolja za podporo socialnemu podjetništvu« (Šporar v Kavaš in drugi 2013, 76). Razmeroma slabe rezultate doseganja ciljev pristojnih oblikovalcev politike, ki so bili zastavljeni v javnem razpisu iz leta 2009, je ugotovilo tudi Računsko sodišče, ki je ocenilo, da so bili cilji »glede števila projektov, vključenih oseb v usposabljanje in zaposlitve oseb iz ranljivih ciljnih skupin le delno doseženi, saj je bilo v usposabljanje vključenih 69 odstotkov predvidenega števila oseb, za katere naj bi s projekti zagotovili usposabljanje, zaposlitev pa je bila zagotovljena za 81 odstotkov načrtovanega števila oseb iz ranljivih ciljnih skupin« (Revizijsko poročilo 2015, 4). Toda na podlagi podatkov ministrstva, poročil in kazalnikov za javni razpis iz leta 2012, ki je potekal do julija 2015, je Računsko sodišče ugotovilo, »da so se zastavljeni cilji uspešno uresničevali, saj so bili vsi realizirani kazalniki večji od načrtovanih« (Revizijsko poročilo 2015, 4), kar nakazuje, da se razmere sčasoma izboljšujejo.

Večina socialnih podjetnikov se po drugi strani strinja, da je socialno podjetništvo nujno skupek obeh, torej tako gospodarskega kot družbenega vidika, s čimer se strinjata tudi Trbanc in Polajner (2013, 7), ki pravita, da mora imeti socialna ekonomija tako socialne kot podjetniške lastnosti, če si želi zagotoviti dolgoročen obstoj. V Sloveniji se zdi, da se mora zavoljo podpiranja socialnih podjetij v tem trenutku in v prihodnje več ukrepov nameniti za krepitev njihove podjetniške strani. Trenutno, pravita avtorja, so zakonodajna področja, ki se najbolj zanašajo na socialna podjetja in vidijo največ v njihovem podpiranju, še vedno socialna (Trbanc in Polajner 2013, 7).

Naloga deloma zavrne tretjo tezo, da status socialnega podjetja za organizacijo predstavlja veliko prednost, saj so, poleg možnosti kandidiranja za finančna sredstva, v

empiričnem delu izpostavljeni predvsem ničelni ali negativni vidiki statusa. Ta naj bi v nekaterih primerih celo škodil delovanju socialnega podjetja, saj s sabo prinaša veliko zahtev in obsežno breme administracije.

Menim, da socialnega podjetništva ne smemo dojemati zgolj kot korektiv kapitalizma, ampak kot novo perspektivno obliko podjetništva, ki lahko veliko prispeva k izboljšanju družbe, v kateri živimo. Je pa seveda na mestu vprašanje, koliko smo mi sami dejansko pripravljeni na spremembe in koliko je kapitalističen sistem pripravljen dopustiti možnosti njegove alternative. Mislim, da je socialnemu podjetništvu v Sloveniji treba dati nekaj časa, preden bodo vidni njegovi konkretni pozitivni učinki na družbo; šele takrat bomo doumeli njegov potencial in začeli z oblikovanjem takšne zakonodaje in podpornega okolja, ki bo spodbujalo njegov razvoj. K spremembam bi veliko prispevala obsežnejša promocija socialnega podjetništva oz. aktivno ozaveščanje širše javnosti, na prvem mestu o samem obstoju in nato dejavnostih socialnega podjetništva v Sloveniji, saj menim, da ni dovolj prepoznavno in da je večini ljudi njegov obstoj še vedno neznanka.

Izpostavila bi tudi potrebo po dolgoročnih virih financiranja, ki ne temeljijo zgolj na razpisih, temveč nudijo trajnejšo finančno spodbudo, s katero bi se lahko socialna podjetja lažje razvila in uveljavila na trgu. Toda najbolj ambiciozni socialni podjetniki stremijo k samozadostnosti, kar pomeni, da lahko preživijo zgolj z lastnimi prihodki iz trga in niso konstantno odvisni od javne finančne podpore, to pa je smer, proti kateri menim, da bi moralo socialno podjetništvo napredovati. Za realizacijo takšne smeri razvoja bi se moralo med socialnimi podjetniki več pozornosti nameniti raziskavam trga, ki bi omogočile preudarnije odločitve o dejavnosti, s katero se želijo ukvarjati in ki bi jim na dolgi rok omogočala preživetje, uspešno poslovanje ter trajno proizvajanje pozitivnih družbenih učinkov. Zelo pomembna se mi torej zdi sposobnost socialnih podjetnikov, da prepoznavajo nove priložnosti in izzive, ki se porajajo v teh spreminjajočih časih.

Prav tako se strinjam s Šporarjem, ki pravi, da je pomembno, »da se socialno podjetje skrbno odloča o izbiri primerne vira financiranja, tako glede na tip opravljane dejavnosti kot tudi glede na svoje obdobje obstoja in poslovanja« (Šporar v Kavaš in drugi 2013, 76). Šporar nadaljuje na podlagi priporočil Evropske unije in izpostavlja pomembno vlogo finančnih posrednikov, usmerjenih posebej k socialnim podjetjem.

Ti naj bi imeli »ključno vlogo pri približevanju socialnih podjetij vlagateljem, saj razpolagajo z informacijami o kapitalu, zagotavljajo kapital ter nudijo svetovanje in podporo« (Šporar v Kavaš in drugi 2013, 74).

Prav tako menim, da bi morala zakonodaja dovoljevati večjo fleksibilnost in dopuščati socialnim podjetjem možnost, da se odločijo za mešan tip socialnega podjetja in da se torej v aktu o ustanovitvi niso primorana opredeliti, ali bodo delovala po načelih socialnega podjetja tipa A ali B. K večji fluidnosti bi prispevala tudi določena stopnja enotnosti zakonodaje oz. regulative med državami članicami Evropske unije na tem področju, ki bi seveda zahtevala veliko dogovarjanja zaradi raznolikosti pojavnih oblik socialnega podjetništva, a bi po drugi strani odprla množico novih priložnosti za socialna podjetja, ki ne bi bila omejena le na domač trg.

Cilj magistrskega dela, ki je bil poiskati izzive in probleme, s katerimi se soočajo socialni podjetniki, je dosežen, glede naslavljanja teh izzivov pa se v delu na več mestih potrdi, da morajo vsi nosilci interesov socialnega podjetništva v Sloveniji, od države, občin in oblikovalcev politike do samih socialnih podjetnikov in zaposlenih v socialnih podjetjih, sodelovati pri snovanju soglasja o tem, kaj socialno podjetništvo je in kaj socialni podjetniki dejansko počnejo. Jasno definiranje in nadaljnji razvoj tega področja ter njegovega podpornega okolja pa se lahko doseže le skozi javno odpiranje vprašanj in skupnega dialoga, s čimer se potrdi tudi namen tega dela.

7 LITERATURA

1. Abu-Saifan, Samer. Social Entrepreneurship: Definition and Boundaries. *Technology Innovation Management Review* 2 (2). Dostopno prek: <https://timreview.ca/article/523> (14. januar 2017).
2. Austin, James, Howard Stevenson in Jane Wei-Skillern. 2006. Social and Commercial Entrepreneurship: Same, different, or both? *Theory and practice* 30 (1). Dostopno prek: <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1540-6520.2006.00107.x/epdf> (14. januar 2017).
3. Borzaga, Carlo in Jacques Defourny. 2001. *The Emergence of Social Enterprise*. New York: Routledge.
4. Boschee, Jerr in Jim McClurg. 2003. *Toward a better understanding of social entrepreneurship: Some important distinctions*. Dostopno prek: <https://www.law.berkeley.edu/php-programs/courses/fileDL.php?fID=7289> (14. januar 2017).
5. Branco, Davide, Eugenio Gattolin, Giacinto Tommasini, Franek Johannes, Simona Zagorc in Stojan Zagorc. 2004. *Uvajanje socialnega podjetništva v Sloveniji. Primerjalna študija: Italija, Avstrija, Slovenija*. Ljubljana: Pospesovalni center za malo gospodarstvo.
6. Črnak Meglič, Andreja. 2013. Socialno podjetništvo za razvoj sodobnih družb. *Revija Vita* (79). Dostopno prek: https://www.revija-vita.com/vita/79/Socialno_podjetni%C5%A1tvo_za_razvoj_sodobnih_dru%C5%BEB (25. avgust 2017).
7. Dees, J. Gregory, Peter Economy in Jed Emerson. 2001. *Enterprising nonprofits- a toolkit for social entrepreneurs*. New York: John Wiley and sons.
8. Dees, J. Gregory. 1998. *The Meaning of »Social Entrepreneurship«*. Dostopno prek: <https://community-wealth.org/sites/clone.community-wealth.org/files/downloads/paper-dees.pdf> (14. januar 2017).
9. Defourny, Jacques. 2004. *Social enterprise in an enlarged Europe: concept and realities*. Dostopno prek: http://www.ces.ulg.ac.be/uploads/Defourny_J__2004__Social_enterprise_in_a_enlarged_Europe__concepts_and_realities.pdf (18. januar 2017).
10. Defourny, Jacques in Marthe Nyssens. 2012. The EMES Approach of Social Enterprise in a Comparative Perspective. *EMES Working Papers Series* 12 (3). Dostopno prek: https://emes.net/content/uploads/publications/EMES-WP-12-03_Defourny-Nyssens.pdf (15. oktober 2017).

