

**UNIVERZA V LJUBLJANI**  
**EKONOMSKA FAKULTETA**

**MAGISTRSKO DELO**

**POLONA PEČJAK**



UNIVERZA V LJUBLJANI  
EKONOMSKA FAKULTETA

MAGISTRSKO DELO

**SOCIALNO PODJETNIŠTVO IN PODPORNO OKOLJE ZA NJEGOV  
RAZVOJ V SLOVENIJI**

Ljubljana, april 2013

POLONA PEČJAK

## IZJAVA O AVTORSTVU

Spodaj podpisana Polona Pečjak, študentka Ekonomske fakultete Univerze v Ljubljani, izjavljam, da sem avtorica magistrskega dela z naslovom Socialno podjetništvo in podporno okolje za njegov razvoj v Sloveniji, pripravljenega v sodelovanju s svetovalko prof. dr. Teo Petrin.

Izrecno izjavljam, da v skladu z določili Zakona o avtorski in sorodnih pravicah (Ur. l. RS, št. 21/1995 s spremembami) dovolim objavo magistrskega dela na fakultetnih spletnih straneh.

S svojim podpisom zagotavljam, da

- je predloženo besedilo rezultat izključno mojega lastnega raziskovalnega dela;
- je predloženo besedilo jezikovno korektno in tehnično pripravljeno v skladu z Navodili za izdelavo zaključnih nalog Ekonomske fakultete Univerze v Ljubljani, kar pomeni, da sem
  - poskrbela, da so dela in mnenja drugih avtorjev oziroma avtoric, ki jih uporabljam v magistrskem delu, citirana oziroma navedena v skladu z Navodili za izdelavo zaključnih nalog Ekonomske fakultete Univerze v Ljubljani, in
  - pridobila vsa dovoljenja za uporabo avtorskih del, ki so v celoti (v pisni ali grafični obliki) uporabljena v tekstu, in sem to v besedilu tudi jasno zapisala;
- se zavedam, da je plagiatorstvo – predstavljanje tujih del (v pisni ali grafični obliki) kot mojih lastnih – kaznivo po Kazenskem zakoniku (Ur. l. RS, št. 55/2008 s spremembami);
- se zavedam posledic, ki bi jih na osnovi predloženega magistrskega dela dokazano plagiatorstvo lahko predstavljalo za moj status na Ekonomski fakulteti Univerze v Ljubljani v skladu z relevantnim pravilnikom.

V Ljubljani, dne 22.4.2013

Podpis avtorice: \_\_\_\_\_

## KAZALO

<b>UVOD</b> .....	<b>1</b>
<b>1 OPREDELITEV SOCIALNEGA PODJETNIŠTVA IN SOCIALNEGA PODJETJA</b> .....	<b>2</b>
<b>2 OPREDELITEV SOCIALNEGA PODJETNIKA</b> .....	<b>5</b>
2.1 Lastnosti uspešnega socialnega podjetnika .....	6
<b>3 RAZISKAVE NA PODROČJU PODJETNIŠTVA GEM (angl. <i>Global Entrepreneurship Monitor</i>)</b> .....	<b>9</b>
3.1 Raziskave GEM (angl. <i>Global Entrepreneurship Monitor</i> ) na področju socialnega podjetništva .....	10
<b>4 SOCIALNA EKONOMIJA IN SOCIALNO PODJETNIŠTVO V SLOVENIJI</b> .....	<b>12</b>
<b>5 OVIRE ZA SOCIALNA PODJETJA V EVROPSKI UNIJI</b> .....	<b>15</b>
<b>6 PODPORNO OKOLJE ZA RAZVOJ SOCIALNEGA PODJETNIŠTVA</b> .....	<b>16</b>
<b>7 PODPORA SOCIALNEMU PODJETNIŠTVU V SLOVENIJI</b> .....	<b>17</b>
7.1 Programi Aktivne politike zaposlovanja (APZ) .....	18
7.2 Javni razpis Spodbujanje razvoja socialnega podjetništva II .....	19
7.3 Zakon o socialnem podjetništvu .....	21
7.4 Inkubator za socialna podjetja .....	24
7.5 Slovenski forum socialnega podjetništva .....	25
<b>8 SPODBUJANJE RAZVOJA SOCIALNEGA PODJETNIŠTVA V EU</b> .....	<b>26</b>
8.1 Akcijski načrt za spodbujanje razvoja socialnega podjetništva v Evropski uniji glede na predlog Evropske komisije .....	26
8.2 Evropski socialni sklad (ESS) .....	27
8.2.1 <i>Vloga Evropskega socialnega sklada pri spodbujanju podjetništva v obdobju 2007–2013</i> .....	28
8.2.2 <i>Slovenija v programu Evropskega socialnega sklada</i> .....	29
<b>9 PREDSTAVITEV DVEH SOCIALNIH PODJETIJ V SLOVENIJI</b> .....	<b>30</b>
9.1 Center ponovne uporabe, d. o. o., so. p. ....	30
9.2 Knof, Zavod za kreativni razvoj Sevnica, so. p. ....	33
<b>10 RAZISKAVA O SOCIALNEM PODJETNIŠTVU IN PODPORNEM OKOLJU ZANJ</b> .....	<b>35</b>
10.1 Opredelitev namena in ciljev .....	35
10.2 Metodologija .....	36
10.3 Opredelitev vzorca .....	36
10.4 Oblikovanje vprašanj za poglobljeni intervju ter izvedba poglobljenih intervjujev ....	37
<b>11 REZULTATI IZVEDENIH POGLOBLJENIH INTERVJUJEV</b> .....	<b>38</b>
11.1 Socialno podjetništvo v Sloveniji in lastnosti socialnega podjetnika .....	38

11.2 Ovire za socialna podjetja v Sloveniji .....	39
11.3 Podporno okolje za socialno podjetništvo v Sloveniji .....	40
11.4 Predlogi za prihodnji razvoj socialnega podjetništva v Sloveniji .....	42
11.5 Socialno podjetništvo v Evropski uniji .....	42
11.6 Socialna podjetja .....	43
11.7 Podporne organizacije za socialna podjetja .....	43
<b>12 KLJUČNE UGOTOVITVE IN PREDLOGI ZA IZBOLJŠAVE NA PODROČJU SOCIALNEGA PODJETNIŠTVA V SLOVENIJI.....</b>	<b>44</b>
<b>SKLEP.....</b>	<b>47</b>
<b>LITERATURA IN VIRI.....</b>	<b>51</b>

## **KAZALO SLIK**

Slika 1: Struktura zgodnjega socialnega podjetništva po tipih za Slovenijo.....	11
Slika 2: Rabljena oprema in izdelki iz Centra ponovne uporabe .....	33
Slika 3: Rabljena oprema in izdelki iz centra ponovne uporabe Stara šola .....	34

## **KAZALO TABEL**

Tabela 1: SWOT-analiza socialnega podjetništva in socialnih podjetij v Sloveniji .....	15
Tabela 2: Višina razpoložljivih nepovratnih sredstev javnega razpisa za spodbujanje razvoja socialnega podjetništva za obdobje 2012–2015 .....	20
Tabela 3: Finančni načrt Evropskega socialnega sklada v Sloveniji 2007–2013 .....	30

## UVOD

Socialno podjetništvo je nova oziroma drugačna oblika podjetništva, ki pred ustvarjanje dobička kot bistvenega cilja klasičnih oblik podjetništva postavi doseganje družbenih ciljev. Z njegovo pomočjo se prepoznajo družbeni problemi in prične iskanje ustreznih rešitev zanje, kar ima posledično ugodne ekonomske in socialne učinke. Socialno podjetništvo igra pomembno vlogo pri odpravljanju nepravilnosti na trgu dela, saj povečuje zaposlitvene možnosti za najbolj ranljive skupine ter zmanjšuje diskriminacijo pri zaposlovanju. Poleg tega ugodno vpliva na razvoj trga, saj zagotavlja proizvode in storitve v tržnih segmentih, ki jih klasična podjetja, to so profitno naravnani tržni »igralci«, niso želeli ali niso znali prepoznati; gre za zadovoljevanje družbenih potreb, ki so pred tem ostajale delno ali v celoti nezadovoljene. Socialno podjetništvo je torej pomembno področje podjetništva, ki se neprestano razvija ter na podlagi svojih rezultatov pridobiva na pomenu.

Za Slovenijo je pojem socialnega podjetništva dokaj nov in nepoznan, saj država dela šele svoje prve korake na tem področju. Za trajnostni razvoj socialnega podjetništva tako v Sloveniji kot tudi v Evropski uniji je treba oblikovati ustrezno podporno okolje, ki bo naklonjeno njegovemu spodbujanju. Socialno podjetništvo bo dobilo podporo z oblikovanjem ustreznih programov, ukrepov, strategij in pravnih okvirov, ki bodo prilagojeni specifičnim lastnostim, načelom in ciljem socialnih podjetij ter bodo tako omogočili konkurenčno poslovanje z ostalimi (nesocialnimi) podjetji na trgu. Slovensko socialno podjetništvo že ima svojo pravno podlago, saj je bil marca 2011 sprejet Zakon o socialnem podjetništvu, ki je stopil v veljavo s 1. januarjem 2012. Omenjeni zakon je nekakšna osnova za nadaljnji razvoj obravnavanega področja s poudarkom na podpornih mehanizmih oziroma podpornem okolju za socialno podjetništvo.

Cilj in namen magistrskega dela je predstavitev slovenskega socialnega podjetništva s poudarkom na njegovem podpornem okolju. V magistrskem delu želim preučiti obstoječe podporno okolje tako na nacionalni ravni kot tudi na ravni Evropske unije, na podlagi ugotovljenega pa oceniti trenutno stanje ter oblikovati predloge za možne izboljšave. Namen magistrskega dela je tudi predstavitev dveh slovenskih primerov dobre poslovne prakse na področju socialnega podjetništva.

Magistrsko delo temelji tako na primarnih kot tudi na sekundarnih virih podatkov. Sekundarne vire podatkov predstavljajo uporabljeni strokovni članki iz akademskih baz ter elektronski dokumenti (npr. analize, poročila, ocene, predlogi itd.) nacionalnih in evropskih institucij ter literatura. Primarni podatki pa so bili pridobljeni s pomočjo izvedbe poglobljenih intervjujev s socialnimi podjetniki in predstavnikoma podpornih organizacij za socialna podjetja.

Magistrsko delo je sestavljeno iz treh delov, in sicer iz teoretičnega dela, raziskovalnega dela in dela, v katerem predstavim ključne ugotovitve ter predloge za nadaljnji razvoj slovenskega socialnega podjetništva.

V teoretičnem delu obravnavam opredelitev pojmov socialnega podjetništva in socialnega podjetja, opredelitev socialnega podjetnika, raziskave GEM na področju socialnega podjetništva, slovensko socialno ekonomijo in socialno podjetništvo, ovire za socialna podjetja ter podporno okolje zanje v Sloveniji in v Evropski uniji. Sledi predstavitev dveh slovenskih socialnih podjetij, to sta Center ponovne uporabe ter Knof.

Raziskovalni del magistrskega dela vključuje pojasnila o izvedbi raziskave (namen in cilji raziskave, metodologija, opredelitev vzorca, oblikovanje vprašanj ter izvedba poglobljenih intervjujev) ter predstavitev podatkov iz izvedenih poglobljenih intervjujev (s tremi slovenskimi socialnimi podjetniki ter predstavnikoma dveh slovenskih podpornih organizacij za socialna podjetja) po posameznih vsebinskih sklopih.

Magistrsko delo zaključim s tretjim delom, v katerem predstavim ključne ugotovitve prvih dveh delov, teoretičnega in raziskovalnega, ter podam nekaj možnih predlogov za izboljšave oziroma nadaljnji razvoj slovenskega socialnega podjetništva.

## **1 OPREDELITEV SOCIALNEGA PODJETNIŠTVA IN SOCIALNEGA PODJETJA**

Zanimanje za socialno podjetništvo se v zadnjih nekaj letih hitro povečuje, zato njegov koncept postaja pomemben del vseh treh sektorjev – privatnega, zasebnega in neprofitnega. Gre za globalni fenomen, ki z inovativnimi pristopi rešuje družbene probleme in posledično spreminja obstoječe družbeno stanje na bolje. Nenehno nastajajoči družbeni problemi potrebujejo nove, bolj učinkovite rešitve, te pa lahko zagotovijo le podjetja, ki probleme vidijo kot izziv in so pripravljena prevzeti del odgovornosti za njihovo reševanje (Jiao, 2011, str. 130–131).

Področje socialnega podjetništva oziroma socialnih podjetij ima vedno več mednarodne pozornosti. Številne mednarodne organizacije, univerze, vlade, javne agencije ter zasebna podjetja namenjajo svojo pozornost in resurse razvoju socialnega podjetništva. Raziskovanje socialnega podjetništva je trenutno še v fazi razvoja, v kateri se – tako kot pri raziskovanju vsakega novega področja – srečuje s problemom definiranja in konceptualiziranja ključnih pojmov (Chell, Nicolopoulou & Karataş-Özkan, 2010, str. 485–486).

Socialno podjetništvo se v mednarodni literaturi opredeljuje na številne načine, med katerimi lahko zasledimo tako širše kot ožje definicije tega koncepta. Različnost razlag in definicij prinaša številne ovire in težave pri razumevanju koncepta socialnega podjetništva ter hkrati otežuje tudi interdisciplinarno sodelovanje pri nadaljnem preučevanju tega področja. Pojem socialnega podjetništva nekateri avtorji opredeljujejo zelo široko, spet drugi zelo ozko.



Nekateri socialno podjetništvo razumejo kot delovanje javnih podjetij ter neprofitnih organizacij, ki so sicer del neprofitnega sektorja, vendar vseeno uporabljajo določena poslovna načela oziroma podjetniške prakse. Drugi razumejo socialno podjetništvo kot klasično podjetništvo, ki deluje po principu trajnostnega razvoja in družbene odgovornosti. Najozje opredeljeno socialno podjetništvo pa se nanaša zgolj na trajnostno naravnana podjetja, katerih namen je ustvarjanje socialne vrednosti oziroma izboljševanje obstoječega družbenega stanja. Pri definiranju pojma socialno podjetništvo bi se morali avtorji osredotočiti predvsem na štiri poglobljena področja: individualne lastnosti socialnega podjetnika, dejavnost podjetja, uporabo procesov in virov ter namen poslovanja (Dacin, Dacin & Matear, 2010, str. 38).

Socialno podjetništvo lahko opredelimo tudi kot podjetniške aktivnosti, za katere je značilno inovativno razmišljanje, ki presega klasične okvirje (angl. *out of the box thinking*), cilj aktivnosti pa je reševanje prepoznanega družbenega problema. Nekateri socialno podjetništvo razumejo kot ustanovitev socialnega podjetja, ki se bo z inovativnimi pristopi lotilo reševanja specifičnega družbenega problema. Klasično in socialno podjetništvo imata v bistvu veliko skupnega, zato med njima ni smiselno postavljati jasne ločnice, saj gre v obeh oblikah še vedno za podjetniško aktivnost (Makhlouf, 2011, str. 1).

Socialna podjetja tako delujejo predvsem z namenom reševanja socialnih oziroma družbenih problemov, ki jih ostali tržni »igralci« niso želeli ali niso znali rešiti (Noruzi, Westover & Rahimi, 2010, str. 5–6). Bistvena razlika med socialno in klasično obliko podjetništva je torej v tem, da socialno podjetništvo na prvo mesto postavlja rast družbene blaginje oziroma blagostanja, ustvarjanje dobička pa se umakne v ozadje. Socialno podjetništvo sledi družbeno orientiranim ciljem in izboljšuje stanje v družbi s pomočjo podjetniških veščin, kot so npr. visoka stopnja motivacije, želja po izboljšanju obstoječega stanja, ustrezna znanja in izkušnje, naklonjenost tveganju itd. Socialno podjetništvo pomeni ustvarjanje podjetij, ki bodo služila ljudem in širši javnosti (Milošević, Kovač & Radej, 2010, str. 14).

Socialno podjetništvo je lahko opredeljeno tudi kot konstruiranje, ocenjevanje ter udejanjenje podjetniških priložnosti z namenom doseganja socialnih ali družbenih sprememb na bolje; to lahko dosežejo zgolj vizionarski in močno predani posamezniki. Pri socialnih podjetjih gre preprosto povedano za to, da iščejo podjetniške rešitve kot odgovore na socialne ali družbene probleme. Socialno podjetništvo obsega vse aktivnosti in procese, ki so potrebni, da se odkrijejo, definirajo in izkoristijo podjetniške priložnosti, katerih poglobljen namen je povečanje družbene blaginje; to pa je možno doseči le z ustvarjanjem novih podjetij oziroma z uvajanjem novih inovativnih pristopov v že obstoječih podjetjih (Dacin et al., 2010, str. 39–41).

»Ekonomska politika je usmerjena na konkurenčnost na svetovnih trgih v družbi znanja. Kljub temu pa narašča število brezposelnih, neaktivnih, odvisnih od socialnih pomoči, ljudi z nizkimi dohodki, s prekarnim delom. Številni ljudje so depriviligirani: invalidi, bolni,

imigranti, manjšine, ženske, starejši. Mladina ima le malo možnosti za redno zaposlitev, če pa dobi delo, večina dela za določen čas, s krajšim delovnikom, po pogodbah. Problem je še posebej intenziven v ekonomsko depriviligiranih urbanih in ruralnih območjih.« (Česen, 2012, str. 35). Lahko bi rekli, da je socialno podjetništvo odgovor na številne socialne težave, s katerimi se obstoječa družba neprestano srečuje, na novo ustvarjena socialna podjetja pa tako postanejo orodje za oblikovanje poti k izboljšani, bolj zdravi in trajnostno naravnani skupnosti. Področij, s katerimi se lahko socialno podjetništvo uspešno spopade, je veliko: npr. zdravstvo, socialne storitve, izobraževanje, okoljevarstvo itd. (Spear et al., 2010, str. 8).

Trendi v Evropski uniji kažejo, da socialna podjetja širijo svoje delovanje, s čimer se oblikuje širši spekter dejavnosti, tako imenovani socialnopodjetniški spekter. Z razvojem so se socialna podjetja s prvotnih, ozko opredeljenih področij začela širiti tudi na področja, kot so npr. izobraževanje, kultura, okolje itd. Lahko bi rekli, da socialna podjetja »rešujejo« področja, ki so bila spregledana oziroma jih je zatajil trg ali država. Rešujejo jih predvsem z zmanjševanjem socialne izključenosti in brezposelnosti najbolj ranljivih socialnih skupin (Spear et al., 2010, str. 16–17).

Prikrajšanost oziroma »prizadetost« teh oseb je lahko psihična ali fizična. V skupino težje zaposljivih oseb tako uvrščamo alkoholike in odvisnike od drog (oboje v procesu zdravljenja ali že ozdravljene), osebe z duševnimi težavami, mladoletne prestopnike, dolgotrajno brezposelne osebe, priseljence in begunce itd. Opredeljene skupine se lahko z delom v socialnih podjetjih postopoma vključijo na prosti trg delovne sile, s čimer se zmanjša tudi njihova družbena zaznamovanost. Socialna podjetja zaposlujejo socialno marginalizirane ljudi zaradi potrebe podjetja po delovni sili, pri čemer se rehabilitacijski vidik tovrstne zaposlitve pojavi spontano, kot pozitiven stranski učinek. Rehabilitacija pomeni predvsem ponovno vključevanje težje zaposljivih oseb v delo, delovno okolje in delovni proces, ki posamezniku omogoči izboljšanje samopodobe in ustvari občutek samostojnosti (Pavel & Štefanič, 2005, str. 20–22).

Socialna podjetja lahko prepoznamo tudi s pomočjo določenih meril, ki jih definirajo. Teh je sicer več, ključna med njimi pa so predvsem podjetniški duh, delovanje za javno korist ter neprofitna distribucija dobička. To pomeni, da so socialna podjetja zasebne in avtonomne organizacije, ki kreirajo produkte – proizvode in storitve, njihovo delovanje pa je usmerjeno na področja, ki so koristna za javnost. Neprofitna distribucija dobička pomeni, da socialna podjetja ne sme prosto razpolagati z ustvarjenim dobičkom, saj ga mora določen odstotek reinvestirati v nadaljnje delovanje ali pa ga »vložit« v skupnost za doseganje družbenih ciljev. Največkrat se med cilji socialnih podjetij pojavljajo predvsem aktivno vključevanje socialno ranljivih skupin, zagotavljanje produktov in storitev za družbeno blaginjo (npr. socialne storitve, razvoj lokalnih skupnosti, zaščita okolja itd.) ter etično trgovanje (Milošević et al., 2010, str. 16).

Skupna oziroma enotna definicija socialnega podjetništva in socialnega podjetja torej ne obstaja, lahko pa govorimo o splošnem mnenju o omenjenih konceptih, ki je prisotno v vseh evropskih državah. Najbolj pogosto se socialno ekonomijo opredeljuje kot sistem socialnih podjetij, ki svoje aktivnosti namenjajo predvsem doseganju družbenih ciljev, ustvarjene dobičke pa investirajo nazaj v podjetje ali v lokalno skupnost (JAPTI, 2005, str. 9).

## **2 OPREDELITEV SOCIALNEGA PODJETNIKA**

Tudi pri opredelitvi socialnega podjetnika se srečamo s številnimi avtorji in definicijami, ki se razlikujejo med seboj, vendar imajo vseeno nekaj skupnih elementov. Enotne so predvsem v razlikovanju socialnega podjetnika od klasičnega po tem, da želi s svojo podjetniško aktivnostjo v prvi vrsti ustvariti pozitivne učinke za skupnost in ni ozko orientiran zgolj na doseganje dobička. Socialni podjetnik s svojim delovanjem želi rešiti socialni oziroma družbeni problem in s tem izboljšati obstoječe stanje v družbi. Socialnega podjetnika odlikujejo lastnosti, kot so močna želja po izboljšanju obstoječega stanja v družbi, odprtost do inovacij, naklonjenost tveganju, vizionarstvo, radikalno razmišljanje, etično obnašanje, optimizem, kreativnost, samozavest, radovednost in vedoželjnost. Veliko vlogo pri razvoju socialnih podjetnikov igrajo tudi družina kot osnovna celica vsakega posameznika ter vzorniki, ki jih želijo podjetniki posnemati oziroma katerih poslanstvo želijo nadaljevati. Posebnost socialnih podjetnikov je predvsem v tem, da so sposobni prepoznati podjetniške priložnosti na področjih, na katerih ostali vidijo zgolj ovire in negativizem. Težavna področja vidijo kot izzive in jih poskušajo spremeniti v priložnosti s potencialom za rast. Svoje delo pogosto ocenjujejo glede na vplive njihovih podjetniških aktivnosti na družbo in skupnost; večji socialni vpliv na skupnost zanje pomeni tudi večji uspeh (Vasakarla, 2008, str. 33–34).

Močna stopnja motivacije je lastnost vsakega podjetnika, ne glede na to, ali gre za socialnega ali klasičnega. Motivacija podjetnika je povezana s prepoznavanjem in razvijanjem podjetniške priložnosti, saj želi podjetnik svoje vizije udejanjiti v praksi: uspešna realizacija podjetniške ideje je za podjetnika največja nagrada. Obstajajo pa razlike med podjetniškimi priložnostmi socialnih in klasičnih podjetnikov. Klasični podjetniki s svojo podjetniško aktivnostjo na klasičnih trgih prodajajo inovativne proizvode oziroma storitve z namenom ustvarjanja dobička, kar pomeni, da podjetnik in njegovi investitorji z uspešno realizacijo podjetniške ideje pridobijo določene finančne koristi. Primarni cilj socialnega podjetnika v okviru njegove podjetniške aktivnosti pa je reševanje družbenih problemov, kar pomeni vstop na trge, ki niso oskrbovani v tolikšni meri, kot bi morali biti. Tudi socialno podjetje lahko ustvari dobiček, vendar to ni njegov primarni cilj (Martin & Osberg, 2007, str. 34–35).

Strast in vizionarstvo sta dve temeljni sili, ki socialnega podjetnika spodbujata k uresničevanju inovativnih podjetniških idej. Socialni podjetniki namreč enostavno ne morejo sprejeti obstoječega družbenega stanja kot sprejemljivega, zato so pripravljene na takojšnje ukrepanje in uvajanje sprememb, ki bodo posledično ustvarile boljšo družbo in rešile

konkreten družbeni problem. Socialni podjetniki ne morejo čakati na obljubljeni spremembe s strani države in njenih institucij, zato ukrepajo kar sami (Davie, 2011, str. 18).

Socialne podjetnike torej odlikuje sposobnost prepoznavanja družbenih problemov, ki jih spodbuja k sistematičnemu iskanju rešitev ter doseganju izboljšav na različnih socialnih oziroma družbenih nivojih vse dokler ni dosežen zastavljen socialnopodjetniški cilj. V bistvu gre za integracijo socialne naravnosti ter podjetniškega obnašanja, saj aktivnost socialnega podjetnika združuje prepoznavanje priložnosti, sodelovanje, timsko delo ter prilagoditev poslovno-podjetniških pravil socialnim načelom (Crisan & Borza, 2012, str. 107).

Pri opredeljevanju socialnega podjetnika je treba poudariti, da ne gre zgolj za individualne osebe oziroma posameznike; kot socialne podjetnike lahko opredelimo tudi majhne skupine ali ekipe posameznikov, organizacije, mreže ali skupnosti, kadar nastanejo za doseg skupnega cilja – ustvarjanja pozitivnih socialnih ali družbenih sprememb (Noruzi, Westover & Rahimi, 2010, str. 5).

## **2.1 Lastnosti uspešnega socialnega podjetnika**

Povprečen podjetnik se od nadpovprečno uspešnega razlikuje predvsem po motivaciji. Je namreč jasno in trdno odločen, da doseže svoje dolgoročne cilje, saj so zanj izjemno pomembni. Odlikuje ga tudi večja stopnja sistematičnosti pri iskanju in prepoznavanju priložnosti, soočanju z ovirami, spremljanju rezultatov ter kontinuiranem procesu planiranja. Močno stremi k doseganju zastavljene stopnje kvalitete in učinkovitosti. Stke močne vezi z ljudmi, s katerimi se povezuje, pa naj gre za zaposlene ali zunanje poslovne partnerje. Usmerjen je k doseganju dolgoročnih rezultatov, to je dolgoročno usmerjenih ciljev, saj mu kratkoročni učinki ne zadostujejo in ne prinašajo dovolj velikega zadovoljstva (Bornstein, 2007, str. 238). Bornstein (2007, str. 238–246) poudarja šest ključnih kvalitet oziroma lastnosti, ki odlikujejo vsakega uspešnega socialnega podjetnika:

### **❖ Samokritičnost** (angl. *willingness to self-correct*)

Uspešen podjetnik mora biti do določene mere samokritičen: priznati si mora, da njegove ideje in sistem poslovanja niso vedno brezhibni. To mu omogoča, da popravi obstoječ način delovanja, kadar se mora podjetje ustrezno odzvati na spremenjene poslovne razmere (npr. odkrivanje novih priložnosti, soočanje z nenačrtovanimi ovirami ter novi pogoji na obravnavnem trgu) in se obstoječ sistem izkaže kot neustrezen za doseganje zastavljenih ciljev in učinkov. Gre za nenehno ponavljajoč proces, saj so spremembe v poslovnem okolju edina stalnica. Stopnja samokritičnosti praviloma upada z velikostjo in razvitostjo podjetja oziroma organizacije (Bornstein, 2007, str. 238–239).

❖ **Priznavanje zaslug drugim** (angl. *willingness to share credit*)

Uspešen podjetnik mora biti odprt za priznavanje zaslug drugim, kar pomeni, da je pripravljen tudi ostalim sodelujočim priznati njihove prispevke k skupnemu cilju in ne pripisuje celotnega uspeha zgolj sebi. To pomeni, da je podjetnik pripravljen v procese aktivno vključiti vse soudeležence in ima potrebna znanja, da jih za to tudi ustrezno motivira. Podjetnik, ki ima to lastnost, bo k sebi spontano privabil večje število ljudi, ki bodo pripravljeni pomagati, da bi se udeležile načrtovane spremembe. S priznavanjem zaslug drugim podjetnik pokaže, da je njegova motivacija usmerjena k doseganju zastavljenih sprememb (ne glede na to, kolikšni so bili prispevki posameznikov) in da njegov temeljni cilj ni povzdigovanje lastnih zaslug (Bornstein, 2007, str. 240).

❖ **Osvoboditev od klasičnih, uveljavljenih okvirov** (angl. *willingness to break free of established structures*)

Socialne podjetnike je občasno možno najti tudi v vladnih organizacijah ter na univerzah, ki igrajo pomembno vlogo pri razvoju socialnega podjetništva – gre predvsem za podporne sisteme, ki so jih te organizacije razvile. Ustvarjanje lastnega podjetja je vedno povezano z veliko mero svobode pri razporejanju danih resursov in hkrati tudi z določeno stopnjo negotovosti ter tveganja, s čimer se socialni podjetniki, ki so bili del vladnih institucij ali univerz in so kasneje »izstopili« iz njih ter se podali na svojo podjetniško pot, lažje soočajo. Bogatejši so namreč za razširjen pogled, ki je posledica preteklih izkušenj v državnih organizacijah kot tudi posledica novo pridobljenih podjetniških izkušenj (Bornstein, 2007, str. 241).

❖ **Multidisciplinarnost** (angl. *willingness to cross disciplinary boundaries*)

Uspešen socialni podjetnik mora znati prestopati meje posameznih disciplin in ne sme biti ozko orientiran zgolj na en vidik poslovne priložnosti. Znati mora povezati ljudi z različnimi interesi, znanji, izkušnjami itd. z namenom, da se ustvari čim bolj smotrna in učinkovita rešitev za preučevani problem. Sposoben mora biti kreativnega kombiniranja znanja različnih posameznikov, saj je kompleksne potrebe ljudi in skupnosti možno rešiti le na tak način (Bornstein, 2007, str. 242).

❖ **Tiho delovanje** (angl. *willingness to work quietly*)

Uspešen socialni podjetnik mora biti pripravljen na to, da njegovo delovanje in prizadevanje ne bo obrodilo sadov na kratek rok; gre za dolgotrajen proces prikritega ali tihega delovanja, na katerega so pripravljeni le tisti redki posamezniki, ki so trdno prepričani v svojo idejo in so odločni, da naredijo spremembe v družbi. Delovanje socialnih podjetnikov je dolgotrajno in v večini primerov lahko traja več let ali celo desetletij, da so vidni njegovi učinki (Bornstein, 2007, str. 242–244).

❖ **Močne etične vrednote** (angl. *strong ethical impetus*)

Večina socialnih podjetnikov deluje, ker so v obstoječi družbi in njeni ureditvi prepoznali probleme, ki jih niso pustili ravnodušnih, zato so se odločili, da jih rešijo in spremenijo družbo na bolje. Takšne ideje ponavadi podjetnik goji že dalj časa, do aktivnega spopadanja s prepoznanim problemom pa največkrat pripelje določen dogodek v njegovem življenju (npr. osebni dogodki, socialne potrebe itd.) (Bornstein, 2007, str. 244–246).

Socialni podjetniki so ljudje, ki so sposobni omejene resurse razporediti tako, da bodo z njimi lahko dosegli zastavljene družbene cilje; njihova uspešnost pa se meri z doseženo stopnjo spreminjanja družbe na bolje. Naloga socialnih podjetnikov je prepoznavanje in izkoriščanje tržnih priložnosti z namenom razvijanja izdelkov oziroma storitev, ki bodo posledično prinesli tudi ugodne družbene učinke (Tracey & Phillips, 2007, str. 265–267).

Pri socialnih podjetnikih gre za kreativne posameznike, ki jih žene želja po raziskovanju novih priložnosti ter želja po preoblikovanju sveta; gre za ljudi, ki ne obupajo hitro, so proaktivni ter nadpovprečno nagnjeni k tveganju. Pomembna lastnost, ki odlikuje uspešnega socialnega podjetnika, je tudi nenehno odzivanje na dinamične spremembe v zunanjem okolju, kar vodi v neprestano iskanje novih priložnosti (Jiao, 2011, str. 132–133).

Socialni podjetniki so po svojih lastnostih in podjetniškem obnašanju zelo podobni klasičnim, tradicionalnim podjetnikom; razlika je le v tem, da so bolj povezani z lokalnim okoljem in skupnostjo ter želijo s svojim podjetniškim delovanjem pripomoči k pozitivnim spremembam – lahko bi celo rekli, da spreminjajo človeška življenja na bolje. Gre za posameznike, ki so opazili družbene probleme in so dovolj odločni, da se z njimi spopadejo in jih posledično tudi rešijo. Socialni podjetniki so ljudje, ki opazijo »praznino« na trgu in v njej prepoznajo podjetniško priložnost, spretno uporabljajo svojo domišljijo in vizijo, navdušijo in privabijo ostale k sodelovanju, najdejo pot do potrebnih sredstev, prebrodijo ovire in sprejmejo določeno stopnjo tveganja ter vzpostavijo ustrezen sistem kontroliranja podjetja; predvsem pa vseskozi ostanejo zvesti ljudem in pomoči zanje (Thompson, 2002, str. 413–416).

Lahko bi rekli, da socialni podjetniki vzamejo reševanje družbenih problemov v svoje roke; največkrat to storijo s preoblikovanjem obstoječih, premalo učinkovitih rešitev. Gre za osebe, ki jih odlikujejo močno vizionarstvo, odločnost, dobre komunikacijske in organizacijske veščine, inovativnost, želja po merljivih rezultatih in visoka naklonjenost tveganju ter negotovosti. Socialni podjetnik dolgoročno ne more delovati sam, slej ali prej mora oblikovati podjetniško ekipo, ki mora biti predana ciljem ustanovljenega socialnega podjetja in poseduje potrebna znanja in izkušnje za njihovo doseganje. Socialni podjetnik mora skupaj s svojo podjetniško ekipo zgraditi in negovati vezi z zunanjimi deležniki podjetja, zagotoviti potrebne resurse za nemoteno poslovanje podjetja ter vztrajati pri oblikovanju ter implementiranju strateških in operativnih ciljev podjetja (Makhlouf, 2011, str. 2–4).

