

UNIVERZA V LJUBLJANI  
EKONOMSKA FAKULTETA

MAGISTRSKA NALOGA

**STANJE IN IZZIVI NA PODROČJU SOCIALNEGA PODJETNIŠTVA V  
SLOVENIJI**

Ljubljana, december 2015

BLAŽ SIMONČIČ



## IZJAVA O AVTORSTVU

Spodaj podpisani BLAŽ SIMONČIČ, študent Ekonomske fakultete Univerze v Ljubljani, izjavljam, da sem avtor magistrskega dela z naslovom STANJE IN IZZIVI NA PODROČJU SOCIALNEGA PODJETNIŠTVA V SLOVENIJI, pripravljenega v sodelovanju s svetovalko DOC. DR. JANA ŽNIDARŠIČ.

Izrecno izjavljam, da v skladu z določili Zakona o avtorski in sorodnih pravicah (Ur. l. RS, št. 21/1995 s spremembami) dovolim objavo zaključne strokovne naloge/diplomskega dela/specialističnega dela/magistrskega dela/doktorske disertacije 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
  - poskrbel(-a), da so dela in mnenja drugih avtorjev oziroma avtoric, ki jih uporabljam v zaključni strokovni nalogi/diplomskem delu/specialističnem delu/magistrskem delu/doktorski disertaciji, citirana oziroma navedena v skladu z Navodili za izdelavo zaključnih nalog Ekonomske fakultete Univerze v Ljubljani, in
  - pridobil(-a) 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 zapisal(-a);
- 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 predložene zaključne strokovne naloge/diplomskega dela/specialističnega dela/magistrskega dela/doktorske disertacije dokazano plagiatorstvo lahko predstavljalo za moj status na Ekonomski fakulteti Univerze v Ljubljani v skladu z relevantnim pravilnikom.

V Ljubljani, dne 21. 12. 2015

Podpis avtorja(-ice): \_\_\_\_\_



## KAZALO

|                                                                                       |           |
|---------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>UVOD .....</b>                                                                     | <b>1</b>  |
| <b>1 SOCIALNA EKONOMIJA.....</b>                                                      | <b>3</b>  |
| 1.1 Opredelitev socialne ekonomije .....                                              | 4         |
| 1.2 Organizacije znotraj socialne ekonomije.....                                      | 5         |
| 1.3 Neoliberalna in socialna ekonomija.....                                           | 6         |
| <b>2 SOCIALNO PODJETNIŠTVO.....</b>                                                   | <b>8</b>  |
| 2.1 Opredelitev socialnega podjetništva .....                                         | 8         |
| 2.2 Razvoj socialnega podjetništva.....                                               | 11        |
| 2.3 Cilji in načela v socialnem podjetništvu .....                                    | 13        |
| 2.4 Pravna ureditev socialnega podjetništva v Sloveniji .....                         | 15        |
| 2.4.1 Lastnosti socialnega podjetja .....                                             | 15        |
| 2.4.2 Dva tipa socialnih podjetji in področja delovanja.....                          | 16        |
| 2.4.3 Neprofitnost delovanja in pogoji za ohranitev statusa socialnega podjetja ..... | 18        |
| 2.5 Lastnosti socialnih podjetnikov .....                                             | 19        |
| 2.6 Socialno podjetništvo v primerjavi s komercialnim .....                           | 22        |
| 2.6.1 Razlike med socialnim in komercialnim podjetništvom.....                        | 22        |
| 2.6.2 Kapital v socialnih podjetjih .....                                             | 23        |
| <b>3 ANALIZA STANJA NA PODROČJU SOCIALNEGA PODJETNIŠTVA V SLOVENIJI .....</b>         | <b>25</b> |
| 3.1 SWOT analiza.....                                                                 | 27        |
| 3.1.1 Prednosti.....                                                                  | 27        |
| 3.1.2 Slabosti.....                                                                   | 28        |
| 3.1.3 Priložnosti .....                                                               | 29        |
| 3.1.4 Nevarnosti .....                                                                | 30        |
| 3.2 Finančna analiza .....                                                            | 30        |
| 3.2.1 Osnovni finančni podatki in kazalniki .....                                     | 31        |
| 3.2.2 Pravno organizacijska oblika in področja delovanja.....                         | 35        |
| 3.2.3 Viri financiranja .....                                                         | 36        |
| 3.3 Stanje socialnega podjetništva v Sloveniji - empirična analiza.....               | 39        |
| 3.3.1 Opredelitev problema in namena raziskovanja .....                               | 39        |
| 3.3.2 Raziskovalna vprašanja.....                                                     | 40        |
| 3.3.3 Metodologija raziskave in omejitve .....                                        | 41        |

|                                                                                            |           |
|--------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| 3.3.4 Analiza in rezultati empirične raziskave.....                                        | 42        |
| 3.4 Ugotovitve in priporočila za izboljšanje stanja na področju socialnega podjetništva... | 50        |
| <b>SKLEP.....</b>                                                                          | <b>53</b> |
| <b>LITERATURA IN VIRI.....</b>                                                             | <b>56</b> |

## KAZALO SLIK

|                                                                      |    |
|----------------------------------------------------------------------|----|
| Slika 1: Prevladujoče formalne oblike socialne ekonomije v EU.....   | 6  |
| Slika 2: Umestitev socialnega podjetništva.....                      | 11 |
| Slika 3: Ključne lastnosti socialnega podjetnika.....                | 20 |
| Slika 4: Spekter socialnega investicijskega kapitala.....            | 25 |
| Slika 5: Število novo registriranih socialnih podjetji po letih..... | 31 |
| Slika 6: Dobiček ali izguba socialnih podjetji.....                  | 33 |
| Slika 7: Deleži pravno organizacijskih oblik .....                   | 35 |
| Slika 8: Delež javnih sredstev v celotnih prihodkih.....             | 37 |
| Slika 9: Prikaz ocen podpornega okolja .....                         | 46 |
| Slika 10: Grafičen prikaz ocen ovir .....                            | 47 |
| Slika 11: Struktura virov financiranja .....                         | 48 |

## KAZALO TABEL

|                                                                     |    |
|---------------------------------------------------------------------|----|
| Tabela 1: Primerjava med neoliberalizmom in socialno ekonomijo..... | 7  |
| Tabela 2: Socialno podjetje tipa A - področja delovanja .....       | 17 |
| Tabela 3: Socialno podjetje tipa B - ranljive skupine .....         | 18 |
| Tabela 4: Osnovni finančni podatki .....                            | 32 |
| Tabela 5: Področja delovanja socialnih podjetji .....               | 36 |
| Tabela 6: Prejemki javnih sredstev po socialnih podjetjih.....      | 38 |
| Tabela 7: Opis vzorca z vidika socialnega podjetja .....            | 43 |
| Tabela 8: Opis vzorca z vidika demografskih podatkov .....          | 44 |
| Tabela 9: Ocene podpornega okolja.....                              | 45 |
| Tabela 10: Ocene ovir .....                                         | 46 |

## UVOD

Socialno podjetništvo je za slovensko okolje novo glede na zakonodajo in staro glede na načela po katerih deluje. V zadnjih letih je postalo predmet številnih diskusij in vprašanj javne razprave. Zanimanje javnosti za socialno ekonomijo in posledično socialno podjetništvo se je skozi čas krepilo. Zlasti po finančni, gospodarski in moralni krizi je družba spoznala prednosti, ki jih nudi socialno podjetništvo, ki poleg zasledovanja dobička pri poslovanju upošteva tudi ljudi in okolje.

V preteklih desetletjih hitrega gospodarskega razvoja je bil velik poudarek na gospodarstvu, ki zasleduje maksimizacijo tržne vrednosti podjetja oziroma stremi k čim večjemu dobičku. Pri tem so bili pogosto zapostavljeni zaposleni in okolje. S selitvijo proizvodnje iz razvitega sveta v države tretjega sveta, sta omenjena problema postala še večja. Izkoriščanje poceni delovne sile za dela v nemogočih pogojih in onesnaževanje okolja sta na dolgi rok prizadela tudi razvite države preko podnebnih sprememb in velikega števila strukturno brezposelnih oseb (Črnak-Meglič & Rakar, 2009).

Vzporedno s tem so se začele razvijati dejavnosti, ki imajo podjetniške lastnosti, ni pa njihov glavni cilj v ustvarjanju dobička. Pojavile so se kot odgovor na slabosti profitnih organizacij. Organizacije socialne ekonomije povečujejo dobrobit ljudi v najširšem možnem smislu. Poleg ekonomskih koristi upoštevajo tudi splošne koristi za družbo. Pri socialni ekonomiji je glavni poudarek na človeku, ki izhajaja iz ranljivih družbenih skupin in na trgu dela težko najdejo primerno zaposlitev. V svojem bistvu socialna ekonomija nasprotuje prevladujoči ekonomski paradigmi, ki se osredotoča na mikroekonomijo in poudarjanje individualnih delovanj in z njimi povezanih posledic. Nasprotno je pri socialni ekonomiji v ospredju človeška solidarnost in pomoč sočloveku. Pri tem imata ključno vlogo etika in morala (Evropska komisija, 2014).