11. Fayolle, Alain in Harry Matlay, ur. 2010. *Handbook of research on social entrepreneurship*. Cheltenham; Northampton: E. Elgar.
12. Ghezzi, Simone in Enzo Mingione. 2007. Embeddedness, Path Dependency and Social Institutions an Economic Sociology Approach. *Current Sociology* 55 (1): 11–23.
13. *Grunt*. Dostopno prek: <http://grunt-sop.si/> (18. september 2017).
14. Heath, B. Shirley. 2002. Working with community. V *Strategic Tools for Social Entrepreneurs: Enhancing the Performance of Your Enterprising Nonprofit*, ur. Gregory J. Dees, Jed Emerson in Peter Economy, 141–159. New York: John Wiley and Sons.
15. Jiao, Hao. 2011. A conceptual model for social entrepreneurship directed towards social impact on society. *Social Enterprise Journal* 7 (2): 130–149.
16. Kadunc, Martina, Rado Bohinc in Blanka Kovačič. 2014. *A map od social enterprises and their eco-systems in Europe, Country report: Slovenia*. London: ICF Consulting Services.
17. Kickul, Jill. 2013. *Social entrepreneurship*. Cheltenham; Northampton: E. Elgar.
18. *KNOF*. Dostopno prek: <http://www.knof.si/> (29. avgust 2017).
19. Kolarič, Zinka, Andreja Črnak Meglič in Maja Vojnovič. 2002. *Zasebne neprofitno-volonterske organizacije v mednarodni perspektivi*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
20. 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.
21. Lužar, Dušanka, Sonja Gavez, Vanja Hazl, Julija Marošek, Stojan Zagorc, Simona Zagorc, Maja Gorjanc, Zdenka Kovač, Davide Branco in Matjaž Golob. 2005. *Študija obstoječega stanja na področju socialne ekonomije v Sloveniji: s priporočili za pripravo modela socialnega podjetništva*. Ljubljana: Javna agencija Republike Slovenije za podjetništvo in tuje investicije.
22. Mair, Johanna in Ignasi Marti. 2004. Social entrepreneurship research: a source of explanation, prediction, and delight. *Journal of world business* 41 (1): 36–44.
23. Mair, Johanna. 2010. Social entrepreneurship: taking stock and looking ahead. V *Handbook of research on social entrepreneurship*, ur. Alain Fayolle in Harry Matlay, 15–28. Cheltenham; Northampton: E. Elgar, cop.

24. Mendell Marguerite in Rocio Nogales. 2009. *Social enterprises in OECD Member Countries: What are the financial streams?* Paris: Secretary-General of the OECD.
25. Mesojedec, Tadeja. 2012. Osnove socialnega podjetništva. *Izobraževalno gradivo »Šola socialnega podjetništva«*. Dostopno prek: http://www.eko-humanitatis.org/wp-content/uploads/2013/03/Delavnica-1_Osnove-socialnega-podjetništva.pdf (17. januar 2017).
26. Mesojedec, Tatjana, Šporar Primož, Strojani Kristjan, Valentinčič Tjaša, Bačar Franci, Sakovič Gregor in Strojani Tatjana. 2012. *Socialno podjetništvo*. Ljubljana: Salve.
27. Milošević, Goran. 2013. Socialno podjetništvo – temeljni koncepti, področja in metodologij raziskovanja. V *Zbornik s konference Socialno podjetništvo: novi izzivi in perspektive*, ur. Alojz Kavaš, Goran Milošević in Bojan Radej, 8–24. Murska Sobota: Mozaik, društvo za socialno vključenost.
28. Ministrstvo za gospodarski razvoj in tehnologijo. 2017. *Socialno podjetništvo*. Dostopno prek: http://www.mgrt.gov.si/si/delovna_podrocja/socialno_podjetnistvo/ (15. september 2017)
29. *Evidenca socialnih podjetij*. 2017. Dostopno prek: http://www.mgrt.gov.si/si/delovna_podrocja/socialno_podjetnistvo/evidenca_so_p/ (10. marec 2017).
30. MMC RTV SLO. 2009. *Evropske volitve: Srečko Prislán*. Dostopno prek: <https://www.rtvsl.si/evropske-volitve/srecko-prislan-kss/99933> (18. september 2017).
31. Nash, T.A. Matthew. 2016. Social entrepreneurship and social innovation. V *The Jossey-Bass handbook of nonprofit leadership and management*, ur. David O. Renz, 296–303. Jossey-Bass & Pfeiffer Imprints: New Jersey.
32. Nicholls, Alex. 2009. Learning to Walk, Social Entrepreneurship– A research review. V *Innovations, special edition for the Skoll World Forum 2009 »Social Entrepreneurship: Shifting Power Dynamics«*, 209–222. Dostopno prek: <http://www-tc.pbs.org/now/shows/537/Shifting-Power-Dynamics.pdf> (15. januar 2017).
33. Noya, Antonella. 2009. *The Changing Boundaries of Social Enterprises*. Paris: Local Economic and Employment Development OECD.
34. OECD. 2013. *Job creation through the social economy and social entrepreneurship*. Paris: Secretary-General of the OECD.

35. Oprčkal, Barbara. 2015. *Kako so trije prijatelji iz starih oblačil in tekstila ustvarili nova delovna mesta*. Dostopno prek: <http://siol.net/siol-plus/junaki-za-jutri/kako-so-trije-prijatelji-iz-starih-oblacil-in-tekstila-ustvarili-nova-delovna-mesta-232857?image=3> (18. september 2017).
36. Pavel, Igor in Polona Štefanič. 2005. *Socialno podjetje, od ideje k praksi*. Ljubljana: ŠENT- Slovensko združenje za duševno zdravje.
37. Podmenik, Dane in Bojan Mevlja. 2013. Socialno podjetništvo na podeželju Slovenske Istre. V *Zbornik s konference Socialno podjetništvo: novi izzivi in perspektive*, ur. Alojz Kavaš, Goran Milošević in Bojan Radej, 91–105. Murska Sobota: Mozaik, društvo za socialno vključenost.
38. *Premiki*. Dostopno prek: <http://premiki.com/o-premikih/o-premikih/> (18. september 2017).
39. Projekt SENTIM. 2016. *Socialna ekonomija in njene podjetniške priložnosti*. Dostopno prek: http://www.step-institute.org/uploads/2/6/4/5/26450141/sentim_o1_final_document_slo_version.pdf (5. avgust 2017).
40. *Prostovoljstvo– Društvo Naprej*. Dostopno prek: <http://www.prostovoljstvo.org/index.php?t=itemOrganization&uid=27291> (18. september 2017).
41. Računsko sodišče. *Revizijsko poročilo- Spodbujanje socialnega podjetništva*. Številka: 320-5/2013/53. Ljubljana, 21. maj 2015.
42. Radej, Bojan. 2010. Prednostna področja razvoja in izzivi socialne ekonomije v Pomurju. V *Zbornik s konference Socialno podjetništvo: izzivi in perspektive*, ur. Goran Milošević, Zdenka Kovač in Bojan Radej, 34–49. Murska Sobota: Pribinovina d.o.o..
43. Rakar, Tatjana, Tomaž Deželan, Senka Š. Vrbica, Zinka Kolarič, Andreja Černak Meglič in Mateja Nagode. 2011. *Civilna družba v Sloveniji*. Ljubljana: Uradni list Republike Slovenije.
44. *Robaraba– Posredovalnica rabljenih predmetov*. Dostopno prek: <http://www.robaraba.si/> (18. september 2017).
45. Salamon, Lester M. in Wojciech S. Sokolowski. 2004. *Global civil society. Vol. 2, Dimensions of the nonprofit sector*. Boulder; London: Kumarian.
46. *SKUP- skupnost privatnih zavodov*. Dostopno prek: <http://www.skup.si/> (29. avgust 2017).

47. Slapnik, Tadej. 2010. Pojem in razvoj socialnega podjetništva. V *Zbornik s konference Socialno podjetništvo: izzivi in perspektive*, ur. Goran Milošević, Zdenka Kovač in Bojan Radej, 14–21. Murska Sobota: Pribinovina d.o.o.
48. Šporar, Primož. 2013. Financiranje socialnih podjetij. V *Zbornik s konference Socialno podjetništvo: novi izzivi in perspektive*, ur. Alojz Kavaš, Goran Milošević in Bojan Radej, 70–76. Murska Sobota: Mozaik, društvo za socialno vključenost.
49. Trbanc, Martina in Bogdan Polajner. 2013. *Social entrepreneurship and other models to secure employment for those most in need- Experiences with social entrepreneurship in Slovenia so far*. Evropska komisija: OSB Consulting.
50. Urad Vlade RS za komuniciranje. 2011. Sporočilo za javnost. 116. redna seja Vlade RS. Dostopno prek: http://www.vlada.si/medijsko_sredisce/sporocila_zajavnost/sporocilo_zajavnost/article/116_redna_seja_vlade_rs_14977/ (26. avgust 2017).
51. Uredba o določitvi dejavnosti socialnega podjetništva. Uradni list RS. 54/2012 in 45/2014. Dostopno prek: <http://www.pisrs.si/Pis.web/pregledPredpisa?id=URED6130> (7. september 2017).
52. *Ustvarjalnik*. Dostopno prek: <https://ustvarjalnik.org/> (18. september 2017).
53. Vesel, Jadranka. 2010. Socialna ekonomija kot alternativa. V *Zbornik s konference Socialno podjetništvo: izzivi in perspektive*, ur. Goran Milošević, Zdenka Kovač in Bojan Radej, 22–33. Murska Sobota: Pribinovina d.o.o.
54. Yunus, Muhammad. 2010. *Novemu kapitalizmu naproti: socialno podjetništvo za svet brez revščine*. Ljubljana: Učila.
55. *Zakon o socialnem podjetništvu (ZSocP)*. Ur. 1. RS. 20/2011. Dostopno prek: <https://www.uradni-list.si/1/content?id=102703> (10. januar 2017).
56. *Združenje Socialna ekonomija Slovenije*. Dostopno prek: <http://socialnaekonomija.si/> (12. julij 2017).