Osnovni elementi, ki vplivajo na razvoj socialnega podjetništva, so želja in udejanjanje idej socialnega podjetnika, njegov človeški in socialni kapital ter družbeno in institucionalno okolje. Želja socialnega podjetnika po socialnopodjetniški aktivnosti je lahko močnejša ali šibkejša, nanjo pa vpliva več dejavnikov, med katerimi sta tudi samoocenjevanje ter poznavanje samega sebe. Socialni podjetnik svoje ideje udejanjanja na podlagi subjektivne ocene lastne zmogljivosti pri socialnopodjetniških aktivnostih; na oblikovanje ocene vplivajo dejavniki, kot so podjetnikove osebne kompetence, podjetnikova samoučinkovitost ter družbena podpora. Človeški kapital socialnega podjetnika predstavljajo znanja in veščine, ki jih je posameznik pridobil v življenju. Socialni podjetniki potrebujejo kopico različnih znanj, med katerimi mora biti tudi zmožnost dobrega poznavanja svojih ciljnih kupcev in njihovih potreb, saj jih bo le tako lahko tudi učinkovito zadovoljil. Socialni kapital pa je mreža ljudi, s katerimi je socialni podjetnik povezan; omogoča mu lažje poslovanje in doseganje socialnopodjetniških ciljev. Socialni kapital je eden izmed najpomembnejših faktorjev za razvoj socialnega podjetništva (Jiao, 2011, str. 134–139).

### **3 RAZISKAVE NA PODROČJU PODJETNIŠTVA GEM (angl. *Global Entrepreneurship Monitor*)**

GEM (angl. *Global Entrepreneurship Monitor*) predstavlja največje svetovne raziskave na področju podjetništva. V raziskavah GEM se preučujejo tako posamezniki kot tudi dejavniki, ki imajo vpliv na razvoj podjetništva (Rebernik, Tominc & Pušnik, 2009, str. 7).

Omenjene raziskave zaenkrat predstavljajo edini vir primerljivih podatkov med državami, ki se po svoji razvitosti in značilnostih med seboj močno razlikujejo. Raziskave GEM spremljajo podjetniško aktivnost tako pri podjetnikih, ki na področju podjetništva delajo svoje prve korake, kot tudi pri že uveljavljenih podjetnikih. Omenjene raziskave Sloveniji omogočajo, da se primerja z ostalimi sodelujočimi državami (skupno je v raziskave vključenih 54 držav sveta) tako na evropski kot svetovni ravni. (Rebernik et al., 2009, str. 12).

Poslanstvo raziskav GEM lahko strnemo v tri ključna področja: merjenje razlik v podjetniški aktivnosti med sodelujočimi državami, iskanje dejavnikov, ki vplivajo na podjetniško aktivnost v posamezni državi, ter prepoznavanje politik, ki bi spodbujale državno raven podjetniške aktivnosti. Konceptualni model, na katerem temelji raziskovanje GEM, poudarja nekatere nujno potrebne pogoje, ki morajo biti izpolnjeni, če želimo doseči višjo stopnjo razvoja podjetništva in posledično tudi višjo stopnjo ekonomske rasti. Ti pogoji so: urejene institucije, podporna infrastruktura, makroekonomska stabilnost, urejeno zdravstvo ter primerni izobraževalni programi. Podatki, na katerih so oblikovane raziskave GEM, temeljijo na štirih različnih virih, in sicer na anketiranju vzorca odrasle populacije, osebnih intervjujih z nacionalnimi izvedenci, standardiziranih vprašalnikov nacionalnih izvedencev ter na mednarodnih standardiziranih sekundarnih podatkih (Rebernik et al., 2009, str. 20–32).

### **3.1 Raziskave GEM (angl. *Global Entrepreneurship Monitor*) na področju socialnega podjetništva**

V letu 2009 je bilo socialno podjetništvo prvič vključeno v raziskave GEM, posvečeno pa mu je bilo tudi posebno poglavje raziskovalnega poročila (Rebernik et al., 2009, str. 103).

Aktivne posameznike na področju socialnega podjetništva so v raziskavi prepoznali na podlagi vprašanja:

»Ali vi, sami ali s kom, trenutno poskušate ustanoviti ali ste lastnik in vodja kakršne koli aktivnosti, organizacije ali pobude, ki ima še posebej družben ali okoljski cilj ali cilj, pomemben za skupnost? To lahko vključuje zagotavljanje storitev ali usposabljanje socialno šibkejših ali invalidnih oseb, uporabljanje dobička za socialno usmerjene namene, organiziranje skupin za samopomoč za družbeno delovanje itd.« (Rebernik et al., 2009, str. 103).

GEM pri opredeljevanju gospodarstev uporablja Porterjevo tipologijo, to je delitev na faktorska, učinkovitostna ter inovacijska gospodarstva. Omenjena gospodarstva se med seboj razlikujejo po vlogi podjetništva oziroma podjetniške aktivnosti, čemur se mora prilagoditi tudi ekonomski sistem. Za inovacijska gospodarstva je značilna visoka stopnja inovativnosti, komercializacija novih tehnologij ter nenehno pridobivanje novega znanja (Rebernik et al., 2009, str. 20–21).

Oblikovan je bil poseben kazalnik, imenovan SEA-indeks (angl. *Social Early-Stage Entrepreneurial Activity*) oziroma indeks zgodnje socialnopodjetniške aktivnosti, s katerim se meri delež odraslega prebivalstva, starega od 18 do 64 let, ki se vključuje v socialnopodjetniško aktivnost v njeni začetni fazi. Socialno podjetništvo in SEA-indeks je v svojo raziskavo vključilo 49 od skupno 54 sodelujočih držav. Povprečna vrednost SEA-indeksa je znašala 1,8 %, njegova slovenska vrednost pa je bila 2,05 %, kar Slovenijo uvršča na sredino lestvice svetovnih inovacijskih gospodarstev. Če slovenske podjetnike, ki se lotevajo socialnega podjetništva, primerjamo glede na spol, ugotovimo, da je razmerje med moškimi in ženskami 1,8 proti 1 v korist moških. Za primerjavo lahko vzamemo povprečno stopnjo socialnega podjetništva v skupini inovacijskih gospodarstev, v katero je vključena tudi Slovenija, v tej skupini ta znaša 1,2 % za moške ter 0,7 % za ženske (Rebernik et al., 2009, str. 104–106).

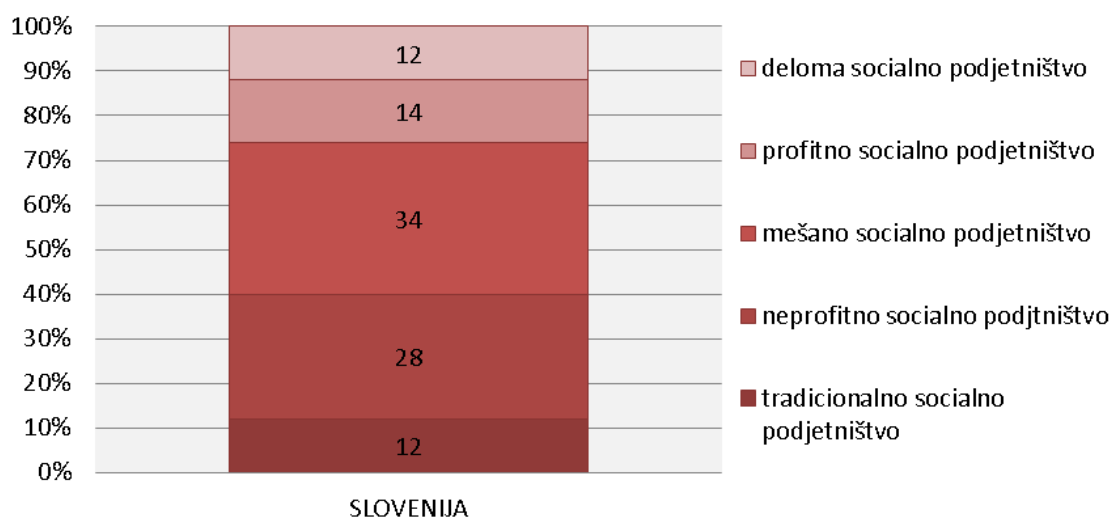
GEM opredeljuje štiri oblike socialnega podjetništva (Rebernik et al., 2009, str. 107):

- ❖ **tradicionalno socialno podjetništvo** (zanj so značilni visok delež socialnih ciljev, poslovanje, ki ni usmerjeno v doseganje dobička, ter nepoudarjena inovativnost);
- ❖ **neprofitno socialno podjetništvo** (zanj so značilni visok delež družbeno-socialnih ciljev, poslovanje, ki ni usmerjeno v doseganje dobička, ter poudarjena inovativnost);



- ❖ **mešano socialno podjetništvo** (zanj sta značilna visok delež socialnih ciljev ter poslovanje, ki je usmerjeno v doseganje dobička, ALI srednje visok delež socialnih ciljev ter poslovanje, ki ni usmerjeno v doseganje dobička) ter
- ❖ **profitno socialno podjetništvo** (zanj sta značilna srednje visok ali nizek delež socialnih ciljev ter poslovanje, ki je usmerjeno v doseganje dobička).

Slika 1: Struktura zgodnjega socialnega podjetništva po tipih za Slovenijo



Vir: M. Rebernik et al., *Slovensko podjetništvo v letu krize, 2009*, str. 109.

Kot je razvidno iz grafikona na Sliki 1, v Sloveniji prevladuje mešani tip socialnega podjetništva, saj predstavlja kar 34 % celotnega socialnega podjetništva v Sloveniji. Sledijo neprofitno socialno podjetništvo z 28 %, profitno s 14 % ter tradicionalno z 12 %; ostalo, to je 12 %, pa predstavlja kategorija delno socialno podjetništvo. Mešano socialno podjetništvo ni prevladujoč tip socialnega podjetništva le v Sloveniji, temveč je zelo razširjeno tudi v ostalih inovativnih gospodarstvih (npr. Finska, Islandija, Nizozemska, Belgija, Nemčija, Velika Britanija). Neprofitno socialno podjetništvo pa je najbolj značilno za ZDA, Španijo, Norveško in Grčijo, medtem ko v Švici, Združenih arabskih emiratih in Koreji prevladuje zlasti profitno socialno podjetništvo (Rebernik et al., 2009, str. 108).

Raziskave GEM na področju socialnega podjetništva so tako prinesle nekaj ključnih spoznanj. Prvič, socialno podjetništvo je še vedno razmeroma slabo raziskano, večina podatkov temelji na primerih dobrih poslovnih praks oziroma na majhnih vzorcih. Drugič, obstajajo številne nejasnosti glede opredelitve socialnega podjetništva, kar še dodatno otežuje raziskovanje omenjenega področja ter mednarodno primerjavo podatkov. Tretjič, cilji socialnih podjetnikov in njihovih podjetij se razlikujejo glede na razvitost gospodarstva, v katerem socialni podjetnik deluje (Rebernik et al., 2009, str. 119).

#### 4 SOCIALNA EKONOMIJA IN SOCIALNO PODJETNIŠTVO V SLOVENIJI

Socialna ekonomija je v slovenskem prostoru opredeljena kot družbenoekonomska kategorija, v kateri različne oblike fizičnih in pravnih oseb ustvarjajo podporno okolje, ki je naklonjeno ponovnemu aktivnemu vključevanju socialno marginaliziranih skupin v družbeno in delovno okolje. Socialno podjetništvo je v primerjavi s socialno ekonomijo ožji pojem, saj gre le za njen del. Socialno podjetništvo je v Sloveniji definirano kot etičen, strokoven, inovativen in sistemski pristop, katerega glavni namen je udeležanje ciljev socialne ekonomije (Branco, Gattolin, Tommasini, Johannes & Zagorc, 2004, str. 30).

Družbeno oziroma socialno ekonomijo uvrščamo v tako imenovani tretji sektor, ki je v lasti tako javnega kot zasebnega sektorja. Tretji sektor sestavljajo neprofitne aktivnosti (društva na lokalni ravni), društva in prostovoljne organizacije ter socialna podjetja. Po podatkih AJ PES-a in Ministrstva za delo, družino in socialne zadeve je v letu 2010 slovenski tretji sektor zaposloval 6.417 oseb oziroma 0,8 % delovno aktivnega prebivalstva (Česen, 2012, str. 33–36).

Slovenska socialna podjetja lahko najdemo na različnih področjih, med njimi so npr. čistilni servisi, varnostne službe, montažna dela, izdelovanje oziroma sestavljanje različnih izdelkov, tekstilstvo, čevljarstvo, usnjarstvo, metalurgija in tiskarstvo. Socialno ekonomijo v Sloveniji predstavljajo družbene kooperative, socialna podjetja, prostovoljne organizacije, družbeno odgovorna podjetja, humanitarne organizacije, okoljevarstvene organizacije, agencije in inovacijski centri za razvoj podeželja, mladinske kooperative in združenja. Socialna ekonomija v Sloveniji se financira iz dveh ključnih virov, prvega predstavljajo državne spodbude oziroma subvencije, drugega pa sredstva, ki so ustvarjena s prodajo izdelkov oziroma storitev na trgu (Heckl & Pecher, 2007a, str. 2–4).

Na področju socialne ekonomije v Sloveniji se pojavljajo številne ovire. Največja težava je v pomanjkanju ustreznega podpornega sistema, na katerega bi se socialna podjetja ter ostali akterji socialne ekonomije lahko zanesli. Premalo pozornosti se posveča prepoznavanju ranljivih ciljnih skupin na trgu dela, saj so največkrat kot taka skupina prepoznani zgolj invalidi; več pozornosti bi morali nameniti tudi usposabljanju in zaposlovanju ostalih ranljivih skupin. Težave se kažejo tudi pri izobraževanju, saj trenutno ni programov na področju socialne ekonomije, ki bi ustrezno usposobile osebe za vodenje socialnega podjetja in ostalih tipov organizacij socialne ekonomije. Razvoj socialne ekonomije v Sloveniji bi lahko spodbudili tudi z oblikovanjem povezave med strategijami in ciljnimi programi, saj trenutno omenjeno področje ureja preveč različnih in med seboj nepovezanih regulativ (Heckl & Pecher, 2007a, str. 5).

Pri opredeljevanju socialne ekonomije in socialnega podjetništva je potrebno opredeliti tudi ciljne skupine, na katere se omenjena koncepta nanašata oziroma katerim sta namenjena. Tako imenovane ranljive ali socialno marginalizirane skupine prebivalstva predstavljajo:

invalidne osebe in osebe s posebnimi potrebami, osebe z zdravstvenimi težavami in kroničnimi obolenji, odvisniki od alkohola in drog, prvi iskalci zaposlitve, dolgotrajno brezposelni, osebe v postpenalni obravnavi, azilanti in begunci, pripadniki nekaterih etničnih skupin (npr. Romi), starejši brezposelni, podzaposleni na podeželju (predvsem ženske), socialni podpiranci in mlajši upokojenci z nizkimi pokojninami (Branco et al., 2004, str. 34). Posamezniki iz opredeljenih skupin imajo nekaj skupnih lastnosti, kot so slab socialni in ekonomski položaj, nekonkurenčnost na trgu dela ter socialna izključenost. Tovrstne težave je potrebno reševati s pomočjo ukrepov na področju zaposlovanja, stanovanjske politike ter zagotavljanja ustreznih socialnih storitev (JAPTI, 2005, str. 29).

Socialna ekonomija in socialno podjetništvo sta tesno povezana z vzpostavitvijo ustreznega podpornega okolja, ki omogoča nadaljnji razvoj tega področja. Gre za ključni element trajnostnega razvoja, saj brez ustrezne podpore socialna podjetja ne bodo mogla delovati v tolikšni meri, kot bi si želela. Začetek predstavlja natančna opredelitev ključnih konceptov, pri čemer mora sodelovati tako stroka kot tudi politika. Nadaljevanje sloni na vzpostavitvi ustrezne zakonodaje, ki bo urejala slovensko socialno ekonomijo in socialno podjetništvo. Državni zbor Republike Slovenije je 7. marca 2011 sprejel Zakon o socialnem podjetništvu (v veljavo je stopil 1. januarja 2012), katerega namen je urejanje področja socialnega podjetništva v Sloveniji. Tudi fiskalna in davčna zakonodaja morata biti naklonjeni ustanavljanju novih socialnih podjetij oziroma omogočati podporo že obstoječim podjetjem; spodbuda se lahko kaže kot zmanjševanje oziroma opustitev davčnih obveznosti. Zakonodaja s področja dela in socialne varnosti pa se mora osredotočiti predvsem na definiranje ranljivih skupin prebivalstva, delo prostovoljcev (npr. usposabljanje, nadzor, povračilo nastalih stroškov itd.), določanje kvote delovnih mest, na katerih se bodo zaposlile zgolj osebe iz ranljivih skupin, itd. (Branco et al., 2004, str. 73–74).

Podporni mehanizmi za razvoj socialnega podjetništva zagotovo vključujejo tudi vlaganja v razvoj človeških virov. Potrebni so izobraževalni programi in praktična usposabljanja, ki bodo managerje, strokovne sodelavce in prostovoljce ustrezno pripravili na delo v socialnih podjetjih, ki se zaradi svojih specifičnih lastnosti razlikujejo od klasične oblike podjetništva. Izobraževanje ne sme biti vezano zgolj na izobraževalne ustanove, temveč mora biti osredotočeno na povečanje razumevanja socialne vključenosti ter vzpodbujanje aktivnega sodelovanja celotnega prebivalstva. Poleg vsega naštetega je pomembno tudi mreženje med vsemi, ki delujejo na področju socialne ekonomije in socialnega podjetništva. Gre predvsem za promocijo mreženja ter izpostavljanje pomena odgovornosti lokalnih in regionalnih skupnosti pri trajnostno naravnem razvoju socialnega podjetništva (Branco et al., 200, str. 75).

Slovenija na področju socialnega podjetništva dela prve korake, ki naj bi dolgoročno prinesli bolj jasno opredeljevanje in razumevanje socialne ekonomije ter posledično pripomogli k oblikovanju podpornega okolja za trajnostni razvoj omenjenih konceptov. Socialna podjetja izpolnjujejo določene ekonomske in socialne (družbene) kriterije. Med ekonomske kriterije

uvrščamo proizvodnjo izdelkov ali storitev kot osnovno dejavnost podjetja, visoko stopnjo avtonomije, tržno usmerjenost ter opredeljen delež prostovoljnega dela. Socialni (družbeni) kriteriji, ki jih mora socialno podjetje izpolniti, pa so nastanek podjetja na podlagi civilne pobude, odločanje, neodvisno od deleža vloženega kapitala, aktivno vključevanje vseh deležnikov podjetja, delovanje v korist svojih članov, uporabnikov in skupnosti ter reinvestiranje dobička nazaj v podjetje ali v lokalno skupnost (JAPTI, 2005, str. 17).

Spodnja tabela (Tabela 1) prikazuje SWOT-analizo socialnega podjetništva in socialnih podjetij v Sloveniji. SWOT-analiza predstavlja štiri področja, in sicer prednosti, slabosti, priložnosti ter nevarnosti v povezavi s preučevanim pojavom. Kot je razvidno iz Tabele 1, je bilo na področju socialnega podjetništva in socialnih podjetij v Sloveniji opaženih tako nekaj prednosti kot tudi slabosti. Naloga države je, da poskuša svoje prednosti obdržati oziroma jih še povečati, slabosti pa čim bolj zmanjšati oziroma preoblikovati v prednosti. Slovenija mora priložnosti s področja socialne ekonomije čim bolj uspešno izkoristiti in se prav tako uspešno spopasti z njenimi nevarnostmi.

Tabela 1: SWOT-analiza socialnega podjetništva in socialnih podjetij v Sloveniji

PREDNOSTI	SLABOSTI
<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ cilji razvojnih politik so naklonjeni razvoju socialnega podjetništva</li> <li>❖ obstajajo ukrepi/spodbude za vključevanje/zaposlovanje ciljnih skupin invalidov in težje zaposljivih brezposelnih oseb, registriranih pri ZRSZ</li> <li>❖ obstajajo podporne organizacije, ki spodbujajo razvoj socialnega podjetništva</li> <li>❖ obstajajo številne iniciative v lokalnih okoljih</li> <li>❖ obstajajo strategije, programi in dobre prakse spodbujanja socialnega podjetništva v članicah EU</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ pomanjkljivo razumevanje socialnega podjetništva in njegovih koristi tako na nacionalni kot tudi na regionalni/lokalni ravni</li> <li>❖ nepovezanost politike zaposlovanja z lokalnim okoljem</li> <li>❖ razpršeni in medsebojno neusklajeni zakonodajni okviri in podporni mehanizmi</li> <li>❖ slaba povezava obstoječih podpornih mrež</li> <li>❖ pomanjkanje ukrepov/spodbud za vključevanje ranljivih skupin (ki niso invalidi ali registrirani brezposelni)</li> <li>❖ slab sloves socialnih podjetij</li> <li>❖ pomanjkanje podjetniškega pristopa</li> <li>❖ pomanjkljiva usposobljenost managementa v socialni ekonomiji</li> </ul>
PRILOŽNOSTI	NEVARNOSTI
<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ izdelati strategijo za načrtni pristop k spodbujanju socialnega podjetništva v Sloveniji</li> <li>❖ izvajati pozitivno promocijo socialnega podjetništva</li> <li>❖ razširiti ukrepe na vse ranljive ciljne skupine</li> <li>❖ oblikovati pakete ukrepov za podporo socialnemu podjetju v vseh fazah razvoja, vezanih tako na podjetje kot tudi na posameznike, ki se bodo v podjetju zaposlili</li> <li>❖ zmanjšati pasivne oblike socialnih pomoči z aktivnimi (spodbujanje zaposlovanja)</li> <li>❖ povezati ukrepe nacionalne in regionalne/lokalne ravni</li> <li>❖ usposobitev nosilcev podpornega okolja</li> <li>❖ valilnice podjetniških idej za socialna podjetja</li> <li>❖ oblikovati prednostna merila pri izboru projektov s področja socialnega podjetništva na javnih razpisih</li> <li>❖ spodbujati socialno podjetništvo tudi z javnim naročanjem</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ neusklajenost in nepovezovanje resornih ministrstev</li> <li>❖ letni proračun za izvajanje ukrepov</li> <li>❖ nestimulativna davčna zakonodaja</li> <li>❖ nestimulativnost pasivnih transferjev za vključevanje ranljivih skupin na trg dela</li> </ul>

*Vir: Prirejeno po JAPTI, Študija obstoječega stanja na področju socialne ekonomije v Sloveniji: s priporočili za pripravo modela uvajanja socialnega podjetništva: uvajanje modela socialnega podjetništva v treh pilotskih regijah v Sloveniji (študija izvedljivosti), 2005, str. 30–31.*

## 5 OVIRE ZA SOCIALNA PODJETJA V EVROPSKI UNIJI

Stabilno in dobro organizirano okolje je bistveni del spodbujanja razvoja in promocije socialnega podjetništva. Socialna podjetja pri svojem poslovanju pogosto naletijo na ovire, tako notranje kot zunanje. Med notranje ovire za socialna podjetja uvrščamo pomanjkljivo oziroma neustrezno znanje managerjev, premajhen nabor prostovoljcev, nespretno kombiniranje socialnih ciljev in ekonomskih omejitev pri oblikovanju poslovnega modela ter strategij itd. (Heckl & Pecher, 2007b, 16–17).

Med najbolj pogoste težave, s katerimi se srečujejo evropska socialna podjetja, zagotovo uvrščamo dostop do finančnih sredstev. Finančna sredstva so nepogrešljiv del vsakega koraka mladega podjetja, od idejne zasnove do implementacije ideje na trgu ter širjenja poslovanja. Socialna podjetja so zaradi svojih specifičnih lastnosti, kot so npr. omejitve pri razporeditvi dobička ali zaposlovanje oseb iz najbolj ranljivih skupin na trgu dela, pri potencialnih investitorjih oziroma kreditodajalcih manj priljubljena. To pomeni, da jih ocenjujejo kot bolj tvegana in investicijsko manj privlačna (nižja stopnja dobičkonosnosti) v primerjavi s klasičnimi oblikami podjetništva. Javna evropska sredstva so za socialna podjetja še vedno precej nedostopna, in sicer zaradi preveč togih birokratskih sistemov ter kratkoročne naravnosti zgolj k projektному delu (Evropska komisija, 2011, str. 5).

Socialna ekonomija in socialno podjetništvo v Evropi nista dovolj priznana, kar otežuje nacionalno in mednarodno povezovanje socialnih podjetij, izmenjavo dobrih praks, razvijanje novih priložnosti itd. Evropski izobraževalni sistemi ne »pokrivajo« področja socialnega podjetništva v tolikšni meri, kot bi ga morali; z vključitvijo v osnovne in dodatne izobraževalne programe bi se povečala njegova verodostojnost. Poleg tega v evropskem prostoru najdemo številne definicije in opredelitve socialnega podjetništva, ki se med seboj razlikujejo in otežujejo raziskovalne in primerjalne študije. Neenotni, zastareli in neuskklajeni podatki še dodatno otežujejo spremljanje evropskega socialnega podjetništva ter posledično neugodno vplivajo na prilagajanje in usklajevanje javnih politik. Pogosto se socialna podjetja srečajo tudi s težavami zaradi regulativnosti javnih naročil tako na nacionalni kot evropski ravni (Evropska komisija, 2011, str. 5).

Prepoznane ovire, s katerimi se največkrat srečujejo evropska socialna podjetja, lahko delujejo kot povod za iskanje rešitev, na podlagi katerih se bodo ovire zmanjšale oziroma morda celo popolnoma odpravile. V nadaljnjih poglavjih sledijo ključni poudarki na področju spodbujanja razvoja socialnega podjetništva tako na nacionalni ravni kot na ravni Evropske unije.

## **6 PODPORNO OKOLJE ZA RAZVOJ SOCIALNEGA PODJETNIŠTVA**

Socialno podjetništvo za svoj razvoj potrebuje ustrezno podporno okolje, ki bo s svojo infrastrukturo spodbujalo nastajanje novih socialnih podjetij oziroma pomagalo pri rasti obstoječih. Podpora tako vsebuje oblikovanje ustreznih podpornih institucij, olajšan dostop do finančnih sredstev, raziskanje področja socialnega podjetništva ter uvajanje ustreznih izobraževalnih programov na različnih ravneh šolanja. Pomemben del izgradnje podpornega okolja predstavljajo tudi ustrezne javne politike, ki spodbujajo socialnopodjetniško inovativnost, do določene mere obvladujejo tveganja, spodbujajo zasebne investitorje k vlaganju svojega kapitala v socialna podjetja ter nagrajujejo uspešne poslovne prakse (Dees, 2007, str. 28–29).

Socialni podjetniki poleg osnovnih podjetniških znanj potrebujejo tudi specifična znanja, ki so značilna za socialnopodjetniške aktivnosti. Socialno podjetništvo mora postati bolj promovirano in dobiti svoje mesto v izobraževalnih programih. Socialno podjetništvo bi moralo postati del klasičnih, utečenih podjetniških izobraževanj, saj gre za posebno obliko podjetništva, ki ima velik pomen za nadaljnji razvoj družbe. Pomembno je tudi povezovanje izobraževalnih ustanov s socialnimi podjetniki in predstavniki državnih institucij oziroma profesionalnih združenj, ki se ukvarjajo s podpornimi mehanizmi za socialna podjetja. K promociji in spodbujanju razvoja socialnega podjetništva lahko veliko pripomorejo tudi študentje podjetništva, še posebej kadar so usmerjeni v aktivno oblikovanje lastnih študij socialnih podjetij oziroma v pisanje poslovnih načrtov za socialna podjetja. Proces izobraževanja in učenja na področju socialnega podjetništva lahko poteka tudi v obliki študentskega svetovanja socialnim podjetjem v praksi oziroma z mentorstvom znotraj socialnega podjetja (Tracey & Phillips, 2007, str. 268–269).

Izobraževalne ustanove (npr. fakultete) lahko organizirajo in gostijo mednarodne konference na temo socialnega podjetništva, katerih cilj je razširjanje znanja o socialnem podjetništvu ter promocija socialnopodjetniških aktivnosti. Poleg tega lahko izobraževalne ustanove socialne podjetnike aktivno vključijo tudi v svoje redne izobraževalne programe, in sicer s predavanji v okviru podjetniških predmetov (Jiao, 2011, str. 140).

Spodbudno družbeno okolje za razvoj socialnega podjetništva je okolje, v katerem imajo socialni podjetniki podporo podjetniških inkubatorjev za socialna podjetja, fundacij za zagotavljanje tehnične podpore in možnost izobraževanja ter finančnih oblik pomoči. Pomemben del ustreznega družbenega okolja za razvoj socialnega podjetništva so tudi raziskovalne ustanove, ki s svojim delovanjem širijo znanje o socialnem podjetništvu in spodbujajo udejanjanje socialnopodjetniških idej. Družbeno okolje mora za razvoj socialnega podjetništva torej omogočiti podporo fundacij in klasičnih podjetij, izobraževanje na področju socialnopodjetniških veščin, socialnopodjetniške sklade ter spremljanje in ocenjevanje poslovanja socialnih podjetij. Pomembno pa ni zgolj omenjeno družbeno okolje, saj mora biti spodbujanju razvoja naklonjeno tudi institucionalno okolje: država in njene institucije (Jiao, 2011, str. 134–139).

Država torej lahko podpre razvoj socialnega podjetništva na ključnih področjih, kot so spodbujanje »socialne« inovativnosti, oblikovanje ustreznega podpornega podjetniškega okolja, nagrajevanje najboljših socialnopodjetniških aktivnosti, oblikovanje ustreznih instrumentov za merjenje socialnih učinkov ter zagotavljanje izobraževalnih programov ter olajšanega dostopa do informacij (Noruzi et al., 2010, str. 6–7).

## **7 PODPORA SOCIALNEMU PODJETNIŠTVU V SLOVENIJI**

Socialno podjetništvo za svoj trajnostni razvoj potrebuje podporo sistemov, ki so v državi že prisotni oziroma se njihov razvoj in udejanjenje načrtujeta v prihodnosti. Poznamo več oblik

podpore, ki morajo biti med seboj uspešno povezane in sestavljati celoto, ki je za nadaljnji razvoj socialnega podjetništva ključnega pomena.

## **7.1 Programi Aktivne politike zaposlovanja (APZ)**

Programi APZ predstavljajo pomemben del podpornih mehanizmov za razvoj socialnega podjetništva. Gre za kopico ciljno usmerjenih ukrepov in programov, katerih skupne lastnosti so oblikovanje novih delovnih možnosti, izboljševanje mobilnosti delovne sile ter prilagajanje znanj in usposobljenosti delavcev. Poleg tega ugodno vplivajo tudi na podjetništvo, saj spodbujajo razvoj podjetniških aktivnosti ter posledično tudi samozaposlovanje. Programi APZ so namenjeni predvsem učinkovitemu odpravljanju strukturnih neskladij ter zmanjševanju brezposelnosti. Velika večina brezposelnih oseb ima omogočen dostop do programov, ki jih izvaja APZ, še posebej do programov za informiranje ter motiviranje. Poseben sklop programov APZ je namenjen dopolnilnemu izpopolnjevanju in usposabljanju oseb, ki na trgu dela niso dovolj konkurenčne zaradi svoje izobrazbe, poklicne ali strokovne. Ti programi so namenjeni predvsem težje zaposljivim ciljnim skupinam, in sicer z namenom, da vključene osebe pridobijo nova znanja, dvignejo svojo raven obstoječega znanja in veščin ter povečajo možnost za svojo družbeno in delovno (re)integracijo (JAPTI, 2005, str. 24–25).

»Za uvajanje socialnega podjetništva stimulativne elemente programov APZ najdemo predvsem v sklopu zaposlitvenih programov, v katere so vključeni iskalci zaposlitev, ki postanejo za delodajalce zanimivi za zaposlitev šele z dodatnimi finančnimi stimulacijami in raznimi oprostitvami dajatev ter imajo za končni cilj neposredno zaposlitev brezposelne osebe.« (JAPTI, 2005, str. 25).

V okviru uvajanja socialnega podjetništva lahko kot pomemben element programov APZ izpostavimo tudi program javnih del, ki omogoča oblikovanje novih delovnih mest ter ohranjanje delovnih sposobnosti brezposelnih oseb. Problem javnih del je predvsem njihova kratkotrajnost, saj vključitev v program praviloma traja največ eno leto, kar je za novo nastalo socialno podjetje prekratko obdobje. Programe javnih del bi bilo treba ustrezno prestrukturirati, kar bi v nekaterih primerih lahko omogočilo preoblikovanje javnega dela v socialno podjetje. Temeljni problem programov APZ je v kratkoročnosti ter nepovezanosti posameznih izvajanih ukrepov, ki vključenih posameznikov in podjetij ne obravnavajo individualno in celostno, temveč zgolj kratkoročno, brez usmerjenosti k dolgoročnemu razvoju (JAPTI, 2005, str. 25).

Programi APZ se izvajajo za opredeljene ciljne skupine, to so brezposelne osebe, iskalci zaposlitve s trenutno ogroženo zaposlitvijo, šolajoča se mladina ter zaposleni (Zavod Republike Slovenije za zaposlovanje, 2011, str. 5). »Prednost pri vključevanju v ukrepe APZ imajo osebe, ki prejemajo denarno nadomestilo za primer brezposelnosti ali socialno varstvene prejemke, osebe iz ranljivih skupin na trgu dela ter brezposelne osebe, ki še niso



bile vključene v noben ukrep APZ.« (Zavod Republike Slovenije za zaposlovanje, 2011, str. 5).