Socialno podjetništvo je kot pomemben del socialne ekonomije v porastu v številnih državah po svetu. Besedna zveza se množično uporablja v medijih kar je nedvomno pokazatelj rasti priljubljenosti v javnosti. Socialno podjetništvo bogati življenja ljudi in ustvarja pozitivne spremembe v svetu. Pogosto rešuje okoljske in družbene težave v različnih državah na podjetniški način. S sodelovanjem vseh pomembnih deležnikov skuša soustvarjati prihodnost s trajnejšimi modeli poslovanja. Socialno podjetništvo krepi družbeno solidarnost, spodbuja sodelovanje ljudi in prostovoljsko delo, krepi inovativno sposobnost družbe za reševanje socialnih, gospodarskih, okoljskih in drugih problemov. Preko tega zagotavlja dodatno generiranje proizvodov in storitev, ki so v javnem interesu, razvija nove možnosti zaposlovanja, zagotavlja dodatna delovna mesta ter socialno in poklicno integracijo najbolj ranljivih skupin na trgu dela. V preteklih letih je socialno podjetništvo postalo majhen, vendar pomemben del svetovnega in slovenskega gospodarstva. Trendi nakazujejo intenzivno rast v prihodnjih desetletjih (Masseti & Tobin, 2011).

V svetu so bile opravljene številne raziskave in študije, ki so proučevale socialno podjetništvo. Zaradi različnih zgodovinskih ozadij in kulturnih razlik preslikave na slovenski prostor pogosto niso ustrezne. Kljub temu da je področje relativno novo, se v zadnjih letih hitro razvija in postaja zanimivo za vstop novih socialnih podjetnikov. Odločitve za vstop v panogo bi bile lažje, če bi bilo na voljo več informaciji. Zato je glavni namen dela pridobiti čim več koristnih informaciji iz omenjenega področja, ki bodo v pomoč pri ustanavljanju novih socialnih podjetji. Z magistrskim delom želim izpostaviti prednosti in slabosti s katerimi se sooča socialno podjetništvo.

Magistrsko delo predstavlja dodano vrednost za stroko in obstoječa socialna podjetja. V pomoč bo pri odločitvi za ustanovitev novih socialnih podjetji. Področje je relativno slabo raziskano, se pa v zadnjih letih hitro razvija. Tako želim iz različnih zornih kotov osvetliti problematiko socialnih podjetji. Zakon o socialnem podjetništvu je bil sprejet marca 2011, zato velja tovrstno podjetništvo za ne raziskano področje polno priložnosti, zlasti v času po gospodarski krizi. Ne nazadnje želim z magistrskim delom prispevati k večji prepoznavnosti socialnega podjetništva v Sloveniji.

Osrednji cilj magistrskega dela je poglobljeno analizirati trenutno stanje na področju socialnega podjetništva v Sloveniji z različnih zornih kotov in na podlagi tega prepoznati priložnosti ter oblikovati priporočila za prihodnji razvoj. Izhajal bom iz analize trenutnega stanja v socialnem podjetništvu, ki bo temeljila na podatkih državnih instituciji, raznih komercialnih baz podatkov in empirične analize v katero bodo povabljeni vsa aktivna socialna podjetja. Pri razlagi pojmov bom predstavil domačo in tujo literaturo priznanih avtorjev s proučevanega področja.

Glavno raziskovalno vprašanje se nanaša na stanje v socialnem podjetništvu v Sloveniji. Nanj sem skušal odgovoriti z več podvprašanji. Zanimalo me je kakšno je podporno okolje na področju socialnega podjetništva. Odločitev o ustanovitvi socialnega podjetja in njegovo nadaljnje poslovanje je v veliki meri odvisno od podpornega okolja, ki lahko zavira ali spodbuja razvoj socialnega podjetja. Proučil sem ovire s katerimi se soočajo socialna podjetja - na primer morebitno pomanjkanje prostovoljcev, ustreznost zakonodaje, višina stroškov poslovanja v smislu obratovalnih stroškov in stroškov dela, morebitno pomanjkljivo svetovanje za to pristojnih instituciji, samo poznavanje zakonodaje in dostopnost državnih pomoči na javnih razpisih.

Zlasti pri širjenju dejavnosti so pomembni viri financiranja, zato me je zanimalo kako dostopni so socialnim podjetnikom. V okviru omenjenega raziskovalnega vprašanja sem raziskal tudi v kolikšni meri so socialna podjetja odvisna od javnega denarja. Zadnje raziskovalno vprašanje pa se je nanašalo na glavne prednosti, slabosti in težave socialnih podjetji s katerimi se soočajo pri vsakodnevnem poslovanju.



S sintezo ugotovitev iz dostopne literature sem oblikoval vprašalnik, ki je bil temelj za izvedbo empirične analize. Pri tem sem uporabil tako kvantitativne podatke iz različnih podatkovnih baz – finančna uspešnost socialnih podjetji, kot kvalitativnih podatkov iz spleta in ankete. Prav tako sem izhajal iz sekundarno zbranih podatkov v strokovni literaturi, publikacijah in že opravljenih raziskavah. Pri tem mi je bil v veliko pomoč splet, ki omogoča ažurnost podatkov. Vir primarnih podatkov pa je bila izvedena spletna anketa med vsemi aktivnimi socialnimi podjetji.

Empirična analiza je temeljila na lastni raziskavi opravljeni s pomočjo spletnega vprašalnika. Pri anketiranju sem uporabil neverjetnostni vzorec, po metodi snežne kepe, kjer anketiranci vabijo nove respondente. Anketa je bila poslana vsem aktivnim socialnim podjetjem. Vzorec je zajemal 31 respondentov, ki so želeli sodelovati, kar pa zadošča glede na relativno majhno število socialnih podjetji v Sloveniji. Podatki pridobljeni iz vprašalnikov so bili obdelani s programskim paketom Office 2010 - Excel, SPSS in spletnim orodjem 1KA.

Vsebina magistrskega dela je razdeljena na tri zaokrožene vsebinske sklope. Prvi sklop sestavljajo opredelitve proučevanih pojmov iz socialne ekonomije in socialnega podjetništva. V njem sem opredelil socialno ekonomijo in organizacije znotraj nje. V nadaljevanju sem se osredotočil še na razlago pojma socialno podjetništvo, raziskal njegova zgodovinska ozadja, izpostavil osrednje cilje in načela, analiziral pravno ureditev, opisal lastnosti socialnega podjetnika in naredil primerjavo med socialnim in komercialnim podjetništvom.

V drugem vsebinskem sklopu sem analiziral stanja na področju socialnega podjetništva v Sloveniji. V okviru tega sem oblikoval podrobno SWOT analizo, finančno analizo s pomočjo računovodskih podatkov vseh aktivnih podjetji in empirično analizo preko spletnega anketnega vprašalnika. Na podlagi analize trenutnega stanja sem oblikoval ugotovitve in priporočila v tretjem sklopu magistrskega dela.

## **1 SOCIALNA EKONOMIJA**

V preteklih desetletjih relativno hitrega gospodarskega razvoja je bil velik poudarek na gospodarstvu, ki zasleduje maksimizacijo tržne vrednosti podjetja oziroma stremi k čim večjemu dobičku. Vzporedno s tem so se začele razvijati dejavnosti, ki imajo podjetniške lastnosti, ni pa njihov cilj v zasledovanju dobička. Pojavile so se kot odgovor na slabosti profitnih organizacij. Večina avtorjev uporablja izraz socialna ekonomija, v slovenskem jeziku sta se uveljavila še izraza družbena oziroma skupnostna ekonomija. Pojav ima na slovenskih tleh dolgo tradicijo. V 19. stoletju so iz potreb po medsebojni pomoči nastajale prve vzajemne podpore, delavske in zadružne združbe. Gonilo snovanja so bile skupne vrednote vzajemnosti in solidarnosti, ki so ob zadnji finančno gospodarski krizi ponovno pridobile na pomenu. V zaostrenih gospodarskih razmerah občutljive družbene skupine še težje pridejo do zaposlitve in z njim povezanega dostojnega življenja (Mesojedec, et al., 2012).

## 1.1 Opredelitev socialne ekonomije

Socialna ekonomija je ekonomija med zasebnim, ki ga poganja maksimizacija dobička in javnim sektorjem z motivom skupnega dobrega. Številni strokovnjaki s tega področja izpostavljajo še elemente neodvisnosti, avtonomije deležnikov, inovativnost in etiko. Zlasti etika je pridobila na pomenu v zadnjem obdobju (Mesojedec, et al., 2012).

Socialna ekonomija povečuje dobrobit ljudi v najširšem možnem smislu. Ekonomskim zakonitostim pripozna splošne koristi za družbo. Pri socialni ekonomiji je glavni poudarek na človeku. Zlasti na ljudeh, ki izhajajo iz ranljivih družbenih skupin, ki so običajno težko zaposljivi na trgu. V svojem bistvu nasprotuje prevladujoči ekonomski paradigmi, ki se osredotoča na mikroekonomijo in poudarjanje individualnih delovanj in z njimi povezanih posledic. Nasprotno je pri socialni ekonomiji v ospredju človeška solidarnost, pomoč sočloveku. Večina priznanih avtorjev poudarja vlogo etike in morale, ki bi jo morala sprejeti uveljavljena ekonomska veda na način, da pripozna objektivne, socialne in skupinske vrednote prisotne v ljudeh (Podnar & Golob, 2002).