PRILOGE

Priloga A: Dejavnosti socialnega podjetništva

Področje socialnega podjetništva	Šifra dejavnosti	Naziv
SOCIALNO VARSTVO	oddelek 87	socialno varstvo z nastanitvijo
	88.109	drugo socialno varstvo brez nastanitve za starejše in invalidne osebe
	88.910	dnevno varstvo otrok
	88.991	dejavnost humanitarnih in dobrodelnih organizacij
	88.999	drugo drugje nerazvrščeno socialno varstvo brez nastanitve
DRUŽINSKO VARSTVO	88.109	drugo socialno varstvo brez nastanitve za starejše in invalidne osebe
	88.910	dnevno varstvo otrok
	88.999	drugo drugje nerazvrščeno socialno varstvo brez nastanitve
VARSTVO INVALIDOV	87.300	dejavnost nastanitvenih ustanov za oskrbo starejših in invalidnih oseb
	88.109	drugo socialno varstvo brez nastanitve za starejše in invalidne osebe
	88.910	dnevno varstvo otrok
ZNANOST, RAZISKOVANJE, IZOBRAŽEVANJE IN VZGOJA	oddelek 72	znanstvena raziskovalna in razvojna dejavnost
	oddelek 85	izobraževanje
ZAGOTAVLJANJE IN ORGANIZIRANJE MLADINSKEGA DELA	55.201	počitniški domovi in letovišča
	55.300	dejavnost avtokampov, taborov
	85.590	drugje nerazvrščeno izobraževanje, izpopolnjevanje in usposabljanje
	88.999	drugo drugje nerazvrščeno socialno varstvo brez nastanitve
	90.010	umetniško uprizorjanje
	93.120	dejavnost športnih klubov
	93.190	druge športne dejavnosti
	93.299	druge nerazvrščene dejavnosti za prosti čas
	94.999	dejavnost drugje nerazvrščenih članskih organizacij

VARSTVO IN PROMOCIJA ZDRAVJA	58.110	izdajanje knjig
	58.120	izdajanje imenikov in adresarjev
	58.130	izdajanje časopisov
	58.140	izdajanje revij in druge periodike
	58.190	drugo založništvo
	73.110	dejavnost oglaševalskih agencij
	oddelek 86	zdravstvo
ZAGOTAVLJANJE SOCIALNE VKLJUČENOSTI, SPODBUJANJE ZAPOSLOVANJA IN POKLICNEGA USPOSABLJANJA OSEB, KI SO BREZPOSELNE ALI JIM GROZI BREZPOSELNOST	78.100	dejavnost pri iskanju zaposlitve
	78.200	posredovanje začasne delovne sile
	78.300	druga oskrba s človeškimi viri
	85.590	drugje nerazvrščeno izobraževanje, izpopolnjevanje in usposabljanje
	85.600	pomožne dejavnosti za izobraževanje
	oddelek 95	popravila računalnikov in izdelkov za široko rabo
	oddelek 96	druge storitvene dejavnosti
	oddelek 97	dejavnost gospodinjstev z zaposlenim hišnim osebjem
POSREDOVANJE ZAPOSLOTITVE OSEBAM IZ 6. ČLENA ZAKONA O SOCIALNEM PODJETNIŠTVU, VKLJUČNO Z DEJAVNOSTJO ZAGOTAVLJANJA DELA TAKŠNIH DELAVCEV DRUGEMU DELODAJALCU	78.100	dejavnost pri iskanju zaposlitve
	78.200	posredovanje začasne delovne sile
	78.300	druga oskrba s človeškimi viri
	88.109	drugo socialno varstvo brez nastanitve za starejše in invalidne osebe
	88.999	drugo drugje nerazvrščeno socialno varstvo brez nastanitve
EKOLOŠKA PROIZVODNJA HRANE	oddelek 01	kmetijska proizvodnja in lov ter z njima povezane storitve
	oddelek 10	proizvodnja živil
	oddelek 11	proizvodnja pijač
OHRANJANJE NARAVE, UREJANJE IN VARSTVO OKOLJA IN ZAŠČITA ŽIVALI	oddelek 01	kmetijska proizvodnja in lov ter z njima povezane storitve
	oddelek 02	gozdarstvo
	oddelek 03	ribištvo in gojenje vodnih organizmov
	oddelek 37	ravnanje z odplakami
	oddelek 38	zbiranje in odvoz odpadkov ter ravnanje z njimi; pridobivanje sekundarnih surovin
	oddelek 39	saniranje okolja in drugo ravnanje z odpadki
	70.220	drugo podjetniško in poslovno svetovanje

	74.900	drugje nerazvrščene strokovne in tehnične dejavnosti
	81.300	urejanje in vzdrževanje zelenih površin in okolice
	oddelek 82	pisarniške in spremljajoče poslovne storitvene dejavnosti
	85.600	pomožne dejavnosti za izobraževanje
	91.040	dejavnost botaničnih in živalskih vrtov, varstvo naravnih vrednot
	94.999	dejavnost drugje nerazvrščenih članskih organizacij
	oddelek 95	popravila računalnikov in izdelkov za široko rabo
	oddelek 96	druge storitvene dejavnosti
SPODBUJANJE UPORABE OBNOVLJIVIH VIROV ENERGIJE IN RAZVOJ ZELENE EKONOMIJE	oddelek 16	obdelava in predelava lesa; proizvodnja izdelkov iz lesa, plute, slame in protja, razen pohištva
	oddelek 17	proizvodnja papirja in izdelkov iz papirja
	oddelek 38	zbiranje in odvoz odpadkov ter ravnanje z njimi; pridobivanje sekundarnih surovin
	41.200	gradnja stanovanjskih in nestanovanjskih stavb
	71.129	druge inženirske dejavnosti in tehnično svetovanje
	74.900	drugje nerazvrščene strokovne in tehnične dejavnosti
	94.999	dejavnost drugje nerazvrščenih članskih organizacij
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)	oddelek 55	gostinske nastanitvene dejavnosti
	oddelek 56	dejavnost strežbe jedi in pijač
	oddelek 79	dejavnost potovalnih agencij, organizatorjev potovanj in s potovanji povezanih dejavnosti
TRGOVINA ZA SOCIALNO OGROŽENE OSEBE (SOCIALNA TRGOVINA) TER TRGOVINA, KI ZAGOTAVLJA PRODAJO PROIZVODOV MAJHNIH PROIZVAJALCEV IZ GOSPODARSKO NAJBOLJ NERAZVITIH OKOLIJ NA	oddelek 45	trgovina z motornimi vozili in popravila motornih vozil
	oddelek 46	posredništvo in trgovina na debelo, razen z motornimi vozili
	oddelek 47	trgovina na drobno, razen z motornimi vozili

TEMELJU ETIČNIH, PREGLEDNIH IN ENAKOPRAVNIH POSLOVNIH RAZMERIJ MED PROIZVAJALCI IN TRGOVCEM, USMERJENIH PREDVSEM V ZAGOTAVLJANJE MOŽNOSTI PRAVIČNEGA PLAČILA PROIZVAJALCEV IN S TEM NJIHOVEGA PREŽIVETJA (PRAVIČNA TRGOVINA), TER TRGOVINA S STORITVAMI IN PROIZVODI IZ DEJAVNOSTI SOCIALNEGA PODJETNIŠTVA		
KULTURA, TEHNIČNA KULTURA IN OHRANJANJE KULTURNE, TEHNIČNE IN NARAVNE DEDIŠČINE	oddelek 18	tiskarstvo in razmnoževanje posnetih nosilcev zapisa
	33.190	popravila drugih naprav
	47.610	trgovina na drobno v specializiranih prodajalnah s knjigami
	47.621	trgovina na drobno v specializiranih prodajalnah s časopisi in revijami
	47.630	trgovina na drobno v specializiranih prodajalnah z glasbenimi in video zapisi
	47.782	trgovina na drobno v specializiranih prodajalnah z umetniškimi izdelki
	oddelek 58	založništvo
	oddelek 59	dejavnosti v zvezi s filmi, video- in zvočnimi zapisi
	oddelek 60	radijska in televizijska dejavnost
	oddelek 63	druge informacijske dejavnosti
	70.220	drugo podjetniško in poslovno svetovanje
	71.112	krajinsko arhitekturno, urbanistično in drugo projektiranje
	72.200	raziskovalna in razvojna dejavnost na področju družboslovja in humanistike
	74.100	oblikovanje, aranžerstvo, dekoraterstvo
	74.200	fotografska dejavnost
	74.300	prevajanje in tolmačenje
	74.900	drugje nerazvrščene strokovne in tehnične dejavnosti
79.120	dejavnost organizatorjev potovanj	