## **7.2 Javni razpis Spodbujanje razvoja socialnega podjetništva II**

Cilj in namen javnega razpisa za spodbujanje socialnega podjetništva, za katerega je odgovorno Ministrstvo za delo, družino in socialne zadeve RS, je predvsem razvoj novih ali širitev obstoječih tržnih dejavnosti, usposabljanje oseb iz ranljivih skupin za aktivno integracijo v delo ter posledično tudi ustvarjanje novih delovnih mest zanje. Projektne aktivnosti se bodo izvajale na podlagi projektnih načrtov oziroma vlog, ki so jih izbrani upravičenci predložili ob prijavi na javni razpis, brezposelne osebe iz ranljivih skupin pa se bodo v projekte vključevale na podlagi predhodno oblikovanega zaposlitvenega načrta. Upravičenec mora o poteku svojega dela poročati Ministrstvu za delo, družino in socialne zadeve; poročanje pa mora biti v skladu s podpisano pogodbo (Zavod Republike Slovenije za zaposlovanje, 2011, str. 120–122).

Javni razpis je bil objavljen 3. februarja 2012 na spletni strani Ministrstva za delo, družino in socialne zadeve; prijave nanj so se zaključile s 3. aprilom 2012.

Gre za sofinanciranje projektov za razvijanje tržnih dejavnosti v skladu z načeli socialnega podjetništva, kar pomeni, da bodo posledično pripomogli k ustvarjanju in razvoju novih delovnih mest ter socialni in poklicni vključitvi ljudi iz ranljivih skupin na trg dela. Javni razpis spodbuja povezovanje različnih subjektov, saj to močno vpliva na uspešno izpeljavo sofinanciranih projektov v ožjem in širšem okolju. Prijavitelji projektov se tako lahko povežejo s podjetji, občinami, društvi, združenji in drugimi oblikami poslovnih subjektov (Ministrstvo za delo, družino in socialne zadeve, 2012a, str. 1–4).

Finančne spodbude bodo deležni le tisti projekti, katerih namen je zaposlovanje težje zaposljivih oseb iz opredeljenih ranljivih ciljnih skupin. Besedilo javnega razpisa Spodbujanje razvoja socialnega podjetništva II (Ministrstvo za delo, družino in socialne zadeve, 2012a, str. 4) določa, da mednje sodijo:

- ❖ osebe, starejše od 50 let,
- ❖ mladi do dopolnjenega 25. leta starosti brez ali z nizko stopnjo izobrazbe,
- ❖ pripadniki romskih skupnosti,
- ❖ odvisniki, vključeni v programe zdravljenja odvisnosti,
- ❖ nekdanji obsojenci,
- ❖ invalidi,
- ❖ migranti,
- ❖ osebe s statusom begunca, ki so vključene v programe integracije, ter
- ❖ brezdomne osebe.

Osebe iz opredeljenih ranljivih ciljnih skupin v času vključevanja v sofinancirane projekte ne smejo biti v delovnem razmerju, kar pomeni, da se v tovrstne projekte lahko vključijo le brezposelne oziroma neaktivne osebe iz ranljivih ciljnih skupin. Sofinancirani projekti morajo zaposliti najmanj tri osebe iz ranljivih ciljnih skupin, in sicer za obdobje najmanj 18 mesecev s polnim delovnim časom oziroma najmanj šest oseb za najmanj polovični delovni čas (Ministrstvo za delo, družino in socialne zadeve, 2012a, str. 5).

Sofinancirani projekti so časovno omejeni, in sicer trajajo od 24 do 36 mesecev. Projekte financira tako Evropska unija kot tudi Slovenija, pri čemer 85 % predstavljajo evropska namenska sredstva (Evropski socialni sklad), ostalo, to je 15 %, pa slovenski delež pri namenskih sredstvih. Poleg tega bo možen tudi tako imenovani dopolnilni vir financiranja s pomočjo Evropskega sklada za regionalni razvoj. Skupna višina razpoložljivih nepovratnih sredstev za obdobje od 2012 do 2015 znaša 4.500.000 EUR, pri čemer bo posamezni projekt lahko pridobil spodbudo v višini največ 300.000 EUR. Tabela 2 prikazuje višino razpoložljivih nepovratnih sredstev javnega razpisa za spodbujanje razvoja socialnega podjetništva, in sicer glede na posamezno leto (obdobje 2012–2015) ter glede na vir financiranja (Evropska unija in Slovenija) (Ministrstvo za delo, družino in socialne zadeve, 2012a, str. 5–6).

*Tabela 2: Višina razpoložljivih nepovratnih sredstev javnega razpisa za spodbujanje razvoja socialnega podjetništva za obdobje 2012–2015*

Vir razpisanih sredstev (v EUR)	2012	2013	2014	2015	Skupaj (v EUR)
Namenska sredstva EU (85 %) - PP6885	340.000,00	1.445.000,00	1.360.000,00	680.000,00	<b>3.825.000,00</b>
Namenska sredstva slovenske udeležbe (15 %) - PP 9408	60.000,00	255.000,00	240.000,00	120.000,00	<b>675.000,00</b>
<b>Skupaj (v EUR)</b>	<b>400.000,00</b>	<b>1.700.000,00</b>	<b>1.600.000,00</b>	<b>800.000,00</b>	<b>4.500.000,00</b>

*Vir: Ministrstvo za delo, družino in socialne zadeve, Besedilo javnega razpisa »Spodbujanje razvoja socialnega podjetništva II«, 2012a, str. 6.*

Besedilo javnega razpisa za spodbujanje razvoja socialnega podjetništva opredeljuje tudi upravičene aktivnosti in stroške. Upravičene so le aktivnosti, ki se navezujejo na vodenje projekta, usposabljanje in zaposlovanje oseb iz ranljivih ciljnih skupin, razvoj poslovne ideje in dejavnosti, nujno potrebne nakupe opreme, informiranje in obveščanje javnosti ter promocijo izdelkov oziroma storitev (Ministrstvo za delo, družino in socialne zadeve, 2012a, str. 7).

Upravičeni stroški so razdeljeni v dve poglavitni skupini: prvo skupino predstavljajo neposredni stroški, drugo pa posredni stroški. Neposredni stroški so stroški dela zaposlenih pri projektu (npr. plač in povračil stroškov v zvezi z delom, stroški potovanj doma in v tujini in stroški kotizacij za zaposlene pri projektu), stroški usposabljanj in dela zaposlenih oseb iz ranljivih ciljnih skupin (npr. dela, usposabljanj, potovanj, kotizacij), stroški zunanjih storitev (npr. storitev zunanjih izvajalcev, vezanih neposredno na projekt, stroški najema prostorov in

opreme za izvajanje usposabljanj ali za izvajanje dejavnosti projekta), materialni stroški za usposabljanje oseb iz ranljivih ciljnih skupin ter stroški informiranja in obveščanja javnosti o izvajanju projekta in dejavnosti. Posredne stroške pa predstavljajo operativni stroški, ki se pojavijo ob izvajanju procesov in aktivnosti v okviru projekta (Ministrstvo za delo, družino in socialne zadeve, 2012b, str. 11–13).

### **7.3 Zakon o socialnem podjetništvu**

Zakon o socialnem podjetništvu (Ur. l. RS, št. 20/2011, 2011) je bil sprejet 7. marca 2011 z namenom urejanja področja slovenske socialne ekonomije in socialnega podjetništva; omenjeni zakon je stopil v veljavo 1. januarja 2012. Poglavitni namen omenjenega zakona je jasna opredelitev nekaterih najbolj ključnih področij ter hkrati tudi načrtovanje grobih okvirjev za nadaljnji razvoj in spodbujanje socialnega podjetništva v Sloveniji.

Zakon o socialnem podjetništvu (Ur. l. RS, št. 20/2011, 2011) to opredeljuje kot trajno opravljanje dejavnosti socialnega podjetništva ali trajno opravljanje drugih dejavnosti pod posebnimi pogoji zaposlovanja, pri čemer je maksimizacija dobička, ki je posledica prodaje ustvarjenih proizvodov in storitev na trgu, postavljena v ozadje. Socialno podjetje se tako od klasične oblike podjetja razlikuje po svoji ciljni usmerjenosti, saj poglaviti cilj njegovega delovanja ni zgolj ustvarjanje dobička, temveč ustvarjanje pozitivnih družbenih učinkov. Socialno podjetništvo ima več ciljev: krepi družbeno solidarnost, spodbuja sodelovanje in inovativno razmišljanje, rešuje družbene probleme, ustvarja nove proizvode in storitve, kreira nova delovna mesta ter ima močan vpliv na socialno in poklicno vključevanje najbolj ranljivih skupin na trgu dela.

Zakon o socialnem podjetništvu (Ur. l. RS, št. 20/2011, 2011) opredeljuje dve možni obliki socialnega podjetja, in sicer socialno podjetje tipa A in tipa B.

Socialna podjetja tipa A opravljajo dejavnost iz nabora dejavnosti socialnega podjetništva, ki jih določa Zakon o socialnem podjetništvu, pri čemer zaposlovanje ljudi iz ranljivih ciljnih skupin ni obvezno. Nabor dejavnosti, ki zakonsko ustrezajo dejavnostim socialnega podjetništva, je precej širok, nanaša pa se predvsem na področja izobraževanja, zdravstva, socialne vključenosti, spodbujanja zaposlovanja, ekologije, kulture, športa, nadaljnjega razvoja skupnosti ter podpornih storitev za socialna podjetja (Ur. l. RS, št. 20/2011, 2011).

Pri obliki socialnega podjetja tipa B pa njegova dejavnost ni določena, vendar mora podjetje tega tipa upoštevati posebne pogoje zaposlovanja, kar pomeni, da mora zaposlovati določeno število oseb iz ranljivih ciljnih skupin na trgu dela. Ranljive ciljne skupine so jasno opredeljene, mednje tako uvrščamo invalide, osebe s trajnimi posledicami telesne oziroma duševne okvare ali bolezni, dolgotrajno brezposelne osebe (brez zaposlitve zadnjih 24 mesecev ali več), prve iskalce zaposlitve, osebe stare nad 55 let, pripadnike romskih skupnosti, mladoletne osebe brez zaključenega osnovnega ali nižjega poklicnega

izobraževanja, bivše kaznjence oziroma kaznjence na pogojnem odpustu, begunce, vključene v programe integracije, bivše odvisnike (od alkohola in drog) ali odvisnike, vključene v programe zdravljenja odvisnosti, ter brezdomce. Osebe iz ranljivih ciljnih skupin morajo predstavljati najmanj eno tretjino vse zaposlenih (Ur. l. RS, št. 20/2011, 2011).

Posebnost delovanja socialnih podjetij je tudi njihova neprofitnost, saj morajo socialna podjetja ustvarjen dobiček reinvestirati v podjetje oziroma v skupnost. V redkih primerih je delitev dobička dovoljena, vendar ne sme presegati več kot 20 % vsega ustvarjenega dobička, vanjo pa morajo biti vključeni tudi delavci. Dobiček socialna podjetja lahko porabijo za nove investicije, ohranjanje in ustvarjanje novih delovnih mest, pokrivanje izpada prihodkov zaradi specifičnosti zaposlovanja ljudi iz ranljivih ciljnih skupin (odsotnost z dela zaradi bolniške ali manjša delovna učinkovitost), izobraževanje delavcev in prostovoljcev ter ostale razvojne in nepridobitne dejavnosti (Ur. l. RS, št. 20/2011, 2011).

Nepridobitne pravne osebe lahko poslujejo kot socialno podjetje, če se za to registrirajo, s čimer pridobijo status socialnega podjetja. Registracija se opravi na podlagi postopka, v katerem nepridobitna pravna oseba, ki želi poslovati kot socialno podjetje, vloži vlogo odgovornemu registrskemu organu. Ta mora nato preveriti, ali je temeljni akt nepridobitne pravne osebe v skladu z določbami Zakona o socialnem podjetništvu; če so pogoji izpolnjeni, registrski organ z aktom odloči, da se v registru pri imenu nepridobitne pravne osebe vpiše dostavek »socialno podjetje« (»so. p.«). S tem nepridobitna pravna oseba pridobi uradni status socialnega podjetja, kar pomeni, da lahko začne tudi poslovati kot socialno podjetje (Ur. l. RS, št. 20/2011, 2011).

Socialna podjetja morajo o svojem delovanju poročati odgovornemu ministrstvu, to je Ministrstvo za delo, družino in zunanje zadeve. Poročila morajo med drugim vsebovati tudi informacije in pojasnila o številu zaposlenih oseb, strukturi zaposlenih in doseganju predpisanega obsega prihodkov. Pristojnemu ministrstvu morajo poročati tudi izvajalci ukrepov, ki socialnim podjetjem dodeljujejo denarna sredstva oziroma spodbude za njihovo poslovanje; poročati morajo o višini, namenu in pravilnosti porabe dodeljenih sredstev ter morebitnih postopkih izterjave v primerih nepravilnega ravnanja z dodeljenimi sredstvi (Ur. l. RS, št. 20/2011, 2011).

Za socialna podjetja veljajo posebni računovodski standardi, ki jih predpiše Slovenski inštitut za revizijo v soglasju z ministrstvom za gospodarstvo in finance. Ti standardi urejajo vsebino in sestavo letnega poročila in njegovih prilog, na podlagi katerih se ugotavlja delovanje socialnega podjetja. Socialna podjetja se od klasičnih oblik podjetništva razlikujejo tudi po načinu odločanja: Zakon o socialnem podjetništvu namreč določa, da ima v socialnem podjetju vsak član en glas, ne glede na njegov vložek v podjetje. V odločanje morajo biti vključeni tudi delavci in prostovoljci, ki niso člani socialnega podjetja; imeti morajo možnost, da aktivno sodelujejo pri odločitvah o svojem delu oziroma kvaliteti izdelkov ali storitev, ki jih socialno podjetje proizvaja. Socialna podjetja morajo trajno izpolnjevati pogoje

zaposlovanja, s katerimi se ureja število zaposlenih delavcev ter njihova struktura (Ur. l. RS, št. 20/2011, 2011).

Podporno okolje in razvoj socialnega podjetništva temeljita na posebni strategiji, oblikovani za obdobje štirih let. Strategija je rezultat sodelovanja sveta, socialnih partnerjev, socialnih podjetij ter drugih organizacij civilne družbe. Strategija se nanaša predvsem na pregled potreb in možnosti razvoja socialnega podjetništva, možne politike razvoja, razvojne cilje in najpomembnejša področja razvoja ter vpletenost države in javnih inštitucij. Pristojno ministrstvo, to je Ministrstvo za delo, družino in socialne zadeve, je odgovorno za pripravo ustreznega programa ukrepov za določeno časovno obdobje (koledarsko leto ali plansko obdobje), na podlagi katerega bo omogočeno udeležanje začrtane strategije socialnega podjetništva. Pri tem sodelujejo tudi ostala ministrstva, ki so prav tako pristojna za določena področja socialnega podjetništva (Ur. l. RS, št. 20/2011, 2011).

Cilj programskih ukrepov je predvsem omogočanje usklajenih oblik pomoči pri ustanavljanju, poslovanju, zagotavljanju likvidnosti ter razvoja socialnih podjetij. Pri gradnji podpornega okolja in podpornih mehanizmov je poleg državnih pomoči pomembna tudi podpora na lokalni ravni, kar pomeni aktivno vključevanje občin pri načrtovanju, financiranju ter izvajanju politik razvoja socialnega podjetništva, kar poudarja in hkrati spodbuja tudi Zakon o socialnem podjetništvu (Ur. l. RS, št. 20/2011, 2011).

Zakon o socialnem podjetništvu (Ur. l. RS, št. 20/2011, 2011) opredeljuje štiri področja ukrepov, na katerih temelji spodbujanje razvoja socialnega podjetništva v Sloveniji:

- ❖ ukrepi za spodbujanje socialnega podjetništva,
- ❖ ukrepi za oblikovanje ugodnega podjetniškega okolja za socialna podjetja,
- ❖ ukrepi za spodbujanje zaposlovanja v socialnih podjetjih ter
- ❖ ukrepi za omogočanje dostopa do virov financiranja naložb v socialna podjetja.

V prvo skupino ukrepov za spodbujanje razvoja socialnega podjetništva v Sloveniji sodijo finančni in drugi ukrepi za promocijo socialnega podjetništva, sistemi informiranja in izobraževanja za socialno podjetništvo, ukrepi za ustanovitev sklada za socialno podjetništvo, ukrepi za razvoj podpornih storitev socialnim podjetjem, ukrepi za iskanje novih poslovnih priložnosti zanje itd. Druga skupina ukrepov je namenjena urejanju in zagotavljanju prostorskih, tehničnih in ostalih pogojev za nastajanje, delovanje in razvoj socialnih podjetij. Ti ukrepi so povezani z inkubatorji za socialna podjetja, sofinanciranjem pri začetnih korakih opravljanja dejavnosti socialnih podjetij ter pri odpiranju novih delovnih mest, s sofinanciranjem ustanavljanja socialnih podjetij za izvajanje podpornih storitev zanje itd. Tretja skupina ukrepov za spodbujanje razvoja socialnega podjetništva pa zajema predvsem ukrepe aktivne politike zaposlovanja, pri čemer ciljno skupino predstavljajo socialna podjetja, ustanovitelji socialnih podjetij oziroma zaposleni v socialnih podjetjih (ranljive skupine na trgu dela). Zadnja, četrta skupina ukrepov pa se navezuje na zagotavljanje dostopa do

ugodnejših kreditov, garancij in subvencij iz proračunskih virov ter državnih in evropskih skladov za spodbujanje razvoja socialnega podjetništva. Socialna podjetja so lahko deležna tudi posebnih spodbud za socialno podjetništvo, ki se nanašajo predvsem na subvencioniranje plač oseb iz ranljivih ciljnih skupin ter na sofinanciranje usposabljanja in izobraževanja na področju posloводства socialnih podjetij in dela z ljudmi iz ranljivih ciljnih skupin (Ur. l. RS, št. 20/2011, 2011).

Vsa uradno registrirana socialna podjetja so del javne evidence socialnih podjetij, katere namen je zbiranje, obdelovanje, posredovanje in objavljanje javnih podatkov o njih (Ur. l. RS, št. 20/2011, 2011).

#### **7.4 Inkubator za socialna podjetja**

V Sloveniji trenutno delujeta dva socialnopodjetniška inkubatorja, ki pomagata mladim socialnim podjetjem pri začetnih korakih poslovanja.

Prvi je Socialni inkubator, zasebni zavod, ki je nastal kot rezultat sodelovanja Študentske organizacije Univerze v Ljubljani ter Zveze svobodnih sindikatov Slovenije. Ustanovljen je bil predvsem s ciljem ustvarjanja ugodnega podpornega okolja za razvoj socialne ekonomije in socialnega podjetništva v slovenskem prostoru. K razvoju in promociji socialnega podjetništva Socialni inkubator spodbuja predvsem s seminarji, usposabljanji, interaktivnimi delavnicami, konferencami in strokovnimi ekskurzijami, s pomočjo katerih socialni podjetniki osvajajo nova znanja, kompetence in veščine, ki so potrebni za njihovo nadaljnje delo na področju socialne ekonomije (Poslanstvo Socialnega inkubatorja, 2012). Socialni inkubator je bil ustanovljen leta 2010, ko je bil tudi uradno vpisan v Poslovni register RS (Socialni inkubator, 2013).

Cilji Socialnega inkubatorja so tudi zagotavljanje podpore mreženju pri razvoju in implementaciji podjetniških idej, oblikovanje okolja, ki je naklonjeno podpori raziskovalnih in študijskih projektov, spodbujanje podjetniškega grozdenja, sodelovanje pri razvojnih projektih in novih zakonodajnih predlogih na področju socialne ekonomije, pomoč pri trajnostnem razvoju s spodbujanjem socialno naravnanih projektov na lokalni in nacionalni ravni ter razvijanje novih projektov zaposlovanja in pripravništva (Cilji Socialnega inkubatorja, 2012).

Drugi podjetniški inkubator, namenjen mladim socialnim podjetjem, pa deluje v okviru projekta Socialni inovatorji prihodnosti, ki ga sofinancira Evropski socialni sklad. Projektu je bila namenjena finančna spodbuda v višini 299.752,50 EUR, pri čemer je 85 % sredstev prispevala Evropska unija preko Evropskega socialnega sklada, ostalo, to je 15 %, pa je predstavljala državna spodbuda. Omenjeni socialni inkubator skrbi za izobraževanje in podporo na področju socialnega podjetništva. Mladim socialnim podjetjem zagotavlja pomoč pri raziskavi trga ter pripravi poslovnega načrta, hkrati pa nudi tudi mentorstvo pri začetnih

podjetniških korakih. Ciljno skupino predstavljajo predvsem mladi, iskalci prve zaposlitve in ženske, ki naj bi jim vključitev v socialni inkubator pomagala pri razvoju kompetenc, vstopu na trg dela ter ustanovitvi lastnega socialnega podjetja (Služba vlade Republike Slovenije za lokalno samoupravo in regionalno politiko, 2011, str. 4–5). Projekt je bil pripravljen za obdobje treh let, od decembra 2010 do decembra 2013 (Vzpostavitev inkubatorja socialnih podjetij in socialnih inovacij, 2013).

Socialni inkubator v okviru projekta Socialni inovatorji prihodnosti nudi mladim socialnim podjetnikom podporo in pomoč na področju usposabljanja, pravne podpore in svetovanja pri ustanavljanju socialnega podjetja, zagotavljanja prostorov (pisarna in sejna soba), tehnične podpore, finančnega svetovanja in računovodstva, postavitve in oblikovanja spletne strani itd. (Inkubator v okviru Socialnih inovatorjev prihodnosti, 2012).

Inkubator za socialna podjetja v okviru projekta Socialni inovatorji prihodnosti svojo podporo socialnemu podjetništvu izraža tudi z izbiro opreme za delovne prostore, ki so namenjeni vanj vključenim socialnim podjetjem. Prostori socialnega inkubatorja so namreč opremljeni z rabljenim (angl. *re-use*) pohištvom in ostalimi dodatki iz socialnega podjetja Center ponovne uporabe iz Rogaške Slatine (Oprema inkubatorja za socialna podjetja, 2012).

## **7.5 Slovenski forum socialnega podjetništva**

Slovenski forum socialnega podjetništva je organizacijska oblika, ki povezuje socialna podjetja. Forum deluje po principu prostovoljnega članstva, njegovi člani pa so tako fizične kot tudi pravne osebe. Slovenski forum socialnega podjetništva se povezuje z vsemi, ki želijo dodati svoj prispevek k razvoju socialnega podjetništva v Sloveniji. Pomembno vlogo igra tudi vključevanje družbeno odgovornih podjetij, ki želijo zgraditi vezi s socialnimi podjetji in posledično postati tudi njihovi poslovni partnerji (Slovenski forum socialnega podjetništva, 2012). Slovenski forum socialnega podjetništva je bil uradno vpisan v Poslovni register RS v začetku leta 2012 (Združenje slovenski forum socialnega podjetništva, 2013).

Bistvo foruma je mreženje, ki spodbuja povezovanje članov foruma, s ciljem, da se prepoznajo in razvijejo potenciali na področju socialnega podjetništva v slovenskem prostoru. Ključne naloge Slovenskega foruma socialnega podjetništva predstavljajo promocija socialnega podjetništva in ozaveščanje javnosti o njem, mreženje in povezovanje socialnih podjetij v skupne projekte tako na nacionalni kot tudi na mednarodni ravni, izobraževanje ter predstavitev dobrih praks, zavzemanje za socialno podjetništvo na področju politik in zakonodajnih okvirov, raziskovanje trga ter prepoznavanje podjetniških priložnosti za socialna podjetja, iskanje novih možnosti na področju pomoči socialnim podjetjem, pregled novih poslovnih modelov na področju socialnega podjetništva itd. Cilj Slovenskega foruma socialnega podjetništva je razvoj socialne ekonomije, kar posledično pomeni ustvarjanje novih zaposlitvenih možnosti, oblikovanje kvalitetnih delovnih mest ter prepoznavanje novih

priložnosti za najbolj ranljive skupine na trgu dela (Slovenski forum socialnega podjetništva, 2012).

»Specifičen cilj foruma je združitev lastnih potencialov članov v novo razvojno partnerstvo, ki bo vzpostavilo skupno platformo delovanja socialnih podjetij in partnerjev in bo nastajajočemu sektorju socialnega podjetništva omogočilo takšne oblike podjetniškega razvoja, da v naslednjih sedmih letih v svojih rezultatih doseže povprečno stopnjo razvitosti v EU in postane enakovreden razvojni akter v prihodnjem družbeno-ekonomskem razvoju Slovenije.« (Slovenski forum socialnega podjetništva, 2012).

Z razvojem bo forum čez čas prerasel v trdno organizacijsko obliko, ki bo predstavljala stičišče socialnih podjetnikov, akterjev za socialno podjetništvo ter vladnih struktur in aktivno udejstvovanje pri razvoju in izobraževanju na področju socialne ekonomije (Slovenski forum socialnega podjetništva, 2012).

## **8 SPODBUJANJE RAZVOJA SOCIALNEGA PODJETNIŠTVA V EU**

Socialna ekonomija igra pomembno vlogo v Evropski uniji, saj uspešno povezuje dobičkonosnost in solidarnost, ustvarja nova kvalitetna delovna mesta, krepi socialno, ekonomsko in regionalno kohezijo, ustvarja socialni kapital, promovira aktivno udejstvovanje državljanov, spodbuja solidarnost in ekonomijo z demokratičnimi vrednotami ter podpira trajnostni razvoj družbe in njeno inovativnost. Socialna podjetja predstavljajo približno 10 % vseh podjetij v Evropski uniji, v njih pa je zaposlenih približno 11 milijonov ljudi. Evropska unija tako imenovani tretji sektor, to je sektor socialne ekonomije, prepoznava kot učinkovito orodje za implementacijo politik zaposlovanja, lokalnega razvoja ter zmanjševanja revščine in socialne izključenosti (Triantafyllopoulou, 2012, str. 116–119).

### **8.1 Akcijski načrt za spodbujanje razvoja socialnega podjetništva v Evropski uniji glede na predlog Evropske komisije**

Oktobra 2011 je Evropska komisija napisala pobudo za socialno podjetništvo, ki je vsebovala tudi Akcijski načrt v podporo socialnemu podjetništvu v Evropi; sporočilo je bilo namenjeno Evropski komisiji, svetu, ekonomsko-socialnemu odboru in odboru regij. Predvideno izvajanje načrtovanih ukrepov naj bi se začelo pred iztekom leta 2012 (Evropska komisija, 2011, str. 6).

Prva skupina načrtovanih ukrepov za razvoj socialnega podjetništva v Evropski uniji se nanaša na področje dostopa do finančnih sredstev, tako zasebnih kot javnih. Finančni sistem je zaenkrat premalo razvit, kar pomeni, da je potrebno na tem področju uvesti spremembe, ki bodo omogočile olajšan dostop do finančnih sredstev za socialna podjetja. Vsi investitorji niso usmerjeni zgolj k maksimizaciji dobička, temveč je vedno več takih, ki se osredotočajo tudi na dolgoročne cilje splošnega interesa, kar vključuje tudi doseganje družbenih in



okoljskih ciljev. Evropski prostor potrebuje posebne sklade, tako imenovane solidarne naložbene sklade, ki bodo socialnim podjetjem olajšali dostop do finančnih trgov in potrebnih finančnih sredstev. Hkrati pa je potrebno spoznati, analizirati, spodbujati in razvijati področje mikrokreditiranja. Obstoječi evropski skladi morajo v prihodnje pripraviti obsežnejše in bolj učinkovite ukrepe za spodbujanje in podporo socialnim podjetjem (Evropska komisija, 2011, str. 6–7).

Drugi sklop ukrepov se nanaša na izboljšanje prepoznavnosti socialnega podjetništva ter razumevanje tega koncepta. Ustvariti bi se morala baza socialnih podjetij, ki bi omogočala dostop do podatkov o njih (npr. osnovni podatki, ekonomski model, gospodarska teža, potencial za mednarodno rast itd.), hkrati pa bi omogočala tudi izmenjavo izkušenj in dobrih poslovnih praks na obravnavanem področju. Ponekod v Evropi že poznajo in uporabljajo poseben sistem izdajanja certifikatov za socialna podjetja, kar ima ugoden vpliv na prepoznavnost in primerljivost socialnih podjetij. Posebno pozornost je potrebno nameniti tudi svetovanju in izobraževanju mladih socialnih podjetnikov, ki morajo razviti sposobnost za vodenje svojega podjetja in prepoznati potenciala za rast. Podjetniški inkubatorji za socialna podjetja omogočajo stik socialnih podjetnikov s strokovnjaki, ki jim pomagajo z nasveti, pogovori, delavnicami, okroglimi mizami itd. Druga skupina ukrepov je torej namenjena oblikovanju enotne večjezične elektronske platforme za zbiranje informacij in izmenjavo izkušenj, ki bo uspešno povezovala socialna podjetja, socialnopodjetniške inkubatorje, podjetniške grozde, vlagatelje v socialna podjetja ter ostale z njimi povezane akterje (Evropska komisija, 2011, str. 8).

Tretja skupina ukrepov pa se nanaša na vzpostavitev boljšega, bolj ugodnega pravnega okolja (Evropska komisija, 2011, str. 9).

## **8.2 Evropski socialni sklad (ESS)**

Evropski socialni sklad je najbolj pomembno finančno orodje Evropske unije, katerega sredstva so namenjena vlaganju v ljudi. Cilj Evropskega socialnega sklada je pomoč ljudem pri zaposlovanju in izobraževanju z namenom, da bi se izboljšale njihove zaposlitvene možnosti, stopnja brezposelnosti pa bi se posledično zmanjšala (Evropska komisija, 2007, str. 1). Ustanovljen je bil leta 1957 z rimsko pogodbo, kar pomeni, da gre za strukturni sklad Evropske unije z najdaljšo tradicijo. Vse od ustanovitve pa do danes je temeljno poslanstvo sklada ostalo povečanje zaposlitvenih možnosti in zaposlovanja (Evropski socialni sklad, 2013). Posebno pozornost sklad namenja osebam, ki sodijo v ranljive ciljne skupine na trgu dela (npr. invalidi, migranti, pripadniki manjšin itd.), saj se te pogosto srečujejo s težavami pri zaposlovanju (Aristovnik & Srkoč, 2012, str. 56).

Evropski socialni sklad bo v obdobju 2007–2013 članicam Evropske unije skupno namenil več kot 10 milijard EUR letno, kar predstavlja več kot 10 % celotnih proračunskih sredstev Evropske unije. Financiranje se bo osredotočilo predvsem na pet ključnih področij, in sicer na

pomoč delavcem in podjetjem v nenehno spreminjajočem gospodarskem okolju, izboljševanje zaposlitvenih možnosti ter lažje vključevanje na trg dela, izboljševanje sistemov usposabljanj, spodbujanje partnerstva med delodajalci, sindikati in nevladnimi organizacijami z namenom reform na področju zaposlovanja in vključenosti v trg dela ter spodbujanje socialne vključenosti in odpravljanje diskriminacije na trgu dela (Evropska komisija, 2007, str. 1).

#### 8.2.1 Vloga Evropskega socialnega sklada pri spodbujanju podjetništva v obdobju 2007–2013

V obdobju 2007–2013 bo Evropski socialni sklad posebno pozornost namenjal doseganju treh ciljev: spodbujanju najmanj razvitih članic oziroma regij Evropske unije, da bi z izboljšanimi pogoji za rast in zaposlovanje čim hitreje ujele evropsko povprečje, spodbujanju konkurenčnosti, zaposlovanja in privlačnosti vseh regij v Evropski uniji ter spodbujanju povezovanja in sodelovanja tako na ravni posamezne članice Evropske unije kot tudi na mednarodni ravni. Prva dva cilja se nanašata na doseganje prioritete, kot so prilagodljivost delavcev in podjetij, izboljššan dostop do zaposlitve ter trajnostna vključenost brezposelnih in neaktivnih oseb na trgu dela, spodbujanje socialne vključenosti najbolj ranljivih skupin na trgu ter njihove trajnostne vključenosti v zaposlovanje, odpravljanje diskriminacije na trgu dela, razvijanje človeškega kapitala z izobraževalnimi programi in mreženjem ter promocija partnerstev in povezovanja s socialnimi partnerji (Fehlinger & El Nemr, 2010, str. 10–11).

Podpora podjetništvu, ki jo nudi Evropski socialni sklad, je razdeljena v tri poglobitve sklope (Fehlinger & El Nemr, 2010, str. 30):

- ❖ spodbujanje podjetniškega duha (npr. promocija podjetništva, vpeljevanje podjetništva v izobraževalne programe, oblikovanje podjetniških delavnic itd.),
- ❖ podpora majhnim in srednje velikim podjetjem (npr. podjetniško svetovanje in izobraževanje, pomoč pri vzdrževanju konkurenčnosti ter življenjskega cikla podjetja itd.) ter
- ❖ spodbujanje razvoja socialnega podjetništva (npr. pomoč socialnim podjetjem pri njihovih začetkih (angl. *start up* faza) ter nadaljnjih korakih poslovanja itd.).

Evropska socialna ekonomija predstavlja 10 % poslovanja, vanjo pa so vključena tako socialna podjetja kot tudi vzajemne družbe, neprofitne fundacije in združenja. Programi, ukrepi in strategije Evropske unije so usmerjeni v oblikovanje ugodnega okolja, v katerem bo tovrstnim podjetjem omogočeno, da bodo delovala konkurenčno ter pod enakimi pogoji kot ostale oblike podjetništva; upoštevani bodo tudi njihovi specifični cilji, načela, etika in način delovanja (Fehlinger & El Nemr, 2010, str. 19).