Bolj izkustveno opisujejo socialno ekonomijo avtorji, ki spadajo v drugo konceptualizacijo. Zanje je značilno, da so poleg socialnih in etičnih vidikov dodali še prerazporeditveno vlogo in vlogo zadovoljevanja potreb. Običajno govorijo o pojmi sodelovanja, vzajemnosti in redistribucije. Izpostavljajo, da imajo pri tem ključno vlogo medsebojni odnosi, spoštovanje, zaupanje in soudeležba kot bistva po kateri se socialna ekonomija loči od neoliberalnih usmeritev. Socialna ekonomija vidi človeka kot posameznika, ki je ob tem tudi socialno bitje. V popolnem nasprotju od neoliberalizma, ki opisuje posameznika kot egoistično bitje. Pogled na posameznika kot na socialno bitje je ključnega pomena za ustvarjanje občega dobrega (Masseti & Tobin, 2011).

Mesojedec, et al., (2012) menijo, da izraz socialna ekonomija izgublja slabšalen pomen v smislu služenja revnim. Številne raziskave prepoznajo pozitivne posledice na razvoj ljudi, posledično se je s časoma spreminjal pogled na socialno ekonomijo. Postaja vzporeden sistem ekonomije, ki se ločuje od običajnega podjetništva. Ob tem pridobiva na pomenu, še posebej v zadnjem času gospodarsko finančne krize in predvsem krize vrednot. Zato večina avtorjev poudarja, da bo socialna ekonomija v prihodnjih desetletjih pridobivala na vlogi tako v Evropi kot drugje po svetu.

Socialna ekonomija se od tržne loči po ciljih in namenu. Tržna si prizadeva za optimizacijo dobička za lastnike združb, socialna pa stremi k demokratičnosti odločanja v podjetju in opozarja na zaščito interesov članov pred interesi lastnikov. Čeprav sta si v svojem bistvu različni temeljita na produkciji plačanega dela, uporabi menedžerskih prijemov in splošnih načelih trga. Ob tem socialna ekonomija pripozna tudi okolje v katerem proizvaja, ljudi s katerimi prihaja v stik in osrednje vodilo socialne pravičnosti, državne blaginje ter

solidarnosti pri doseganju družbeno ekonomskih ciljev. Čeprav gre za kapitalizem ga številni avtorji imenujejo »kapitalizem s človeškim obrazom« (Gaudiani, 2003).

Socialna ekonomija zagovarja etične oblike menedžmenta in produkcije dela ter razdelitve kapitala v obče dobro. Zaradi tega se v času finančne in gospodarske krize, s katero je soočen svet, socialna ekonomija ponuja kot odgovor na del težav sodobne družbe. Z njo naj bi odpravili zavržne izkoriščevalske prakse, ki jih je družba nadgrajevala vse od začetkov industrializacije. Ravno zaradi prej omenjenih razlogov ljudje veliko pričakujejo od socialne ekonomije. Postala je priljubljena med sodobnimi potrošniki, ki strmiijo za dobrimi poslovnimi praksami in nočejo kupovati produktov, zaradi katerih so ljudje dnevno izkoriščani. Do tega spoznanja so prišla tudi profitno naravnana podjetja, ki vedno večji del prihodkov namenjajo za promocijo njihove družbeno odgovorne vloge (Zidar, 2013, str. 292).

Splošnim trendom sledi tudi Evropska unija. V zadnjih letih je v sporočilih in strateških dokumentih prepoznala prednosti socialne ekonomije. S tako imenovano strategijo za pametno, trajnostno in vključujočo rast, bolj znano pod imenom Evropa 2012, poudarja smiselno, trajnostno naravnano in kooperativno ekonomijo, ki je osredotočena na zaposlovanje ranljivih skupin in socialno mreženje. Evropska komisija je v pobudi za socialno podjetništvo ang. »Social Business Initiative«, pripravila ukrepe in finančne mehanizme, ki bodo temeljili na razvoju entitet in projektov socialne ekonomije s strukturnimi skladi in potrebnimi finančnimi mehanizmi. Evropska unija želi preko socialne ekonomije zagnati novo gospodarsko rast, ki bi temeljila na trajnosti in vključevanju njenih prebivalcev (Dacin & Matear, 2010).

## **1.2 Organizacije znotraj socialne ekonomije**

Deležniki socialne ekonomije so gospodarski in ekonomski akterji, ki so prisotni v večini panog. Opredeljujejo jih njihovi cilji in drugačne oblike. V sklop socialne ekonomije uvrščamo združbe kot so združenja, vzajemna društva, kooperative in fundacije. Omenjeni subjekti so še posebej prisotni v dejavnostih kot so: socialne storitve, bančništvo, socialno varstvo, zavarovalništvo, razne storitve za potrošnike, pridelovalne dejavnosti, različne obrti, posredništvo, oskrbovanje, stanovanjske storitve, izobraževanje, storitve v lokalnem okolju in usposabljanju na področju športa, kulture in prosto časne dejavnosti (Gawell, Jahannisson & Lundqvist, 2009).

Potrebno je poudariti, da gre za združbe, katerih ustanovitelj ni država, ki ustvarja tako tržne kot netržne storitve in proizvode. Združbe socialne ekonomije so ustanovljene z namenom širšega družbenega cilja, ki delujejo po principu vključevanja vseh deležnikov v odločanje. S tem mislimo na zaposlene, člane in ne nazadnje uporabnike storitev in proizvodov. Njihove vrednote temeljijo na solidarnosti in deljenju dobička med vse deležnike (Gaudiani, 2003).

Večina organizaciji socialne ekonomije je finančno odvisnih od projektnega sofinanciranja Evropske unije in posameznih držav. Mednje uvrščamo zasebne entitete, ki so statusno in formalno definirane kot neprofitne oziroma imajo neprofitnost definirano v ustanovitvenih aktih (Evropska komisija, 2014). Veliko avtorjev navaja organizacije kot so: fundacije, socialna podjetja, zadrage, vzajemne družbe, ustanove, zavodi, društva in privatna podjetja, ki poslujejo po neprofitnih načelih ali dobiček delijo med deležnike. Spodnja (slika 1) prikazuje prevladujoče formalne oblike socialne ekonomije, ki so v večji meri prisotne v Evropski uniji.

*Slika 1: Prevladujoče formalne oblike socialne ekonomije v EU.*



*Vir: R. Zidar, Socialno podjetništvo: Trend mnogih obrazov, 2013, str. 292.*

Po prepričanju Zidar (2013, str. 292) organizacije socialne ekonomije črpajo ideje iz socialnega in neprofitnega poslanstva, na drugi strani pa njihovo poslovanje določajo dokumenti o ustanovitvi, v katerih je nedvoumno opredeljeno načelo »en človek - en glas«, ki omogoča soudeležbo zaposlenih in članov organizacije. Pri tem velja omeniti, da je slovenski prostor specifičen. Tako se v organizacije socialne ekonomije pogosto vključuje še invalidska podjetja in običajna podjetja, ki stremijo k družbeni odgovornosti ali zaposlujejo težko zaposeljive osebe. Omenjena podjetja se po navadi sama opredeljujejo za socialna, ker to razumejo kot konkurenčno prednost.

### **1.3 Neoliberalna in socialna ekonomija**

Neoliberalizem številni avtorji opredeljujejo kot kapitalistično ureditev, ki temelji na svobodnem trgu, liberalizaciji in deregulaciji. Po svetu se je razširil zaradi množice recesij v drugi polovici 20. stoletja, ki jih kenesijanski ukrepi niso uspešno omilili. Zato sta ga

britanski in ameriški vladi prevzeli. Tako je postal neoliberalizem prevladujoča in splošno sprejeta ekonomska paradigma. Ne glede na to pa se krize v svetu ponavljajo. Njihovi učinki so vse hujši in vplivajo na celoten svet. Običajno jih najbolj zaznajo večinski nižji in srednji sloji v času rasti in pa predvsem v času gospodarske krize. Recesija povzroča vse splošno nezadovoljstvo večinskega prebivalstva. Med množico slabih posledic izstopa dohodkovna neenakost med ljudmi in potiskanje nemočnih skupin na rob družbenega dogajanja. Vse od naštetega je bilo moč zaznati v zadnji gospodarski krizi (Harvey, 2007, str. 3).

Podnar in Golob (2002), menita, da je bistvo socialne ekonomije sinergija med ekonomskim in socialnim, v čemer se pomembno razlikuje od neoliberalizma, ki se namesto na človeka osredotoča na stvari, ki jih je mogoče številsko opredeliti. Socialna ekonomija opredeljuje ravnovesje na trgu kot dogovor med potrošniki in prodajalci. Za razliko od neoliberalizma, ki govori o ravnovesju med ponudbo in povpraševanjem na zelo abstraktnem nivoju.