	81.300	urejanje in vzdrževanje zelenih površin in okolice
	82.300	organiziranje razstav, sejmov, srečanj
	85.520	izobraževanje, izpopolnjevanje in usposabljanje na področju kulture in umetnosti
	85.590	drugje nerazvrščeno izobraževanje, izpopolnjevanje in usposabljanje
	oddelek 90	kulturne in razvedrilne dejavnosti
	oddelek 91	dejavnost knjižnic, arhivov, muzejev in druge kulturne dejavnosti
	94.999	dejavnost drugje nerazvrščenih članskih organizacij
AMATERSKI ŠPORT IN TELESNA KULTURA, KATERE NAMEN JE REKREACIJA IN SOCIALIZACIJA	77.210	dajanje športne opreme v najem in zakup
	85.510	izobraževanje, izpopolnjevanje in usposabljanje na področju športa in rekreacije
	oddelek 93	športne in druge dejavnosti za prosti čas
REŠEVANJE IN ZAŠČITA	84.250	zaščita in reševanje pri požarih in nesrečah
	86.909	druge zdravstvene dejavnosti
	94.999	dejavnost drugje nerazvrščenih članskih organizacij
SPODBUJANJE RAZVOJA LOKALNIH SKUPNOSTI	69.103	druge pravne dejavnosti
	69.200	računovodske, knjigovodske in revizijske dejavnosti; davčno svetovanje
	70.210	dejavnost stikov z javnostjo
	70.220	drugo podjetniško in poslovno svetovanje
	73.110	dejavnost oglaševalskih agencij
	73.200	raziskovanje trga in javnega mnenja
	74.900	druge nerazvrščene strokovne in tehnične dejavnosti
	82.990	drugje nerazvrščene spremljajoče dejavnosti za poslovanje
	85.590	drugje nerazvrščeno izobraževanje, izpopolnjevanje in usposabljanje
	85.600	pomožne dejavnosti za izobraževanje

	94.110	dejavnost poslovnih in delodajalskih združenj
	94.999	dejavnost druge nerazvrščenih članskih organizacij
PODPORNE STORITVE ZA SOCIALNA PODJETJA	58.110	izdajanje knjig
	58.130	izdajanje časopisov
	58.140	izdajanje revij in druge periodike
	58.190	drugo založništvo
	58.210	izdajanje računalniških iger
	58.290	drugo izdajanje programja
	59.110	produkcija filmov, video filmov, televizijskih oddaj
	59.120	post produkcijske dejavnosti pri izdelavi filmov, video filmov, televizijskih oddaj
	59.130	distribucija filmov, video filmov, televizijskih oddaj
	59.140	kinematografska dejavnost
	59.200	snemanje in izdajanje zvočnih zapisov in muzikalij
	60.100	radijska dejavnost
	60.200	televizijska dejavnost
	62.010	računalniško programiranje
	62.020	svetovanje o računalniških napravah in programih
	62.030	upravljanje računalniških naprav in sistemov
	62.090	druge z informacijsko tehnologijo in računalniškimi storitvami povezane dejavnosti
	63.110	obdelava podatkov in s tem povezane dejavnosti
	63.120	obratovanje spletnih portalov
	63.910	dejavnost tiskovnih agencij
	63.990	drugo informiranje
	64.190	drugo denarno posredništvo
	64.920	drugo kreditiranje

	64.990	drugje nerazvrščene dejavnosti finančnih storitev, razen zavarovalništva in dejavnosti pokojninskih skladov
	66.110	upravljanje finančnih trgov
	66.190	druge pomožne dejavnosti za finančne storitve, razen za zavarovalništvo in pokojninske sklade
	69.103	druge pravne dejavnosti
	69.200	računovodske, knjigovodske in revizijske dejavnosti; davčno svetovanje
	70.210	dejavnost stikov z javnostjo
	70.220	drugo podjetniško in poslovno svetovanje
	73.110	dejavnost oglaševalskih agencij
	73.200	raziskovanje trga in javnega mnenja
	74.900	drugje nerazvrščene strokovne in tehnične dejavnosti
	82.990	drugje nerazvrščene spremljajoče dejavnosti za poslovanje
	85.520	izobraževanje, izpopolnjevanje in usposabljanje na področju kulture in umetnosti
	85.590	drugje nerazvrščeno izobraževanje, izpopolnjevanje in usposabljanje
	85.600	pomožne dejavnosti za izobraževanje
	94.110	dejavnost poslovnih in delodajalskih združenj
	94.999	dejavnost drugje nerazvrščenih članskih organizacij

VIR: Uredba o določitvi dejavnosti socialnega podjetništva (2012, 2014)

Priloga B: Prepisi intervjujev

Priloga B.1: INTERVJU DRUŠTVO NAPREJ 1. 8. 2017, 10:00

Zakaj ste se odločili za registracijo vaše organizacije kot socialnega podjetja? Kakšne prednosti se vam zdi, da prinaša status socialnega podjetja?

Društvo smo ustanovili leta 2010, takrat še ni bilo možno ustanoviti socialnega podjetja. Kasneje se nam je zdel to perspektiven razvoj, da bi lahko zapolnili tržne niše, segmente med javnim in zasebnim sektorjem. V pripravi imamo tudi projekt, trenutno čakamo na razpis s strani Ministrstva za gospodarski razvoj in tehnologijo, kot socialno podjetje pa bomo lahko kandidirali za sredstva oz. dobili določene ugodnosti na področju lokalne samouprave ter tako do konca leta spravili socialno podjetje v zagon.

Kako razumete socialno podjetništvo? Kateri vidik vam je pomembnejši- gospodarski (tržnost) ali socialni (družbeni učinki)? Komentar na vključevanje podjetniške miselnosti v neprofitni sektor?

Morala bi biti tista, ki bi sodelovala z lokalno skupnostjo. Vrzeli, ki niso močne tržne niše za zasebni sektor, bi lahko zapolnjevala socialna podjetja. Definitivno potrebujejo financiranje s strani občin in države, in sicer v obliki spodbud za zaposlovanje, naročil za javna dela, skozi manjše najemnine ipd. Vsa socialna podjetja vpisana v evidenco, ki začnejo izvajati previsoko tržno vrednost, ne morejo biti konkurenčna. Vprašanje je ali je interes socialnega podjetja, da se tržno samostojno preživi ali da pomaga ljudem pri reintegraciji. Kaj je torej tisto kar motivira oz. kaj je cilj socialnega podjetja. Osebnostno mislim in zagovarjam, da mora biti osnovno poslanstvo socialnega podjetja, da zagotavlja ljudem ponovno vključevanje v družbo, da postanejo samostojni in ne toliko tržni vidik, saj se »računica« ponavadi ne izide. Nekje izgubljaš, v primeru, da si tržno uspešen, boš na izgubi pri delu z ljudmi.

Ali se vam zdi, da prihaja do razlik v razumevanju socialnega podjetništva med oblikovalci politike in socialnimi podjetniki? Kje prihaja do ključnih nestrinjanj in ali se vam zdi, da oblikovalci politike nimajo pravega razumevanja socialnega podjetništva?

Po eni strani menim, da se oblikovalci politike sicer ukvarjajo z razvojem, da imajo vizijo, vendar menim, da so pri svojem delovanju vseeno prepočasni, zato se poraja

vprašanje ali jim je to področje prioriteta. Socialna podjetja, ne glede na vse, potrebujejo njihovo pomoč.

Ali se vam zdi zakonodaja dovolj izpopolnjena? Se podporni sistemi, zakoni ipd. razvijajo skupaj z večanjem števila socialnih podjetij v Sloveniji. Kje vidite možnosti izboljšave?

Zakonodaja se mi načeloma ne zdi dovolj izpopolnjena, nek ustroj imamo, ZSocP je sprejet. Socialna podjetja so del socialne ekonomije, tukaj so še invalidska podjetja, zaposlitveni centri, zadruga in druge organizacije- Slovenija ima dobro razvit mehanizem, vendar ga ne zna poenotiti, socialna ekonomija bi morala biti bolj poenotena, na ta način bi se finančna sredstva bolj smotno razporejala. Promocija socialnega podjetništva je fantastična, vendar je realnost drugačna. V ozadju je veliko obligacij, predvsem pa je problem v viru financiranja, ki si ga moraš najti sam. Menim, da brez podpornih mehanizmov socialno podjetje ne more preživeti.

Ključni izzivi in problemi s katerimi se soočate?

Ne moremo se primerjati z nekom, ki ima veliko kapitala ali veliko ljudi, ki jih lahko s svojim delovanjem doseže. Pri veliki populaciji je uspeh bolj verjeten kot pa v majhni Sloveniji, še posebej na lokalni ravni, kjer ni veliko ljudi. K uspehu na začetku zelo veliko pripomore prostovoljno oz. brezplačno delo ustanovitelja, ampak to počneš, ker vidiš, da lahko pomagaš ljudem. Ampak od entuziazma in altruizma ne moreš napolniti proračuna. Na žalost je v Sloveniji tako, da se lepe zgodbe dogajajo tam, kjer je denar, torej pri tistih socialnih podjetjih, ki dobijo finančna sredstva. Težko pa je kandidirati za razpoložljiva sredstva, če si majhno socialno podjetje, ki nima npr. še nobenega zaposlenega. Zaposlenega pa ne moreš imeti, ker ne prideš do »posla«, da bi mu lahko izplačeval plačo in na ta način država ne dopušča delovanja socialnih podjetij, saj jim omejuje vstop v samo kolesje. Celica oz. socialno podjetje samo pa se ne more razviti. Ključni izziv je manjko posluha in podpornih mehanizmov za nova socialna podjetja, ki imajo visoke potenciale. Prav tako pa se zdi, da nobenega dejansko ne zanima kakšen vpliv ima socialno podjetje na posameznika in lokalno skupnost.