Na področju spodbujanja socialnega podjetništva je v okviru Evropskega socialnega sklada najbolj pomemben program EQUAL, ki se je izvajal v prejšnjem programskem obdobju

2000–2006. Namen programa je bilo izboljšanje obstoječega stanja na trgu dela za ranljive ciljne skupine, ki se srečujejo z različnimi oblikami diskriminacije. Bistvo programa EQUAL je bilo uvajanje novih metod in idej v prakso (Fehlinger & El Nemr, 2010, str. 36–37). Osredotočal se je predvsem na zmanjšanje brezposelnosti, razvoj socialnega podjetništva, prilagodljivost, spodbujanje enakopravnosti spolov in vključevanje prosilcev za azil. Projekti iniciative EQUAL so temeljili na tesnem sodelovanju in povezovanju podjetij, javne uprave, nevladnih organizacij ter socialnih partnerjev, kar je posledično privedlo do številnih dobrih praks. Največji vpliv na spodbujanje razvoja socialnega podjetništva je imel program EQUAL v zahodni Evropi; skupno so bile spodbujanju evropskega socialnega podjetništva v okviru pobude EQUAL namenjene 3 milijarde EUR. Najboljše poslovne prakse oziroma najboljši pilotni projekti so bili predstavljeni leta 2007 na hannovrskem političnem forumu o socialnem podjetništvu (Česen, 2012, str. 37–38).

Nastanek novih socialnih podjetij ter samozaposlovanje sta bila posledica izobraževanja žensk, starejših oseb ter ostalih marginaliziranih skupin. Evropski socialni sklad tudi v tekočem programskem obdobju, to je v obdobju 2007–2013, nadaljuje s spodbujanjem in promocijo socialnega podjetništva (Fehlinger & El Nemr, 2010, str. 36–37).

#### 8.2.2 Slovenija v programu Evropskega socialnega sklada

Slovenski operacijski program, ki ga finančno podpira Evropski socialni sklad, je imenovan Razvoj človeških virov v obdobju 2007–2013. Omenjeni program investira v ljudi z namenom povečanja inovativnosti, zmanjšanja brezposelnosti, izboljšanja gospodarske rasti, zagotavljanja socialne vključenosti ter zmanjšanja razlik med slovenskimi regijami. Vse to pa posledično pomeni tudi izboljšanje slovenskega življenjskega standarda (Evropska komisija, 2007, str. 2).

Ključna področja programa Razvoj človeških virov v obdobju 2007–2013 so (Evropska komisija, 2007, str. 2–3):

- ❖ spodbujanje podjetništva in prilagodljivosti,
- ❖ spodbujanje zaposljivosti iskalcev dela in neaktivnih,
- ❖ razvoj človeških virov in vseživljenjsko učenje,
- ❖ enakost možnosti in spodbujanje socialne vključenosti ter
- ❖ institucionalna in administrativna usposobljenost.

V Tabeli 3 je predstavljeno financiranje programa Razvoj človeških virov v obdobju 2007–2013, in sicer glede na vir (Evropski socialni sklad in državna sredstva) in področje financiranja.

Tabela 3: Finančni načrt Evropskega socialnega sklada v Sloveniji 2007–2013

PODROČJE FINANCIRANJA	SREDSTVA ESS (V EUR)	DRŽAVNA SREDSTVA (V EUR)	SKUPAJ (V EUR)
Spodbujanje podjetništva in prilagodljivosti	262.114.965,00	46.255.583,00	308.370.548,00
Spodbujanje zaposljivosti iskalcev dela in neaktivnih	140.018.678,00	24.709.179,00	164.727.857,00
Razvoj človeških virov in vseživljenjsko učenje	164.661.965,00	29.057.995,00	193.719.960,00
Enakost možnosti in spodbujanje socialne vključenosti	63.848.517,00	11.267.386,00	75.115.903,00
Institucionalna in administrativna usposobljenost	97.051.506,00	17.126.737,00	114.178.243,00
Tehnična pomoč	28.003.739,00	4.941.838,00	32.945.577,00
<b>SKUPAJ</b>	<b>755.699.370,00</b>	<b>133.358.718,00</b>	<b>889.058.088,00</b>

Vir: Evropska komisija, Evropski socialni sklad v Sloveniji 2007–2013, str.3.

Neposredno je s spodbujanjem socialnega podjetništva povezano le eno izmed petih omenjenih področij programa Razvoj človeških virov v obdobju 2007–2013, in sicer področje financiranja, ki se nanaša na enakost možnosti in spodbujanje socialne vključenosti. Pri tem ključnem področju gre namreč za zmanjševanje diskriminacije in socialne izključenosti na trgu dela za najbolj ranljive skupine, kar predstavlja eno izmed glavnih vodil socialnega podjetništva (Evropska komisija, 2007, str. 2–3).

Evropski socialni sklad je tudi v preteklem obdobju, to je v obdobju 2004–2006, podprl določene slovenske projekte, kot sta npr. Usposabljanje na delovnem mestu in Projektno učenje za mlajše odrasle (PUM). Pri prvem projektu gre za program, preko katerega se brezposelne osebe z neustreznimi veščinami povežejo s potencialnimi delodajalci, ki jim nudijo subvencionirano delovno mesto ter potrebno usposabljanje. Drugi omenjeni projekt pa je namenjen mladim do 26. leta starosti, ki niso uspešno zaključili šolanja in so zato pogosto socialno izključeni. Namen projekta je spodbujanje mladih, da bi dokončali formalno izobraževanje ter si pridobili ustrezna znanja in veščine, s pomočjo katerih bi se lažje znašli pri iskanju nove zaposlitve (Evropska komisija, 2007, str. 4).

## 9 PREDSTAVITEV DVEH SOCIALNIH PODJETIJ V SLOVENIJI

### 9.1 Center ponovne uporabe, d. o. o., so. p.

Center ponovne uporabe ali CPU je socialno podjetje, ki se ukvarja z družbenokoristnimi dejavnostmi in hkrati zaposluje tudi osebe iz ranljivih ciljnih skupin (Center ponovne uporabe, 2012). Gre za prvo slovensko socialno podjetje, ki se je uradno registriralo po Zakonu o socialnem podjetništvu; v register slovenskih socialnih podjetij je bil Center ponovne uporabe vpisan 13. marca 2012 (Podatki o registraciji CPU, 2012).

Mreža centrov ponovne uporabe se ukvarja z zbiranjem in obnavljanjem rabljene opreme in izdelkov, ki jih gospodinjstva in podjetja odvržejo oziroma ne potrebujejo več. Obnovljena in popravljena oprema ter izdelki se nato po simboličnih cenah ponovno prodajo, kar socialnemu podjetju omogoča, da pokrije vsaj del lastnih stroškov. Ostale nastale stroške podjetje pokriva z opravljanjem sinergijskih dejavnosti (Center ponovne uporabe, 2012). Te dejavnosti predstavljajo predvsem pisanje poročil in vlog za ostala podjetja, organizacija delavnic, priprava okoljskih dovoljenj itd. (Priloga 1: Intervju z Marinko Vovk, predstavnico socialnega podjetja Center ponovne uporabe).

Dodana vrednost Centra ponovne uporabe je zelo velika, saj težje zaposljive osebe pridobijo možnost za delo, uporabniki lahko kupijo poceni izdelke, ki še vedno služijo svojemu namenu in jih v klasičnih trgovinah ne morejo več najti, družba pa lahko s pomočjo tovrstnih poslovnih praks lažje razume pomen trajnostno naravnega gospodarstva in odgovornega potrošništva (Center ponovne uporabe, 2012). »Center podpira vse tri stebre trajnostnega razvoja: s preprečevanjem nastajanja odpadkov in trajnostnim gospodarjenjem z nastalimi odpadki skrbi za varstvo okolja, z vključevanjem težje zaposljivih na trg dela in z dostopnostjo do blaga za socialno enakost, z ustvarjanjem delovnih mest in možnosti za usposabljanje pa za ekonomsko upravičenost.« (Nared, 2012).

Gre za socialno podjetje, ki posluje tako kot klasično podjetje, le da poleg tega skrbi še za oblikovanje zelenih delovnih mest za ranljive ciljne skupine ter aktivno vključevanje prostovoljcev v delovni proces, poleg tega pa se podjetje ukvarja tudi z reševanjem aktualnih družbenih problemov s področja okoljevarstva. V Centru ponovne uporabe vidijo reševanje družbenih problemov kot izziv, zato rabljeni in zavrženi izdelki zanje ne pomenijo odpadkov, temveč surovine za nove izdelke. Bistveno je, da se rabljenim izdelkom podaljša življenjska doba oziroma življenjski cikel ter da so ponovno vrnjeni v uporabo, s čimer se ustvarijo veliki prihranki pri porabi vode, elektrike, kovin in pri transportnih stroških (Center ponovne uporabe, 2012).

Center ponovne uporabe ponudbo svojih izdelkov nadgrajuje tudi z izdelki po naročilu ter možnostjo dostave in montaže. Za nemoteno opravljanje dejavnosti imajo tudi ustrezno delavnico, v kateri so vsi potrebni materiali in stroji za izvedbo popravil ter obnov. V prodajnih enotah Centra ponovne uporabe lahko najdemo različne izdelke, kot so npr. skodelice in krožniki, knjige in slike, IT-oprema, oblačila in obutev, modni dodatki, pohištvo, bela tehnika, igrače, otroški vozički itd. Ljudje, ki želijo svojo rabljeno opremo podariti Centru ponovne uporabe, lahko to dostavijo sami ali pa se dogovorijo za prevzem rabljene opreme na domu (predvsem takrat, kadar gre za večje kose, npr. pohištvo, sedežna garnitura itd.) (Nared, 2012). Slika 2 prikazuje nekaj detajlov, ujetih v fotografski objektiv v enotah Centra ponovne uporabe.

Center ponovne uporabe svoje izdelke prodaja v svojih fizičnih trgovinah ter preko spletne trgovine; večji delež predstavlja prodaja v fizični trgovini. Ciljni tržni segment so tako

gospodinjstva kot tudi pravne osebe, ki v rabljenih (angl. *re-use*) izdelkih prepoznajo dodano vrednost – zaposlovanje lokalnega prebivalstva ter vračanje življenja staremu, zavrženemu izdelku. Trženje v podjetju poteka preko spletne strani podjetja, po principu »od ust do ust« ter s pomočjo brezplačnih objav v lokalnih obvestilih. Zaposleni iz ranljivih ciljnih skupin v podjetju predstavljajo eno tretjino vseh zaposlenih (Priloga 1: Intervju z Marinko Vovk, predstavnico socialnega podjetja Center ponovne uporabe).

Slovenski REUSE-centri so del evropske mreže RREUSE, glavni namen vključitve v omenjeno mrežo pa je predvsem izmenjava mednarodnih izkušenj in spodbujanje trajnostnega razvoja. Prvi slovenski center ponovne uporabe je začel delovati v Rogaški Slatini pod okriljem Marinke Vovk (Slovenija v evropski mreži centrov ponovne uporabe, 2012).

»V mreži RREUSE s sedežem v Belgiji je približno 42.000 zaposlenih s polnim delovnim časom in več kot 120.000 prostovoljcev, ki delajo v 19-ih državah in v 10-ih državah članicah. Čeprav se lahko pravne strukture v nacionalnih kontekstih razlikujejo, imajo člani mreže RREUSE skupne vrednote, kot so varovanje okolja, storitve za skupnost, boj proti revščini in socialna vključenost prikrajšanih ljudi nazaj na trg dela in v družbo kot celoto. Poleg socialnih in okoljskih ciljev te pobude omogočajo uporabo odpadkov kot virov, omogočajo nakup REUSE-izdelkov po dostopnih cenah na trgu in zagotavljajo nujne dobrine za gospodinjstvo za skupine z nizkimi dohodki, kar prispeva k zmanjševanju revščine in hkrati k razvoju novih delovnih mest na področju ponovne uporabe.« (Slovenija v evropski mreži centrov ponovne uporabe, 2012).

Ključne dejavnosti članov evropske mreže RREUSE so zbiranje rabljene opreme in izdelkov, popravila, inovativno obnavljanje in angl. *redesign*, delo po naročilu, ozaveščanje javnosti, mednarodno projektno sodelovanje, izmenjava dobrih poslovnih praks ter podpora podjetjem pri implementaciji prednostnega reda ravnanja z odpadki (Slovenija v evropski mreži centrov ponovne uporabe, 2012).

Slika 2: Rabljena oprema in izdelki iz Centra ponovne uporabe



Vir: Galerija Centra ponovne uporabe, 2012.

## 9.2 Knof, Zavod za kreativni razvoj Sevnica, so. p.

Zavod Knof je tretje slovensko socialno podjetje, ki je bilo uradno registrirano po Zakonu o socialnem podjetništvu. Socialno podjetje Knof se ukvarja z različnimi dejavnostmi, ki so prilagojene potrebam okolja in ciljnih skupin; podjetje tako izvaja aktivnosti, ki so namenjene kreativnemu razvoju ranljivih družbenih skupin, neformalnemu in vseživljenjskemu učenju, širjenju okoljske ozaveščenosti in trajnostnega razvoja ter spodbujanju prostovoljnega dela in sodelovanja med ljudmi (Opis zavoda Knof, 2012). Zavod Knof je bil v Poslovni register RS vpisan že leta 2008, v letu 2012 pa je pridobil uradni status socialnega podjetja (Knof, so. p., 2013).

Med temi dejavnostmi je najbolj znan projekt Stara šola; gre za center ponovne uporabe, namenjen ohranjanju rokodelskega znanja in virov ter usposabljanju in zaposlovanju lokalnih prebivalcev iz ranljivih ciljnih skupin (Zavod za kreativni razvoj Knof, 2012). Idejo za projekt Stara šola je dal francoski študent, ki je bil na mednarodni izmenjavi v Sloveniji. Opazil je, da v Sloveniji ni trgovin z rabljenimi predmeti, kar ga je presenetilo, saj imajo v Franciji tovrstne trgovine praktično na vsakem koraku. Sodelovanje med društvom Knof in Alexom, francoskim študentom na izmenjavi v Sloveniji, je obrodilo sadove – projekt Stara šola (Zore, 2012).

Tako kot ostali centri ponovne uporabe se tudi ta ukvarja z zbiranjem, predelavo in ponovno prodajo rabljene opreme in izdelkov. Rabljeni izdelki se po pregledu ter morebitnem popravilu ali predelavi vrnejo na prodajne police. V trgovini Stara šola jih prodajajo po simboličnih cenah. Te so bile tudi osnova za oblikovanje slogana Stare šole: »Smešne cene, resen namen«. Zanimanje za staro, a še vedno funkcionalno rabljeno opremo narašča. Ciljni tržni segment so tako tri ključne skupine: prvo predstavljajo ljudje, ki zaradi finančne stiske povprašujejo po izdelkih z nizko ceno, drugo tisti, ki rabljene izdelke kupujejo zaradi sentimentalnega ali zbirateljskega vidika (npr. angl. *retro* izdelki in unikati), tretjo skupino pa tisti ljudje, ki so okoljsko ozaveščeni in se zavedajo, da z nakupom rabljene opreme zmanjšajo količino odpadkov ter porabo resursov, ki bi bili potrebni za proizvodnjo novega izdelka. Centru ponovne uporabe dajejo dodatno vrednost kreativno-tehnične rokodelske delavnice, ki jih izvajajo lokalni akterji. Projekt Stara šola je odgovor na potrebe lokalnega okolja, zato ustvarja nove možnosti za zaposlitev najbolj ranljivih ciljnih skupin, ki bi na klasičnem trgu dela težko dobili zaposlitev (Zavod za kreativni razvoj Knof, 2012).

*Slika 3: Rabljena oprema in izdelki iz centra ponovne uporabe Stara šola*



*Vir: Spletna trgovina Stare šole, 2012.*

Poleg projekta Stara šola se socialno podjetje Knof ukvarja tudi z organiziranjem in izvajanjem različnih računalniških izobraževanj, od izobraževanj na osnovni ravni do učenja bolj zahtevnih, specifičnih računalniških programov. Prvo je namenjeno predvsem starejšim, ki se z računalnikom srečajo prvič oziroma želijo svoje osnovno računalniško znanje



izpopolniti; bolj zahtevno izobraževanje pa je namenjeno osebam, ki so določeno računalniško znanje že osvojile in si ga želijo nadgraditi z učenjem specifičnega računalniškega programa, z obvladovanjem katerega bodo lahko bolj uspešne pri iskanju zaposlitve oziroma bolj konkurenčne na trgu dela (npr. mladi diplomanti oziroma prvi iskalci zaposlitve). Zaradi različnih računalniških tečajev ciljna skupina v okviru te dejavnosti ni zgolj ena; ciljno skupino za osnovna računalniška izobraževanja predstavljajo ljudje z nižjo izobrazbo in starejši; ciljna skupina za specifična računalniška izobraževanja pa so mlade brezposelne osebe, ki menijo, da jim bodo tovrstna znanja v pomoč pri iskanju zaposlitve (Priloga 3: Intervju z Mojco Metelko, predstavnico socialnega podjetja Knof).

V socialnem podjetju Knof je trenutno zaposlenih pet oseb, med katerimi so tri osebe zaposlene preko javnih del, dve pa preko subvencij (program Priložnost zame in Prvi izziv). Med zaposlenimi so invalidna oseba, dolgotrajno brezposelna oseba, mlajša od 30 let, oseba s končano osnovno šolo, oseba, starejša od 50 let, ter mladi diplomant; vsi zaposleni so del ranljivih ciljnih skupin (Priloga 3: Intervju z Mojco Metelko, predstavnico socialnega podjetja Knof). Socialno podjetje Knof se je v letu 2012 prijavilo na javni razpis za spodbujanje socialnega podjetništva, ki ga je pripravilo Ministrstvo za delo, družino in socialne zadeve. Prijavljeni projekt je bil na razpisu tudi izbran, kar pomeni, da bosta država in Evropski socialni sklad projekt podprla s 165.000 EUR. Sredstva bodo porabljena za zaposlovanje oseb iz ranljivih ciljnih skupin, za plačevanje najemnine ter za izplačilo plače vodje projekta (Zore, 2012).

Socialno podjetje Knof v okviru projekta Stara šola prodaja rabljene izdelke v spletni in fizični trgovini, preko spletnega portala Bolha.com ter na sejmih. Pri dejavnosti organiziranja in izvajanja računalniških tečajev gre za prodajo storitev, ki se »prodajajo« na kraju, kjer se izobraževanje izvaja, to je v prostorih SUNK-a (Središča ustvarjalnosti, napredka in kulture) (Priloga 3: Intervju z Mojco Metelko, predstavnico socialnega podjetja Knof).

## **10 RAZISKAVA O SOCIALNEM PODJETNIŠTVU IN PODPORNEM OKOLJU ZANJ**

### **10.1 Opredelitev namena in ciljev**

Poglavitni namen raziskave je preučitev in predstavitev slovenskega socialnega podjetništva v praksi ter primerjava s predhodno pridobljenimi teoretičnimi podlagami in spoznanji. Cilj raziskovalnega dela je pridobitev ustreznih podatkov in informacij iz prakse, njihovo analiziranje, izpostavitve ključnih ugotovitev ter oblikovanje predlogov za izboljšave na preučevanem področju v prihodnjem razvoju. Cilj raziskovalnega dela magistrske naloge je vpogled v razmišljanje izbranih oseb, ki se aktivno udeležujejo na področju slovenskega socialnega podjetništva in imajo s tem globalnim fenomenom veliko praktičnih izkušenj ter so zato primerni predstavniki obravnavanega področja.

## **10.2 Metodologija**

Sekundarni podatki, ki so bili pridobljeni s pomočjo strokovnih člankov (akademske elektronske baze podatkov), literature ter elektronskih dokumentov uveljavljenih institucij oziroma organizacij, so bili podlaga za oblikovanje vprašanj za poglobljene intervjuje, kar pomeni, da se smiselno povezujejo s prvim, teoretičnim delom magistrskega dela; opravljeni poglobljeni intervjuji pa so bili vir primarnih podatkov.

Skupaj je bilo opravljenih pet poglobljenih intervjujev: dva s predstavnikoma podpornih organizacij za socialna podjetja, trije pa s predstavniki prvih treh uradno registriranih socialnih podjetij v Sloveniji.

Z izvedenimi poglobljenimi intervjuji sem pridobila vpogled v mnenja, ocene, kritike in predloge oseb, ki se aktivno ukvarjajo s socialnim podjetništvom. Nekateri izmed njih želijo socialnim podjetjem olajšati poslovanje, drugi pa so ustanovili svoje lastno socialno podjetje. Podatki, pridobljeni iz poglobljenih intervjujev, predstavljajo osnovo za analizo v raziskovalnem delu. Predstavitev rezultatov izvedenih poglobljenih intervjujev je razdeljena v sedem poglavitnih področij, to so: socialno podjetništvo v Sloveniji in lastnosti socialnega podjetnika, ovire za socialna podjetja v Sloveniji, podporno okolje za socialno podjetništvo v Sloveniji, predlogi za prihodnji razvoj socialnega podjetništva v Sloveniji, socialno podjetništvo v Evropski uniji, socialna podjetja ter podporne organizacije za socialna podjetja.

V analizi sem med seboj primerjala podatke iz posameznih poglobljenih intervjujev in jih oblikovala v skupne povzetke pri posameznih vprašanjih. Z analizo sem želela ugotoviti, v kolikšni meri so odgovori intervjuvancev kompatibilni s teoretičnimi vidiki, saj se praksa in teorija velikokrat razhajata. Raziskovalni del magistrskega dela zaključim s kritiko in morebitnimi predlogi za izboljšave na obravnavanem področju.

## **10.3 Opredelitev vzorca**

Kot je bilo že omenjeno, je bilo skupaj opravljenih pet poglobljenih intervjujev, in sicer dva s predstavnikoma podpornih organizacij za socialno podjetništvo ter trije s predstavniki prvih treh uradno registriranih socialnih podjetij v Sloveniji.

Prvi predstavnik podporne organizacije za socialno podjetništvo je bil Tomaž Stritar, direktor Socialnega inkubatorja v Ljubljani, pri intervjuju pa je sodeloval tudi njegov sodelavec Vasja Simić. Drugi predstavnik podporne organizacije za slovenska socialna podjetja, s katerim je bil opravljen poglobljeni intervju, je bil Tadej Slapnik, generalni sekretar Slovenskega foruma socialnega podjetništva. Po Zakonu o socialnem podjetništvu so bila v času raziskovanja uradno v Sloveniji registrirana zgolj tri socialna podjetja, to so Center ponovne uporabe, d. o. o., so. p., Koop Rog, z. b. o., so. p., in Knof, so. p. Poglobljeni intervjuji so bili tako izvedeni s predstavniki omenjenih treh socialnih podjetij, to so Marinka Vovk (predstavnica socialnega

podjetja Center ponovne uporabe), Jurij Bavdaž (predstavnik socialnega podjetja Koop Rog) ter Mojca Metelko (predstavnica socialnega podjetja Knof). Zapisi celotnih poglobljenih intervjujev so dodani v Prilogah.

Pri izbiri socialnih podjetij nisem imela veliko možnosti, saj so bila, kot že rečeno, v času raziskovanja v Sloveniji registrirana zgolj tri. Evidenco registriranih socialnih podjetij v Sloveniji vodi Ministrstvo za delo, družino in socialne zadeve. Neuradno se s socialnim podjetništvom ukvarja veliko več slovenskih podjetij, vendar evidenca podjetij, ki bi ustrezala pogojem registracije socialnega podjetja, ne obstaja; poleg tega pa obstaja več različnih, tudi subjektivnih definicij socialnega podjetništva, kar povzroča še dodatne težave. Predstavnike podpornih organizacij za socialna podjetja pa sem izbrala po dogovoru z mentorico.

#### **10.4 Oblikovanje vprašanj za poglobljeni intervju ter izvedba poglobljenih intervjujev**

Vprašanja poglobljenega intervjuja so bila razdeljena v tri ločene segmente. Prvi segment so predstavljala vprašanja, ki so se na splošno nanašala na socialno podjetništvo, lastnosti socialnih podjetnikov, podporno okolje za razvoj socialnega podjetništva ter na prepoznavanje priložnosti za nadaljnji razvoj obravnavanega področja. Vprašanja drugega sklopa so bila namenjena socialnemu podjetništvu in njegovemu podpornemu okolju v Evropski uniji, zanimalo pa me je predvsem, ali so intervjuvanci seznanjeni s socialnim podjetništvom na evropski ravni oziroma kako dobro ga poznajo.

Poudariti je treba, da sta bila prvi in drugi sklop vprašanj enaka za vse intervjuvance, tretji sklop pa se je razlikoval glede na to, v katero skupino je posamezni intervjuvanec spadal – v podporno organizacijo za socialna podjetja ali v socialno podjetje, čemur so bila smiselno prilagojena tudi vprašanja v tem sklopu.

Vprašanja tretjega sklopa, ki so bila namenjena izvedbi poglobljenega intervjuja s predstavnikom podporne organizacije za socialna podjetja, so se nanašala predvsem na motive in cilje poslovanja ter na aktivnosti in merjenje njihove uspešnosti. Vprašanja tretjega sklopa, ki so bila namenjena izvedbi poglobljenega intervjuja s predstavnikom slovenskega socialnega podjetja, pa so se nanašala predvsem na motivacijo, prepoznavanje socialnopodjetniške priložnosti, cilje podjetja, pridobivanje finančnih sredstev, poznavanje nekaterih elementov podpornega okolja za socialna podjetja itd. Hkrati sem s tretjim sklopom vprašanj želela pridobiti čim več informacij o obravnavanem socialnem podjetju, kar vključuje pridobivanje podatkov o dejavnosti podjetja, zaposlitveni strukturi, proizvodih in storitvah, ciljnem tržnem segmentu, konkurenčni prednosti in konkurenci, prodajnih poteh in trženju.

Vsi poglobljeni intervjuji so bili izvedeni v prostorih ali v neposredni bližini prostorov, kjer izbrani predstavniki podpornih organizacij in socialnih podjetij delujejo. Dva intervjuja sta bila izvedena v Ljubljani, po eden pa v Sevnici, v Tepanjah ter v Slovenskih Konjicah. Vsi

poglobljeni intervjuji razen enega so bili posneti na diktafon, v kar so predhodno privolili tudi intervjuvanci, hkrati pa sem si odgovore na zastavljena vprašanja tudi zapisovala.

Poglobljeni intervjuji so bili izvedeni od avgusta do oktobra 2012, posamezni poglobljeni intervju pa je trajal od ene do treh ur. V Prilogah so priloženi celotni zapisi vseh izvedenih poglobljenih intervjujev.

## **11 REZULTATI IZVEDENIH POGLOBLJENIH INTERVJUJEV**

V nadaljevanju so predstavljeni povzetki odgovorov, ki sem jih pridobila od intervjuvancev z izvedenimi poglobljenimi intervjuji. Odgovori intervjuvancev so se pri posameznih vprašanjih med seboj seveda razlikovali, zato v nadaljevanju sledijo zgolj povzetki njihovih odgovorov na posamezna vprašanja oziroma sklop vprašanj. Celotni zapisi vseh petih izvedenih poglobljenih intervjujev se nahajajo v Prilogah.

### **11.1 Socialno podjetništvo v Sloveniji in lastnosti socialnega podjetnika**

Intervjuvanci so glede opredeljevanja koncepta socialnega podjetništva precej enotni. Socialno podjetništvo opredeljujejo kot klasično obliko podjetništva, s to razliko, da socialna podjetja delijo oziroma reinvestirajo ustvarjen dobiček in da delujejo za družbeno dobro, torej rešujejo perečo družbeno problematiko. Gre za obliko podjetništva, ki ima drugačne vrednote in cilje, saj so ti tesno povezani z ljudmi in družbo kot celoto.

Bistvo socialnega podjetništva intervjuvanci prepoznavajo predvsem v njegovem splošnem doprinosu k družbi, saj pripomore k transformaciji obstoječe družbe na bolje. Izpostavili so predvsem pozitivne učinke, kot so ustvarjanje kvalitetnih in trajnih delovnih mest, še posebej za ranljive ciljne skupine, ki so težko zaposljive na klasičnem trgu dela, reševanje družbenih problemov (npr. okoljevarstvo, brezposelnost), pri reševanju katerih so ostali zatajili, ter vključevanje zaposlenih v procese podjetja (npr. proces odločanja). Kot so povedali sogovorniki, gre za obliko podjetništva, ki se odziva na potrebe okolja in trajno rešuje družbene probleme na vse treh ravneh – ekonomski, socialni in okoljski.

Intervjuvanci menijo, da mora imeti socialni podjetnik vse lastnosti, ki so značilne za klasičnega, tradicionalnega podjetnika, saj se na koncu oba ukvarjata s podjetniškimi aktivnostmi. Bistvena lastnost, ki loči socialnega podjetnika od klasičnega, pa je predvsem ta, da socialni podjetnik ni usmerjen v ustvarjanje dobička, temveč v ustvarjanje pozitivnih sprememb v družbi. Socialni podjetnik je pripravljen na delitev ustvarjenega dobička oziroma na njegovo reinvestiranje nazaj v podjetje ali lokalno okolje. Socialni podjetniki se ukvarjajo z družbenokoristnimi dejavnostmi ter oblikujejo nove zaposlitvene možnosti za ranljive skupine na trgu dela, za katere je pogosto značilna nizka samopodoba, pomanjkanje dostojanstva ter družbena marginalizacija. Lastnosti, ki jih mora po mnenju intervjuvancev socialni podjetnik imeti, so potrpežljivost, empatija, razumevanje, nagnjenost k tveganju ter

naklonjenost k timskemu delu. Socialni podjetnik mora znati prepoznavati in razvijati podjetniške priložnosti, hkrati pa mora biti pripravljen tudi na velika vlaganja v usposabljanje in izobraževanje ter v raziskave in razvoj.

Intervjuvanci na področju slovenskega socialnega podjetništva prepoznavajo različne prednosti in slabosti. Kot prednosti navajajo zanimanje Slovencev za področje socialnega podjetništva (npr. pri študentski populaciji), sodelovanje klasičnih podjetnikov s socialnimi, obstoj pristnih socialnih podjetij na trgu, možnost hitrega osvajanja slovenskega trga zaradi njegove majhnosti, močno prisotnost socialno obarvanih vrednot pri Slovencih ter veliko še neizkoriščenega kvalitetnega znanja. Med slabostmi pa intervjuvanci izpostavljajo neoperativnost Zakona o socialnem podjetništvu v praksi, prisotnost nepristnih socialnih podjetij na trgu, prepočasno pomoč države pri spodbujanju razvoja socialnega podjetništva, preizredno izkoriščanje evropskih sredstev zanj, pomanjkanje izobraženega in usposobljenega kadra, nepovezanost ljudi in lokalnih skupnosti, prešibko razvito kulturo družbeno odgovornega podjetništva ter neprimeren prevod v slovenski jezik (socialno podjetništvo bi se moralo imenovati družbeno podjetništvo).

Intervjuvanci so odgovorili tudi na vprašanje o priložnostih in nevarnostih na področju slovenskega socialnega podjetništva. Priložnosti vidijo predvsem v zmanjševanju brezposelnosti, še posebej pri ranljivih skupinah, saj se z odpiranjem novih socialnih podjetij odpirajo tudi nove zaposlitvene možnosti. Poleg tega gre za oblikovanje delovnih mest v dejavnostih oziroma na področjih, ki so danes zapostavljena, a imajo velik vpliv na okolje, družbo in zdravje. Priložnosti intervjuvanci vidijo v državnem in mednarodnem povezovanju ter na področju Zakona o socialnem podjetništvu, ki je nekakšen dvorezen meč za slovenska socialna podjetja: po eni strani spodbuja njihov razvoj, po drugi strani pa je popolnoma neprilagodljiv in zaenkrat še ni aktivno zaživel v praksi. Eden izmed intervjuvancev vidi priložnost tudi na področju preoblikovanja trenutnega sistema sofinanciranja socialnih podjetij preko javnih razpisov, saj meni, da trenutni sistem ni najbolj smotrni in optimiziran. Kot nevarnosti na področju slovenskega socialnega podjetništva pa intervjuvanci izpostavljajo možnost prehitrega obupanja socialnih podjetnikov zaradi trenutno prešibke podpore za razvoj socialnih podjetij, prisotnost slabih poslovnih praks, ki utegnejo pustiti črn madež na tem področju, prisotnost predsodkov pri Slovencih (npr. pri trgovinah z rabljenimi predmeti), izkoriščanje statusa socialnega podjetja pri olajšavah in subvencijah ter nepravilno oziroma nenamensko porabljenih finančnih sredstev.

## **11.2 Ovire za socialna podjetja v Sloveniji**

Ko sem intervjuvance povprašala o ovirah, s katerimi se slovenska socialna podjetja največkrat srečujejo, so mi navedli neobstoje oziroma pomanjkanje systemskega načina financiranja, kratkoročnost obstoječih finančnih podpor, pomanjkanje ustreznega podjetniškega znanja, prešibko zanimanje zasebnih investitorjev za vlaganja v socialna podjetja, pomanjkanje posebnih bančnih programov za socialna podjetja (npr. dostop do

kreditov), nezadostno podporo države ter slabo poznavanje oziroma nepravilno razumevanje koncepta socialnega podjetništva v okolici oziroma lokalni skupnosti. Kot oviro nekateri intervjuvanci izpostavljajo tudi Zakon o socialnem podjetništvu, ki z nekaterimi določili omejuje poslovanje socialnih podjetij (npr. določanje dejavnosti, ki jih socialno podjetje tipa A sme opravljati).