Socialna ekonomija ima za delovanje znotraj gospodarstva motiv za splošno dobro, neoliberalizem pa zagovarja prerazporejanje premoženja skozi izpolnjevanje želja posameznikov. Oseba je v socialni ekonomiji opredeljena kot socialno bitje, v neoliberalistični opredelitvi pa kot egoističen posameznik, ki zasleduje le lastne cilje. Za socialno naravnano gospodarstvo je bistvenega pomena socialna država. V nasprotju z neoliberalističnim razumevanjem države kot pobudnika liberalizacije gospodarstva in branika svobodnega trga. Pomembna razlika je tudi v opredelitvi videnja podjetja kot osnovne celice v gospodarstvu. Ta mora v skladu z neoliberalizmom dosegati na trgu čim večji dobiček in v prvi vrsti skrbeti za interese lastnikov. Socialno ekonomski pogled pa izpostavlja podjetje kot deležnika pri reševanju širših družbenih problemov (Podnar & Golob, 2002).

*Tabela 1: Primerjava med neoliberalizmom in socialno ekonomijo*

|                 | NEOLIBERALISTIČNO<br>POJMOVANJE                        | SOCIALNO-EKONOMSKO<br>POJMOVANJE                                        |
|-----------------|--------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------|
| SREDIŠČE        | Ravnotežje ponudbe in povpraševanja.                   | Sporazum med prodajalci in kupci.                                       |
| MOTIV           | Zadovoljevanje interesov posameznikov.                 | Skrb za obče dobro, redistribucija bogastva.                            |
| DELOVANJE       | Konkurenca.                                            | Konkurenca in kooperacija.                                              |
| ODNOS DO OKOLJA | Okolje kot vir resursov.                               | Skrb za ohranitev okolja.                                               |
| POSAMEZNIK      | Homo economicus.                                       | Homo socio-economicus.                                                  |
| DRŽAVA          | Zaščitnik svobode trga.                                | Socialna država.                                                        |
| PODJETJE        | Zasledovalec profita in zaščitnik interesov lastnikov. | Zaščitnik pravic deležnikov in akter pri reševanju socialnih problemov. |

*Vir: K. Podnar & U. Golob, Socialna ekonomija in družbena odgovornost: Alternativi globalni anarhiji neoliberalizma 2002, str. 960.*

## **2 SOCIALNO PODJETNIŠTVO**

Socialno podjetništvo je v porastu v številnih državah po svetu. Besedna zveza se množično uporablja v medijih kar je nedvomno pokazatelj rasti priljubljenosti v javnosti. Strokovnjaki s tega področja prirejajo različne konference na katerih prikazujejo prednosti socialnega podjetništva. Samih razlogov za porast priljubljenosti tovrstnih oblik podjetništva pa je veliko. Eden izmed pomembnih razlogov so medijsko izpostavljeni uspešni podjetniki, ki jim je uspelo uveljaviti odgovorno ravnanje z resursi ob hkratnem upoštevanju zakonitosti trga. Področje so izpostavili tudi mediji s poročanjem in zavedanje prebivalstva o pomembnosti družbeno odgovornega ravnanja z okoljem in ljudmi (Roger, Osberg & Osberg, 2007, str 4).

Večina strokovnjakov s tega področja se strinja, da socialna podjetja bogatijo življenja ljudi in generirajo pozitivne spremembe v svetu. Pogosto rešujejo okoljske in družbene težave, katere je mogoče razširiti na različne države. S sodelovanjem vseh deležnikov omogočajo soustvarjanje prihodnosti s trajnejšimi modeli poslovanja. V preteklih letih je socialno podjetništvo postalo majhen, vendar pomemben del svetovnega gospodarstva. Trendi nakazujejo intenzivno rast v prihodnjih desetletjih. Na razvoj omenjene panoge vplivajo različni dejavniki. Večina avtorjev se strinja, da so to: družbeni in okoljski izzivi, razmere v gospodarstvu, tehnologija, naklonjenost vladnih politik in investicije (British Council, 2014, str. 3).

### **2.1 Opredelitev socialnega podjetništva**

Socialno podjetništvo spada pod del socialne ekonomije. V tujih virih sem večkrat zasledil izraz tretji sektor. Gre za paleto ekonomskih dejavnosti, ki niso neposredno povezane z državo, javnimi ustanovami ali podjetji v klasičnem smislu. Socialno podjetništvo, kot del socialne ekonomije, se pojavlja kot odgovor na probleme s katerimi se soočajo prevladujoči gospodarski sistemi in države. Osredotoča se na reševanje okoljskih, socialnih in ekonomskih problemov današnjega časa (Roger, et al., 2007, str. 8).

Roger, et al (2007, str. 9.) menijo, da so definicije socialnega podjetništva nejasne in neenotne glede njegovih osnovnih značilnosti. Avtorji menijo, da bodo meje s časoma zabrisane, zato se bodo ustanovitelji, vlade in investitorji oddaljili od opredelitev organizaciji glede na pravna določila in raje definirali podjetja po njihovi sposobnosti generiranja družbenih koristi za vložena sredstva.

Prve ideje in opredelitve socialnega podjetništva najdemo že v sedemdesetih letih prejšnjega stoletja. Tako za ustanovitelja prvega socialnega podjetja velja Muhammad Yunus, profesor ekonomije in bankir, ki je leta 1976 vzpostavil prvo mikro kreditno banko Grameen v Bangladešu. Ustanovljena je bila za financiranje manj premožnih prebivalcev. Za doprinos k reševanju družbeno ekonomski težav je leta 2006 prejel Nobelovo nagrado za mir (Afuah, A. & Tucci, 2012, str. 460).

Področje je v naslednjih letih postajalo zanimivo za številne raziskovalce. Čeprav so se posamezniki in organizacije z reševanjem družbeno ekonomskih problemov ukvarjale že od nekdaj je postal izraz socialno podjetništvo aktualen šele v devetdesetih letih prejšnjega stoletja. Danes je pojem socialno podjetništvo razumljen kot dolgotrajno opravljanje dejavnosti socialnega podjetništva ali z njim povezanih dejavnosti pod posebnimi pogoji zaposlovanja ranljivih skupin. Namen socialnih podjetji je proizvodnja in prodaja proizvodov ali opravljanje storitev pri čemer ni glavno vodilo doseganje profita. Osrednji cilj socialnega podjetništva je nuditi delo dolgotrajno brezposelnim osebam in jih aktivirati tako, da v zakonsko določenih okvirjih samostojno ustvarjajo prihodke, jih investirajo v širjenje dejavnosti in poskrbijo za obstoj na trgu (Afuah, A. & Tucci, 2012, str. 461).

Socialno podjetništvo so opredelili avtorji Branco et al. (2004, str. 14) kot, podjetniško obliko socialno ekonomskih struktur, institucij, mrež, podjetji in oseb, ki so zmožni obstati in so podprti s socialnimi ugodnostmi, ki jih običajno nudi država. Omenjeni avtorji trdijo, da lahko socialna podjetja uvrstimo v dva razreda. In sicer razred profitnega sektorja, ki vključuje in izpostavlja aktivnosti za socialno vključenost, in prednosti, ki jih dobijo tisti, ki povezujejo dobro s koristnim. V drugi razred pa so vključeni tisti, ki pospešujejo bolj podjetniške pristope v neprofitni panogi z osrednjim namenom povečevanje organizacijske uspešnosti in doseganja dolgoročne stabilnosti.

Po prepričanju Črnak Meglič (2009, str. 8.) je ustanavljanje socialnih podjetji proces, ki krepi socialno blaginjo in s tem pozitivno vpliva na družbo kot podjetnika. Ne nazadnje gre za nova delovna mesta namenjena ranljivim skupinam, posledično povečuje produktivnost in državno konkurenčnost ter tako povečuje blaginjo. Pri tem gre za inovativno rabo resursov in rabo potencialov, ki na dolgoročno uravnotežen način skrbijo za socialne potrebe v družbi. Na nek način gre za inovativen pristop k podjetništvu s pozitivnimi družbenimi posledicami. Avtorica je prepričana, da maksimiranje družbene blaginje predstavlja pomembno razliko v opredelitvi socialnega in klasičnega podjetništva.

Organizacija za gospodarsko sodelovanje in razvoj (ang: Organisation for Economic Co-operation and Development) opredeljuje socialno podjetništvo kot privatno dejavnost, ki deluje v družbenem interesu, organizirano na podlagi podjetniške strategije. Od klasičnega podjetja se razlikuje po tem, da ne maksimira profita ampak širše gospodarske in družbene cilje. Socialno podjetje mora razviti inovativne rešitve za težave socialne zapostavljenosti ljudi in ob tem nuditi delo težje zaposljivim osebam na trgu (Ministrstvo za delo, družino, socialne zadeve in enake možnosti, 2014).

Strokovnjaki z omenjenega področja v skupino socialnih podjetji uvrščajo vse neprofitne pravne osebe kot so: družbe z omejeno odgovornostjo, društva, ustanove, zavodi in delniške družbe, ki poslujejo na nepridobiten način. V zvezi s tem Zidar in Arh (2012, str. 77) menita, da relativno odprti model, ki dovoljuje odpiranje socialnih podjetji profitnim družbam in

eksplicitno ne izpostavi varovalk za preprečevanje zlorab zakonodaje, postavlja v neenakopraven položaj ostale pravne osebe, ki zaradi tega težko tekmujejo na trgu pod enakimi pogoji. Potrebno se je zavedati, da socialna podjetja lažje pridejo prek subvenciji in razpisov do javnega denarja. V nekoliko širšem evropskem opredeljevanju spadajo pod socialno podjetništvo še organizacije kot so: združenja, kooperative, fundacije in vzajemne družbe. Pri tem je potrebno poudariti, da so se v zadnjem obdobju pridružile še druge vrste socialnih podjetji, ki so običajno zelo različno pravno organizirane.