Pozitivno pri našem socialnem podjetju je, da nam občina Slovenj Gradec brezplačno oddaja prostore, kjer delujemo, čeprav bi se na področju javnih del dalo dogovoriti še marsikaj več in menim, da bi bil vpliv na okolje zelo pozitiven. Sodelovanje z drugimi

občinskimi ustanovami je bolj krhko, saj ni splošnega dogovora oz. konsenza kaj točno socialna podjetja počnemo; kje nas vidi lokalna skupnost, šole, zavodi.

Predlogi za socialno podjetništvo v Sloveniji?

Socialnega podjetništva ljudje ne dojemajo kot podjetništvo, ampak kot nekaj, kar bi moralo biti kar a priori financirano. Prav tako negativen prizvok zaradi prejšnje socialistične ureditve ostaja, a mislim, da se da to skozi leta spremeniti. Socialno podjetništvo je namreč postalo zelo popularno, umešča se ga povsod in včasih čisto poljubno. Osnovno vprašanje pri tem je, na katerih vseh področjih lahko v Sloveniji socialno podjetništvo sploh funkcionira, tam je treba narediti modele za določene regije, saj so si močno različne med sabo, kar pomeni, da so tudi potrebe po dejavnostih različne.

Priloga B.2: INTERVJU ZADRUGA POTOVALNIK 1. 8. 2017, 17:00

Zakaj ste se odločili za registracijo vaše organizacije kot socialnega podjetja? Kakšne prednosti se vam zdi, da prinaša status socialnega podjetja?

V prvi vrsti sem se odločila za registracijo zaradi širšega nabora dejavnosti, ki jih lahko izvajamo kot socialno podjetje, kot drugo pa smo se za to odločili zaradi želje po nudenju pomoči socialno šibkim ljudem. Seveda pa je en dejavnik tudi možnost pridobivanja finančnih sredstev prek javnih razpisov.

Kako razumete socialno podjetništvo? Kateri vidik vam je pomembnejši- gospodarski (tržnost) ali socialni (družbeni učinki)? Komentar na vključevanje podjetniške miselnosti v neprofitni sektor?

Dovolj se mi zdi, da je socialno podjetje toliko uspešno, da lahko plača svoje zaposlene, da je predvsem važen namen organizacije, torej delanje v korist ljudi. V tem kontekstu se mi zdi tržni vidik sekundarnega pomena. Konkurenca na trgu je zelo huda, smo se pa odločili za dejavnost turizma, ker menimo, da ima Slovenija pri tem zelo velik potencial, v tem je prihodnost Slovenije. Želimo si razpisov, ki bi pomagali predvsem pri samem marketingu. V celotnem kontekstu pa menim, da mora socialno podjetje zasledovati oba cilja, tako tržnega kot tudi socialnega.

Ali se vam zdi, da prihaja do razlik v razumevanju socialnega podjetništva med oblikovalci politike in socialnimi podjetniki? Kje prihaja do ključnih nestrinjanj in ali se vam zdi, da oblikovalci politike nimajo pravega razumevanja socialnega podjetništva?

Menim, da je socialno podjetništvo trenutna modna muha in kot takega ga razumejo tudi oblikovalci politike- zanimivega za širši krog ljudi in za nabiranje točk priljubljenosti med ljudmi. Dejstvo pa je, da se dotikajo zelo perečih problemov, zato bi se ga morala politika bolj resno lotiti in zakrpati določene luknje v zakonu. Menim, da je zakonodaja zelo striktna do skupin ogroženih ljudi, veliko manj pa do delodajalcev.

Ali se vam zdi zakonodaja dovolj izpopolnjena? Se podporni sistemi, zakoni ipd. razvijajo skupaj z večanjem števila socialnih podjetij v Sloveniji. Kje vidite možnosti izboljšave?

V tem kratkem času odkar imamo socialno podjetje, še nisem izkoriščala veliko podpornih sistemov ali se povezovala z občino Velenje, trenutno delamo bolj na marketingu in zato ne morem podati korektnega odgovora. Vseeno menim, da celotno področje še ni dovolj dodelano.

Ključni izzivi in problemi s katerimi se soočate?

Na začetku mi je bilo težje pri ustanavljanju, še posebej kar se tiče birokracije, sem pa na tem področju prejela veliko pomoči in sicer večinoma s strani drugih zadrug ali zavodov. Naš največji problem je morda to, da se ukvarjamo z dejavnostjo (turizem oz. oddajanje kombijev), za katero sezona traja le nekaj mesecev na leto.

Predlogi za socialno podjetništvo v Sloveniji?

Eden ključnih predlogov bi bil izboljšanje dostopnosti do informacij oz. večja preglednost le-teh, vsaj kar se tiče razpisov in drugih rokov, ki se jih morajo socialna podjetja držati.

Priloga B.3: INTERVJU STARA ROBA, NOVA RABA 2. 8. 2017, 9:00

Zakaj ste se odločili za registracijo vaše organizacije kot socialnega podjetja? Kakšne prednosti se vam zdi, da prinaša status socialnega podjetja?

Prvo smo bili kot eden izmed programov Kralji ulice, nakar smo dobili sredstva in se kasneje tudi registrirali. Status se nam sicer ne spleča, formalno pa je dobro, da smo zadruga in obenem tudi socialno podjetje, predvsem zaradi članstva oz. da so naši zaposleni tudi formalno ustanovitelji, saj se na ta način počutijo še bolj pripadni in odgovorni. Za status smo se odločili tudi zato, ker je bilo s strani države govora, da bodo razpisi prav posebej za socialna podjetja, vendar temu še ni tako.

Kako razumete socialno podjetništvo? Kateri vidik vam je pomembnejši- gospodarski (tržnost) ali socialni (družbeni učinki)? Komentar na vključevanje podjetniške miselnosti v neprofitni sektor?

Ta dvojnost se mi zdi zbanaliziran pogled na socialno podjetništvo, v Sloveniji so ga zreducirali samo na to in se govori samo o tem, kako bi se »socialci« morali naučiti podjetništva. Namesto tega bi morali govoriti o socialni ekonomiji, ki je dosti širša zadeva in govori o tem kako upravljati vire na način, da ne škodimo ne sebi, ne živalim in itn. Menim, da je socialno podjetništvo napačen prevod, ki se je morda prijel zaradi ZSocP. Tu ne gre samo za monetarno menjavo, morali bi imeti tudi druge oblike menjave, več poudarka bi moralo biti na drugih ekonomskih aktivnostih, ki ni samo prodaja (lokalna valute, menjava storitev, časovna banka, blagovna menjava). V Sloveniji pa smo pod vplivom države to zminimalizirali samo na podjetništvo. In, ker velja prepričanje, da se mi, ki se ukvarjamo s socialo, ne spoznamo na podjetništvo, nas morajo tega naučiti (s strani gospodarstva), s čimer pa se ne strinjam. Vseeno sodelujemo s podjetniškim sektorjem, se od njih marsikaj naučimo.

Čutiš pritiske po ekonomski uspešnosti, saj je nenazadnje treba preživeti, ni pa nobene podpore trenutno, razen Kraljev ulice, brez katerih ne bi preživeli. Niti prostora, kjer je naša posredovalnica ne dobimo zastoj. Vključujemo ljudi, ki so bili že zelo, zelo dolgo izključeni iz trga dela, na tem področju torej ne moremo biti konkurenčni in bi na tem mestu morala biti obvezna trajna podpora.

Ali se vam zdi, da prihaja do razlik v razumevanju socialnega podjetništva med oblikovalci politike in socialnimi podjetniki? Kje prihaja do ključnih nestrinjanj in ali se vam zdi, da oblikovalci politike nimajo pravega razumevanja socialnega podjetništva?

Menim, da oblikovalci politike socialno podjetništvo jemljejo predvsem samopromocijsko, da so odgovorni to zgrabili, da promovirajo sebe. Odvija se

ogromno konferenc, ki so dobre za širjenje mišljenja, za obveščanje javnosti, za povezovanje socialnih podjetnikov, ampak mi bi rabili konkretno podporo. V zakonu in Strategiji je bila predvidena, a se nič od tega ne izvaja, zato menim, da oblikovalci politike veliko obljublajo, naredijo pa nič. Menim tudi, da je očitni pokazatelj kako država gleda na socialno podjetništvo oz., da ciljajo predvsem na podjetniški vidik, prenos socialnega podjetništva iz Ministrstva za delo, družino, socialne zadeve in enake možnosti na Ministrstvo za gospodarski razvoj in tehnologijo. Slednji postavljajo zelo zahteven nivo, zelo dolgoročno, izdajajo zahtevne razpise, tako se po zahtevnosti razpisi za npr. 20,000 evrov finančnih sredstev lahko primerjajo z razpisi na EU ravni, kjer so finančna sredstva v višini 120,000 evrov.

Ali se vam zdi zakonodaja dovolj izpopolnjena? Se podporni sistemi, zakoni ipd. razvijajo skupaj z večanjem števila socialnih podjetij v Sloveniji. Kje vidite možnosti izboljšave?

Menim, da je ZSocP neka osnova, ki bi se morala začeti izvajati. Nasplošno pa menim, da se blokira delovanje socialnih podjetij z vedno več birokracije in dodatnimi zahtevami. V pripravi je nova Strategije, za katero me zanima kaj bo prinesla.