### **11.3 Podporno okolje za socialno podjetništvo v Sloveniji**

Intervjuvanci menijo, da socialni podjetnik za svoje delovanje potrebuje dolgoročne subvencije za delovna mesta, podporo države in lokalne skupnosti, dostopnost do zagonskih sredstev oziroma semenskega kapitala, razumevanje in zaupanje v socialnopodjetniške projekte, davčne olajšave ter dostopnost do ekspertnega in uporabnega znanja.

Vseh pet intervjuvancev je mnenja, da je podporno okolje za socialno podjetništvo ključnega pomena za njegov razvoj, še posebej zato, ker je socialno podjetništvo v Sloveniji trenutno še v začetni fazi. Intervjuvanci pomembnost podpornega okolja utemeljujejo s pospešenim razvojem socialnega podjetništva ter z dvigovanjem konkurenčnosti socialnih podjetij.

Trenutno podporno okolje za socialna podjetja v Sloveniji intervjuvanci ocenjujejo kot podporno okolje, ki se razvija in sproti uči. Na tem področju izpostavljajo predvsem javni razpis za spodbujanje socialnega podjetništva, Zakon o socialnem podjetništvu ter nekatere programe v okviru usposabljanja in izobraževanja (npr. inkubator za socialna podjetja oziroma klasičen podjetniški inkubator).

Med programi oziroma oblikami podpornega okolja, ki se trenutno že izvajajo v slovenski praksi, so intervjuvanci kot ustrezne navedli javna razpisa Spodbujanje razvoja socialnega podjetništva I in II ter podporo na področju svetovanja in izobraževanja (npr. podjetniški inkubator). Eden izmed intervjuvancev pa ni želel izpostaviti nobenega programa podpornega okolja, saj je mnenja, da nobeden od obstoječih programov ni popolnoma ustrezen in da je za podporo socialnemu podjetništvu najbolj pomembno povezovanje ljudi in podjetij.

Ustrezno podporno okolje za razvoj socialnega podjetništva si intervjuvanci predstavljajo kot okolje, v katerem so prisotni pristna želja po razvoju socialnega podjetništva na državni ravni, enakopravna obravnava socialnih in klasičnih podjetij pri prijavih na razpise javnih naročil, naklonjenost in podpora lokalne skupnosti, sodelovanje odgovornih služb za razvoj socialnega podjetništva s prakso, urejen sistem financiranja (npr. socialnopodjetniški skladi in mreža zasebnih investitorjev), sistem davčnih olajšav, povezovanje in mreženje ter dostop do svetovanja in uporabnega strokovnega izobraževanja.

Programom APZ v okviru spodbujanja razvoja socialnega podjetništva so intervjuvanci različno naklonjeni; nekaterim so všeč bolj, drugim manj. Kot slabo lastnost programov APZ navajajo predvsem njihovo kratkoročnost, saj po prenehanju nekajmesečne spodbude socialno

podjetje še ni sposobno samo pokrivati nastalih stroškov (delavčeve plače). Programi APZ so usmerjeni predvsem v izobraževanje in usposabljanje, ne pa v kreiranje trajne oblike zaposlovanja. Kot slabost tovrstnih programov je bila izpostavljena tudi velika stopnja birokracije ter prešibko nadziranje in evalvacija izvajanih ukrepov. Oblikovalci programov APZ nimajo pravega oziroma zadostnega stika s konkretnimi socialnimi podjetji v praksi. Pozitivna stran programov APZ pa je njihova usmerjenost k ranljivim skupinam na trgu dela ter enostaven dostop do tovrstnih programov, ne glede na lastnosti podjetja.

Javna razpisa Spodbujanje razvoja socialnega podjetništva I in II intervjuvanci podpirajo, saj gre za eno izmed možnih finančnih podpor za socialna podjetja, ki še posebej v začetnih fazah denarno pomoč zagotovo potrebujejo. Kljub temu intervjuvanci v tovrstnih razpisih izpostavljajo številne pomanjkljivosti, kot so neustrezni pogoji razpisa, neustrezna sestava komisije razpisa, nefleksibilnost, velika stopnja birokracije in kratkoročnost. Poleg tega so tovrstni javni razpisi usmerjeni predvsem v izpolnjevanje kvot zaposlovanja oseb iz ranljivih ciljnih skupin, manjka pa usmerjenost v razvoj socialnih podjetnikov. Zagotovo je med prijavitelji na tovrstne razpise tudi nekaj podjetij, ki v resnici nimajo socialnopodjetniških ciljev, temveč si želijo zgolj pridobiti finančna sredstva. Ko subvencije ne bo več, bodo ti projekti verjetno propadli, saj se ne bodo znali sami vzdrževati. Ne glede na to, da gre za javni razpis, preko katerega izbrani socialnopodjetniški projekti pridobijo finančno spodbudo, izbira na razpisu od socialnega podjetnika še vedno zahteva velika kapitalska vlaganja. Finančna spodbuda je izplačana šele naknadno v določenih časovnih razmikih, kar pomeni, da mora nastale stroške socialni podjetnik najprej pokriti sam, kasneje pa ob predložitvi in preverjanju vseh potrebnih dokazil prejeme povračilo za upravičene stroške. Kot prednost tovrstnih javnih razpisov intervjuvanci navajajo spodbujanje razvoja socialnega podjetništva na finančni ravni ter promocijo socialnega podjetništva in njegovih dobrih poslovnih praks. Z vsakim novim razpisom se tako snovalci razpisa kot tudi prijavitelji lahko učijo na podlagi preteklih lekcij in tako stremijo k izboljšavam.

Kot že omenjeno, Zakon o socialnem podjetništvu intervjuvanci interpretirajo kot dvorezen meč. Na eni strani je zakon dobrodošel, saj je spodbudno, da ima socialno podjetništvo v Sloveniji tudi zakonsko podlago, pozitivni učinki zakona pa so možni le takrat, ko ta aktivno stopi v veljavo. Po drugi strani pa Zakon o socialnem podjetništvu prinaša tudi omejitve pri poslovanju socialnih podjetij. Intervjuvanci kot njegovo pomanjkljivost navajajo neoperativnost v praksi, določene težko izpolnjive pogoje delovanja socialnih podjetij v prvih nekaj letih, nejasnosti v okviru določanja posameznih ukrepov in odgovornosti za njihovo izvedbo ter kontradiktornost v določenih členih zakona. Po mnenju intervjuvancev danes socialno podjetje z uradno registracijo po Zakonu o socialnem podjetništvu ne pridobi ničesar, razen končnice »so. p.«; zaenkrat še ni deležno nikakršnih subvencij ali davčnih olajšav. Izpostavljeno je bilo, da bi morali pri oblikovanju Zakona o socialnem podjetništvu sodelovati tudi posamezniki, ki imajo izkušnje na področju podjetništva v praksi. Kot pozitiven učinek Zakona o socialnem podjetništvu pa intervjuvanci omenjajo predvsem promocijo socialnega podjetništva, saj se je v času oblikovanja in sprejemanja omenjenega zakona veliko govorilo o

njem: o opredelitvi ključnih pojmov na področju socialnega podjetništva, zagotovitvi pogojev za registracijo socialnega podjetja ter sprejetju (dopolnilnih) podzakonskih aktov. Intervjuvanci so mnenja, da zgolj zakonska podlaga ni dovolj za razvoj socialnega podjetništva, kar dokazujejo primeri držav, ki tovrstne zakonske podlage nimajo, a imajo vseeno dobro razvito socialno podjetništvo. Za njegov razvoj je poleg ustrezne zakonske podlage potrebno zagotoviti tudi ostale podporne elemente.

#### **11.4 Predlogi za prihodnji razvoj socialnega podjetništva v Sloveniji**

Po mnenju intervjuvancev k boljši prepoznavnosti in razumevanju socialnega podjetništva bistveno pripomorejo kvalitetno poslovanje socialnih podjetij, učenje širše javnosti o dodani vrednosti izdelkov in storitev socialnih podjetij, primerno komuniciranje socialnega podjetja s svojimi deležniki, mreženje in mentorstvo med socialnimi in klasičnimi podjetniki ter izobraževalni programi na različnih ravneh šolanja. K promociji socialnega podjetništva pa po mnenju intervjuvancev učinkovito prispevajo tudi predstavitve socialnega podjetništva in primerov dobrih poslovnih praks preko konferenc, seminarjev in delavnic. Dobrodošle so tudi objave v medijih (npr. internet, dnevno časopisje, občinska glasila, letaki, zgibanke itd.) in na socialnih omrežjih (npr. Facebook) ter nagovori znanih osebnosti (npr. predsednik države, župan itd.).

Intervjuvanci največ možnosti oziroma priložnosti za razvoj socialnega podjetništva vidijo predvsem v dejavnostih, ki so povezane s pridelavo hrane, turizmom, ravnanjem z odpadki, obnovljivimi viri energije, informacijsko tehnologijo, nadgradnjo rabljene (angl. *re-use*) opreme, zdravstvom, šolstvom, samooskrbo starejših občanov itd. Možnosti razvoja se kažejo tudi pri transformaciji javnih služb v zasebna podjetja: javne institucije bi lahko del svojih obveznosti s podeljevanjem koncesij prenesle na socialna podjetja, kar bi razbremenilo javno upravo, hkrati pa tudi povečalo učinkovitost in zmanjšalo stroške.

#### **11.5 Socialno podjetništvo v Evropski uniji**

Poznavanje socialnega podjetništva v Evropski uniji se med intervjuvanci razlikuje, nekateri o tem vedo več, drugi manj. Vsi intervjuvanci so mnenja, da se področje evropskega socialnega podjetništva razvija in napreduje, vsekakor pa vedno obstajajo možnosti za izboljšave. Med državami članicami Evropske unije intervjuvanci kot primere dobro razvitega področja socialnega podjetništva izpostavljajo Veliko Britanijo, Italijo, Španijo, Dansko in Francijo.

Ocenjevanje splošnega stanja socialnega podjetništva v Evropski uniji je težko, saj gre za velike razlike med državami članicami. Vsaka posamezna država ima svojo politiko in zakonodajo, ki je bolj ali manj naklonjena socialnemu podjetništvu. Podpora socialnemu podjetništvu v Evropski uniji se kaže tudi z dokumentom Evropa 2020 ter s pripravljanjem direktive o evropskih socialnih skladih. Intervjuvanci izpostavljajo, da evropska socialna ekonomija zaposluje približno 10 % ljudi, v Sloveniji pa je ta številka bistveno nižja.



## **11.6 Socialna podjetja**

Intervjuvani socialni podjetniki so se za socialno podjetništvo odločili iz različnih vzrokov. Med njimi so npr. tudi dolgoletne izkušnje s področjem, na katerem sedaj socialno podjetje deluje, ter potreba po spreminjanju družbe na bolje. Intervjuvane socialne podjetnike za aktivno ukvarjanje s socialnim podjetništvom motivira predvsem reševanje družbene problematike, ustvarjanje novih delovnih mest, kreiranje novih možnosti za ranljive ciljne skupine, razvijanje zapostavljenih dejavnosti ter zadovoljstvo zaposlenih.

Vsi intervjuvani socialni podjetniki so se za uradno registracijo njihovega podjetja odločili predvsem zaradi izziva – želeli so postati eno izmed prvih treh uradno registriranih socialnih podjetij v Sloveniji. Ugodnosti, ki naj bi jih bilo uradno registrirano socialno podjetje deležno, zaenkrat še ni, zato o tem motivu ne moremo govoriti. Intervjuvani socialni podjetniki upajo na morebitno bodočo podporo za registrirana socialna podjetja, vendar hkrati tudi poudarjajo, da bodo svoje socialnopoljetniške dejavnosti opravljali tudi v prihodnje, ne glede na status podjetja.

Od treh sodelujočih socialnih podjetij sta se dve prijavi na javni razpis za spodbujanje socialnega podjetništva; bili sta izbrani in sta pridobili določena finančna sredstva. Eno izmed treh sodelujočih socialnih podjetij pa se na razpis ni prijavilo – predstavnik podjetja je kot razlog navedel kapitalsko nezmožnost.

Posamezni intervjuvani socialni podjetniki so bolj ali manj naklonjeni inkubatorjem za socialna podjetja, vsi pa spodbujajo aktivnosti Slovenskega foruma socialnega podjetništva.

## **11.7 Podporne organizacije za socialna podjetja**

Oba predstavnika organizacij, ki nudijo podporo socialnim podjetjem, sta pojasnila, da je njihov namen razvoj ustreznega podpornega okolja za socialno podjetništvo s spodbujanjem razvijanja socialnih podjetij. Intervjuvana predstavnika podporo socialnemu podjetništvu izkazujeta z organizacijo konferenc, delavnic, predavanj in seminarjev.

Kot merilo uspešnosti aktivnosti oba intervjuvanca izpostavljata predvsem število novoustanovljenih socialnih podjetij ter število njihovih članov. V Socialnem inkubatorju trenutno za merjenje uspešnosti svojih aktivnosti uporabljajo anketne vprašalnike, s pomočjo katerih preverjajo zadovoljstvo udeležencev z izvedbo seminarjev, delavnic, strokovnih ekskurzij itd. V Slovenskem forumu socialnega podjetništva načrtujejo tudi merjenje uspešnosti s številom novoustanovljenih delovnih mest v socialnih podjetjih ter s pozitivnimi učinki v družbi, ki so posledica delovanja socialnih podjetij v praksi.

Potrebna finančna sredstva organizaciji pridobivata na različne načine. Socialni inkubator jih je pridobil od Študentske organizacije Univerze v Ljubljani, Študentske organizacije

Slovenije, organiziranja plačljivih seminarjev in delavnic ter Zavoda za zaposlovanje RS (subvencija za zaposlitev preko javnih del); dodaten vir prihodka pa bodo v bodoče predstavljale tudi letne članarine. Slovenski forum socialnega podjetništva pa je do sedaj finančna sredstva pridobival zgolj z letno članarino za fizične in pravne osebe.

V obeh sodelujočih podpornih organizacijah za socialna podjetja razmišljajo o uradni registraciji kot socialno podjetje, kar pa trenutno ni mogoče predvsem zaradi nezmožnosti izpolnjevanja nekaterih kriterijev.

## **12 KLJUČNE UGOTOVITVE IN PREDLOGI ZA IZBOLJŠAVE NA PODROČJU SOCIALNEGA PODJETNIŠTVA V SLOVENIJI**

Na podlagi teoretičnih spoznanj in rezultatov raziskovalnega dela sem oblikovala nekaj ključnih ugotovitev in predlogov za izboljšave na področju socialnega podjetništva v Sloveniji. Vsako področje je vedno možno izboljšati in socialno podjetništvo ni pri tem nikakršna izjema. To je še toliko lažje, ker je področje še novo in se trenutno nahaja v začetni fazi razvoja.

Prva napaka je bila storjena ob napačnem oziroma neprimernem prevodu angleškega termina za socialno podjetništvo (angl. *social entrepreneurship*), ki v resnici pomeni družbeno podjetništvo in ne socialno podjetništvo, kot smo ga poimenovali mi. Bolj primeren izraz za socialno podjetništvo bi bil torej družbeno podjetništvo. Besede kot so »socialen«, »socialna« ali »socialno« ljudje v prvi vrsti povezujejo z državnimi pasivnimi socialnimi transferji; gre torej za nekaj, kar je odvisno od državnih pomoči in se ne more samo vzdrževati. Vemo, da pri konceptu socialnega podjetništva ne gre za to, saj so socialna podjetja zasebne, avtonomne poslovne enote, ki se s prodajo storitev oziroma proizvodov vzdržujejo same in so neodvisne od države. Torej ne gre za obliko podjetništva, ki je odvisna od državnih denarnih pomoči, temveč za podjetništvo, ki je precej podobno klasičnemu, razlika je le v ciljni usmerjenosti, ki jo zaznamujeta predvsem reinvestiranje dobička ter reševanje družbene problematike, kar bi morala razumeti tudi širša javnost.

Pomemben korak mora biti storjen tudi pri jasni opredelitvi socialnega podjetništva, saj trenutno obstaja večje število različnih definicij, ki sicer imajo nekaj skupnih lastnosti, vendar si niso popolnoma enotne; posamezni avtorji socialno podjetništvo razlagajo po svoje, subjektivno. Dokler pojmi socialna ekonomija, socialno podjetništvo in socialno podjetje ne bodo jasno definirani, se bomo redno srečevali s problematiko pravilnega razumevanja in izražanja. Menim, da bi morala obstajati jasna mednarodna opredelitev omenjenih pojmov, kar bi posledično olajšalo mednarodno razumevanje področja socialnega podjetništva, raziskave na tem področju ter medsebojno primerjavo podatkov.

Koncept socialnega podjetništva je relativno nov, v nekaterih državah je prisoten že več let, medtem ko se je v nekaterih komaj začel razvijati. To pomeni, da gre tudi za novo

raziskovalno področje, ki mu bomo morali v prihodnje posvetiti večjo mero pozornosti. Danes se srečujemo s pomanjkanjem kvalitetnih raziskav o socialnem podjetništvu. Raziskovalna dejavnost na tem področju je precej skopa; večinoma je sestavljena iz predstavitev primerov dobrih poslovnih praks. Vsekakor bo treba v prihodnje veliko dela vlagati v raziskovanje tako na ravni posamezne države, v kateri je socialno podjetništvo prisotno, kot tudi na mednarodni ravni. Podatki, pridobljeni s pomočjo posamezne raziskovalne dejavnosti, morajo biti pripravljene tako, da je omogočena njihova medsebojna primerjava ter da je z njimi možno opraviti tudi mednarodne analize. Na tem področju Slovenijo čaka še veliko dela.

Za začetek slovensko socialno podjetništvo potrebuje javno bazo socialnih podjetij, preko katere bo možno spremljanje dogajanja na področju socialnega podjetništva. Tovrstna baza bi omogočila, da bi se na enem mestu zbirali podatki o številu registriranih socialnih podjetij v Sloveniji ter njihovih lastnostih (npr. dejavnost podjetja, poslovni rezultati, število zaposlenih in njihova struktura, tržni delež itd.). Kasneje, ko bo socialno podjetništvo v slovenskem prostoru že bolj razvito, to je, ko bo v Sloveniji prisotno večje število socialnih podjetij in ko bodo ta zaposlovala večje število ljudi, bi bila smotrna izvedba raziskovalnega dela, ki bi pripomoglo k razumevanju socialnega podjetništva v Sloveniji. Z raziskovalnim delom bi tako lahko spoznali motive za ustanavljanje socialnih podjetij, ovire zanje, nabor njihovih dejavnosti, uspešnost poslovanja, zaposlitveno strukturo, njihov tržni delež in konkurenčne prednosti itd. Hkrati bi se ugotavljali tudi pozitivni učinki, ki jih prinaša obstoj socialnih podjetij v posamezni državi (npr. število oseb iz ranljivih skupin, ki so zaposlene v socialnih podjetjih, merljivi učinki zmanjševanja družbene problematike itd.).

Slovenija je ena izmed redkih držav, ki ima urejeno zakonodajo na področju socialnega podjetništva. Zavedati pa se moramo, da zgolj obstoj Zakona o socialnem podjetništvu ni dovolj, potrebna je njegova implementacija v praksi, kar pomeni, da morajo zakonska določila aktivno zaživeti in se iz črk na papirju spremeniti v dejanja. To v prvi vrsti vključuje pripravo kvalitetne štiriletne strategije razvoja socialnega podjetništva v Sloveniji ter oblikovanje programa ukrepov, s katerim se bo jasno opredelilo, kako oziroma na kakšen način bo strategija razvoja implementirana v praksi. Program ukrepov za posamezno časovno obdobje mora vsebovati jasno določene cilje, izvajalce in podizvajalce, način poročanja ter merila za merjenje uspešnosti doseženih rezultatov v primerjavi s planiranimi. Skladno z Zakonom o socialnem podjetništvu se mora urediti področje posebnih spodbud za socialno podjetništvo oziroma socialna podjetja, kar vključuje subvencije za zaposlovanje ranljivih skupin ter nekatere druge spodbude (npr. posebne spodbude za poslovodstvo, olajšave itd.). Uradna registracija po Zakonu o socialnem podjetništvu trenutno socialnemu podjetju ne prinaša nikakršnih prednosti, kar je verjetno tudi razlog za tako nizko število uradno registriranih socialnih podjetij v Sloveniji; tukaj mora priti do sprememb.

Slovenija potrebuje tudi ustrezne izobraževalne programe s področja socialnega podjetništva. Tukaj imam v mislih izobraževanje na različnih ravneh šolanja: izbirne socialnopodjetniške predmete bi lahko uvedli že v osnovnih in srednjih šolah, saj bi s tem omogočili približanje

koncepta socialnega podjetništva mlajši generaciji; šolarji in dijaki tako ne bi zgolj pridobili znanja o socialnem podjetništvu, temveč bi tudi lažje in bolje razumeli družbeno problematiko, nujnost njenega reševanja ter pomembnost trajnega razvoja družbe. Hkrati bi se morali oblikovati tudi ustrezni socialnopodjetniški študijski programi visokošolskega študija, tako dodiplomskega kot tudi podiplomskega. Poslovne fakultete bi morale v študijske smeri, med katerimi lahko izbirajo njihovi študenti, vključiti tudi usmeritev, posvečeno socialnemu podjetništvu. Namen tovrstnega študija bi bilo spoznavanje socialnega podjetništva in razumevanje posebnosti v njegovem poslovanju. Poglavitni cilj bi bil navduševanje mlade populacije nad socialnopodjetniškimi aktivnostmi ter posledično tudi ustvarjanje novih socialnih podjetij. Slovenski izobraževalni sistem mora torej nakloniti določeno mero pozornosti tudi področju socialnega podjetništva; pri tem lahko prvi korak predstavljajo izbirni predmeti na različnih ravneh šolanja, nadaljnjega pa celoviti študijski programi, posvečeni izključno temu področju. Menim, da je pri tem ključno sodelovanje izobraževalnih ustanov in aktivnih posameznikov, ki na področju socialnega podjetništva že delujejo. Gostje iz prakse, obisk socialnih podjetij ter praktični socialnopodjetniški projekti bi morali biti obvezen del študijskega programa, saj bi z omenjenimi aktivnostmi olajšali razumevanje pridobljenega znanja ter spodbujali aktivno sodelovanje študentov.

Ključno vlogo pri nadaljnjem razvoju socialnega podjetništva igra ustrezna podpora države in lokalnih skupnosti, ki morajo jasno pokazati pristno željo po prisotnosti socialnega podjetništva v Sloveniji in ustanavljanju novih socialnih podjetij. Za razumevanje potreb socialnih podjetij pa je vsekakor bistvenega pomena aktivno sodelovanje med predstavniki državnih oziroma lokalnih institucij ter socialnimi podjetniki, kar pomeni, da se med njimi vzpostavijo aktivni stiki. Pomanjkanje konkretnega stika s predstavniki socialnih podjetij v praksi privede do tega, da so nekatere vsebine podpornih programov neprilagojene socialnim podjetjem; to pomeni, da so za njih težko uresničljive in v nekaterih primerih celo nesmiselne. Opisano problematiko se da rešiti z aktivnim udejstvovanjem oblikovalcev podpornih programov za socialna podjetja v praksi, to je s terenskim delom. Menim, da kljub državni pomoči, socialna podjetja niso odvisna od nje, saj zgolj s pomočjo države takšna podjetja dolgoročno ne bi mogla preživeti. Podporo države v različnih oblikah razumem kot sporočilo, da je socialnemu podjetništvu naklonjena in da se zaveda pozitivnih učinkov obstoja socialnih podjetij na slovenskem trgu.

Menim, da slovensko socialno podjetništvo potrebuje tudi več promocije, s katero bi ga približali širši javnosti. Predstavitve dobrih poslovnih praks v medijih (npr. dnevno časopisje, televizijske in radijske oddaje), organizacija konferenc ter oblikovanje seminarjev in delavnic so orodja, s katerimi lahko koncept socialnega podjetništva približamo širši javnosti. Pravilno razumevanje socialnega podjetništva je predpogoj za razumevanje dodane vrednosti izdelkov in storitev socialnih podjetij. Menim, da bi morali biti primeri dobrih poslovnih praks na področju socialnega podjetništva tudi ustrezno izpostavljeni in nagrajeni. Podelitev priznanja ali nagrade uspešnemu socialnemu podjetju bi imela več pozitivnih učinkov – socialno podjetje bi dobilo povratno informacijo, da dela kvalitetno in da je bilo opaženo, širši javnosti

pa bi bil približan koncept njegovega delovanja. Socialna podjetja na trgu bi bila z nagrado še dodatno spodbujena h kvalitetnemu in inovativnemu delu v prihodnje.

Menim, da je za nadaljnji razvoj socialnega podjetništva zelo pomembno tudi sodelovanje klasičnih in socialnih podjetij, med katerimi ne bi smeli postavljati stroge ločnice, saj je za uspeh in trajen napredek potrebno sodelovanje obeh strani. Mreženje med klasičnimi in socialnimi podjetniki zagotovo lahko prinese veliko pozitivnih rezultatov, kot so medsebojno učenje in izmenjava tihega znanja, postopno oblikovanje pomembnih poslovnih poznanstev in vezi, morebitno sodelovanje pri projektih, ustvarjanje novih podjetniških idej itd. Klasični podjetniki socialnim podjetnikom odkrivajo nove poglede na podjetništvo, in, seveda, tudi obratno, kar je izredno pomembno. Menim, da je mreženje v primeru socialnih podjetij še toliko bolj pomembno, saj gre za podjetnike, ki imajo največkrat veliko znanja in izkušenj na področju, s katerim se njihovo socialno podjetje ukvarja, primanjkujejo pa jim poslovodske izkušnje in ekonomska znanja, potrebna za vodenje podjetja in podjetniških aktivnosti (npr. izdelava poslovnega načrta, poslovno komuniciranje itd.). S tega vidika je stik socialnega podjetnika s klasičnim zagotovo zelo dobrodošel, saj z njegovo pomočjo socialni podjetnik pridobi vpogled v tisti del podjetništva, o katerem prej ni dosti vedel oziroma se mogoče ni niti zavedal njegove pomembnosti. Korak dlje od mreženja predstavlja mentorstvo, to pomeni, da izkušen podjetnik za določeno časovno obdobje postane mentor še neizkušenemu socialnemu podjetniku. Mentor pod svoje okrilje vzame socialnega podjetnika, kar pomeni, da nanj prenaša svoje izkušnje in znanja ter mu podaja konkretne in uporabne nasvete v okviru socialnopodjetniškega poslovanja.

## **SKLEP**

Danes, ko se nahajamo v času, za katerega so značilni visoka stopnja brezposelnosti, krčenje socialnih transferjev in vedno večji odstotek revnega prebivalstva, si trajnega razvoja družbe brez socialnega podjetništva ne moremo več zamisliti, saj predstavlja učinkovito orodje za zmanjševanje negativnih posledic krize, ki je veliko širša od zgolj gospodarske.

Pregled izbranih vsebinskih področij z vidika teorije ter izvedba raziskovalnega dela sta pokazala, da se področje socialnega podjetništva razvija tako v Sloveniji kot tudi v Evropski uniji. Gre torej za področje, ki v sebi skriva še veliko neizkoriščenega potenciala in ima še veliko možnosti za razvoj.

Iz tega sledi, da bo treba socialnemu podjetništvu začeti namenjati več pozornosti. Za prihodnji razvoj področja bo potrebna izgradnja ustreznega in celovitega podpornega okolja, ki bo omogočalo učinkovito podporo poslovanju socialnih podjetij. Na tem področju imata tako Slovenija kot tudi Evropska unija še veliko rezerv. Pri tem pa je najbolj pomembno povezovanje posameznih subjektov, programov, institucij, podjetniške infrastrukture itd., saj se lahko le s pomočjo medsebojnega sodelovanja dosežejo boljši rezultati. Sodelovanje ne

sme biti omejeno zgolj na mejo posamezne države, ampak se mora odvijati širše, torej mednarodno.

Moje raziskovalno delo je prineslo nekaj temeljnih spoznanj oziroma ugotovitev. Prvič, Slovenija ima posameznike, ki verjamejo v pozitivne učinke obstoja socialnih podjetij na slovenskem trgu in v razvoj tega področja usmerjajo svoj čas, energijo in znanja; nekateri med njimi so ustanovili svoje lastno socialno podjetje, nekateri pa se ukvarjajo z aktivnostmi, katerih cilj je pomoč omenjenim podjetjem oziroma promocija področja socialnega podjetništva v širšem smislu. Drugič, slovenska populacija počasi spoznava in razumeva fenomen socialnega podjetništva ter sprejema izdelke in storitve socialnih podjetij, kar pa ne izključuje dejstva, da bi moralo biti področje socialnega podjetništva deležno več promocije. Tretjič, obstaja veliko neizkoriščenih možnosti na področju trenutnega podpornega okolja. V mislih imam predvsem podporo države (aktivna implementacija Zakona o socialnem podjetništvu v praksi), podjetniške infrastrukture, izobraževalnih ustanov ter finančnih institucij. Vsi omenjeni subjekti lahko v večji meri prispevajo k izgradnji podpornega okolja, ustreznega za razvoj in trajen obstoj socialnih podjetij na slovenskem trgu. In četrtič, obstoječi podporni programi za socialna podjetja morajo biti v prihodnje bolj prilagojeni specifičnim lastnostim socialnih podjetij, pri njihovem oblikovanju pa mora sodelovati najmanj en socialni podjetnik oziroma oseba, ki socialno podjetništvo dobro pozna ali poseduje ustrezna znanja in izkušnje s tega področja.

Izpostavila sem nekatera področja slovenskega socialnega podjetništva, ki se bodo morala v prihodnosti še razviti in izboljšati, ključne ugotovitve pa sem na podlagi prebranih izbranih teoretičnih vsebin ter izvedbe raziskovalnega dela nadgradila še z nekaj možnimi predlogi za izboljšave.

Prvi predlog se nanaša na spremenjeno, bolj ustrezno poimenovanje koncepta socialnega podjetništva. Preimenovanje socialnega podjetništva v družbeno bi omenjenemu konceptu prineslo pozitiven prizvok, saj bi pridevnik »družben« označeval nekaj kar je povezano z dobrobitjo družbe in ne nekaj kar je odvisno od države in njenih pomoči. Drugi predlog se nanaša na reševanje problematike različnega poimenovanja ključnih terminov na področju socialnega podjetništva. Različni avtorji za iste pojme (npr. socialna ekonomija, socialno podjetništvo, socialno podjetje, socialni podjetnik itd.) uporabljajo različne definicije in razlage, kar otežuje razumevanje in nadaljnje raziskovalno delo. V prihodnje bo potrebno postaviti jasne in poenotene definicije oziroma razlage ključnih pojmov, saj bo le na ta način omogočena osnova, na kateri se bodo lahko izvajale mednarodne raziskave in primerjave podatkov. Tretji predlog se tesno navezuje na drugega, saj se nanaša na razvoj področja mednarodnega raziskovalnega dela. Osnova zanj so kvalitetno pripravljene podatki, ki so podlaga za izvedbo nadaljnjih, bolj zapletenih analiz, s pomočjo katerih lahko spremljamo razvoj socialnega podjetništva tako v Sloveniji kot tudi izven njenih meja. Četrti predlog se nanaša na vzpostavitev javne baze slovenskih socialnih podjetij. Za spremljanje prihodnjega razvoja slovenskega socialnega podjetništva je ta korak nujno potreben. Peti predlog je

povezan z vzpostavitvijo ustreznega pravnega okolja. Slovenija veljaven Zakon o socialnem podjetništvu že ima; naloga odgovornih za njegovo izvajanje pa je, da omenjeni zakon polno »zaživi« tudi v praksi. Šesti predlog se nanaša na oblikovanje kvalitetnih izobraževalnih programov na področju socialnega podjetništva. Klasično obliko izobraževalnega programa pa je potrebno dopoljevati s tako imenovanim praktičnim izobraževanjem (npr. obisk gostov na predavanjih, obisk socialnega podjetja itd.). V okviru sedmega predloga poudarjam pomembno vlogo države pri razvoju slovenskega socialnega podjetništva. Pristna želja države po prisotnosti socialnih podjetij na slovenskem trgu mora biti jasno izražena, kar se kaže tudi preko oblikovanja ustreznih podpornih mehanizmov za področje socialnega podjetništva. Osmi omenjeni predlog pa se nanaša na potrebne promocijske aktivnosti, ki bi omogočile boljšo prepoznavnost in lažje razumevanje socialnega podjetništva tudi med širšo populacijo. Pomembnost sodelovanja med socialnimi in klasičnimi podjetniki pa je izpostavljena v okviru zadnjega predloga. Mreženje med socialnimi in klasičnimi podjetniki je izredno pomembno, saj omogoča medsebojno izmenjavo tihega znanja in osebnih izkušenj ter spodbuja sodelovanje pri poslovnih projektih.

Zavedam se, da je oblikovanje predlogov za izboljšave na listu papirja povsem nekaj drugega kot implementacija v praksi. Kljub temu menim, da so napisani predlogi popolnoma uresničljivi, če smo jim pripravljeno nameniti dovolj pozornosti in časa ter pod pogojem, da je želja po razvoju slovenskega socialnega podjetništva pristna in dovolj močna.

Socialno podjetništvo tako prinaša nove možnosti in izzive pri reševanju perečih problemov, ki se neprestano pojavljajo v družbi in postajajo stalnica našega vsakdana. Socialno podjetništvo je novo orodje, ki ga posamezniki ali družba lahko spretno uporabijo, če želijo družbeno problematiko reševati trajno in s širšega vidika, kar pomeni tudi korak naprej k trajnostno naravnani družbi. Socialno podjetništvo je lahko prisotno na vseh področjih, zato so možnosti za njegov razvoj praktično neomejene. Socialna podjetja tako lahko najdemo na različnih področjih (npr. kultura, izobraževanje, okoljevarstvo, pridelava hrane, varstvo starejših itd.), vsem pa je skupno to, da je njihovo delovanje usmerjeno k doseganju izboljšav v obstoječi družbi ter oblikovanju novih možnosti za ljudi, ki so bili odrinjeni na družbeni rob.