Laična javnost pod pojmom socialnega podjetništva pogosto razume dobrodelno organizacijo. Takšno razumevanje pa ni pravilno. Ne gre za dobrodelno organizacijo ampak za podjetje, ki mora pri poslovanju pokriti stroške in ob tem izpolnjevati postavljene družbeno želene koristi. Čeprav izraz vsebuje besedo socialno ta ni povezana s filantropijo in dobrodelnostjo v klasičnem pomenu besede (Branco et al., 2004, str. 15).

V 3. členu ZSocP je definirano, da socialno podjetje predstavlja dolgotrajno opravljanje dejavnosti socialnega podjetništva ali trajno opravljanje drugih dejavnosti pod posebnimi pogoji zaposlovanja, s proizvodnjo in prodajo proizvodov ali opravljanjem storitev na trgu. Dolgotrajno opravljanje drugih dejavnosti je običajno za tržno ekonomijo, vendar je osnovni pogoj nudenje dela težko zaposljivim osebam na trgu. Kot socialno podjetje lahko posluje neprofitna pravna oseba, če si zagotovi status socialnega podjetja in zadošča strogim merilom iz načel, ki jih določa 4. člen zakona. Namen ustanovitve socialnega podjetja ne sme biti izključno ustvarjanje profita in je opredeljen v aktu o ustanovitvi oziroma temeljnemu aktu socialnega podjetja (12. člen).

Mesojedec, et al., (2012) so definirali socialno podjetje kot vezni člen med javnim, zasebnim in neprofitnim sektorjem. Zasebni sektor predstavlja priložnost za opravljanje javnih storitev skozi zasebne organizacije, pri tem pa se pričakuje visoko poslovno etiko. Neprofitni sektor zahteva veliko odgovornosti, vzdržnosti in zapolnjevanje vrzeli v storitvah javnega sektorja. Med tem ko se v javnem sektorju pojavlja zahteva po učinkovitosti, spodbudi konkurenčnosti in možnosti izbire ob hkratnem izkoriščanju storitev, ki jih ponujata gospodarstvo in neprofitni sektor.

Z drugimi besedami socialno podjetništvo opredeljujejo kot ekonomijo med zasebnim, ki ga običajno žene motiv po profitu in javnim sektorjem, ki sledi motivu skupnega dobrega. Socialno podjetje tako zagotavlja javno zasebna partnerstva, konkurenčnost ponudb, družbeno odgovornost podjetji, aktivno državljanstvo in sooblikovanje politik. Socialno podjetništvo, kot del socialne ekonomije, se pojavlja kot odgovor na probleme s katerimi se soočajo prej našteti sektorji. Umestitev socialnega podjetništva je predstavljena v spodnji sliki 2 (Mesojedec, et al., 2012).



Slika 2: Umestitev socialnega podjetništva



Vir: T. Mesojedec et al., Socialno podjetništvo, 2012.

## 2.2 Razvoj socialnega podjetništva

Začetki socialnega podjetništva segajo v 13. in 14. stoletje, ko so nekatere organizacije začele odpirati različne sklade. Pomemben mejnik v razvoju socialnega podjetništva je predstavljala ukinitve fevdalnega sistema. Leta 1848 je bila sprejeta zemljiška odveza kot pogoj za razmah zadružništva. Kmetje so bili oproščeni podložniških bremen, vendar so bili prisiljeni prodajati pridelke po cenah, ki niso pokrile stroškov proizvodnje in si posledično izposojati denar po visokih obrestnih merah. Pred tem jih je uspešno zavarovalo povezovanje v okviru zadružništva.

Leta 1873 je bil uveljavljen zakon o zadružništvu, ki je krepil vpeljavo načel na katerih temelji socialno podjetništvo. Na podlagi omenjenega zakona so kasneje na območju Slovenije začele nastajati posojilnice, hranilnice, obrtne zadruge in nekoliko kasneje specializirane zadruge. Prebivalstvo je ob negativnih posledicah kapitalizma začelo spoznavati prednosti, ki jih omogoča zadružništvo. Tako je v 19. stoletju na podlagi prej omenjenega zakona in temeljih vzajemnosti ter načel socialnega podjetništva nastala prva vzajemna zavarovalnica. Zadruge imajo v slovenskem prostoru najdaljšo tradicijo delovanja, neprekinjeno poslujejo že več kot 140 let. Zanimivo je, da so se ohranile v vseh družbenih sistemih (Ministrstvo za delo, družino, socialne zadeve in enake možnosti, 2013).

V času pred drugo svetovno vojno zgodovinarji pišejo o dobro razvitem socialnem podjetništvu. V katerega lahko uvrščamo zadrage, različna združenja, prve sindikate, dobrodelne organizacije, zveze pa tudi različna strokovna združenja. Velik pretres pa se je zgodil ob koncu druge svetovne vojne po prehodu v socialistični družbeni sistem. Prišlo je do prekinitve dolgoletne tradicije združništva. V petdesetih letih je bila z ustavo določena družbena lastnina zadružne lastnine, s čimer so zadrage izgubile dve osnovni prednosti kot je demokratičen nadzor preko članov zadrage in odprto članstvo. Šele po letu 1974 je takratna država dopustila razvoj civilne družbe. Številni podatki kažejo, da je bilo največje povečanje organizaciji socialne ekonomije med leti 1974 in 1985. Pri tem je presenetljiv podatek, da do tako drastičnega povečanja ni prišlo niti ob osamosvojitvi Slovenije in spremembi družbeno političnega sistema (Ministrstvo za delo, družino, socialne zadeve in enake možnosti, 2013).

Pri tem velja omeniti, da do konca osemdesetih let v Sloveniji ni bilo težav z dolgotrajno brezposelnimi osebami. Z naglim preходом v drug gospodarski sistem in spremembo politične ureditve ter z osamosvojitvijo Slovenije je prišlo do velikih pretresov v celotnem gospodarstvu kot tudi na trgu dela. Pred tem brezposelnost ni presegla 15 tisoč oseb. V prvih treh letih po osamosvojitvi pa se je povečala na 137 tisoč oseb. S spremembo gospodarskega sistema zaposleni niso bili več tako zaščiteni. Številna ekonomsko slaba podjetja niso bila sposobna preživeti izgube jugoslovanskih trgov in preusmeritve na zahodne. Glavni razlog pri neuspešnem prestrukturiranju podjetji je bila slaba konkurenčnost. Številna podjetja so končala v stečaju. Do novega gospodarskega okrevanja je prišlo v drugi polovici devetdesetih let. Vendar se število brezposelnih ni bistveno zmanjšalo. Tokratna gospodarska rast je temeljila na izboljševanju produktivnosti dela (Kovač, Milošević & Radej, 2010).

Slovenija ni imela opredeljene politike razvoja nevladnega sektorja vse od osamosvojitve dalje. Podobno se ni ukvarjala z razvojem in strategijami socialnega podjetništva. So pa bile v obdobju dveh desetletji opravljene različne študije, izšli so priročniki, organizirana so bila usposabljanja s področja socialnega podjetništva in združništva ter izvedeni mednarodni projekti v sofinanciranju Evropske unije. Na tem mestu velja poudariti premike na področju zaposlovanja oseb z invalidnostjo, kjer se od leta 1976 sistemsko rešuje problem zaposlovanja. Različne študije so pokazale, da je omenjeni način zaposlovanja invalidov dober. Izpostaviti velja nekatere zasebne zavode, ki so bili v preteklosti ustanovljeni zaradi preseganja delovanja v odvisnosti od podarjenega in javnega denarja. Svoje poslovanje so finančno stabilizirali in ponudili storitve na trgu. Spet na nekaterih drugih področjih ni bilo omembe vrednih premikov v smeri socialnega podjetništva. Zlasti po zadnji finančno gospodarski krizi ostaja socialno podjetništvo neizkoriščen potencial. Med drugim tudi zaradi pospešenega staranja družbe in z njim povezanimi priložnostmi, gospodarske krize in povečanim številom brezposelnih (JAPTI, 2005).

Naštetemu pritrjuje poročilo organizacije OECD, ki je nastalo v letu 2010. V študiji o povečanju socialne vključenosti na regionalni ravni prek socialnega podjetništva in socialne

ekonomije ugotavlja, da so glavne slabosti v razvoju socialnega podjetništva v Sloveniji naslednje (Ministrstvo za delo, družino, socialne zadeve in enake možnosti, 2013):

- negativna percepcija podjetništva in pomanjkanje pozitivne vizije podjetnikov in podjetništva,
- pomanjkanje podjetniških kompetenc organizacij socialne ekonomije,
- država ne upošteva organizacij socialne ekonomije kot enakovrednih partnerjev pri zadovoljevanju potreb prebivalstva ali pa se ji njihov doprinos k družbeni blaginji ne zdi dovolj pomemben,
- ne povsem opredeljen pomen socialne ekonomije v slovenskem socialnem sistemu,
- zapostavljanje nekaterih manjšin kot so Romi, osebe po odsluženi zaporni kazni, homoseksualci, osebe z motnjami v duševnem razvoju, ipd.,
- prepad med socialno ekonomijo in državo zaznamuje nezadovoljiva komunikacija,
- nedoslednost različnih konceptov,
- nedokončana decentralizacija – odsotnost posredniških ustanov med občino in državo.