Ključni izzivi in problemi s katerimi se soočate?

V lokalni skupnosti smo kar dobro prepoznani, prav tako nam gre prodaja rabljenih izdelkov dobro od rok, še posebej, če upoštevamo njihovo nizko ceno. Če ne bi imeli najemnine, bi čisto vredeu funkcionirali. Največji problem vidim v tem, da zaposluje mo tudi brezdomne ljudi, brez, da bi imeli kakršnokoli podporo od države. Izziv je tudi vedno večja konkurenca s strani organizacij, ki se ukvarjajo s ponovno uporabo rabljenih predmetov. Problem je tudi v tem, da ni nekih razpisov, pa tudi podpora bi morala biti trajnega značaja, npr. za zaposlovanje invalidov bi morala obstajati trajna subvencija. V zakonodaji sicer piše, da bi se zaposlovanje ranljivih skupin ljudi moralo subvencionirati, ampak tega v realnosti ni. Imamo sicer zaposlene prek javnih del, ampak ti morajo po enem letu, ko se ravno uvedejo, oditi.

Predlogi za socialno podjetništvo v Sloveniji?

Razširiti bi morali polje in začeti govoriti tudi o drugih stvareh. Socialno podjetništvo bi morali izkoristiti kot rešitev iz krize, ga videti kot drug način človeškega sodelovanja in ekonomskega udejstvovanja, ne le kot krpanje negativnih učinkov kapitalizma.

Nehati se moramo bati preizkušanja novih poti, hitro se novi koncepti namreč označijo kot »hipijske« ideje. Prav tako je treba poslušati in vključevati ljudi, s katerimi se povezuje veliko stereotipov. Prav zaradi tega poskušamo sodelovati z najboljšimi profesionalci, vedno imamo urejen prostor, komunikacija s strankami je na nivoju ipd., saj so to vse stvari s katerimi se stereotipi razbijajo. Pri socialnem podjetništvu se mi zdi izredno pomembni zdita tudi inovativnost in avtonomija, da imaš prostor za razvijanje po svojih željah, zmožnostih in ne tako kot ti nekdo narekuje, kar je težko zaradi pritiskov trga oz. preživetja.

Pri socialnem podjetništvu prav tako nočem govoriti o konkurenci, bolj smotrno se mi zdi mreženje. Prav tako pa menim, da bi morali oblikovalci politike podpirati iniciative, se osredotočiti na pristop »od spodaj navzgor«.

Priloga B.4: INTERVJU USTVARJALNIK 2. 8. 2017, 15:00

Zakaj ste se odločili za registracijo vaše organizacije kot socialnega podjetja? Kakšne prednosti se vam zdi, da prinaša status socialnega podjetja?

Statusu ne pripisujem nobenega pomena, socialni podjetnik je zame podjetnik, ki zasleduje socialne cilje. Od časa do časa vidim prednost statusa pri prijavljanju na razpise, registracija nam je bila predlagana. Drugače pa zasledujemo socialne cilje že vsaj od leta 2009 in smo prvo socialno podjetje, ki je pridobilo investicijo iz tujine. Objektivno gledano, v Sloveniji dela status socialnemu podjetniku več škode kot koristi, predvsem iz administrativnega zornega kota. Menim pa tudi, da status ne sme biti bergla, socialno podjetje mora biti že samo po sebi dobro zastavljeno in v redu funkcionirati.

Lahko rečem, da zlorabljam status- če želim neki firmi prodati svojo storitev, potem sem v prednosti, če lahko nudim enako kvaliteto, kot pa meni konkurenčno tržno podjetje, a za razliko ves zaslužek vložim nazaj v razvijanje storitev, organiziranje podjetniških krožkov za mlade. Ta argument, da je nakup mojih storitev prav tako dobro družbeno delo, me lahko loči od konkurence in na tak način se mi zdi prav, da se status socialnega podjetnika izkoristi.

Kako razumete socialno podjetništvo? Kateri vidik vam je pomembnejši- gospodarski (tržnost) ali socialni (družbeni učinki)? Komentar na vključevanje podjetniške miselnosti v neprofitni sektor?

Zame je socialno podjetništvo to, da daješ družbeni učinek pred zaslužek. Da skozi podjetniško idejo rešiš nek družbeni problem (npr. z izdelki, ki vsebujejo določene sestavine in so namenjeni večkratni uporabi pri kuhanju, lahko poskrbimo za anemijo v afriških državah). To področje se mi zdi še zelo novo, vse sogovornike prvo zanima ali smo nevladna organizacija, torej društvo itd. Vključevanje podjetniške miselnosti v neprofitni sektor se mi zdi zelo pomembno! Nevladne organizacije, ki so odvisne od podpore družbe, morajo na nek način stalno prosjačiti za podporo, če pa želiš doseči spremembo, ki je trajnostna, moraš z vsakim uspešnim »social impactom«, ki ga proizvedeš, toliko zaslužiti, da se lahko sam financiraš naprej. V tem vidim poanto socialnega podjetništva. Narediti poslovni model, pri katerem bo neka socialno usmerjena dejavnost poslovno uspešna, pa je ponavadi zelo težko. In to je verjetno tudi razlog, zakaj je tako malo pravih socialnih podjetnikov v Sloveniji.

Ali se vam zdi, da prihaja do razlik v razumevanju socialnega podjetništva med oblikovalci politike in socialnimi podjetniki? Kje prihaja do ključnih nestrinjanj in ali se vam zdi, da oblikovalci politike nimajo pravega razumevanja socialnega podjetništva?

Ključen problem oblikovalcev politike na tem področju se mi zdi, da velika večina ni doživela podjetništva v praksi, da bi bili soočeni z dejstvom, da morajo neko količino izdelka oz. storitev na mesec prodati, da lahko preživijo. Zato se mi zdi, da vse njihove politike odražajo to neznanje. Tadej Slapnik se mi zdi korekten, ker je pripravljen poslušati in se učiti. Na Ministrstvu za delo, družino, socialne zadeve in enake možnosti pa tudi Ministrstvo za gospodarski razvoj in tehnologijo zmotno misli, da bi moralo biti socialno podjetništvo financirano s strani javnih sredstev in da je njegov glavni namen proizvajanje delovnih mest.

Ali se vam zdi zakonodaja dovolj izpopolnjena? Se podporni sistemi, zakoni ipd. razvijajo skupaj z večanjem števila socialnih podjetij v Sloveniji. Kje vidite možnosti izboljšave?

Z občinam oziroma šolami po Sloveniji zelo dobro sodelujemo- veliko šol nam plačuje za naše storitve. Zakonodaja omogoča, da nekdo skozi razpise ponuja iste stvari zastonj, čeprav imam jaz več izkušenj in boljšo kvaliteto- se pa ne želimo recimo prijavljati na razpise in hočemo uresničevati tudi podjetniški vidik. Razpisi so velikokrat zastavljeni tako, da potrebuješ izkušnje iz evropskih projektov, v katere pa se mi nismo nikoli vključevali. In predvsem na podlagi tega se nam dogaja neljalna konkurenca. Zaradi

nepremišljenih ukrepov se nam torej dogaja veliko nelojalne konkurence, da bi mi, če ne bi bilo posredovanja države, razpisov ipd., imeli trikrat več prometa in bi proizvajali desetkrat več pozitivnega družbenega učinka.

Mislim, da si mladi socialni podjetniki veliko pomagamo med sabo, ker vemo, kako težko je uspeti. Podpora med mlado generacijo je močna, med starejšimi, ki kandidirajo na večmilijonskih razpisih, pa seveda prihaja do hudih tekmovanj.

Ključni izzivi in problemi s katerimi se soočate?

Opažam dva ključna problema in sicer, da moramo davčno napoved oddati en mesec pred ostalimi d.o.o.-ji, kar je za nekatere problematično, saj o tem nismo pravočasno obveščeni. Prav tako je veliko administrativnih zadev, ki jih kot socialno podjetje ne moremo urediti zastoj na e-VEM točki, ampak moramo na sodišče, kar za sabo potegne kup birokracije. Problem je tudi samo preživetje, ker načeloma, če delaš nekaj socialnega to pomeni, da prodajaš stvari ceneje, kot pa bi morda bila redna tržna cena. Manj denarja imaš, bolj moraš biti preudaren, predvsem zato, da lahko zagotoviš plače zaposlenih.

Problem vidim tudi v tem, da nihče ne zna objektivno meriti družbenega učinka socialnih podjetij.

Predlogi za socialno podjetništvo v Sloveniji?

Bolj kot je kupec premožen in izobražen, večja je možnost, da se bo odločil za izdelke in storitve, ki jih ponujajo podjetja, ki jih zanima trajnostno ravnanje z naravo in pozitivno vplivanje na družbo. Manj kot je finančnih sredstev, razpisov ipd., večja je možnost, da se bo sektor sam dvignil, razvil. Ker zagonska sredstva sicer lahko dobiš, v tem času razvijaš svoj izdelek, ki ga velikokrat nihče noče, ko pa finančna sredstva skopnijo, tudi socialno podjetje propade.

Podporni sistemi so, v inkubatorjih, financiranih s strani države, ti npr. pomagajo spisati dober poslovni model, nihče pa te ne nauči kako prodajati in preživeti na trgu, kar je tista prava, realna pomoč, ki je v Sloveniji še nihče ne zna nuditi.