Družba prihodnosti mora postati družba, za katero bo značilno medsebojno sodelovanje in povezovanje, inovacijski razvoj ter integracija vseh skupin prebivalstva v eno celoto. Poskrbeti mora za vse tri družbene vidike, to so ekonomski, socialni in okoljski, pri čemer skrb za eno izmed naštetih kategorij ne sme izključevati ostalih dveh. Bistvo socialnega podjetništva je prav v naštetem.

Moje magistrsko delo naj predstavlja kamenček v mozaiku slovenskega socialnega podjetništva in tako prispeva majhen, a pomemben delček k prihodnjemu razvoju slovenske socialne ekonomije. Naj predstavlja del osnove, na kateri bodo prihodnje generacije lahko gradile nadaljnje korake pri oblikovanju, izboljševanju in širjenju trajnega socialnega

podjetništva. Moje magistrsko delo naj služi kot orodje, s katerim želim slovensko socialno podjetništvo in nujnost obstoja ustreznega podpornega okolja zanj približati vsakomur, ki bo to delo prebral.

Svoje magistrsko delo pa zaključujem z mislijo, da bo negotova prihodnost, za katero ne moremo ničesar natančno predvideti in katere stalnica so le nenehno spreminjajoče se razmere ter porajanje stare in nove družbene problematike, zagotovo bolj naklonjena tisti družbi, ki bo medse spustila nove načine razmišljanja ter z naklonjenostjo sprejela socialna podjetja in njihove socialnopodjetniške aktivnosti.



## LITERATURA IN VIRI

1. Aristovnik, A., & Srkoč, R. (2012, januar-februar). Vloga Evropskega socialnega sklada pri izvajanju programa usposabljanja na delovnem mestu: primer Pomurja. *Organizacija*, str. 55-65.
2. Bornstein, D. (2007). *How to change the world. Social entrepreneurs and the power of new ideas*. New York: Oxford University Press.
3. Branco, D., Gattolin, E., Tommasini, G., Johannes, F., & Zagorc, S. (2004). *Uvajanje socialnega podjetništva v Sloveniji. Primerjalna študija: Italija, Avstrija, Slovenija*. Ljubljana: Pospesovalni center za malo gospodarstvo.
4. *Center ponovne uporabe*. (2012). Najdeno 7. novembra 2012 na spletnem naslovu <http://www.eko-tce.eu/dejavnosti/center-ponovne-uporabe/73-cpu-je-prvo-socialno-podjetje-tipa-b.html>
5. Chell, E., Nicolopoulou, K., & Karataş-Özkan, M. (2010). Social entrepreneurship and enterprise: International and innovation perspectives. *Entrepreneurship & Regional Development*, 22(6), 485-493.
6. *Cilji socialnega inkubatorja*. (2012). Najdeno 29. aprila 2012 na spletnem naslovu <http://www.socialni-inkubator.si/cilji.php>
7. Crisan, C. M., & Borza, A. (2012). Social entrepreneurship and corporate social responsibilities. *International Business Research*, 5(2), 106-113.
8. Česen, T. (2012). Družbena ekonomija in socialno podjetništvo. V M. Ahtik, W. Altzinger, J. Beko, V. Bole, E. Colombatto, F. Križanič, J. Mencinger, Ž. Oplotnik, S. Pejovich & F. Štiblar, *Gospodarska gibanja* (str. 31-46). Ljubljana: Ekonomski institut d.o.o.
9. Dacin, P. A., Dacin, M., & Matear, M. (2010). Social Entrepreneurship: Why We Don't Need a New Theory and How We Move Forward From Here. *Academy Of Management Perspectives*, 24(3), 37-57.
10. Davie, G. (2011). Social Entrepreneurship. *OD Practitioner*, 43(1), 17-23.
11. Dees, J. (2007). Taking Social Entrepreneurship Seriously. *Society*, 44(3), 24-31.
12. Evropska komisija. (2007). *Evropski socialni sklad v Sloveniji, 2007-2013*. Bruselj: Evropska komisija.

13. Evropska komisija. (2011). *Sporočilo Komisije Evropskemu parlamentu, Svetu, Ekonomsko-socialnemu odboru in Odboru regij. Pobuda za socialno podjetništvo. Ustvarjanje ekosistema za spodbujanje socialnih podjetij kot ključnih akterjev socialnega podjetništva in socialnih inovacij*. Bruselj: Evropska komisija.
14. *Evropski socialni sklad*. (2013). Najdeno 21. januarja 2013 na spletnem naslovu [http://www.mddsz.gov.si/si/delovna\\_podrocja/trg\\_dela\\_in\\_zaposlovanje/evropski\\_socialni\\_sklad/](http://www.mddsz.gov.si/si/delovna_podrocja/trg_dela_in_zaposlovanje/evropski_socialni_sklad/)
15. Fehlinger, G., & El-Nemr, T. (2010). *The European social fund and entrepreneurship*. Brussels: European Union.
16. *Galerija Centra ponovne uporabe*. (2012). Najdeno 7. novembra 2012 na spletnem naslovu <http://www.eko-tce.eu/galerija.html>
17. Heckl, E., & Pecher, I. (2007a). *Study on Practices and Policies in the Social Enterprise Sector in Europe* (Country Fiches). Vienna: Austrian Institute for SME Research and TSE Entre, Turku School of Economics, Finland.
18. Heckl, E., & Pecher, I. (2007b). *Study on Practices and Policies in the Social Enterprise Sector in Europe* (Final report). Vienna: Austrian Institute for SME Research and TSE Entre, Turku School of Economics, Finland.
19. *Inkubator v okviru Socialnih inovatorjev prihodnosti*. (2012). Najdeno 29. aprila 2012 na spletnem naslovu <http://socialni-inovatorji.si/aktivnosti/sip>
20. JAPTI. (2005). *Študija obstoječega stanja na področju socialne ekonomije v Sloveniji: s priporočili za pripravo modela uvajanja socialnega podjetništva: uvajanje modela socialnega podjetništva v treh pilotskih regijah v Sloveniji (študija izvedljivosti)*. Ljubljana: JAPTI.
21. Jiao, H. (2011). A conceptual model for social entrepreneurship directed toward social impact on society. *Social Enterprise Journal*, 7(2), 130-149.
22. Knof, so. p. (b.l.) V *ePRS – Poslovni register Slovenije*. Najdeno 21. januarja 2013 na spletnem naslovu <http://www.ajpes.si/prs/podjetjeSRG.asp?s=1&e=415133>
23. Makhlof, H. H. (2011). Social entrepreneurship: Generating solutions to global challenges. *International Journal of Management and Information Systems*, 15(1), 1-8.
24. Martin, R. L., & Osberg, S. (2007). Social entrepreneurship: the case for definition. *Stanford Social Innovation Review*, 5(2), 28-39.

25. Milošević, G., Kovač, Z., & Radej, B. (2010). *Strokovna tematska konferenca: Socialno podjetništvo – izzivi in perspektive*. Murska Sobota: Pribinovina d.o.o.
26. Ministrstvo za delo, družino in socialne zadeve Republike Slovenije. (2012a). *Besedilo javnega razpisa »Spodbujanje razvoja socialnega podjetništva II«*. Ljubljana: Ministrstvo za delo, družino in socialne zadeve Republike Slovenije.
27. Ministrstvo za delo, družino in socialne zadeve Republike Slovenije. (2012b). *Razpisna dokumentacija za javni razpis »Spodbujanje razvoja socialnega podjetništva II«*. Ljubljana: Ministrstvo za delo, družino in socialne zadeve Republike Slovenije.
28. Nared, M. (2012, 6. marec). Brez tržne dejavnosti niti ponovna uporaba ne živi. *Delo*. Najdeno 7. novembra 2012 na spletnem naslovu [http://www.delo.si/gospodarstvo/posel-in-denar/brez-trzne-dejavnosti-niti-ponovna-uporaba-ne-zivi\\_2.html](http://www.delo.si/gospodarstvo/posel-in-denar/brez-trzne-dejavnosti-niti-ponovna-uporaba-ne-zivi_2.html)
29. Noruzi, M., Westover, J. H., & Rahimi, G. (2010). An Exploration of Social Entrepreneurship in the Entrepreneurship Era. *Asian Social Science*, 6(6), 3-10.
30. *Opis zavoda Knof*. (2012). Najdeno 7. novembra 2012 na spletnem naslovu [http://www.knof.si/index.php?option=com\\_content&view=category&layout=blog&id=19&Itemid=2](http://www.knof.si/index.php?option=com_content&view=category&layout=blog&id=19&Itemid=2)
31. *Oprema inkubatorja za socialna podjetja*. (2012). Najdeno 29. aprila 2012 na spletnem naslovu <http://socialni-inovatorji.si/blog/vsebina/45>
32. Pavel, I., & Štefanič, P. (2005). *Socialno podjetje, od ideje k praksi*. Ljubljana: Šent.
33. *Podatki o registraciji CPU*. (2012). Najdeno 7. novembra 2012 na spletnem naslovu <http://www.eko-tce.eu/center-ponovne-uporabe-poslovne-enote/cpu-sop-tepanje/75-podatki-o-registraciji-cpu-doo-sop.html>
34. *Poslanstvo socialnega inkubatorja*. (2012). Najdeno 29. aprila 2012 na spletnem naslovu <http://www.socialni-inkubator.si/poslanstvo.php>
35. Rebernik, M., Tominc, P., & Pušnik, K. (2010). *Slovensko podjetništvo v letu krize. GEM Slovenija 2009*. Maribor: Univerza v Mariboru, Ekonomsko-poslovna fakulteta.
36. *Slovenija v evropski mreži centrov ponovne uporabe*. (2012). Najdeno 7. novembra 2012 na spletnem naslovu <http://www.eko-tce.eu/projekti/use-reuse/85-sovenija-mreza-eu-centrov.html>

37. *Slovenski forum socialnega podjetništva*. (2012). Najdeno 29. aprila 2012 na spletnem naslovu <http://fsp.si/strategija-vzpostavitve-in-razvoja-slovenskega-foruma-socialnega-podjetnistva>
38. Služba vlade Republike Slovenije za lokalno samoupravo in regionalno politiko. (2011). *Kohezijski e-kotiček*. Ljubljana: Služba vlade Republike Slovenije za lokalno samoupravo in regionalno politiko.
39. Socialni inkubator. (b.l.) V *ePRS – Poslovni register Slovenije*. Najdeno 21. januarja 2013 na spletnem naslovu <http://www.ajpes.si/prs/podjetjeSRG.asp?s=1&e=457951>
40. Spear, R., Galera, G., Noya, A., Clarence, E., Kovač Zlobko, U., Samec, P., Ball, C., & Easton, H. (2010). *Izboljšanje socialne vključenosti na lokalni ravni preko socialne ekonomije: Poročilo za Slovenijo*. Ljubljana: Ministrstvo za delo, družino in socialne zadeve.
41. *Spletna trgovina Stare šole*. (2012). Najdeno 7. novembra 2012 na spletnem naslovu [http://starasola.knof.si/index.php?option=com\\_content&view=frontpage&Itemid=1](http://starasola.knof.si/index.php?option=com_content&view=frontpage&Itemid=1)
42. Thompson, J. L. (2002). The World of the Social Entrepreneur. *The International Journal of Public Sector Management*, 15(4), 412-431.
43. Tracey, P., & Phillips, N. (2007). The Distinctive Challenge of Educating Social Entrepreneurs: A Postscript and Rejoinder to the Special Issue on Entrepreneurship Education. *Academy Of Management Learning & Education*, 6(2), 264-271.
44. Triantafyllopoulou, A. (2012). Social Entrepreneurship — Social Enterprises: European Experience and the Greek Case. *Review Of European Studies*, 4(1), 115-124.
45. Vasakarla, V. (2008). A Study on Social Entrepreneurship and the Characteristics of Social Entrepreneurs. *ICFAI Journal Of Management Research*, 7(4), 32-40.
46. *Vzpostavitev inkubatorja socialnih podjetij in socialnih inovacij*. (2013). Najdeno 21. januarja 2013 na spletnem naslovu <http://www.eu-skladi.si/skladi/primeri-dobrih-praks/op-ropi/vzpostavitev-inkubatorja-socialnih-podjetij-in-socialnih-inovacij>
47. Zakon o socialnem podjetništvu. (2011). *Uradni list RS*. Št. 20/2011.
48. Zavod Republike Slovenije za zaposlovanje. (2011). *Katalog ukrepov aktivne politike zaposlovanja*. Ljubljana: Zavod Republike Slovenije za zaposlovanje.

49. Zavod za kreativni razvoj Knof. (2012). *Stara šola. Prostor Lokalne izmenjave*. (Predstavitvena zgibanka). Sevnica: Zavod za kreativni razvoj Knof.
50. Združenje slovenski forum socialnega podjetništva. (b.l.) V *ePRS – Poslovni register Slovenije*. Najdeno 21. januarja 2013 na spletnem naslovu <http://www.ajpes.si/prs/podjetje.asp?s=1&e=518491>
51. Zore, J. (2012, 27. september). Zamisel o prodajalni rabljenih predmetov zaživela v Posavju. *Delo*. Najdeno 8. novembra 2012 na spletnem naslovu <http://www.delo.si/novice/slovenija/zamisel-o-prodajalni-rabljenih-predmetov-zazivela-v-posavju.html>



## **PRILOGE**





## KAZALO PRILOG

PRILOGA 1: Intervju z Marinko Vovk, predstavnico socialnega podjetja Center ponovne uporabe .....	1
PRILOGA 2: Intervju z Jurijem Bavdažem, predstavnikom socialnega podjetja Zadruga Kooperativa Rog .....	7
PRILOGA 3: Intervju z Mojco Metelko, predstavnico socialnega podjetja Knof.....	13
PRILOGA 4: Intervju s Tomažem Stritarjem in Vasjo Simičem, predstavnikoma Socialnega inkubatorja.....	19
PRILOGA 5: Intervju s Tadejem Slapnikom, predstavnikom Slovenskega foruma socialnega podjetništva .....	24



**PRILOGA 1: Intervju z Marinko Vovk, predstavnico socialnega podjetja Center ponovne uporabe (Tepanje, 6.9.2012, 17.15-18.30)**

**1 SKUPNA VPRAŠANJA (za socialna podjetja, Socialni inkubator ter Slovenski forum socialnega podjetništva)**

1. Kako bi opredelili socialno podjetništvo?

*»Socialno ekonomijo bi opredelila kot ekonomijo, pri kateri v ospredju ni finančni kapital, temveč so v ospredje kot kapital postavljeni ljudje, varovanje okolja ter drugačen odnos zaposlenih do dela, ki ga opravljajo. Socialno ekonomijo bi lahko opredelili kot ekonomijo prihodnosti, saj bomo z njeno pomočjo lahko reševali nastalo krizo, ki ni zgolj finančna, ampak je veliko širša; prisotni sta tudi okoljska kriza in kriza vrednot, ki ju zaenkrat ne vidimo ali celo nočemo videti. Odgovor na vse to je socialna ekonomija, ki izpostavlja človeka in njegovo možnost doprinosa k razvoju družbe ter hkrati tudi omejuje potrošništvo, ki prinaša negativne vplive na okolje.«*

2. Kaj je po vašem mnenju bistvo socialnega podjetništva?

*»Socialno podjetništvo rešuje dostojanstvo ljudi, daje nove možnosti za delo ter omogoča udeležbo zaposlenih pri procesu odločanja. Gre za ustvarjanje delovnih mest na področjih, na katerih jih prej sploh ni bilo, ter reševanje okoljskih problemov. Bistvo socialnega podjetništva je dolgoročno zaposlovanje ljudi, saj morajo socialna podjetja delovati trajnostno in ne zgolj kratkoročno.«*

3. Kakšen je pomen socialnega podjetništva za družbo?

*»Temelji na treh kategorijah, to so okoljska, ekonomska in socialna kategorija. Klasična ekonomija največkrat temelji zgolj na eni izmed omenjenih, to je na ekonomski kategoriji. Okoljska kategorija je v klasični ekonomiji pogosto prezrta, na to kaže npr. pogosto seljenje proizvodnje podjetja na območja, za katera sta značilna poceni delovna sila ter skopa okoljevarstvena zakonodaja.«*

4. Kako bi opredelili socialnega podjetnika? Katere lastnosti bi mu pripisali?

*»Socialni podjetnik postavi ustvarjanje dobička v ozadje. Ukvarja se z družbenokoristno dejavnostjo ter nudi zaposlitev ljudem iz težko zaposljivih skupin. Bistvena lastnost socialnega podjetnika je potrpežljivost, predvsem pri zaposlovanju ranljivih ciljnih skupin (npr. ljudi s psihičnimi ali fizičnimi obolenji, bivših odvisnikov itd.), saj ti potrebujejo več časa, da se ponovno uvedejo v delo, socializirajo in integrirajo med zaposlene. Socialni podjetniki vlagajo v ljudi, v njihovo usposabljanje in izobraževanje. Imajo sposobnost prepoznavanja in razvijanja področij, dejavnosti, ki pred tem niso bila opažena ali pa so bila vrednotena kot manjvredna.«*

5. Kateri so tisti elementi iz zunanjega okolja, ki jih potrebuje socialni podjetnik, da lahko opravlja svojo podjetniško dejavnost?

*»Vsekakor bi kot prvo izpostavila subvencije za delovna mesta v socialnih podjetjih, saj ta potrebujejo finančno pomoč oziroma spodbudo predvsem v začetnih fazah poslovanja. Menim, da bi morala biti delovna mesta subvencionirana vsaj tri leta, saj je potreben določen čas od razvoja produkta do njegovega lansiranja na trg, za kar zgolj nekaj mesecev ne*

*zadostuje. Za to ne potrebujemo posebnih skladov, enostavno bi morali pasivne oblike transferjev prenesti v oblike aktivnih spodbud. Kot drugo bi izpostavila sodelovanje in podporo lokalne skupnosti.«*

6. Katere prednosti in slabosti opazate na področju slovenskega socialnega podjetništva?  
*»Prednost na tem področju je zagotovo Zakon o socialnem podjetništvu. Hkrati pa bi ga izpostavila tudi kot slabost, saj je zaenkrat še neoperativen, ni še zaživel v praksi in praktično nima bistvenega vpliva na slovenska socialna podjetja. Oblike pomoči so zgolj začasne, kratkoročne.«*

7. Katere priložnosti in nevarnosti bi izpostavili na področju slovenskega socialnega podjetništva?  
*»Vsekakor je več priložnosti kot nevarnosti. Priložnosti vidim predvsem na področju kreiranja novih delovnih mest, ki se oblikujejo v dejavnostih s pozitivnim vplivom na okolje, zdravje in družbo ter so danes premalo razvite oziroma celo zapostavljene. V tujini je v socialnem podjetništvu zaposlenih približno 10 % ljudi, pri nas pa manj kot 2 %, kar pomeni, da imamo še veliko možnosti za razvoj. Kot nevarnost pa bi izpostavila predvsem možnost prehitre izgube upanja zaradi trenutnih razmer na področju slovenskega socialnega podjetništva oziroma zaradi pomanjkanja pomoči zanj.«*

8. S katerimi ovirami se slovenska socialna podjetja največkrat srečujejo?  
*»Predvsem neobstoj oziroma pomanjkanje sistemskega načina financiranja. Socialna podjetja se razlikujejo od klasičnih, saj delujejo v treh kategorijah – okoljski, ekonomski in socialni. Potrebno bi bilo zagotoviti finančne pomoči za daljše časovno obdobje, saj podjetje potrebuje čas od razvoja izdelka do njegove prodaje na trgu.«*

9. Kako pomembno je za vas podporno okolje za razvoj socialnega podjetništva v Sloveniji?  
*»Zelo pomembno. Obstajati mora podlaga, na osnovi katere se bo podjetje razvijalo naprej.«*

10. Kakšno je vaše mnenje o trenutnem podpornem okolju za socialno podjetništvo v Sloveniji?  
*»Menim, da se podporno okolje za socialno podjetništvo v Sloveniji razvija, a trenutno še ni sistemsko. Zakon o socialnem podjetništvu bi moral zaživet v praksi, kar pomeni, da bi se morali načrtovani ukrepi in programi začeti aktivno izvajati.«*

11. Katere programe oziroma oblike podpornega okolja za socialno podjetništvo, ki se trenutno izvajajo v slovenski praksi, bi izpostavili kot ustrezne?  
*»Izpostavila bi predvsem dva javna razpisa, to sta Spodbujanje socialnega podjetništva I in Spodbujanje socialnega podjetništva II. Ostali programi spodbujanja socialnega podjetništva so največkrat kratkoročni, gre bolj za kratkoročne oblike usposabljanja na delovnem mestu. Inkubatorjem za socialna podjetja nisem preveč naklonjena, njihovo pomanjkljivost vidim*

*predvsem v nepoznavanju specifične dejavnosti, saj se različna socialna podjetja ukvarjajo z različnimi dejavnostmi, inkubator pa ti na tem področju ne more bistveno svetovati, temveč ti lahko ponudi zgolj osnovna znanja. Menim, da ustanavljanje inkubatorjev za socialna podjetja sploh ni potrebno. Dovolj so obstoječi inkubatorji za klasična podjetja, saj tako klasični kot tudi socialni podjetnik potrebujeta osnovno podjetniško znanje.»*

12. Kaj si predstavljate kot ustrezno podporno okolje za razvoj socialnega podjetništva? Kateri elementi ga sestavljajo?

*»Kot prvo bi izpostavila pripravljenost in pristno željo države, da se področje socialnega podjetništva razvije. Socialna podjetja bi morala imeti možnosti enakovredne prijave na razpise javnih naročil. Kot primer lahko navedem izdelke našega socialnega podjetja, saj se z njimi ne moremo prijaviti na javne razpise, ker je v teh jasno določeno, da morajo biti izdelki povsem novi in nerabljeni, kar je povezano z uveljavljanem garancij. Rabljeni izdelki, ki so obnovljeni in nepoškodovani, imajo isto funkcionalnost kot popolnoma novi izdelki, vendar po pravilih javnih naročil ne morejo »tekmovati« z novimi. Kot drugo bi izpostavila naklonjenost lokalne skupnosti za razvoj socialnega podjetništva. Sama besedna zveza socialno podjetništvo ni najbolj primerna izbira, saj ljudje, ki ne poznajo ozadja tega koncepta, pogosto menijo, da gre za obliko podjetništva, ki »živi« na račun državnih pomoči. Bolj primerno poimenovanje bi bilo npr. družbeno podjetništvo. Ko bodo lokalne skupnosti spoznale pozitivne učinke socialnega podjetništva, bodo tudi same pripravljene pomagati razvoju tega področja, npr. z oddajo praznih občinskih prostorov, ki samevajo in začenjajo počasi propadati. Torej, ključen je interes države in lokalnih skupnosti; če je prisoten interes, bomo naredili vse, da bomo cilje tudi dosegli.»*

13. Kakšno je vaše mnenje o programih Aktivne politike zaposlovanja pri spodbujanju razvoja socialnega podjetništva?

*»Problem vseh tovrstnih programov je njihova kratkoročnost. V bistvu gre za programe usposabljanja, pri čemer pa njihov cilj ni trajno zaposlovanje oseb, ki so v te programe vključene. Ko se program zaključi, ima delodajalec na izbiro dve možnosti, in sicer, ali bo delavca zaposlil, kar pomeni, da bo moral celotne stroške zaposlitve kriti sam, ali pa ga bo odpustil. Torej, nekajmesečna pomoč v obliki subvencioniranja stroškov zaposlovanja je absolutno prekratka, saj podjetja potrebujejo več časa za dovolj uspešno poslovanje, ki jim omogoča pokrivanje celotnih stroškov zaposlovanja novega delavca.»*

14. Kakšno je vaše mnenje o javnem razpisu Spodbujanje razvoja socialnega podjetništva II? Kakšne so prednosti in slabosti tovrstnih javnih razpisov?

*»Že to, da takšni javni razpisi sploh obstajajo je zelo pozitivno, saj podjetjem dajejo priložnost, da se nanje prijavijo in so v primeru izbora deležna državne in evropske finančne pomoči. Ko se prijavljaš na javni razpis drugič, je veliko manjša verjetnost, da boš na razpisu tudi drugič izbran. Zaradi pomanjkanja denarja tudi ustrezno in kvalitetno pripravljene projekti ostajajo neizbrani, torej brez pomoči. Mi smo se prijavili na oba javna razpisa, torej*

*na Spodbujanje socialnega podjetništva I in II; pri prvi prijavi smo bili izbrani in smo dobili 7.500 EUR subvencije za delovno mesto, drugič pa nismo bili izbrani.«*

15. Kakšno je vaše mnenje o Zakonu o socialnem podjetništvu? Katere prednosti in slabosti zakona bi izpostavili? Ima Zakon o socialnem podjetništvu pozitiven ali negativen vpliv na nadaljnji razvoj slovenskega socialnega podjetništva?

*»Zakonska ureditev socialnega podjetništva ne bo bistveno vplivala na njegov razvoj, dokaz za to so države, ki takšnih zakonskih ureditev nimajo pa imajo področje socialnega podjetništva odlično urejeno. Poleg tega je slovenski Zakon o socialnem podjetništvu kontradiktoren v določenih primerih. Če nimamo strategije razvoja področja socialnega podjetništva, dolgoročnih virov financiranja ter odločnih ljudi, ki so pripravljeni aktivno sodelovati, nam zakon nič ne koristi. Zakon bi moral postati operativen in zaživeti v praksi. Res pa je, da je sprejetje Zakona o socialnem podjetništvu pripomoglo k promociji in prepoznavnosti socialnega podjetništva, saj se je o tem veliko govorilo in pisalo.«*

16. Na kakšen način bi po vašem mnenju socialno podjetništvo lahko postalo bolj prepoznavno oziroma kako bi ta koncept lahko približali širši javnosti?

*»Odgovor je enostaven – izdelki in storitve socialnih podjetij bi morali dobiti svoj prostor na trgu in postati sestavni del ponudbe; najboljša promocija socialnega podjetništva so ravno njegovi proizvodi in storitve. K promociji pa lahko največ pripomorejo država in lokalne skupnosti, in sicer z zahtevo, da produkti socialnih podjetij postanejo obvezen sestavni del ponudbe na trgu in da jim pri tem tudi ustrezno pomagajo (npr. oddaja občinskih prostorov itd.).«*

17. Na katerih področjih socialnega podjetništva vidite največ neizkoriščenih priložnosti oziroma možnosti za rast in razvoj?

*»Lahko rečem, da čisto v vseh dejavnostih, ki so v Zakonu o socialnem podjetništvu naštet in veljajo za družbenokoristne dejavnosti. To so npr. dejavnosti šolstva, zdravstva, ekologije, pridelave hrane itd. Nikoli ni nekaj tako dobro, da se ne bi dalo še dodatno izboljšati.«*

## **Socialno podjetništvo v Evropski uniji**

1. Ali ste seznanjeni s položajem socialnega podjetništva v EU? Kako ocenjujete podporno okolje za socialno podjetništvo v EU?

*»Socialno podjetništvo v Evropski uniji ocenjujem kot pozitivno. Naše socialno podjetje je del evropske mreže REUSE-centrov, zato tudi sodelujemo z vsemi 27-imi evropskimi državami in tudi s Hrvaško, ki še ni članica EU. Tujina ima 20-letno prakso na področju socialnega podjetništva; v EU je na tem področju zaposlenih približno 10 % ljudi. Torej so ostale evropske države vsekakor lahko naš zgled za urejanje in razvoj omenjenega področja, ključno pri tem pa je, da imamo v Sloveniji zagotovljene pogoje za to. Slovenija bi morala pasivne socialne transferje spremeniti v aktivne, kar pomeni, da bi morali pasivne oblike spodbud prejemati delodajalci, ki bi brezposelnim osebam zagotovili delo in reden mesečni zaslužek za*

*opravljeno delo. To pomeni, da delajo vsi, ki so dela zmožni, delodajalec pa je upravičen do spodbude, ki je v bistvu pasivni socialni transfer.«*

## **2 VPRAŠANJA ZA SOCIALNEGA PODJETNIKA**

1. Zakaj ste se odločili, da boste postali socialni podjetnik? Kaj vas je privedlo do tega, da ste ustanovili socialno podjetje in ne klasičnega?

*»Imam 15 let izkušenj z delom na področju reciklaže. V okviru prednostnega reda ravnanja z odpadki je na prvem mestu preprečevanje, sledi ponovna uporaba in potem še ostali ukrepi, kot so reciklaža itd. V segmentu ponovne uporabe odpadkov še nihče ni delal, zato sem v tem videla poslovni izziv. Pomembna sta mi dva vidika, prvi je razvoj ponovne uporabe, drugi pa oblikovanje novih delovnih mest in posledično s tem tudi vračanje dostojanstva ljudem.«*

2. Kakšno motivacijo vidite v socialnem podjetništvu?

*»Iskanje rešitev na področjih, na katerih so prisotne težave, s čimer je povezan tudi razvoj naših produktov. Gre torej za reševanje družbenih težav in oblikovanje novih, prijaznih delovnih mest. Pomembna je miselnost, da rabljeni izdelki ne predstavljajo odpadkov, temveč sestavino za nove izdelke, kar je vsekakor več kot reciklaža.«*

3. Prosim, povejte mi čim več o vašem socialnem podjetju (npr. dejavnosti, zaposlitvena struktura – delež zaposlenih iz ranljivih ciljnih skupin, izdelki in storitve, ciljni tržni segment, konkurenca, konkurenčna prednost, prodajne poti, trženje itd.).

*»Naše podjetje zaposluje tudi ljudi, ki sodijo v ranljive ciljne skupine in predstavljajo eno tretjino vseh zaposlenih. Ciljni tržni segment so gospodinjstva, domovi za ostarele, podjetja in društva. Našo konkurenco predstavljajo nizkocenovne trgovine, vendar je treba poudariti, da je to konkurenca zgolj na podlagi cene, ne pa tudi za sam produkt. Naša konkurenčna prednost je namreč ravno v tem, da imajo naši izdelki, ki se cenovno lahko primerjajo z izdelki nizkocenovnih trgovin, dodano vrednost, saj so rezultat vračanja življenja staremu, rabljenemu izdelku ter zaposlovanja lokalnih ljudi. Največ prodaje se opravi direktno, torej v fizični trgovini, manjši delež pa predstavlja spletna trgovina. Trženje poteka preko spletne strani podjetja oziroma direktno, neposredno; čim več poskušamo izrabiti tudi brezplačne objave v lokalnih obvestilih itd.«*

4. Zakaj ste se odločili, da vaše podjetje tudi uradno postane socialno podjetje (registrirano po Zakonu o socialnem podjetništvu)? Kaj je bila vaša glavna motivacija za to odločitev?

*»Glavni motiv za to odločitev je bila morebitna pomoč, ki bi jo lahko naše socialno podjetje dobilo zaradi svojega statusa.«*

5. Katere prednosti in slabosti bi izpostavili pri uradni registraciji podjetja kot socialnega podjetja? Kaj pomeni uradna zakonska registracija za socialno podjetje in njegovo delovanje v praksi?

*»Trenutno ne morem reči, da smo zaradi uradne registracije socialnega podjetja po Zakonu o socialnem podjetništvu na boljšem ali slabšem. Mislím, da registracija ni ničesar spremenila. Bistvo je v tem, da svojo dejavnost želimo razvijati in jo bomo opravljali tudi v prihodnje, ne glede na to, kakšen bo položaj podjetja zaradi uradne registracije.«*

6. Kako poznan vam je javni razpis Spodbujanje razvoja socialnega podjetništva II? Ali ste se prijaviili nanj ter kaj je vplivalo na vašo odločitev?