Po podatkih Ministrstva za delo, družino, socialne zadeve in enake možnosti, (2013) pomemben mejnik po poročilu organizacije OECD predstavlja konec leta 2011 sprejeta Uredba o zelenem javnem naročanju, ki zavezuje uporabnike javnega denarja, da poleg cene upoštevajo okoljski vidik naročanja. Učinki omenjene uredbe so pozitivni na okolje in omogočajo gospodarnejšo uporabo javnega denarja. Podoben pristop za upoštevanje socialnih vidikov pri javnem naročanju je bil predviden tudi v okviru Evropske unije, v vodniku komisije Kupuj socialno (ang.: Buying Social).

Pregled stanja v Sloveniji v zvezi socialnim podjetništvom končujem s sprejetjem Zakona o socialnem podjetništvu (Uradni list RS, št. 20/2011), ki ga je marca 2011 Državni zbor potrdil s podporo vseh parlamentarnih strank. Sprejetje zakona o socialnem podjetništvu predstavlja pomemben mejnik v slovenski socialni ekonomiji. Osnovni namen zakona je poleg opredelitve socialnega podjetništva in pogojev njegovega delovanja tudi načrtovanje razvoja in samih spodbud. Podrobnejše opredelitve strategij so bile navedene v Strategiji razvoja socialnega podjetništva.

## **2.3 Cilji in načela v socialnem podjetništvu**

Socialna podjetja zasledujejo paleto različnih ciljev. Poleg ekonomskih ciljev skušajo zadovoljiti tudi širše družbene potrebe, ki niso zanimive za pridobitna podjetja in državo. Zastavljene cilje skušajo uresničiti preko inovativnih poslovnih modelov. Skrbijo za razvoj socialnega kapitala, vplivajo na trg delovne sile, v procese vključujejo težje zaposljive ljudi in tako prispevajo k ekonomskemu razvoju družbe. Z drugimi besedami povedano socialno podjetništvo odgovarja na potrebe družbe in ne ustvarja novih. Posamezniki, ki se ukvarjajo s socialnim podjetništvom iščejo odgovore na globalna vprašanja kot so: neustrezno izobraževanje, nedostopnost osnovnih dobrin kot sta voda in elektrika, izboljšujejo

pomanjkljivo zdravstveno oskrbo in zaposlujejo osebe potisnjene na rob družbenega dogajanja. Večina avtorjev se strinja, da gre za sodoben pristop k podjetništvu, ki se od običajnega razlikuje po tem, da večjo pozornost namenja razvoju socialnega kapitala, ustvarjalnosti in inovativnosti (Roger, et al., 2007, str. 8). Osnovne cilje socialnega podjetništva sem strnil v naslednjih alinejah (Mesojedec, et al., 2012):

- nudenje proizvodov in storitev, ki so v širšem družbenem interesu in za klasična podjetja niso tržno zanimivi,
- razvoj inovativnih rešitev za odpravljanje okoljskih, gospodarskih in drugih družbenih težav,
- ustvarjanje novih delovnih mest za specifične skupine ljudi in njihovo poklicno in socialno vključenost v družbo,
- spodbujanje mreženja, deljenja znanja, sodelovanja med deležniki, volonterskega dela in krepitve družbene solidarnosti

Strokovnjaki s področja socialnega podjetništva se strinjajo, da so ključna načela pri poslovanju socialnih podjetji naslednja: prostovoljnost delovanja, neprofitni namen ustanovitve, enakopravnost članov, neprofitnost delovanja, družbeno koristno delovanje in zagotavljanje preglednosti poslovanja. Načela socialnega podjetništva so natančno opisana v ZSocP. V skladu s 4. členom morajo delovati po spodaj naštetih načelih:

- prostovoljne pobude za ustanovitev,
- sodelovanje deležnikov pri upravljanju,
- nepridobitni in socialni namen ustanovitve,
- prostovoljnost delovanja članov,
- neodvisnost,
- njihov javno koristni in socialni značaj,
- enakopravnost članstva, kar pomeni, da odločitve sprejemajo vsi člani po načelu en član – en glas,
- vključevanje volonterskega dela,
- nepridobitnost delovanja (11. člen),
- tržna naravnost, kar pomeni, da poslujejo po tržnih zakonitostih s proizvodnjo in prodajo proizvodov ali opravljanjem storitev na trgu,
- preglednost poslovanja ter
- družbena koristnost, ki se dosega s trajnim delovanjem v korist svojih članov, uporabnikov in širše skupnosti.

Zgoraj navedene zahteve mora socialno podjetje zasledovati ves čas poslovanja. Le tako lahko ohrani ali pridobi status socialnega podjetja s katerim so poleg dolžnosti povezane določene ugodnosti.

## **2.4 Pravna ureditev socialnega podjetništva v Sloveniji**

V Slovenskem pravnem redu socialno podjetje ni posebna pravna oblika. Kar pomeni, da lahko postane socialno podjetje praktično vsaka pravna oblika kot na primer: družba z omejeno odgovornostjo, zavod, zveza društev, društvo in ustanova. Z zakonom opredeljen osrednji namen socialnega podjetja je zagotoviti delo trajno brezposelnim ljudem in jih vključiti na način, da v okviru omenjene dejavnosti sami generirajo prihodke in skrbijo za svoje preživetje. V zakonu je določeno, da mora tovrstno podjetje v prvem letu zaposliti vsaj enega delavca, v naslednjih letih pa vsaj dva (Podjetniški portal - Socialno podjetje, 2014).

### **2.4.1 Lastnosti socialnega podjetja**

Zakon o socialnem podjetništvu zagotavlja socialnim podjetjem poseben status, ki ga lahko ob izvrševanju zahtev pridobi neprofitna pravna oseba to je: gospodarska družba, zavod, društvo, zadruga, ustanova ali kakšna druga pravna oseba zasebnega prava. Ne sme pa biti njen glavni namen ustvarjanje dobička. Zakon ne določa osnovnega kapitala. Zato je predpisano, da mora vloga ob registraciji socialnega podjetja vsebovati dokazilo o višini sredstev za začetek opravljanja dejavnosti oziroma vrednosti premoženja društva. Z zakonom je predpisana tudi raba imena v pravnem prometu. Socialno podjetje mora uporabljati firmo ali ime z besedama »socialno podjetje« ali okrajšavo »so.p.« (VEM – Portal za podjetja in podjetnike, 2014).

V samem postopku ustanovitve socialnega podjetja je nujno najprej odpreti eno od nepridobitnih pravnih oseb. Šele nato, lahko podjetnik zaprosi za pridobitev statusa socialnega podjetja. Ob tem je potrebno poudariti, da lahko sproži postopek ustanovitve in pridobitve statusa istočasno. S tem bo za to pristojen državni organ istočasno presojal izpolnjevanje pogojev za pridobitev prej omenjenega statusa. Trajanje postopka se zato lahko nekoliko skrajša (Socialni incubator, 2014).

Vsebina akta o ustanovitvi socialnega podjetja je opredeljena v zakonih za pravno organiziranost različnih vrst pravnih oseb. Iz prakse je razvidno, da se najpogosteje uporabljajo Zakon o gospodarskih družbah, Zakon o zavodih in Zakon o društvih. V aktu o ustanovitvi je potrebno določiti tudi neprofitni namen ustanovitve pravne osebe in definirati socialni značaj in javno koristen namen ustanovitve socialnega podjetja. Sledi opredelitev dejavnosti in dolžnosti podjetja. Po potrebi jih je potrebno razmejiti od morebitnih drugih dejavnosti. Prav tako je potrebno v aktu o ustanovitvi opredeliti načine razpolaganja s premoženjem, način porabe dobička ali presežka nad prihodki (VEM – Portal za podjetja in podjetnike, 2014).

Zakonodajalec je predvidel, da mora socialno podjetje v skladu z ZSocP v fazi ustanovitve opredeliti:

- opredeliti nadzorni organ in določiti način izvolitve ali imenovanja članov nadzornega organa, čas trajanja mandata ter njihove zadolžitve, pristojnosti in pooblastila,
- opredeliti zahteve statusnega preoblikovanja socialnega podjetja in ravnanje s premoženjem v primeru stečaja ali likvidacije,
- opredeliti vrsto socialnega podjetja, s tem je zakonodajalec mislil na tip socialnega podjetja A in B,
- definirati način vodenja in upravljanja socialnega podjetja po osnovnem načelu enakopravnosti,
- opredeliti ali socialno podjetje vključuje v delovne procese tudi volonterje,
- opredeliti način udeležbe prostovoljcev, zaposlenih pri upravljanju in posvetovanju v zvezi s poslovanjem socialnega podjetja,
- potrebno je opredeliti pravila in načine vodenja poslovnih knjig in izdelave računovodskih izkazov oziroma določiti pravila v posebnem aktu in
- opredeliti odgovorne osebe za poslovanje pri zagotavljanju izvajanja dejavnosti socialnega podjetništva, ter zahteve pri postopkih njihovega imenovanja ali izvolitve.