Priloga B.5: INTERVJU EKOLOŠKA ZADRUGA OZ. ZADRUGA DOBROTE 9. 8. 2017, 11:00

Zakaj ste se odločili za registracijo vaše organizacije kot socialnega podjetja? Kakšne prednosti se vam zdi, da prinaša status socialnega podjetja?

Smo hkrati socialno podjetje, ustvarjamo zelena delovna mesta, torej smo ekološko ozaveščeni. Glede statusa zna biti problematično v prihodnje, saj se zna zgoditi, da ga bodo socialna podjetja začela opuščati, ker so precej velike omejitve glede zaposlovanja in zahtev preprosto ne bodo dosegle, nekatera socialna podjetja pa bodo ugotovila, da se jim ga preprosto ne splača imeti. Tiste organizacije, ki nimajo statusa socialnega podjetja pa se morajo preprosto odločiti kaj želijo delati, saj ga za moje pojme ni problematično pridobiti.

Kako razumete socialno podjetništvo? Kateri vidik vam je pomembnejši- gospodarski (tržnost) ali socialni (družbeni učinki)? Komentar na vključevanje podjetniške miselnosti v neprofitni sektor?

Menim, da nihče ne ve kaj pomeni socialno podjetništvo, pa vendar si vsi želijo delovati na tem področju. Definicij je ogromno, mislim, da nihče ne ve, katera je tista prava. Vse vodijo v to, da je to moč delavskega soupravljanja, da tu ni delitve dobička in to mislim, da je prav to univerzalna karakteristika socialnega podjetništva. Izpostavil bi večjo pomembnost podjetniškega vidika. Nuditi človeku dostojno delo in plačilo bi moralo biti prisotno povsod, ne samo pri socialnem podjetništvu. Sam menim, da so to sicer samoumevne zadeve, ki bi morale veljati povsod.

Ali se vam zdi, da prihaja do razlik v razumevanju socialnega podjetništva med oblikovalci politike in socialnimi podjetniki? Kje prihaja do ključnih nestrinjanj in ali se vam zdi, da oblikovalci politike nimajo pravega razumevanja socialnega podjetništva?

S tem, ko bi zmanjšali število brezposlenih, bi se vrednote socialnega podjetništva avtomatsko promovirale. Menim, da je to, da država ne pomaga gospodarstvu ena velika laž, menim, da na mnogih področjih zelo veliko pomaga. Zelo žalomi pa se pri pridobivanju dovoljenj, tukaj so birokratske ovire res prisotne, mi smo potrebovali dve leti za pridobitev dovoljenja za gradnjo hale. Sam tudi ne verjamem v Strategijo razvoja socialnega podjetništva, ker se do zdaj še ni izkazala na nobenem področju, njeni cilji so ponavadi politično nastavljeni. Morali bi biti jasno ter preprosto zastavljeni in fleksibilni glede števila zaposlenih, višine plače, dodane vrednosti.

Ali se vam zdi zakonodaja dovolj izpopolnjena? Se podporni sistemi, zakoni ipd. razvijajo skupaj z večanjem števila socialnih podjetij v Sloveniji. Kje vidite možnosti izboljšave?

Moj predlog oblikovalcem politike bi bil predvsem to, da se poenostavijo razpisi in da se vsi držimo dogovorjenih rokov. Menim, da bi bilo bolje imeti več manjših razpisov za manjše vsote in le par večjih. Če bi se ta sredstva razpršila, bi bila na koncu tudi primerno porabljena. Vsekakor pa manjka podpornega okolja, ki bi moralo biti nujno organizirano regijsko. Mislim, da bi bilo bolj smotno narediti lokalno podporno mrežo, kar ne bi bil noben problem, tudi finančno ne bi bilo breme. Dodatne usmeritve, informacije bi bile potrebne, predvsem o tem, kako boš po pridobitvi finančnih sredstev tudi dejansko preživel. Država bi prav tako morala poskrbeti, da bi bila finančna sredstva primerno razporejena.

Ključni izzivi in problemi s katerimi se soočate?

Omejili smo možnost, da ljudje pridejo kadarkoli k nam in vzamejo neomejeno število oblačil, ker je prišlo do izkoriščanja. Socialno šibki ljudje so načeloma ob ponovni zaposlitvi tudi bolj učinkoviti, čutijo neko pripadnost, vendar pa tega ne smemo idealizirati, saj se, tako kot povsod, tudi tukaj najdejo slabi delavci.

Predlogi za socialno podjetništvo v Sloveniji?

Moralo bi biti korektiv turbokapitalizmu, oba sicer stremita k učinkovitosti in optimizaciji procesov, s tem, da kapitalizem to dela za lastnike kapitala, socialno podjetje pa bi to moralo početi za vse zaposlene in seveda tudi za družbo. Kazalnik uspeha socialnega podjetja bi morala biti tudi višina plače zaposlenih.

Priloga B.6: INTERVJU SREČKO PRISLAN 3. 8. 2017, 11:00

Kakšne prednosti organizacijam prinaša status socialnega podjetja?

Posebne prednosti v odnosu na klasično podjetje ni. Področje socialnega podjetništva je omejeno vsebinsko, glede na dejavnosti, ki jih lahko izvajajo tudi podjetja v klasičnem smislu. Določene prednosti so na področju zaposlitvenih struktur, ki so na trgu dela nekonkurenčne. Status je torej prednost predvsem za ranljive skupine ljudi, saj jih socialna podjetja tipa B morajo zaposlovati.

Kako razumete socialno podjetništvo? Kateri vidik vam je pomembnejši- gospodarski (tržnost) ali socialni (družbeni učinki)? Komentar na vključevanje podjetniške miselnosti v neprofitni sektor?

Menim, da so socialne vrednote v kapitalističnem sistemu potisnjene v ozadje. V ospredju je torej kapital, trg dela, ki so umetne tvorbe, ki ljudem ne prinašajo pozitivnih vplivov. S socialnimi podjetji se poskuša zapolniti vrzeli, ki so nastale zaradi ekonomske krize, saj promovirajo komunikacijo in sodelovanje med ljudmi ter reševanje ključnega problema, ki je brezposelnost. Tukaj je zaposlovanje socialno ogroženih ljudi bistvenega pomena in pa zagotovitev, da so aktivni udeleženci v procesu odločanja.

Ključno značilnost socialnega podjetja vidim v solastništvu zaposlenih, v čemer je tudi ključna razlika med socialnim in klasičnim podjetjem. Zaposleni tako do podjetja čutijo odgovornost in motivacijo za dobro delo. Menim, da smo tako pozitivno diskriminirali kapital, saj za razliko od klasičnih podjetij, v socialnih podjetjih ljudje z večjih deležom kapitala nimajo večje moči. Izjemnega, če ne največjega pomena pa je to, da se ustvarja nova vrednost, ki je skupno premoženje. Slednje se vrača nazaj v podjetje, v smislu izobraževanj, razvoja tehnologije, razvoja nepremičnin ipd. Če ga razumemo na ta način, potem zadeva funkcionira.

Kje prihaja do ključnih nestrinjanj med oblikovalci politike in socialnimi podjetniki? Katere menite, da so tiste stvari, ki se oblikovalcem politike najbolj očitajo?

Veliko se govori o socialnem podjetništvu, do bistvenih sprememb pa ne pride. Podoben koncept kot pa v politiki, kjer se sliši in zapiše veliko lepih besed, v praksi pa ni pravih učinkov. Zakonodaja po eni strani daje pogoje za razvoj, po drugi strani pa postavlja omejitve, praviloma bi morala biti v demokraciji situacija taka, da omejitve ne bi bilo.

Ali se vam zdi zakonodaja dovolj izpopolnjena? Se podporni sistemi, zakoni ipd. razvijajo skupaj z večanjem števila socialnih podjetij v Sloveniji. Kje vidite možnosti izboljšave?

Do prestopa iz ministrstva na ministrstvo je po mojem mnenju prišlo zaradi poudarjanja podjetniškega aspekta. Kapitalizem oz. klasična podjetja so forsirana povsod, tudi s strani politike.

Kot član Razvojnega centra kooperativ in socialnega podjetništva- kateri so ključni izzvi in problemi s katerimi se soočate?

Prvi problem je ta, da socialno podjetništvo ni precizno definirano, ni jasne vsebine, vsak si ga po svoje defenira in dela. Je popularno področje, na katerem se marsikomu zdi zanimivo za delati, mogoče tudi zaradi tega, ker mislijo, da bodo prišli hitro do denarja z raznimi bonitetatmi s strani države. In to je spet zloraba koncepta, ker se pričakuje korist. Drugi problem je ta, da ni pravih pravnih podlag, so omejitve. Prav tako ljudje nimajo informacij kaj socialno podjetništvo pravzaprav je in če ni znanja in vedenja o tem, potem zadeva ne more funkcionirati. Dokler nimamo pravih vrednot, ki bi bile prenešene na ljudi, potem bo tudi na tem področju prihajalo do okoriščanja. Država bi morala jasno definirati dolžnosti in odgovornosti z imeni, predvsem na področju lokalne skupnosti, potem bi slednja tudi v praksi bila obvezana, da pomaga pri razvoju socialnega podjetništva, ki je lahko gonilna sila razvoja. Lokalna skupnost, ki se sooča z neki problemi, npr. visoko stopnjo brezposelnosti, je bolj dovzetna za to, v večini občin v Sloveniji pa je to še vedno španska vas. Lokalna skupnost tudi ni samoupravna, ampak je državica v državi, kjer imajo glavno besedo župani in občinski sveti, ne pa ljudje, kot bi to moralo biti. Vsak zasleduje svoje cilje, ne pa skupnih interesov, potreb.