*»Nanj smo se prijaviili iz razloga, da bi pridobili subvencijo za zaposlovanje in tako lahko zaposlili več ljudi.«*

7. Kako in kje ste pridobili potrebna finančna sredstva?

*»Ukvarjamo se z več različnimi dejavnostmi, ki prinašajo dohodek, npr. pisanje poročil in vlog za druga podjetja, priprava okoljskih dovoljenj, izvedba delavnic itd. Prodaja rabljenih izdelkov ne prinaša dovolj finančnih sredstev, zato se moramo ukvarjati še s pomožnimi dejavnostmi.«*

8. Kakšno je vaše mnenje o inkubatorju za socialna podjetja?

*»Ne vem, če je potrebno ustanavljanje posebnih inkubatorjev zgolj za socialna podjetja. Menim, da isto funkcijo že opravljajo klasični podjetniški inkubatorji, saj je bistvo podjetniških inkubatorjev v podjetniškem izobraževanju ter nudenju fizičnega prostora z vso potrebno infrastrukturo za podjetja.«*

9. Kakšno je vaše mnenje o Slovenskem forumu socialnega podjetništva? Ali ste včlanjeni vanj?

*»Menim, da so aktivnosti Slovenskega foruma socialnega podjetništva ustrezne in jih podpiram, saj gre za razvoj dodatnih oblik civilnega sodelovanja, katerega cilj je razvoj socialnega podjetništva v Sloveniji.«*



**PRILOGA 2: Intervju z Jurijem Bavdažem, predstavnikom socialnega podjetja Zadruga Kooperativa Rog (Ljubljana, 19.10.2012, 12.30-15.30)**

**1 SKUPNA VPRAŠANJA (za socialna podjetja, Socialni inkubator ter Slovenski forum socialnega podjetništva)**

1. Kako bi opredelili socialno podjetništvo?

*»Socialno podjetje je podjetje v lasti delavcev, ki so se združili in samozaposlili, da jim je lažje. Zakon o socialnem podjetništvu sicer socialno podjetje opredeljuje drugače, zato se trenutno diskutira o tem, da bi sprejeli še Zakon o socialnih zadrugah, ki bi opredeljeval ta poseben tip socialnih podjetij, delavske zadruge.«*

2. Kaj je po vašem mnenju bistvo socialnega podjetništva?

*»Po mojem mnenju je bistvo socialnega podjetništva in ustanavljanja socialnih podjetij samopomoč tistemu delu populacije, ki zaradi pomanjkanja delovnih mest ni zaposlen, vendar bi rad delal.«*

3. Kakšen je pomen socialnega podjetništva za družbo?

*»Menim, da je delo oziroma zaposlitev ena izmed najpomembnejših vrednot današnje družbe, saj delo človeku omogoča, da se lahko preživlja, mu daje dostojanstvo ter dvigne samozavest. Hkrati pa to pomeni tudi rešitev za odpravljanje oziroma zmanjševanje sive ekonomije.«*

4. Kako bi opredelili socialnega podjetnika? Kakšne lastnosti bi mu pripisali?

*»Socialni podjetnik je v bistvu zelo podoben klasičnemu, od njega se razlikuje le po svoji neprofitnosti, kar pomeni, da socialni podjetnik ves dobiček vlaga nazaj v svojo dejavnost in si ne izplačuje nadpovprečno visoke plače, ampak raje zaposli novega družbenika oziroma člana zadruge in tako razširi svojo delovno ekipo oziroma ustvari novo delovno mesto. Socialni podjetnik se od klasičnega razlikuje po tem, da ima klasični podjetnik v največ primerih rešen gmotni položaj oziroma ima vsaj nekaj prihrankov, del ustvarjenega dobička potroši za nakup luksuznih dobrin, podjetje pa je večinsko v njegovi lasti; poleg naštetega pa je po donosih in kapitalu klasično podjetje primerljivo s konkurenco. Socialni podjetnik pa nima velikega osebne premoženja, saj vse nadpovprečno visoke prihodke in ostalo premoženje vlaga v nadaljnje poslovanje podjetja, kar pomeni, da ustvarjen dobiček reinvestira v celoti nazaj v podjetje, pri čemer najmanj 10 % tega predstavljajo vlaganja v področje raziskav in razvoja ter v odpiranje novih delovnih mest.«*

5. Kateri so tisti elementi iz zunanjega okolja, ki jih potrebuje socialni podjetnik, da lahko opravlja svojo podjetniško dejavnost?

*»Menim, da so elementi iz zunanjega okolja, ki jih potrebuje socialni podjetnik, trije, in sicer so to kapitalska oziroma finančna pomoč, davčne olajšave in strokovno svetovanje, ki temelji na ekspertnem in uporabnem znanju. Za vstop na trg je danes potreben znaten kapital. Večino socialnih podjetnikov najbolj »prizadenejo« davki in prispevki na začetku poslovanja, ko še nimajo dovolj izkušenj, znanja in kapitala, da bi bili lahko konkurenčni na trgu.«*

6. Katere prednosti in slabosti opazate na področju slovenskega socialnega podjetništva?  
*»Pri nas se socialno podjetništvo zamenjuje s socialo. Večina projektov, ki sebe imenujejo socialnopodjetniški, so v resnici bolj socialno-terapevtske delovne skupnosti, ki s poslom nimajo veliko povezave. Slovenski prevod je malo neroden, bolj ustrezen izraz bi bil vsekakor družbeno podjetništvo, pri čemer družbeno pomeni v lasti deležnikov. To bi izpostavil kot slabost. Prednost pa vidim v kreiranju kvalitetnih delovnih mest.«*

7. Katere priložnosti in nevarnosti bi izpostavili na področju slovenskega socialnega podjetništva?

*»Glavno nevarnost vidim v nenamensko porabljenih sredstvih, saj se lahko zgodi, da denar ni dejansko porabljen za projekte in programe, za katere je bil rezerviran oziroma katerim je bil namenjen, kar pomeni, da socialna podjetja ne prejmejo celotnih sredstev, namenjenih spodbujanju njihovega delovanja in razvoja. V fazi zagona socialnega podjetništva imamo priložnost, da se denar v celoti prepusti mreži socialnih zadrug, da si ga te razdelijo za projekte, ki bodo najhitreje povrnili vložek, da se ustanovi socialna zadruga za mikrokreditiranje, ki bo v lasti socialnih podjetnikov. Torej priložnost vidim v reševanju oziroma preoblikovanju trenutnega sistema financiranja socialnopodjetniških projektov.«*

8. S katerimi ovirami se slovenska socialna podjetja največkrat srečujejo?

*»Zakon o socialnem podjetništvu socialna podjetja nekoliko omejuje pri izbiri dejavnosti, s katero se bo socialno podjetje lahko ukvarjalo (zakonsko določen nabor dejavnosti za podjetja tipa A); poleg tega pa je potrebno tudi časovno zamudno izpolnjevanje vseh potrebnih birokratskih papirjev (npr. poročil).«*

9. Kako pomembno je za vas podporno okolje za razvoj socialnega podjetništva v Sloveniji?

*»Menim, da je podporno okolje ključno za dvig konkurenčnosti socialnih podjetij. Slovensko podporno okolje za razvoj socialnega podjetništva mora zagotoviti dostop do hitrih mikrokreditov in strokovno podkovane svetovalce, ki bodo nudili uporabna znanja. Država oziroma javni sektor lahko pripomore k ustreznemu podpornemu okolju za socialno podjetništvo z ustreznim zagotavljanjem in smotrno porabo finančnih sredstev za socialnopodjetniške projekte, kar pomeni, da mora biti denar resnično porabljen za projekte, ki ustrezajo namenu sredstev. Ti sofinancirani projekti morajo biti ustrezno evalvirani, njihovi rezultati oziroma merila, kot so rast kapitala, rast prodaje, rast dohodka, rast števila delovnih mest itd., pa javno objavljeni. Vloga zasebnega sektorja pa je predvsem učenje, usposabljanje, delitev tihega znanja in lastnih izkušenj itd. Uveljavljen podjetnik, ki ima za seboj že nekaj let ali deset let delovne dobe, lahko z delitvijo svojega tihega znanja in izkušenj pomaga novopečenemu podjetniku oziroma bodočemu podjetniku, ta pa uveljavljenemu podjetniku lahko predstavlja prostovoljno, neplačano delovno pomoč.«*

10. Kakšno je vaše mnenje o trenutnem podpornem okolju za socialno podjetništvo v Sloveniji?

*»Menim, da danes o pravem podpornem okolju za socialno podjetništvo še ne moremo govoriti. Trenutno vidim kot del podpornega okolja le razpis za spodbujanje podjetništva, vendar se tudi tukaj pojavljajo nepravilnosti. Menim, da se mora to področje še razviti. Težava je tudi v majhnosti slovenskega trga, na katerem je že prisotna močna konkurenca, socialna podjetja pa na klasičnih trgih težko konkurirajo klasičnim podjetjem.«*

11. Katere programe oziroma oblike podpornega okolja za socialno podjetništvo, ki se trenutno izvajajo v slovenski praksi, bi izpostavili kot ustrezne in katere kot manj ustrezne?

*»Ne morem izpostaviti nobenega programa oziroma oblike podpornega okolja, ki se trenutno izvaja in je popolnoma ustrezen. Menim, da je klasično podporno okolje za socialno podjetništvo enostavno predrago, pomembno je predvsem povezovanje ljudi in podjetij.«*

12. Kaj si predstavljate kot ustrezno podporno okolje za razvoj socialnega podjetništva? Kateri elementi ga sestavljajo?

*»Kot sem že omenil, mora biti podporno okolje za razvoj socialnega podjetništva sestavljeno iz elementov, kot so dostop do mikrokreditov, dostop do strokovno podkovanih svetovalcev, ki bodo ponudili uporabno znanje, ter sistem davčnih olajšav za socialna podjetja, saj so davki in prispevki enostavno previsoki za takšen tip podjetij. Svetovalci morajo podjetju pomagati k realizaciji čim bolj uspešnega poslovanja.«*

13. Kakšno je vaše mnenje o programih Aktivne politike zaposlovanja pri spodbujanju razvoja socialnega podjetništva? Katere ukrepe omenjenih programov bi izpostavili kot najbolj primerne za spodbujanje razvoja slovenskega socialnega podjetništva?

*»Ne morem izpostaviti ukrepa, ki bi bil v celoti ustrezen. Menim, da bi morali biti tovrstni programi deležni večje mere kontrole in evalvacije. Problematika se pojavlja tudi na področju nenamenske porabe sredstev.«*

14. Kakšno je vaše mnenje o javnem razpisu Spodbujanje razvoja socialnega podjetništva II? Kakšne so prednosti in slabosti tovrstnih javnih razpisov?

*»Menim, da tovrstne javne razpise največkrat pripravljajo ljudje, ki nimajo zadostnih izkušenj s področja poslovanja in podjetništva. Gre za preveliko birokracijo. Poleg tega razpis zahteva izredno velika vlaganja socialnega podjetnika, ki pogosto nima veliko lastnega kapitala, ter prevzem velikega rizika. V razpisu je navedenih tudi nekaj nesmiselnih oziroma težko izpolnljivih pogojev, npr. prepovedan je nakup rabljene opreme itd. Napako vidim tudi v tem, da se prednost daje potrošnji in zaposlovanju in ne vlaganju v opremo ter znanje, kar bi privedlo do avtomatičnega odpiranja novih trajnih delovnih mest.«*

15. Kakšno je vaše mnenje o Zakonu o socialnem podjetništvu? Katere prednosti in slabosti zakona bi izpostavili? Ima Zakon o socialnem podjetništvu pozitiven ali negativen vpliv na nadaljnji razvoj slovenskega socialnega podjetništva?

*»Menim, da trenutno Zakon o socialnem podjetništvu za socialna podjetja ne prinaša nikakršnih spodbud, saj registrirana socialna podjetja niso deležna olajšav ali subvencij. Trenutno socialno podjetje z registracijo pridobi zgolj končnico »so. p.«, vse ostalo ostane za podjetje enako kot prej.«*

16. Na kakšen način bi po vašem mnenju socialno podjetništvo lahko postalo bolj prepoznavno oziroma kako bi ta koncept lahko približali širši javnosti?

*»Prvi korak je zagotovo ta, da bi moralo socialno podjetništvo izgubiti negativen prizvok, ki ga ima danes v družbi, saj ga še vedno veliko ljudi ne pozna oziroma ima napačno predstavo o njem, zato smatra izdelke oziroma storitve socialnih podjetij kot manj kvalitetne. Socialno podjetništvo mora postati del izobraževalnih programov, še posebej v visokošolskem študiju. Pridobiti mora na svojem ugledu, in sicer z delitvijo dobička podjetja oziroma njegovim reinvestiranjem nazaj v podjetje oziroma v družbo (lokalno skupnost) ter z vlaganjem v raziskave in razvoj, s čimer podjetje sporoča, da so njegovi produkti kvalitetni in imajo dodano vrednost za kupca.«*

17. Na katerih področjih socialnega podjetništva vidite največ neizkoriščenih priložnosti oziroma možnosti za rast in razvoj?

*»Največjo priložnost vidim v »razbitju« monopolov, kot so zdravstvo, farmacija in pomoč na domu. Kot perspektivno dejavnost na področju socialnega podjetništva pa bi izpostavil kmetijsko-turistične oblike socialnih podjetij, npr. pridelava in prodaja doma pridelanih produktov (čaji, sadje, zelenjava) ter kmečki turizem (izdelava in prodaja spominkov, domača obrt). Zanimiva se mi zdi tudi ideja, da se reciklirani izdelki, to je rabljena oprema, nadgradijo z umetniško-modnim pridihom, saj se lahko tako ti izdelki prodajajo po ceni, ki je resnično ustrezna vloženemu delu (npr. torbice iz kavnih vrečk, obnovljeni stari stoli, poslikani z umetninami znanih umetnikov).«*

## **Socialno podjetništvo v Evropski uniji**

1. Ali ste seznanjeni s položajem socialnega podjetništva v EU? Kako ocenjujete podporno okolje za socialno podjetništvo v EU?

*»Menim, da je socialno podjetništvo v Evropski uniji dokaj dobro razvito, kar se kaže že v številu zaposlenih v takšnih podjetjih, saj naj bi bilo v Evropski uniji v socialni ekonomiji zaposlenih približno 10 % ljudi; v Sloveniji je ta številka bistveno nižja. Izpostavil bi predvsem kooperative oziroma podjetja v lasti delavcev, ki so v Evropi dobro razvite. Torej, Evropska unija razvija področje socialnega podjetništva, vsekakor pa je vedno dovolj prostora tudi za izboljšave. V času krize je socialno podjetništvo edina oblika, ki bo lahko preživela v takšnih razmerah, saj gre za obliko podjetništva, ki je solidarna in ni egoistična ter tekmovalna.«*

## 2 VPRAŠANJA ZA SOCIALNEGA PODJETNIKA

1. Zakaj ste se odločili, da boste postali socialni podjetnik? Kaj vas je privedlo do tega, da ste ustanovili socialno podjetje in ne klasičnega?

*»Vsekakor je bil to zame izziv, saj sem želel registrirati prvo socialno podjetje v Sloveniji. Za socialno podjetništvo sem se odločil, ker sem želel ustvariti nekaj novega, nekaj kar bo prineslo družbeno inovacijo in kar bo ustvarilo nova delovna mesta.«*

2. Kakšno motivacijo vidite v socialnem podjetništvu?

*»Moja glavna motivacija je predvsem ustvarjanje kvalitetnih delovnih mest, vzpostavljanje zvestobe delavcev do podjetja z občutkom varnosti ter veselja do dela, ki ga opravljajo. Donos na kapital je sekundarnega pomena. Vse to se da doseči s kooperativami. Največjo priložnost vidim na področju oblikovanja socialno-umetniškega centra Rog, kjer bi se socialni podjetniki povezovali z umetniki in tako rabljeno opremo z umetniškim delom nadgradili do te mere, da bi imela dodano vrednost. Hkrati bi rad to idejo dopolnil še z nekaterimi drugimi projekti oziroma dejavnostmi.«*

3. Prosim, povejte mi čim več o vašem socialnem podjetju (npr. dejavnosti, zaposlitvena struktura – delež zaposlenih iz ranljivih ciljnih skupin, izdelki in storitve, ciljni tržni segment, konkurenca, konkurenčna prednost, prodajne poti, trženje itd.).

*»Imamo tri glavne dejavnosti, s katerimi se ukvarjamo oziroma se želimo v prihodnosti ukvarjati, to so oblikovanje nekakšnega podjetniške inkubatorja, ekološki razvoz paketov po domovih in podjetjih ter pomoč na domu. Trenutno v našem socialnem podjetju oziroma socialni kooperativi ni nihče redno zaposlen, delo se opravlja preko pogodb oziroma gre za prostovoljno delo. V podjetniškem inkubatorju zaenkrat zgolj nudimo brezplačno svetovanje s področja davkov, poslovanja, knjigovodstva, kadrov itd. V okviru ekološkega razvoza nudimo dostavo paketov s triciklom na dom oziroma v podjetja. Izvajanje nudenja pomoči na domu pa je zaenkrat še v fazi dogovarjanja in usklajevanja. Naš ciljni tržni segment ni jasno in ozko opredeljen, zato ne morem govoriti o eni oziroma nekaj ključnih ciljnih skupinah, na katere z našimi storitvami ciljamo. Konkurenčno prednost gradimo predvsem na treh področjih, to so nizka cena, ekološka ozaveščenost ter socialna nota. Konkurenca se razlikuje glede na posamezno dejavnost, tako npr. v okviru podjetniškega inkubatorja našo konkurenco predstavljajo državni oziroma javni inkubatorji, na področju razvoza paketov nam konkurirajo vsa podjetja, ki se ukvarjajo z dostavo paketov, pri nudenju pomoči na domu pa konkurenco predstavljata Ministrstvo za zdravje in Ministrstvo za delo, družino in socialne zadeve, ki podeljujeta koncesije za opravljanje tovrstne dejavnosti. Vsekakor bo naša prodaja temeljila na direktni prodaji in na trženju »od ust do ust«, saj je tovrstna oblika promocije najboljša, hkrati pa kot novo, mlado podjetje nimamo dovolj denarja za drage oblike oglaševanja.«*

4. Zakaj ste se odločili, da vaše podjetje tudi uradno postane socialno podjetje (registrirano po Zakonu o socialnem podjetništvu)? Kaj je bila vaša glavna motivacija za to odločitev?

*»Izziv, da postane prvo registrirano socialno podjetje v Sloveniji.«*

5. Katere prednosti in slabosti bi izpostavili pri uradni registraciji podjetja kot socialnega podjetja? Kaj pomeni uradna zakonska registracija za socialno podjetje in njegovo delovanje v praksi?

*»Zaenkrat uradno registrirano socialno podjetje z registracijo ne pridobi ničesar, razen končnice »so. p.«, vse ostalo za podjetje ostane nespremenjeno.«*

6. Kako poznan vam je javni razpis Spodbujanje razvoja socialnega podjetništva II? Ali ste se prijavili nanj ter kaj je vplivalo na vašo odločitev?

*»Razpis poznam, vendar se nanj nismo prijavili predvsem zaradi kapitalske nesposobnosti, saj mora biti podjetje sposobno nekaj mesecev samo pokrivati stroške poslovanja, finančna sredstva razpisa pa so nakazana kasneje. Nekateri pogoji razpisa niso ugodni za socialna podjetja, kar je razlog, da se veliko podjetij na tovrstne razpise sploh ne prijavi.«*

7. Kako in kje ste pridobili potrebna finančna sredstva?

*»Ustanovitev zadruga poteka brez ustanovnega ali začetnega kapitala. Prostore, v katerih se nahajamo, pa je brezplačno odstopila občina Ljubljana za omejeno časovno obdobje.«*

8. Kakšno je vaše mnenje o inkubatorju za socialna podjetja? Ali ste se kdaj obrnili nanj?

*»Poznam zgolj en inkubator za socialna podjetja. Moje mnenje je, da bi se morale zadruga oziroma kooperative oblikovati tako, da bi same delovale kot nekakšne vrste inkubator, ki bi svojim članom zagotavljali pogoje za njihovo delovanje in razvoj projektov.«*

9. Kakšno je vaše mnenje o Slovenskem forumu socialnega podjetništva? Ali ste včlanjeni vanj?

*»Nisem član Slovenskega foruma socialnega podjetništva. Menim, da so dogodki, ki jih organizirajo, ustrezni in spodbudni za razvoj socialnega podjetništva.«*

**PRILOGA 3: Intervju z Mojco Metelko, predstavnico socialnega podjetja Knof (Sevnica, 5.10.2012, 15.30-17.30)**

**1 SKUPNA VPRAŠANJA (za socialna podjetja, Socialni inkubator ter Slovenski forum socialnega podjetništva)**

1. Kako bi opredelili socialno podjetništvo?

*»Zame je socialno podjetništvo podobno klasični obliki podjetništva, razlika je le v vrednotah, ki so v ozadju. V ospredju ni pridobivanje dobička, če pa je ta ustvarjen, se porazdeli med vse udeležence delovnega procesa. Poleg tega menim, da je pri socialnem podjetništvu zelo pomembno usposabljanje, ki udeležence spodbudi, da postanejo aktivni. To je še posebej pomembno pri ranljivih ciljnih skupinah, ki so težje zaposljive na klasičnem trgu dela.«*

2. Kaj je po vašem mnenju bistvo socialnega podjetništva?

*»Izpostavila bi predvsem drugačen način razmišljanja, s katerim se preuči trenutno stanje v družbi, prepozna probleme in zanje oblikuje ustrezne rešitve. Socialno podjetništvo temelji na potrebah okolja.«*

3. Kakšen je pomen socialnega podjetništva za družbo?

*»Vsekakor doprinese nekaj dobrega, saj reši kakšno izmed številnih težav, s katerimi se družba srečuje in sooča. Najpogosteje zmanjšuje brezposelnost in rešuje probleme okoljevarstva. Zelo pomembno je tudi za razvoj lokalnega okolja.«*

4. Kako bi opredelili socialnega podjetnika? Katere lastnosti bi mu pripisali?

*»Menim, da ekonomsko znanje ni prioriteta, temveč je pomembno predvsem to, da je socialni podjetnik človek, ki zna delati z ljudmi in mu ljudje tudi veliko pomenijo. Imeti mora občutek za timsko delo, vodenje, usposabljanje zaposlenih itd. Imeti mora tudi socialni in okoljski čut, kar pomeni, da ne hrepeni po maksimizaciji dobička (zadostuje mu pokrivanje nastalih stroškov), temveč po tem, da bi imeli njegovi projekti čim večje pozitivne učinke na širšo okolico.«*

5. Kateri so tisti elementi iz zunanjega okolja, ki jih potrebuje socialni podjetnik, da lahko opravlja svojo podjetniško dejavnost?

*»Vsekakor bi na prvem mestu izpostavila podporo lokalne skupnosti, ki ni nujno zgolj finančna, ampak se lahko kaže tudi v drugih oblikah pomoči, npr. nudenja prostorov. Pomembna in dobrodošla je tudi pomoč javnih partnerjev, predvsem z informiranjem in obveščanjem javnosti – občinska glasila, plakati, brezplačne stojnice na sejnih.«*

6. Katere prednosti in slabosti opazate na področju slovenskega socialnega podjetništva?

*»Tukaj bi izpostavila predvsem problem nepristnih interesov, kar pomeni, da so se pojavila oziroma se bodo tudi v prihodnosti pojavljala socialna podjetja, katerih ustanovitev in poslovanje ne bo pristno, temveč bodo nastala zaradi ugodnosti, ki*

*jih bodo deležna, npr. prijava na javne razpise za spodbujanje socialnega podjetništva. Čas bo pokazal, katero podjetje je pristno in bo ostalo na trgu trajno, torej tudi po izteku prejemanja javnih sredstev v okviru razpisov. Na drugi strani pa je zelo pozitivno to, da obstajajo tudi prava socialna podjetja, pri katerih enostavno čutiš, da so pristna in delajo z resnim namenom.«*

7. Katere priložnosti in nevarnosti bi izpostavili na področju slovenskega socialnega podjetništva?

*»Priložnost vidim v povezovanju, tudi mednarodnem, saj se s tem širijo dobre poslovne prakse. V teh kriznih časih lahko socialnopodjetniški projekti predstavljajo nove možnosti oziroma priložnosti za brezposelne ljudi, da ponovno postanejo aktivni. Priložnosti vidim tudi v razvoju ustrezne zakonodaje, predvsem v smislu njene prilagodljivosti, še posebej na področju zaposlovanja. Kot nevarnost bi izpostavila zaprtost ljudi in prisotnost predsodkov pri nekaterih socialnopodjetniških projektih, npr. pri delu z rabljenimi predmeti. Opažam tudi veliko negativne miselnosti pri ljudeh; ljudje enostavno ne verjamejo več v uspeh določene ideje, manjka jim optimizem.«*

8. S katerimi ovirami se slovenska socialna podjetja največkrat srečujejo?

*»Prva ovira se pojavi že na začetku vzpostavljanja socialnega podjetja, ko socialni podjetnik nima dovolj informacij oziroma znanja o vodenju tako specifične oblike podjetja, kot je socialno podjetje. Kot drugo bi izpostavila slabo informiranost okolice, lokalne skupnosti o socialnem podjetništvu, saj koncepta ne poznajo dovolj dobro ali ga napačno interpretirajo. Ovira se pojavi tudi pri iskanju primerne prostora za poslovanje (npr. potreben prostor za prodajo rabljenih izdelkov), ki mora biti ustrezen, a hkrati ne sme biti predrag. Problem je tudi v tem, da zakon, ki ureja področje socialnega podjetništva sicer imamo, vendar še ni aktivno zaživel v praksi.«*

9. Kako pomembno je za vas podporno okolje za razvoj socialnega podjetništva v Sloveniji?

*»Menim, da je podpora važna predvsem v začetnih fazah vzpostavljanja socialnega podjetja; zagotovo je takrat ključnega pomena. Javni sektor bi moral ustrezno podporno okolje oblikovati predvsem z vzpostavitvijo formalnih agencij za razvoj socialnega podjetništva. Zasebni sektor pa lahko pripomore predvsem z mreženjem, delitvijo izkušenj in nasvetov.«*

10. Kakšno je vaše mnenje o trenutnem podpornem okolju za socialno podjetništvo v Sloveniji?

*»Gledano na splošno, sem s trenutnim podpornim okoljem zadovoljna. Področje socialnega podjetništva je za nas novo in vsi se neprestano sproti učimo. Gre torej za razvijajoče se področje, vsak razvoj pa potrebuje svoj čas.«*



11. Katere programe oziroma oblike podpornega okolja za socialno podjetništvo, ki se trenutno izvajajo v slovenski praksi, bi izpostavili kot ustrezne?

*»Izpostavila bi Slovenski forum socialnega podjetništva, inkubatorje za socialna podjetja ter javne razpise za socialnopodjetniške projekte.«*

12. Kaj si predstavljate kot ustrezno podporno okolje za razvoj socialnega podjetništva? Kateri elementi ga sestavljajo?

*»Menim, da bi moral biti ustanovljen oziroma oblikovan organ, tako na najvišji, to je državni ravni, kot tudi na regionalni in občinski oziroma lokalni ravni, na katerega bi se socialni podjetniki lahko obrnili. Predstavniki tovrstnih organov oziroma institucij bi morali imeti stik s podjetji, njihovo delo bi moralo biti tudi terensko in ne zgolj pisarniško.«*

13. Kakšno je vaše mnenje o programih Aktivne politike zaposlovanja pri spodbujanju razvoja socialnega podjetništva?

*»Menim, da so tovrstni programi v redu; tudi sami jih veliko uporabljamo in smo z njimi zadovoljni. Usmerjeni so na konkretne ciljne skupine, to je na tiste, ki se na trgu dela srečujejo z velikimi ovirami. Sami smo bili del programov Priložnost zame (za osebe nad 50 let), Prvi izziv (za mlade do 30. leta) in Usposabljanje na delovnem mestu; poleg teh programov pa smo koristili tudi zaposlovanje preko javnih del. Pozitivna lastnost tovrstnih programov je v spodbujanju zaposlovanja ranljivih ciljnih skupin, hkrati pa je pozitivno tudi to, da so tovrstni programi postali zelo dostopni za podjetja, ne glede na njihovo obliko in velikost. Kot slabost pa bi navedla pomanjkanje stika pripravljalcev oziroma oblikovalcev tovrstnih programov s konkretnimi podjetji v praksi ter problem zaposlovanja po izteku subvencioniranja.«*

14. Kakšno je vaše mnenje o javnem razpisu Spodbujanje razvoja socialnega podjetništva II? Kakšne so prednosti in slabosti tovrstnih javnih razpisov?

*»Kot negativno stran tovrstnih razpisov bi izpostavila podjetja oziroma projekte, ki niso pristni pri svojem socialnopodjetniškem delovanju, kar pomeni, da želijo zgolj pridobiti določena začasna finančna sredstva, po prenehanju tovrstne finančne spodbude pa bodo ti projekti verjetno propadli, saj se sami ne bodo znali vzdrževati. Številne težave so povezane tudi z neizogibno birokracijo, saj je veliko dela z urejanjem papirjev itd. Pozitivno pri javnih razpisih pa je predvsem koristno usmerjanje denarja, saj gre za podpiranje socialnopodjetniških projektov, ki imajo sami po sebi dober namen.«*

15. Kakšno je vaše mnenje o Zakonu o socialnem podjetništvu? Katere prednosti in slabosti zakona bi izpostavili? Ima Zakon o socialnem podjetništvu pozitiven ali negativen vpliv na nadaljnji razvoj slovenskega socialnega podjetništva?

*»Prav je, da se je oblikovala zakonska podlaga za socialno podjetništvo, saj je to osnova, na kateri se nato gradi naprej, vendar pa sam obstoj zakona še zdaleč ni dovolj, saj so potrebni tudi drugi elementi za razvoj. Danes socialno podjetništvo zaradi obstoja zakonske podlage ni nič drugačno, ne čuti se nikakršen vpliv.«*

16. Na kakšen način bi po vašem mnenju socialno podjetništvo lahko postalo bolj prepoznavno oziroma kako bi ta koncept lahko približali širši javnosti?

*»Enostavno z različnimi oblikami promocije, to vključuje predstavitve na sejnih, letake, brošure, strokovne članke, objave v občinskih glasilih, spletna socialna omrežja (npr. Facebook) ter promocijo z nagovori znanih oseb (npr. predsednika države, županov itd.). Promocija je ponavadi bolj lokalno usmerjena.«*

17. Na katerih področjih socialnega podjetništva vidite največ neizkoriščenih priložnosti oziroma možnosti za rast in razvoj?

*»Priložnosti oziroma možnosti za razvoj je veliko, npr. na področju samooskrbe starejših občanov v povezavi z urbanim vrtnarstvom, lokalna oskrba s hrano itd.«*

### **Socialno podjetništvo v Evropski uniji**

1. Ali ste seznanjeni s položajem socialnega podjetništva v EU? Kako ocenjujete podporno okolje za socialno podjetništvo v EU?

*»Področja socialnega podjetništva v ostalih državah članicah EU ne poznam dobro; poznani so mi le nekateri primeri iz Francije in Italije. Tako, da tu ne morem podati širšega odgovora.«*

## **2 VPRAŠANJA ZA SOCIALNEGA PODJETNIKA**

1. Zakaj ste se odločili, da boste postali socialni podjetnik? Kaj vas je privedlo do tega, da ste ustanovili socialno podjetje in ne klasičnega?

*»Vedno so nas gnale socialne vrednote, socialni vidiki, nato pa smo to nadgradili še z malce podjetnosti. Za ustanovitev socialnega podjetja, torej za uradno registracijo, smo se odločili zaradi priložnosti, da postanemo eno izmed prvih treh uradno registriranih socialnih podjetij v Sloveniji; tega enostavno nismo želeli in nismo smeli zamuditi.«*

2. Kakšno motivacijo vidite v socialnem podjetništvu?

*»Menim, da je socialno podjetništvo odlična priložnost za ustvarjanje nečesa dobrega v času krize, ki smo ji trenutno priča. Vzpodbudno je za pripadnike različnih ranljivih ciljnih skupin (npr. mladi, starejši, invalidi itd.). Torej, motivacija je predvsem v ustvarjanju nečesa dobrega za družbo ter v kreiranju priložnosti oziroma možnosti za ranljive ciljne skupine. Socialno podjetništvo prinaša izzive na področjih tistih dejavnosti, ki so bile do sedaj zapostavljene. Prvi cilj je, da projekt Stara šola lahko po dveh letih obdrži vsaj dva zaposlena in da projekt postane trajen; v okviru računalniških izobraževanj pa je naš cilj, da s pomočjo prostovoljcev postanemo multimedijsko središče, ki bo hkrati omogočalo tudi mreženje med ljudi, ki bodo tja zahajali.«*

3. Prosim, povejte mi čim več o vašem socialnem podjetju (npr. dejavnosti, zaposlitvena struktura – delež zaposlenih iz ranljivih ciljnih skupin, izdelki in storitve, ciljni tržni segment, konkurenca, konkurenčna prednost, prodajne poti, trženje itd.).

*»Lahko bi rekli, da je naša poglavitna dejavnost usposabljanje ljudi; v našem socialnem podjetju izvajamo več različnih aktivnosti – prodaja rabljenih izdelkov, tečajji in delavnice s področja popravil in predelave rabljenih izdelkov ter računalniška oziroma multimedijška izobraževanja.*

*V celotnem zavodu je trenutno zaposlenih 5 oseb; od tega so 3 osebe zaposlene preko javnih del, 2 pa preko subvencij (programa Priložnost zame in Prvi izziv). Vse zaposlene osebe sodijo med ranljive ciljne skupine, saj gre za invalidno osebo, dolgotrajno brezposelno osebo, mlajšo od 30 let, osebo s končano zgolj osnovno šolo, osebo starejšo od 50 let in diplomanta. Izdelke in storitve predstavljajo rabljeni izdelki, ki so naprodaj v naši trgovinici; storitve pa izobraževanja in delavnice, ki jih organiziramo na področju ravnanja z rabljenimi stvarmi in na področju računalništva. Ciljni tržni segment prodaje rabljenih izdelkov (projekt Stara šola) so ljudje z nižjimi dohodki, ki iščejo cenejše izdelke in si ne morejo privoščiti novih, ter ljudje, ki so ekološko bolj ozaveščeni. Ciljni tržni segment kreativnih delavnic na področju rabljenih izdelkov (projekt Stara šola) predstavljajo študentje in brezposelni, ki bi radi pridobili dodatne ročne spretnosti; tudi vanje so vključene osebe, ki so ekološko bolj ozaveščene. Ciljni tržni segment računalniških izobraževanj pa je razdeljen na dva dela, prvega predstavljajo starejši, to so osebe, ki se z računalnikom prvič srečajo oziroma že imajo osnovno znanje, ki bi ga želeli še malce nadgraditi; drugi del pa predstavljajo mladi, brezposelni diplomanti, ki se udeležujejo izobraževanj za bolj specifične računalniške programe, saj menijo, da bodo z njimi bolj konkurenčni in lažje zaposljivi na trgu dela.*

*Stara šola, to je trgovinica z rabljenimi stvarmi, v kateri potekajo tudi kreativne delavnice, v ožjem okolju, torej v Posavju, nima konkurence, širše pa konkurenco predstavljajo vsi centri ponovne uporabe. Na področju računalniških tečajev in izobraževanj pa prepoznavamo veliko konkurenco, ki jo predstavljajo vsi organizatorji tovrstnih tečajev, npr. knjižnice, univerze, univerze za tretje življenjsko obdobje itd. Kot konkurenčno prednost bi izpostavila bolj osebni pristop, večjo dinamičnost za prilagajanje spremembam na trgu, dodano vrednost za kupca v smislu socialne, družbene, okoljske in kulturne note. Prodaja rabljenih izdelkov poteka v spletni in klasični trgovini, na spletnem portalu Bolha.com in na sejmi; medtem ko »prodaja« računalniških tečajev poteka fizično v predavalnicah, v katerih se izobraževanje izvaja. Uporabljamo tako klasično trženje kot tudi bolj inovativne trženjske pristope.«*

4. Zakaj ste se odločili, da vaše podjetje tudi uradno postane socialno podjetje (registrirano po Zakonu o socialnem podjetništvu)? Kaj je bila vaša glavna motivacija za to odločitev?