#### **2.4.2 Dva tipa socialnih podjetji in področja delovanja**

Zakonodajalec je predvidel ustanavljanje socialnih podjetji dveh tipov. Med tipom socialnega podjetja A in B obstajajo nekatere razlike, ki jih mora izpolnjevati socialni podjetnik. Status socialnega podjetja tipa A lahko zaprosi pravna oseba, če bo dolgotrajno opravljala dejavnosti socialnega podjetništva. Bolj podrobno opredelitev je mogoče zaslediti v 5. člen ZSocP, ki med drugim določa, da mora zaposlovati vsaj enega delavca v prvem letu poslovanja in vsaj dva delavca v naslednjih letih poslovanja. Zakonodajalec je v 8. člen ZSocP opredelil, da mora za ohranitev pridobljenega statusa po zaključku drugega koledarskega leta, iz dejavnosti opredeljene v aktu o ustanovitvi, izkazati v letnem poročilu vsaj 40 odstotkov prihodkov in po vseh naslednjih letih vsaj 50 odstotkov vseh prihodkov.

Status socialnega podjetja tipa B pa pridobijo socialna podjetja, ki izvajajo povsem tržne dejavnosti. Pri tem zaposlujejo najbolj ranljive osebe. Zakonodajalec je določil, da mora biti takšnih ljudi vsaj tretjina med vsemi zaposlenimi. V 19. členu ZSocP je jasno opredeljeno, da mora socialno podjetje s statusom tipa B predložiti dokazila o zaposlitvi delavcev in njihovi strukturi. Vsa dokazila pa mora zagotoviti v dveh letih po pridobitvi statusa za to pristojnemu ministrstvu.

V nadaljevanju bom predstavil dejavnosti, ki jih lahko opravljata posamezna tipa socialnih podjetji. ZSocP določa, da lahko socialno podjetje tipa A posluje na naslednjih področjih prikazanih v tabeli 2.

*Tabela 2: Socialno podjetje tipa A - področja delovanja*

| <b>SOCIALNO PODJETJE TIP A – PODROČJA DELOVANJA</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Na področju znanosti, raziskovanja, izobraževanja, vzgoje ter zagotavljanja in organiziranja mladinskega dela.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| Trgovine za ljudi z nizkimi dohodki, trgovine s proizvodi manjših proizvajalcev iz gospodarsko slabo razvitih regiji na temelju etičnih, enakopravnih in jasnih poslovnih odnosih, potrebno je zagotoviti pravično plačilo, ki omogoča preživetje, odnosi morajo temeljiti na spoštovanju in sodelovanju, sem lahko uvrščamo tudi tako imenovane pravične trgovine, trgovine s storitvami in proizvodi iz dejavnosti socialnega podjetništva. |
| Spodbujanje razvoja lokalnih skupnosti in z njimi povezanih spremljajočih storitev, ki so povezane s socialnim podjetništvom.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| Zagotavljanje turističnih storitev osebam, ki jim življenjske okoliščine preprečujejo ali ovirajo dostop do teh storitev, na način, ki spoštuje vrednote solidarnosti, dostopnosti in upoštevanje okolja.                                                                                                                                                                                                                                     |
| Zagotavljanje zdravja in promocija zdravega načina življenja.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| Omogočanje socialne vključenosti, spodbujanja zaposlovanja in izobraževanje oseb, ki so brez dela, pomoč strukturno brezposelnim osebam.                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| Zdrav način proizvodnje hrane, skrb za naravo in okolje ter zaščita živali.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| Zagotavljanje družinskega varstva, varstva invalidov, socialnega varstva.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| Promocija rabe obnovljivih virov energije in skrb za zeleno ekonomijo.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| Skrbi za športne aktivnosti in telesno kulturo, katere glavni namen je rekreacija in mreženje.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| Različne dejavnosti s področja kulture in skrbi za naravno dediščino.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| Spodbujanje razvoja lokalnih skupnosti in z njimi povezanih spremljajočih storitev, ki so povezane s socialnim podjetništvom.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |

*Vir: VEM, Portal za podjetja in podjetnike, 2015*

Socialno podjetje tipa B lahko opravlja vse dejavnosti kot socialno podjetje tipa A, le da pri tem vključuje najbolj ranljive skupine ljudi na trgu dela. Status socialnega podjetja tipa B pridobijo socialna podjetja, ki izvajajo povsem tržne dejavnosti. Pri tem zaposlujejo najbolj ranljive osebe.

Zakonodajalec je določil, da mora biti takšnih ljudi vsaj tretjina med vsemi zaposlenimi. V 19. členu ZSocP je jasno opredeljeno, da mora socialno podjetje s statusom tipa B predložiti dokazila o zaposlitvi delavcev in njihovi strukturi. Večinoma gre za osebe brez dela, ki so brez zaposlitve vsaj štiriindvajset mesecev ali so prijavljene kot brezposelne osebe vsaj šest mesecev in jim je po koncu izobraževanja to prva zaposlitev in pa invalidie z odločbo ustreznega državnega organa. V to skupino je zakonodajalec uvrstil naslednje kategorije prikazane v tabeli 3.

*Tabela 3: Socialno podjetje tipa B - ranljive skupine*

| <b>SOCIALNO PODJETJE TIPA B – RANLJIVE SKUPINE</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Osebe brez dela, ki so brez zaposlitve vsaj štiriindvajset mesecev ali so prijavljene kot brezposelne osebe vsaj šest mesecev in jim je po koncu izobraževanja to prva zaposlitev. V to kategorijo je zakonodajalec uvrstil tudi tiste, ki so zaključili z univerzitetnim, visokošolskim ali višješolskim izobraževanjem oziroma so uspešno opravili pripravništvo. Podobno je z osebami, ki jim je potekel status mladega raziskovalca. |
| Invalidi z odločbo ustreznega državnega organa.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| Iskalci zaposlitve stari nad petinpetdeset let.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| Osebe brez dela z odločbo ustreznega državnega organa, ki je ugotovil prepoznal telesne posledice ali duševne motnje ali bolezenska stanja zaradi katerih ima oseba pomembno manjše zaposlitvene možnosti.                                                                                                                                                                                                                               |
| Osebe stare manj kot osemnajst let brez opravljene osnovne šole ali nižjega poklicnega izobraževanja, ki niso imeli vsaj šest mesecev ustrezne zaposlitve.                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| Člani romske skupnosti.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |

*Vir: VEM, Portal za podjetja in podjetnike, 2015*

#### **2.4.3 Neprofitnost delovanja in pogoji za ohranitev statusa socialnega podjetja**

Pomembna razlika med klasičnimi in socialnimi podjetji je v načinu razpolaganja z dobičkom oziroma s presežki prihodkov nad odhodki. Presežna sredstva mora socialno podjetje nameniti opravljanju osnovnega poslanstva oziroma za druge z zakonom določene namene. V zakonu je jasno opredeljeno, da razpolaganje z dobičkom ali presežki prihodkov nad odhodki ni dovoljeno, razen če zakon za posamezno pravno organiziranost pravne osebe ne določa drugače (Kovač & Klužer, 2010).

V zakonu o ZSocP je opredeljeno, da lahko socialno podjetje razdeli dobiček ali presežek prihodkov nad odhodki članom, upravi in delavcem pod pogojem, da delež ne presega dvajsetih odstotkov skupnega dobička ali presežka prihodkov nad odhodki v določenem letu, pa še to le v okoliščinah, da dobiček ni rezultat neuporabljenih javnih sredstev, mora pa imeti to definirano v aktu o ustanovitvi. Vodstvo socialnega podjetja ne sme spregledati delavce pri deljenju dobička, kadar se za to odloči (Kmetijsko gospodarska zbornica Slovenije, 2013).

V ZSocP je jasno definirano, da mora ves čas svojega poslovanja socialno podjetje dosledno spoštovati prej omenjena načela socialnega podjetništva. Na tem mestu bi izpostavil dolgotrajno opravljanje dejavnosti za tip podjetja A z enim oziroma dvema zaposlenima. V primeru socialnega podjetja tipa B pa gre za zaposlovanje ranljivih skupin. Socialna podjetja običajno dobička ali presežka prihodkov nad odhodki ne razdelijo, ampak ga investirajo v zaposlene in dejavnost. Če pa se odločijo za delitev dobička ali presežka prihodkov nad odhodki ta delitev ne sme presegati dvajsetih odstotkov celotnega dobička oziroma presežka. Poslovne knjige morajo voditi skladno z zakonodajo in specifičnimi računovodskimi standardi za socialna podjetja oziroma predpisi, ki podrobno opredeljujejo računovodstvo za posamezno pravnoorganizacijsko obliko poročanja v skladu z 19. členom ZSocP.



## 2.5 Lastnosti socialnih podjetnikov

Nekateri avtorji so prepričani, da je socialno podjetništvo družbena inovacija, ki je povezala sinergijske učinke podjetništva in dobrodelništva. Socialno podjetništvo se je uveljavilo v zadnjem času, čeprav ima več sto letno zgodovino. Od podjetništva v klasičnem smislu se razlikuje po tem, da veliko resursov namenja razvoju socialnega kapitala. Posebno pozornost namenja inovativnosti in ustvarjalnosti deležnikov. Za doseganje tega so potrebni posebni načini vodenja osredotočeni na človeka. Socialni podjetniki imajo poseben pristop, ki je revolucionaren in razvojen. Njihov osrednji namen delovanja so rešitve in izboljšave v družbi. Čeprav je zadnje značilno za večino podjetnikov, pa socialne podjetnike ne žene zgolj želja po dobičku ampak širše družbene koristi (Kerlin, 2006, str. 9-20).