Predlogi za socialno podjetništvo v Sloveniji?

Socialno podjetništvo je lahko učinkovito, če se v podjetju najdejo ljudje, ki podobno razmišljajo v okviru vrednot socialnega podjetništva. Pomembno je sodelovanje mladih in starih, ki je v klasičnih podjetjih večinoma neprisotno. V Sloveniji obstajajo socialna podjetja, ki imajo veliko željo, nimajo pa pogojev za delovanje, ne morejo preživeti brez nekih subvencij in podobno. Za učinkovito delovanje socialnega podjetja je potrebno imeti močno prepričanje v vrednote katere zasleduješ, prav tako bi morala imeti proste roke, da izvajajo dejavnosti in ne, da so v tekmovanju z občinami.

Priloga B.7: INTERVJU ZAVOD GRUNT 15. 9. 2017, 16:00

Kako razumete socialno podjetništvo? (Tu se navezujem predvsem na gospodarsko/podjetniško ter socialno dihotomijo SP. Menite, da se da podjetniško miselnost dobro vključevati v neprofitni sektor?)

Socialno podjetništvo mi pomeni delovanje na visokih etičnih in moralnih standardih, trajno in kakovostno zaposlovanje oseb iz ranljivih ciljnih skupin. veliko neprofitnih organizacij se odloča za pridobitev statusa socialnega podjetja, vendar jim manjka zavedanje, da socialno podjetništvo ni romantika (kot rad poudarjam), vendar je v prvi vrsti odgovorno podjetništvo, ki zahteva trdo delo in uspešnost prodaje storitev končnim odjemalcem. Seveda je potrebno upoštevati, da nekatere storitve nikoli morejo biti komercialne (socialno varstvo, šolstvo, kultura, zdravstvo ...), tu pa mora stroške storitev (kot do sedaj) plačevati država oz. zavarovalnice, vendar mora vodstvo socialnega podjetja to upoštevati in voditi ustrezno cenovno in plačno politiko.

Kakšne prednosti, če sploh kakšne, bi vašemu zavodu prinesel status socialnega podjetja? (Zakaj (če sploh) ste dali vlogo za registracijo?)

Leta 2014 smo se registrirali kot socialno podjetje, vendar smo zaradi našega poglobitvenega cilja, da zaposlujemo najtežje zaposljive invalide, morali pridobiti status zaposlitvenega centra. Zaradi zaposlovanja oseb na zaščitenih delovnih mestih, ki se lahko zaposlujejo le v zaposlitvenih centrih in delno invalidskih podjetjih, smo zaradi mnenja MDDSZ, da sta statusa zaposlitvenega centra in socialnega podjetja nezdržljivi, zaprosili MDDSZ za prepoved delovanja kot socialno podjetje. Zame osebno bi status pomenil priznanje, da smo, glede načel, socialno podjetje, za podjetje pa bi pomenilo možnost kandidirati za finančna sredstva za razvoj.

Kje vidite možnosti izboljšave zakonodaje na področju socialnega podjetništva? (V čem se morda ne strinjate z oblikovalci politike? Ali menite, da politiki drugače/napačno razumejo SP?)

Politika si je pojmovanje socialnega podjetništva zelo prikrojila in si ga prireja glede na aktualne razmere. Od 2011 do lani so bila socialna podjetja tista, ki so navedena v ZSop, lani so sem uvrstili visoko tehnološka podjetja, zelo se propagirajo zadruga (ki jih imamo že 145 let), dan danes je iz besed vodilnih političnih oblikovalcev razumeti, da je socialno podjetje vsako, ki ne deli dobička. Iz prakse vemo, da je do dobička izjemno težko priti in je deljenje dobička vsaj v prvih petih letih popolna iluzija. Osebno bi zakonodajo s področja socialnega podjetništva ukinil, saj prinaša le ovire in omejitve, zato se resna socialna podjetja tako redko pojavijo.

Kateri so ključni izzivi in problemi s katerimi se vaš zavod sooča? (Morda podobnih problemov ne bi bilo, če bi imeli status socialnega podjetja?)

Ključni izzivi Zavoda Grunt so zagotovitev trajnih delovnih mest, trajnost v kakovosti naših proizvodov in tržna uspešnost, kajti le-ta zagotavlja trajnost delovnih mest za invalide, ki jih zaposluje in jih bomo še zaposlovali. Status socialnega podjetja tega ne bi spremenil.

Kakršnikoli predlogi ali mnenje o trenutnem stanju socialnega podjetništva v Sloveniji.

Socialno podjetništvo po načinu, ki ga dojemam jaz, ima v Sloveniji dolgo tradicijo in je zelo dobro razvito. Sem sodijo 145 let združništva, razvitost zasebnih zavodov, invalidska podjetja in zaposlitveni centri. Primerjalno z drugimi državami v Evropi je delno različno pojmovanje, saj pri nas velik del izvajanja storitev socialnih podjetij izvajajo javni zavodi in javna podjetja, ki pa po naši zakonodaji ne sodijo med socialna podjetja. Socialna podjetja, registrirana po Zakonu pa se od leta 2011 ustanavljajo v valovih, ki jih povzročajo razni razpisi za nepovratna sredstva in žal večina njih dejansko ne živi in ne posluje.

Priloga B.8: INTERVJU ZAVOD PREMIKI 20. 9. 2017, 15:00

Kako razumete socialno podjetništvo? (Tu se navezujem predvsem na gospodarsko/podjetniško ter socialno dihotomijo SP. Menite, da se da podjetniško miselnost dobro vključevati v neprofitni sektor?)

Socialno podjetništvo razumem kot način podjetništva, ki skupaj z zagotavljanjem pozitivnega finančnega delovanja ustvarja tudi pozitivne družbene vplive in učinke. Pri tem poudarjam, da morajo biti oboji cilji uravnoteženi in da eno brez drugega ne gre. Podjetniško miselnost se da dobro vključiti v neprofitni sektor, ni pa lahko. Spreminjanje miselnosti je najtežje.

Kakšne prednosti, če sploh kakšne, bi vašemu zavodu prinesel status socialnega podjetja? (Zakaj (če sploh) ste dali vlogo za registracijo?)

Vlogo smo oddali, sodišče nam je vlogo odobrilo, ministrstvo pa ne. Po pravnem sporu smo izgubili tožbo, tako da nam je bil status odvzet. Ob oddaji vloge je šlo predvsem

za načelno pridobitev statusa, saj delujemo kot socialno podjetje in se nam je zdelo prav, da se na tak način tudi promoviramo. Pri čisto finančnih koristih pa bi pridobili možnost, da bi kandidirali na različne razpise, ki jih je Slovenija razpisovala v preteklem obdobju tako za povratna kot nepovratna sredstva ali javna dela.

Kje vidite možnosti izboljšave zakonodaje na področju socialnega podjetništva? (V čem se morda ne strinjate z oblikovalci politike? Ali menite, da politiki drugače/napačno razumejo SP?)

Politika ne razume celotnega konteksta socialnega podjetništva, vendar se kljub vsemu z nekaterimi novimi spremembami približuje tistemu, čemur bi naj tovrstno podjetništvo služilo. Razen promocije, politika v zadnjem obdobju ni sprejela nobenih konkretnih ukrepov, ki bi socialno podjetništvo usmerilo v pravo pot. Zgolj podpora zagonskim podjetjem pač ni dovolj. Prav tako ni neke realne strategije. Zagotovo je veliko možnosti, da se izboljša zakonodaja na različnih področjih, manj administracije, manj nadzora, ki ni potreben, manj pravnih ovir za delovanje socialnih podjetij. Več svobode pri opravljanju dejavnosti, razumevanje socialnega podjetništva po načelih, ne po ozkih pravnih definicijah. Integracija socialnega podjetništva v različne poslovne modele in možnosti pridobivanja sredstev tudi v drugih običajnih shemah za podjetja ipd.

Kateri so ključni izzivi in problemi s katerimi se vaš zavod sooča? (Morda podobnih problemov ne bi bilo, če bi imel status socialnega podjetja?)

Ključni izzivi so trajno zagotavljanje delovnih mest za invalide, za to moramo biti konkurenčni na trgu in hkrati zagotavljati ustrezne prihodke, kar je v turizmu vedno težje. Status socialnega podjetja nam pri tem ne bi pomagal, morda le v delu za pridobivanje kakšnih nepovratnih sredstev za razvoj. Sicer pa v socialnem podjetju izzivov nikoli ne zmanjka, ker nikoli nismo imeli dovolj zagotovljenih finančnih sredstev, da bi lahko »mirno spali«. To je sicer lahko tudi prednost, ki nas vodi v to, da smo konstantno zelo aktivni.

Kakršnikoli predlogi ali mnenje o trenutnem stanju socialnega podjetništva v Sloveniji.

O tem bi lahko romane pisala, ampak enostavno menim, da socialno podjetništvo se ne razvija v pravo smer, oziroma gre v smer, ki ni socialno-podjetniška ampak moderno podjetništvo. Definicije, ki jih podpira tudi trenutna politika in gredo v smislu »da je

Tesla najboljše socialno podjetje« pač zmanjšujejo vrednost in delo obstoječih socialnih podjetji, ki temeljijo na drugačnih načelih. Pri socialnem podjetništvu so pomembna predvsem načela.