*»S socialnopodjetniško dejavnostjo smo se ukvarjali že pred tem, uradna registracija je bila zgolj pika na i.«*

5. Katere prednosti in slabosti bi izpostavili pri uradni registraciji podjetja kot socialnega podjetja? Kaj pomeni uradna zakonska registracija za socialno podjetje in njegovo delovanje v praksi?

*»Praktično danes za registrirano socialno podjetje še ni nikakršnih ugodnosti. Mogoče bo prihodnost prinesla spremembe.«*

6. Kako poznan vam je javni razpis Spodbujanje razvoja socialnega podjetništva II? Ali ste se prijaviili nanj ter kaj je vplivalo na vašo odločitev?

*»Razpis poznamo, saj smo se nanj prijaviili in tudi bili izbrani. Naše delovanje bi bilo ne glede na izid na javnem razpisu enako, zagotovo pa nam bodo pridobljena sredstva v pomoč.«*

7. Kako in kje ste pridobili potrebna finančna sredstva?

*»Občina Sevnica je prispevala denarno spodbudo v višini 1.000 EUR, poleg tega pa smo sredstva dobili tudi z že prej omenjenim javnim razpisom.«*

8. Kakšno je vaše mnenje o inkubatorju za socialna podjetja?

*»Nismo se še obrnili na inkubator za socialna podjetja. Menim, da direktor Socialnega inkubatorja v Ljubljani dobro pozna področje socialnega podjetništva in ima dobre zamisli za delo na tem področju.«*

9. Kakšno je vaše mnenje o Slovenskem forumu socialnega podjetništva? Ali ste včlanjeni vanj?

*»Vsekakor pozdravljam vsakršno tako obliko spodbujanja razvoja socialnega podjetništva.«*

**PRILOGA 4: Intervju s Tomažem Stritarjem in Vasjo Simičem, predstavnikoma Socialnega inkubatorja (Ljubljana, 28.8.2012, 13.00-15.00)**

**1 SKUPNA VPRAŠANJA (za socialna podjetja, Socialni inkubator ter Slovenski forum socialnega podjetništva)**

1. Kako bi opredelili socialno podjetništvo?

*»Socialno podjetništvo bi opredelil kot reševanje družbenih problemov na podjetniški način, pri čemer bi posebej izpostavil obvezno delitev dobička. To je tisto, kar loči klasična podjetja, ki zasledujejo cilje družbeno odgovornega podjetništva, od socialnih podjetij.«*

2. Kaj je po vašem mnenju bistvo socialnega podjetništva?

*»Kot sem omenil že pri prejšnjem vprašanju – reševanje družbenih problemov, to je ustvarjanje pozitivnih sprememb v družbi, okolju. Poudaril bi tudi vključevanje deležnikov socialnega podjetja.«*

3. Kakšen je pomen socialnega podjetništva za družbo?

*»Socialno podjetništvo predstavlja pomembno orodje za reševanje ekonomskih in družbenih problemov ter hkrati, zaradi svojih specifičnih lastnosti, tudi nekakšno varovalo, da bi se izognili njihovi ponovitvi. Govorili bi lahko o nekakšnem samovzdrževanju pozitivnih družbenih inovacij ter temelju za premik v trajnostno naravnano družbo.«*

4. Kako bi opredelili socialnega podjetnika? Katere lastnosti bi mu pripisali?

*»Socialni podjetnik mora imeti vse lastnosti klasičnega oziroma tradicionalnega podjetnika, poleg tega pa mora imeti še dodatne lastnosti, kot so npr. empatija, razumevanje, potrpežljivost, nagnjenost k tveganju ter pripravljenost na velika vlaganja energije in časa v sklepanje odločitev.«*

5. Kateri so tisti elementi iz zunanjega okolja, ki jih potrebuje socialni podjetnik, da lahko opravlja svojo podjetniško dejavnost?

*»Kot prvo bi izpostavil zaupanje in razumevanje okolice. Potencialni kupci morajo vedeti, kaj je razlika med proizvodi oziroma storitvami, ki jih nudijo klasična podjetja, ter tistimi, ki jih nudijo socialna podjetja, kar pomeni, da morajo biti seznanjenji z dodano vrednostjo izdelkov oziroma storitev socialnih podjetij. Kot drugo bi izpostavil pomoč na področju investicij, saj je ta slabo razvita. Socialna podjetja potrebujejo finančno pomoč predvsem pri svojih začetnih korakih, ko so potrebna prva sredstva za postavitev podjetniškega podjetja. Pridobivanje finančnih sredstev je težavno že pri klasičnih podjetjih, pri socialnih podjetjih pa je še dodatno oteženo. Razlog za to gre iskati predvsem v tem, da se delovanje socialnih podjetij ne osredotoča na pridobivanje dobička, temveč na reševanje družbenih problemov, klasični investitorji pa v podjetja investirajo zato, da bodo nekoč pridobili določeno korist, največkrat v obliki odstotne udeležbe v dobičku. Socialna podjetja morajo tako svoje potencialne investitorje prepričati z drugimi, socialnimi cilji, kot so npr. pomoč družinam in posameznikom, zmanjševanje števila brezposelnih in hospitaliziranih oseb zaradi zlorabe drog in alkohola itd. Kot tretje pa bi izpostavil pomoč države, pa naj gre za trde ali*

*mehke oblike pomoči, saj je vsaka pomoč in naklonjenost socialnemu podjetništvu več kot dobrodošla.«*

6. Katere prednosti in slabosti opazate na področju slovenskega socialnega podjetništva?  
*»Kot prednost bi izpostavil predvsem možnost hitrega osvajanja trga zaradi majhnosti naše države. Poleg tega imamo Slovenci še vedno veliko socialnih vrednot, kar je posledica izkušnje našega naroda s socializmom. Hkrati pa menim tudi, da imamo Slovenci veliko dobrega, strokovnega in uporabnega znanja, ki se ga včasih sploh ne zavedamo. Med slabostmi slovenskega socialnega podjetništva pa bi izpostavil predvsem vpletenost številnih strokovnih in izobraženih kadrov v številne projekte in aktivnosti, ki niso povezani s socialnim podjetništvom, nepovezanost ljudi in lokalnih skupnosti ter premalo razvito kulturo pristnega družbeno odgovornega podjetništva, ki je nekakšna predstopnja socialnega podjetništva.«*

7. Katere priložnosti in nevarnosti bi izpostavili na področju slovenskega socialnega podjetništva?  
*»Priložnosti vidim predvsem v zmanjševanju brezposelnosti, reševanju krize ter možnosti razvoja povezovanja neprofitno naravnanih podjetij in organizacij s klasičnimi in družbeno odgovornimi podjetji. Med nevarnostmi pa največjo grožnjo predstavljajo primeri socialnih podjetij, ki to niso; takšni slabi, negativni primeri lahko celotno področje slovenskega socialnega podjetništva prikažejo v slabi luči. To področje je še posebej občutljivo, saj praktično delamo prve korake, zato se omenjeno področje nahaja v začetnih fazah. Menim tudi, da Zakon o socialnem podjetništvu predstavlja dvorezen meč, saj na eni strani predstavlja podporo socialnemu podjetništvu, na drugi strani pa omejuje razvoj socialnih podjetij zaradi nekaterih zakonskih členov. To pomeni, da bodo nekatera podjetja zgolj izkoriščala prednosti zakona, v resnici pa ne bodo imela pristnih ciljev, ki so značilni za socialna podjetja.«*

8. S katerimi ovirami se slovenska socialna podjetja največkrat srečujejo?  
*»Pomanjkanje potrebnega začetnega kapitala je vsekakor ena izmed prvih ovir, s katero se srečajo slovenska socialna podjetja. Poleg tega pogosto socialni podjetniki nimajo dovolj podjetniškega znanja in veščin, saj nimajo ekonomske ali podjetniške izobrazbe. Tudi majhnost slovenskega trga se včasih lahko pokaže kot ovira.«*

9. Kako pomembno je za vas podporno okolje za razvoj socialnega podjetništva v Sloveniji?  
*»Menim, da je podporno okolje za razvoj slovenskega socialnega podjetništva zelo pomembno, še posebej pa je pomembno v začetnih fazah, v kateri se slovensko socialno podjetništvo trenutno tudi nahaja. Ker socialno podjetništvo še ni dovolj razvito in prepoznano ter je zelo različno definirano, je še toliko bolj pomembno oblikovanje stabilnega podpornega okolja. Javni sektor lahko razvoju socialnega podjetništva pomaga predvsem z olajšanjem njegovega poslovanja, kar vključuje oblikovanje hitrejših, manj zahtevnih postopkov pri registraciji in vzdrževanju statusa, izgradnjo podpornega okolja ter urejeno*

*področje financiranja, npr. s skladi za socialna podjetja. Zasebni sektor pa lahko prispeva predvsem z nudenjem znanja in izkušenj, povezovanjem oziroma mreženjem ter investiranjem.»*

10. Kakšno je vaše mnenje o trenutnem podpornem okolju za socialno podjetništvo v Sloveniji?

*»Menim, da trenutno stanje podpornega okolja za socialna podjetja v Sloveniji ni čisto črno. Trenutno nekaj organizacij oziroma institucij izvaja določene programe in aktivnosti, ki so del podpore slovenskim socialnim podjetjem, res pa je, da lahko govorimo le o aktivnostih, ki so povezane z nudenjem potrebnega znanja za ustanovitev in nadaljnje delovanje ter prostorov za začetno delovanje socialnih podjetij, kar sploh ni malo. Manjka torej predvsem podpora pri dostopu do finančnih sredstev oziroma finančnih olajšav za socialna podjetja.»*

11. Katere programe oziroma oblike podpornega okolja za socialno podjetništvo, ki se trenutno izvajajo v slovenski praksi, bi izpostavili kot ustrezne?

*»Izpostavil bi programe inkubatorjev za socialna podjetja oziroma njim podobne organizacije, ki socialnim podjetjem nudijo pomoč pri začetnih korakih, pri čemer gre predvsem za pomoč pri izobraževanju ter nudenju fizičnih prostorov za delo.»*

12. Kaj si predstavljate kot ustrezno podporno okolje za razvoj socialnega podjetništva? Kateri elementi ga sestavljajo?

*»Elementi ustreznega podpornega okolja za razvoj socialnega podjetništva so financiranje (npr. skladi in zasebni investitorji), mreženje, povezovanje, svetovanje ter strokovno znanje.»*

13. Kakšno je vaše mnenje o programih Aktivne politike zaposlovanja pri spodbujanju razvoja socialnega podjetništva?

*»Menim, da lahko vsi programi Aktivne politike zaposlovanja na svoj način pomagajo pri razvoju slovenskega socialnega podjetništva.»*

14. Kakšno je vaše mnenje o javnem razpisu Spodbujanje razvoja socialnega podjetništva II? Kakšne so prednosti in slabosti tovrstnih javnih razpisov?

*»Vsekakor sem mnenja, da so takšni javni razpisi koristni. Seveda pa imajo tudi ti, tako kot vsaka stvar, svoje prednosti in slabosti. Med pomanjkljivostmi bi izpostavil predvsem neustrezne pogoje ter pomanjkljivo sestavo komisije razpisa, ki odloča o tem, kateri projekt bo dobil odobrena sredstva in kateri ne. V komisiji tako primanjkuje podjetnik iz prakse, ki bi na podlagi svojega podjetniškega znanja in praktičnih izkušenj podal svoje mnenje o posameznih projektih s stališča ekonomičnosti itd. Polega tega so tovrstni javni razpisi ponavadi premalo fleksibilni, zanje pa je značilna tudi velika stopnja birokracije. Omenjene pomanjkljivosti tovrstnih razpisov pa hkrati predstavljajo tudi prednosti, saj se z njimi lahko pridobivajo nove izkušnje, sodelujoča podjetja ter odgovorno ministrstvo pa se lahko učijo na podlagi preteklih lekcij ter stremijo k izboljšavam pri naslednjem razpisu.»*

15. Kakšno je vaše mnenje o Zakonu o socialnem podjetništvu? Katere prednosti in slabosti zakona bi izpostavili? Ima Zakon o socialnem podjetništvu pozitiven ali negativen vpliv na nadaljnji razvoj slovenskega socialnega podjetništva?

*»Kot sem že omenil, Zakon o socialnem podjetništvu predstavlja dvorezen meč za socialna podjetja in razvoj socialnega podjetništva. Vsekakor je Zakon o socialnem podjetništvu poskrbel za promocijo socialnega podjetništva, saj se je v času sprejemanja in dokončnega sprejetja zakona v javnosti veliko govorilo o njem. Zakon določa nekatere zahtevne pogoje, ki so za socialna podjetja, predvsem v prvih letih delovanja, težki za izpolnjevanje oziroma vzdrževanje; gre predvsem za število zaposlenih oseb.«*

16. Na kakšen način bi po vašem mnenju socialno podjetništvo lahko postalo bolj prepoznavno oziroma kako bi ta koncept lahko približali širši javnosti?

*»Predpogoj je kakovostno delo podjetja. Kupci morajo prepoznati prednosti izdelkov oziroma storitev socialnega podjetja in se zavedati, kaj socialno podjetništvo sploh pomeni. To pa je možno doseči predvsem z ustreznim komuniciranjem ter kvalitetnim poslovanjem socialnega podjetja. Na makro ravni socialnega podjetništva pa menim, da se lahko največ pozitivnih učinkov doseže s predstavitvami dobrih poslovnih praks na sejmih, konferencah, delavnicah itd.«*

17. Na katerih področjih socialnega podjetništva vidite največ neizkoriščenih priložnosti oziroma možnosti za rast in razvoj?

*»Menim, da ima slovensko socialno podjetništvo največ priložnosti za razvoj na področjih pridelave hrane, turizma ter ravnanja z odpadki. Vsa omenjena področja so del globalnih trendov, za katere ima Slovenija že v osnovi dobre kapacitete.«*

## **Socialno podjetništvo v Evropski uniji**

1. Ali ste seznanjeni s položajem socialnega podjetništva v EU? Kako ocenjujete podporno okolje za socialno podjetništvo v EU?

*»Ocenjujem, da je splošno podporno okolje za socialno podjetništvo v Evropski uniji v fazi razvoja; gre za lokalne poslovne modele, ki se različno hitro razvijajo. Razvoj podpornega okolja za socialno podjetništvo pa se razlikuje od države do države, na kar vpliva več dejavnikov, med njimi tudi politika in zakonodaja. Med evropskimi državami bi na področju razvoja socialnega podjetništva izpostavil predvsem Veliko Britanijo, Italijo in Španijo. Za Italijo in Španijo bi lahko rekli, da imata kooperative »v genih«. V Veliki Britaniji pa je državna politika zelo naklonjena razvoju socialnega podjetništva, saj zanj skrbi z aktivnimi ukrepi. Torej, lahko bi rekli, da Evropska unija prepozna pomen socialnega podjetništva in dela korake v smeri razvoja podpore temu področju, vendar je še vedno veliko neizkoriščenega ter možnosti za razvoj.«*



## 2 VPRAŠANJA ZA SOCIALNI INKUBATOR IN SLOVENSKI FORUM SOCIALNEGA PODJETNIŠTVA

1. Katere so vaše glavne aktivnosti, ki naj bi socialnim podjetjem najbolj pomagale?

*»Ukvarjamo se z organizacijo seminarjev, delavnic, predavanj in strokovnih ekskurzij, s katerimi lahko socialni podjetniki oziroma vsi, ki jih to področje zanima, pridobivajo nova znanja in veščine s področja socialnega podjetništva. Hkrati pa v našem socialnem inkubatorju nudimo tudi fizični prostor za delo socialnih podjetij.«*

2. Na kakšen način merite uspešnost vaših aktivnosti?

*»Trenutno uspešnost naših aktivnosti lahko merimo zgolj z anketnimi vprašalniki, s katerimi preverjamo, ali so bile izpeljane aktivnosti (npr. delavnice, seminarji, strokovne ekskurzije itd.) po pričakovanjih udeležencev ali ne oziroma v kolikšni meri so bili z našimi storitvami zadovoljni. Kasneje, po daljšem časovnem obdobju, pa bomo našo uspešnost lahko merili tudi s številom novoustanovljenih socialnih podjetij s pomočjo našega socialnega inkubatorja ter s številom njegovih članov.«*

3. Kako in kje ste pridobili potrebna finančna sredstva?

*»Finančna sredstva smo pridobili oziroma pridobivamo preko Študentske organizacije Univerze v Ljubljani, Študentske organizacije Slovenije ter organiziranja plačljivih seminarjev in delavnic. Uvedli bomo tudi članstvo v Socialnem inkubatorju, za katerega bo potrebno plačevati članarino, ki bo predstavlja dodaten vir dohodka. Pri zaposlitvi hendikepirane osebe pa nam bo Zavod za zaposlovanje prispeval 95-odstotno subvencijo za zaposlitev preko programa javnih del.«*

4. Ali ste kdaj razmišljali o uradni registraciji svojega socialnega podjetja? Kaj vpliva na vašo odločitev?

*»Ja, razmišljali smo o uradni registraciji našega podjetja kot socialnega podjetja, vendar se za ta korak nismo odločili, ker trenutno ne moremo izpolnjevati vseh pogojev, ki jih določa Zakon o socialnem podjetništvu.«*

**PRILOGA 5: Intervju s Tadejem Slapnikom, predstavnikom Slovenskega foruma socialnega podjetništva (Slovenske Konjice, 11.9.2012, 15.30-17.30)**

**1 SKUPNA VPRAŠANJA (za socialna podjetja, Socialni inkubator ter Slovenski forum socialnega podjetništva)**

1. Kako bi opredelili socialno podjetništvo?

*»Gre za klasično obliko podjetništva, vendar njegov osnovni smisel ni ustvarjanje in delitev dobička, temveč orientiranost k ustvarjanju družbenega dobrega.«*

2. Kaj je po vašem mnenju bistvo socialnega podjetništva?

*»Ta oblika podjetništva je bolj zahtevna v primerjavi s klasičnim podjetništvom, saj se socialni podjetniki ukvarjajo z dejavnostmi, ki niso najbolj donosne, so pa družbeno toliko bolj potrebne.«*

3. Kakšen je pomen socialnega podjetništva za družbo?

*»Že osnovna ideja socialnega podjetništva ima pozitivne učinke na družbo, saj socialni podjetniki izvajajo dejavnosti, ki so družbenokoristne, npr. ekologija, obnovljivi viri energije itd. Poleg tega je tudi organizacijska struktura socialnih podjetij takšna, da omogoča ekonomsko participacijo delavcev; to pomeni, da delavci za podjetje ne predstavljajo zgolj delovne sile, temveč tudi pomemben del pri upravljanju podjetja. Iz tega izhaja, da socialna podjetja predstavljajo nekakšno obliko nadgradnje obstoječih ekonomskih modelov. Socialno podjetništvo pa je pomembno tudi z vidika zaposlovanja oseb, ki sodijo med težje zaposljive, to so ranljive skupine na trgu dela.«*

4. Kako bi opredelili socialnega podjetnika? Katere lastnosti bi mu pripisali?

*»Lahko bi rekli, da gre za posameznike, ki so poslovno uspešni in imajo ob tem še nek dodaten motiv, cilj; to je ustvarjanje nečesa dobrega za družbo. Motiv socialnega podjetnika ni ustvarjanje dobička, saj je ta vedno reinvestiran nazaj v podjetje, in sicer za nadaljnji razvoj podjetja oziroma med delavce, ki so aktivno sodelovali pri njegovem ustvarjanju. Poudaril bi, da je potrebno sodelovanje in povezovanje socialnega in klasičnega podjetništva. Menim, da ne bi smeli postavljati ločnic med njima, saj je potreben soobstoj obeh.«*

5. Kateri so tisti elementi iz zunanjega okolja, ki jih potrebuje socialni podjetnik, da lahko opravlja svojo podjetniško dejavnost?

*»Prvi korak, ki ga je Slovenija že naredila, je postavitve neke okvirne zakonodaje na področju socialnega podjetništva, torej zakonska ureditev. Zakon o socialnem podjetništvu je omogočil osnovne temelje razvoja, definiral najbolj pomembne pojme in pripomogel k prepoznavnosti socialnega podjetništva. Drugi pomemben element predstavljajo zagonska sredstva, npr. semenski kapital. V slovenskem prostoru se srečujemo s pomanjkanjem etičnega bančništva in modelov financiranja za razvijajoča se socialna podjetja. Kot tretji element zunanjega okolja bi izpostavil podporo lokalnih skupnosti, saj menim, da je njihovo pridobivanje znanja, sodelovaje in ustvarjanje podpornih mehanizmov ključno pri podpori lokalnih socialnih podjetij.«*

6. Katere prednosti in slabosti opazate na področju slovenskega socialnega podjetništva?  
*»Kot prednost na področju slovenskega socialnega podjetništva bi na prvem mestu izpostavil pripravljenost oziroma motivacijo posameznikov in posameznic, da bi delali v socialnih podjetjih. Pozitivno je tudi to, da nekateri klasični podjetniki podpirajo idejo socialnega podjetništva in tudi že razmišljajo, da bi jih podprli, torej vanje investirali kapital. Vsekakor je dobro tudi to, da med mladimi lahko zaznamo interes za ukvarjanje s socialnim podjetništvom. Kot slabosti na omenjenem področju pa bi izpostavil prepočasno sodelovanje države pri zagotavljanju državnega sofinanciranja razvoja socialnega podjetništva ter premajhno izkoriščanje evropskih sredstev za njegove potrebe.«*

7. Katere priložnosti in nevarnosti bi izpostavili na področju slovenskega socialnega podjetništva?  
*»Kot priložnosti bi omenil ustvarjanje novih delovnih mest, še posebej za ranljive ciljne skupine, splošno družbeno dobro, ki ga socialna podjetja ustvarjajo s svojim poslovanjem, in ekonomsko vzdržnost socialnih podjetij. V okviru možnih nevarnosti na področju slovenskega socialnega podjetništva pa prepoznavam predvsem prisotnost nepravil, nepristnih socialnih podjetnikov in podjetnic, katerih poglavitni motiv je črpanje oziroma izkoriščanje evropskih sredstev in ne ustvarjanje pozitivnih sprememb v družbi. Menim, da bi tovrstna dejanja pustila »madež« na področju socialnega podjetništva že zaradi samega koncepta tega sektorja. Zato je nujno potrebna vzpostavitev normativov za sektor socialnega podjetništva, s katerimi se bo na standardizirane načine spremljalo poslovanje in pripravljalo poslovna poročila.«*

8. S katerimi ovirami se slovenska socialna podjetja največkrat srečujejo?  
*»Prva in najpogostejša težava je pomanjkanje osnovnega podjetniškega znanja; neprofitno naravnane nevladne organizacije ponavadi ne posedujejo potrebnega managerskega znanja. Drugi problem je pomanjkanje finančnih sredstev za razvoj socialnih podjetij. Poleg državnih in evropskih finančnih pomoči bi morala biti prisotna tudi pripravljenost zasebnih investorjev za vlaganje v socialna podjetja ter posebni bančni programi za kreditiranje socialnih podjetij. Tretji problem, ki bi ga izpostavil, pa je prešibka podpora države na sistemski ravni.«*

9. Kako pomembno je za vas podporno okolje za razvoj socialnega podjetništva v Sloveniji?  
*»Mislim, da je ključnega pomena. Tako kot vsa ostala področja tudi področje socialnega podjetništva za svoj razvoj in rast potrebuje podporne mehanizme. Brez podpornega okolja razvoj socialnega podjetništva ni nemogoč, bo pa zagotovo upočasnen. Socialno podjetništvo bi moralo biti vključeno v državne strategije in programe razvoja. Zasebni sektor je odgovoren za ustanavljanje novih socialnih podjetij. Javni sektor, pri čemer mislimo predvsem na državo in lokalne skupnosti, pa ima nalogo, da podpre zasebno pobudo, pripravi podporne mehanizme ter zagotovi razvoj področja.«*

10. Kakšno je vaše mnenje o trenutnem podpornem okolju za socialno podjetništvo v Sloveniji?

*»Trenutno podporo socialnemu podjetništvu v Sloveniji nudijo le Zakon o socialnem podjetništvu in javna razpisa – Spodbujanje socialnega podjetništva I in II. Trenutno se srečujemo s pomanjkanjem sistemskih sredstev za socialna podjetja tipa B, ki zaposlujejo težje zaposljive osebe na trgu dela, ter z neobstojem sklada za financiranje socialnih podjetij tipa A, ki se ukvarjajo z družbenokoristnimi dejavnostmi. Problem je v tem, da ni jasno določeno, kdo je odgovoren za posamezen razvojni del socialnega podjetništva ter kako se bo razvoj sploh dosegel, kakšne aktivnosti in programi bodo uporabljeni. Zakon o socialnem podjetništvu mora zaživeti v praksi.«*

11. Katere programe oziroma oblike podpornega okolja za socialno podjetništvo, ki se trenutno izvajajo v slovenski praksi, bi izpostavili kot ustrezne in katere kot manj ustrezne?

*»Podpiram javne razpise, zagotavljanje sistemskih sredstev ter podporo na področju svetovanja in izobraževanja – podjetniške inkubatorje.«*

12. Kaj si predstavljate kot ustrezno podporno okolje za razvoj socialnega podjetništva? Kateri elementi ga sestavljajo?

*»Zame ustrezno podporno okolje za razvoj socialnega podjetništva pomeni primerljivo podporno okolje s tistim, ki ga ima na voljo klasično, tradicionalno podjetništvo.«*

13. Kakšno je vaše mnenje o programih Aktivne politike zaposlovanja pri spodbujanju razvoja socialnega podjetništva? Katere ukrepe v omenjenih programih bi izpostavili kot najbolj primerne za spodbujanje razvoja slovenskega socialnega podjetništva?

*»Menim, da so programi Aktivne politike zaposlovanja preveč orientirani na izobraževanje, edukacijo in premalo na »pravi posel«. Gre za kratkoročne oblike sofinanciranja, ki so absolutno prekratke za razvoj socialnega podjetja. Na podlagi tega ocenjujem, da se da to področje še izboljšati, npr. s kvotami javnih del, ki bi bile rezervirane zgolj za socialna podjetja, ta pa bi se zavezala k trajni zaposlitvi delavca, pri čemer bi moralo biti sofinanciranje delovnega mesta težje zaposljive osebe daljše od trenutnega. Podpreti bi morali programe samozaposlovanja mladih podjetnikov, saj bi s tem dosegli, da bi mlad in izobražen kader s pomočjo podpore ustanovil uspešno podjetje, ki bi kasneje lahko nudilo nova delovna mesta in posledično zmanjševalo število brezposelnih oseb.«*

14. Kakšno je vaše mnenje o javnem razpisu Spodbujanje razvoja socialnega podjetništva II? Kakšne so prednosti in slabosti tovrstnih javnih razpisov?

*»Vsekakor bi moralo biti financiranje časovno daljše in hkrati tudi bolj usmerjeno k razvoju socialnih podjetnikov in ne zgolj na zagotavljanje dela določenim kvotam težje zaposljivih oseb. Prednost tovrstnih razpisov pa je poleg zagotavljanja finančnih sredstev tudi v promociji socialnega podjetništva ter primerov dobrih poslovnih praks.«*

15. Kakšno je vaše mnenje o Zakonu o socialnem podjetništvu? Katere prednosti in slabosti zakona bi izpostavili? Ima Zakon o socialnem podjetništvu pozitiven ali negativen vpliv na nadaljnji razvoj slovenskega socialnega podjetništva?

*»Vsekakor je glede Zakona o socialnem podjetništvu pozitivno to, da definira osnovne pojme in zagotavlja sistemske pogoje za registracijo socialnih podjetij. Pozitivno je tudi sprejetje podzakonskih aktov, čeprav z zamudo. Zakonu pa manjkajo ukrepi in jasno postavljeni koraki, kako bodo ti ukrepi udejanjeni v praksi ter kdo bo za njihovo izvedbo odgovoren. Strategija razvoja socialnega podjetništva bi morala biti kvalitetno napisana in podprta s konkretnimi aktivnostmi. Problem zakona je, da še ni aktivno zaživel v praksi.«*

16. Na kakšen način bi po vašem mnenju socialno podjetništvo lahko postalo bolj prepoznavno oziroma kako bi ta koncept lahko približali širši javnosti?

*»Največjo vlogo pripisujem medijem – internet, televizija, radio, dnevno časopisje itd. Svoj del lahko prispeva tudi organizirano delovanje socialnih podjetnikov; takšen primer je ravno naš forum, ki omogoča odvijanje dogodkov in konferenc ter tako predstavi primere dobrih poslovnih praks. Zelo pomembno je tudi mreženje med klasičnimi in socialnim podjetniki ter morebitno oblikovanje mentorstva med njimi.«*

17. Na katerih področjih socialnega podjetništva vidite največ neizkoriščenih priložnosti oziroma možnosti za rast in razvoj?

*»Menim, da so to področja lokalne samooskrbe s hrano, obnovljivih virov energije (npr. lesna biomasa, sončne celice, vodni viri) ter razvoj informacijskih tehnologij. Menim, da bi se morala določena podjetja, ki so zaenkrat še v večinski državni lasti in jih država namerava prodati, transformirati v delavske zadruge, v socialna podjetja; gre za tuje poslovne modele (Italija in Velika Britanija). Možno bi bilo tudi krčenje obsega javnih služb s prenosom koncesij za opravljanje določenih del na socialna podjetja; posledično bi se povečala učinkovitost, hkrati pa bi se tudi zmanjšali stroški (primer Italije).«*

## **Socialno podjetništvo v Evropski uniji**

1. Ali ste seznanjeni s položajem socialnega podjetništva v EU? Kako ocenjujete podporno okolje za socialno podjetništvo v EU?

*»Dokument Evropa 2020 vsebuje tudi področje sociale oziroma družbenega razvoja, ki ga namerava udejanjiti tudi na področju socialnega podjetništva. Iz tega izhaja, da je Evropska unija prepoznala pomembnost socialnega podjetništva. Zelo pomembni so tudi primeri dobrih poslovnih praks članic Evropske unije, npr. Italije, Španije, Velike Britanije, Danske itd. Evropski parlament pripravlja direktivo o evropskih socialnih skladih, ki bo na evropski ravni predpisala možnost ustanavljanja evropskih investicijskih skladov za vlaganje v socialna podjetja; na tem področju osebno pričakujem največje spremembe. Če strnem vse skupaj, se področje evropskega socialnega podjetništva razvija, ima pa še veliko možnosti za izboljšave in nadaljnji razvoj.«*

## 2 VPRAŠANJA ZA SOCIALNI INKUBATOR IN SLOVENSKI FORUM SOCIALNEGA PODJETNIŠTVA

1. Katere so vaše glavne aktivnosti, ki naj bi socialnim podjetjem najbolj pomagale?

*»Organiziramo konference in delavnice ter omogočamo skupno platformo. Po sprejetju Zakona o socialnem podjetništvu in po izvedeni konferenci Socialno podjetništvo – vektor sprememb v EU smo sprejeli odločitev, da je treba oblikovati nacionalno platformo, v kateri se bodo združevali tisti, ki na področju socialnega podjetništva že delujejo, s tistimi, ki se za socialno podjetništvo zanimajo, in sicer s cilji, kot so pospeševanje razvoja socialnega podjetništva, pospeševanje udejanjenja zakonskih določil v praksi, zagotavljanje kvalitetnih dokumentov v okviru Zakona o socialnem podjetništvu itd. Slovenski forum socialnega podjetništva je bil ustanovljen decembra 2011. Ustanovni akt je pripravljen tako, da omogoča pridružitve forumu tudi lokalnim skupnostim in ministrstvom. Moram poudariti, da je bil tako pred sprejetjem kot tudi po sprejetju Zakona o socialnem podjetništvu eden izmed največjih podpornikov razvoja socialnega podjetništva predsednik države Danilo Türk. Podpora prihaja tudi s strani županov ter posameznikov z določenih ministrstev. Skupna platforma naj bi omogočila izmenjavo znanj in razvoj modelov podpornega okolja.«*

2. Na kakšen način merite uspešnost vaših aktivnosti?

*»Menimo, da bi bilo treba meriti razvoj socialnega podjetništva. Za začetek bi morali podatki temeljiti na številu ustanovljenih socialnih podjetij, na številu delovnih mest, ki so jih socialna podjetja ustvarila, ter na pozitivnih učinkih, ki so se pojavili v družbi zaradi ustanovljenih socialnih podjetij. Tovrstne aktivnosti načrtujemo tudi v svojem programu dela.«*

3. Kako in kje ste pridobili potrebna finančna sredstva?

*»S članarinami za fizične in pravne osebe. Dogodki, ki smo jih organizirali, pa so bili plod prostovoljnega dela oziroma so jih financirale organizacije, ki so tudi ustanovne članice. Zaenkrat še nismo uspeli pridobiti nikakršnih sistemskih sredstev.«*

4. Ali ste kdaj razmišljali o uradni registraciji svojega socialnega podjetja? Kaj vpliva na vašo odločitev?

*»Da, razmišljamo tudi v tej smeri. V primeru, da se bomo v prihodnje za registracijo odločili, bomo delovali kot socialno podjetja tipa A, torej v okviru dejavnosti podpore za socialna podjetja.«*