V zadnjih letih je socialno podjetništvo postalo globalno. Socialni podjetniki niso omejeni na eno državo ampak delujejo v različnih državah po svetu. Razlog za globalno delovanje je v tem, da se ljudje po svetu srečujejo s podobnimi težavami kot so: skrb za ostarele, neučinkoviti sistemi zdravstvene oskrbe in izobraževanja, materialna pomanjkanja, revščina, otroško delo in visoka stopnja kriminala (Smith, Besharov, Wessels, Chertok, str. 2012, 463-468).

V prvi vrsti mora imeti socialni podjetnik dobro razvit čut za prepoznavanje težav v družbi. Za njihovo reševanje mora biti inovativen in ustvarjalen. Številni avtorji poudarjajo, da mora imeti socialni podjetnik večino lastnosti klasičnega podjetnika, le da te lastnosti uporabi za izboljšave na socialnem področju. Nekateri mu pripisujejo lastnost »starša«, ki odgovorno skrbi za ranljivo družbeno skupino. Pomembno je, da je pripaden podjetju. Zavedati se mora pomembne vloge in prispevkov družbi. Inteligenco in znanje uporablja za njihovo preživetje. Skrbi za vključevanje ranljivih družbenih skupin v družbo. Preko svoje osebnosti, vztrajnosti in znanja vključuje v podjetje različne ljudi in s tem gradi mrežo povezav. Pri tem mora še vedno ostati podjetnik. Njegovi cilji morajo biti usmerjeni k zagotavljanju profita na pošten, trajnosten in družbeno odgovoren način (Kerlin, 2006, str. 9-20).

Različni avtorji izpostavljajo različne lastnosti socialnega podjetnika. Med njimi so pogosto omenjene naslednje (Smith, et al., 2012, 463-468):

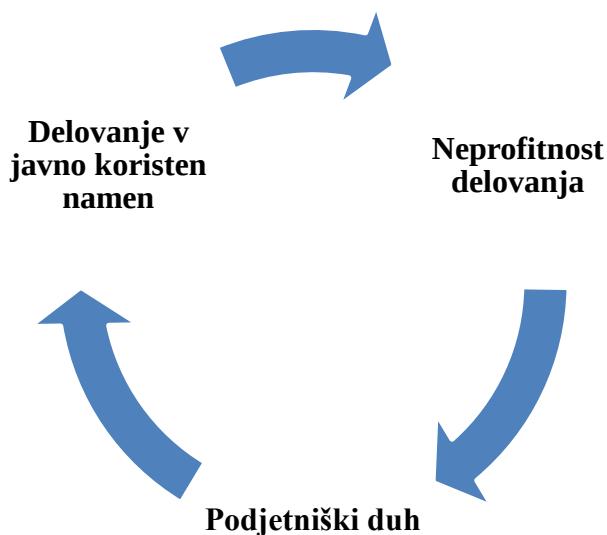
- Priznavanje zaslug drugih – v okviru poslovanja socialnega podjetja, mora socialni podjetnik za sodelovanje navdušiti tudi druge ljudi. Zato jih mora ustrezno nagraditi in jim dati priznanje za opravljeno delo.
- Samokritičnost – socialni podjetnik mora biti pripravljen sprejemati kritiko. Preko kritike mora biti pripravljen izboljševati samega sebe, kar pomeni konstanten proces prilagajanja novim razmeram.
- Zapustiti utečene tirnice – posla se mora lotiti na inovativen način. Socialni podjetniki gradijo socialno inovacijo izven utečenih organizacijskih smernic.

- Multidisciplinarno ravnanje – socialni podjetnik mora delovati neodvisno od obstoječih organizacijskih struktur. Graditi mora nove socialne povezave z inovativnimi kombinacijami virov.
- Prikrito delovanje – večina socialnih podjetnikov razvija in gradi svoj posel dolgo časa preden ga razširi med ljudi.

Mesojedec, et al., (2012) menijo, da pomembna merila za postavitve socialnega podjetja so kreativnost posameznika, podjetniške lastnosti, dobra ideja in etična osveščenost. Za prispevanje k skupnemu dobremu je zelo pomembna dobro razvita empatija socialnega podjetnika. Predpostavlja se določena moralna načela in socialni čut. Vse to je pomembno za delo z ranljivimi skupinami. Socialni podjetnik potrebuje pri svojem delovanju različna znanja. Nekatera lahko pridobi v procesih formalnega izobraževanja, veliko pa tudi preko neformalnega učenja, aktivnosti v prostem času ali preko prostovoljstva. Znanje ima ključno vlogo pri uspešnosti poslovanja socialnega podjetja.

Velik del avtorjev izpostavlja podjetniški duh, ki se odraža v samostojnosti socialnega podjetnika. Poslovanje socialnega podjetja je usmerjeno v etično produkcijo blaga in storitev. Pri tem deluje v javno koristne namene. Zasleduje načela trajnostnega poslovanja z vključevanjem deležnikov v vse faze poslovanja. Morebitne dobičke vloga v socialni kapital in širjenje podjetja (Eko Humanitatis, 2012), omenjene lastnosti ponazarja spodnja slika.

*Slika 3: Ključne lastnosti socialnega podjetnika*



*Vir: Eko Humanitatis, Šola socialnega podjetništva, 2012.*

Socialni podjetnik mora podobno kot klasični prepoznati priložnosti na trgu, pri tem je prilagodljiv, prepričljiv pri ravnanju in nagnjen k tveganju. Prepoznavati mora konflikte in nuditi rešitve problemov. Socialni podjetnik je lahko uspešen, če zna dobro spremljati

zunanje in notranje okolje. Pri delovanju mora biti zavezan moralnim načelom in predpisom. Brez slednjega hitro izgubi potrebno integriteto. Avtorji so prepričani, da dobre socialne podjetnike loči od slabih naslednje lastnosti; inovativnost preko konstantnega dajanja predlogov za izboljšave obstoječega poslovanja, drugačno razmišljanje od ostalih, iznajdljivost in občutek za prepoznavanje poslovnih priložnosti na trgu (Frumkin, 2013, str. 372).

Mesojedec, et al., (2012) poudarjajo, da kot vsak podjetnik mora biti tudi socialni podjetnik vztrajen in predan cilju podjetja. Pri delovanju mora biti dobro motiviran, saj z zgledom navdušuje ostale deležnike. Uspešen socialni podjetnik mora imeti razvite sposobnosti organiziranja in vodenja: jasno opredeljevanje nalog in njihovo delegiranje, postavljanje prioritet, učinkovito načrtovanje in organiziranje delovnih situaciji, ustrezno koordiniranje manj učinkovitih zaposlenih, uspešno razreševanje napetosti med zaposlenimi in poznavanje osnov mediacije, upoštevanje časovnih rokov, prepoznavanje in priznavanje dobro opravljenega dela, delovanje v okviru razpoložljivih resursov, odkrivanje potencialov pri sodelavcih, dajanje ustreznih povratnih informaciji, spodbujanje kooperativnosti, dajanje zgleda z lastnimi vedenjem in navduševanje za doseganje postavljenih ciljev.

Pri dobrem vodenju socialnega podjetja in skrbi za ugled, socialni podjetnik potrebuje dobro razvite komunikacijske veščine. Slednje vključuje obvladovanje tujih jezikov, telefonsko, medosebno in pisno komunikacijo. Našteto je povezano s spodobnostjo marketinga in prodaje proizvodov in storitev socialnega podjetja. Za uspešno trženje potrebuje dobro razvite pogajalske sposobnosti, občutek za povezovanje z ljudmi, zaznavanje potreb kupcev, graditev zaupanja, prodajne sposobnosti in konstantno spremljanje razmer na trgu. Pri vsakdanjem delu mora socialni podjetnik obvladovati računalniška znanja, ki so v pomoč pri analitiki in komunikaciji z deležniki (Frumkin, 2013, str. 372-373).

Številni avtorji pogosto omenjajo tudi sposobnosti finančnega menedžmenta. Sem sodi poznavanje možnih načinov financiranja in iskanja finančnih virov, učinkovito razporejanje obstoječih sredstev in dobro načrtovanje finančnega poslovanja. V omenjeno skupino veščin sodijo tudi poznavanje osnov knjigovodstva in računovodstva. Prav tako je potrebno osnovno poznavanje pravnega okolja v katerem deluje socialno podjetje (Smith, et al., 2012, str. 463-478).

Frumkin, (2013) izpostavlja, da mora socialni podjetnik delovati timsko. Ključno je učinkovito oblikovanje tima, spodbujanje k sodelovanju med člani tima, upoštevanje potreb in prispevkov drugih članov tima. V pomoč mu je lahko strateško razmišljanje, načrtovanje, analiziranje, ocenjevanje, iskanje informaciji in usmerjenost k dosežkom. Nujna je tudi družbena empatija. Poznavanje trendov dolgoročnega razvoja družbe, poznavanje virov informacij za zajem družbenih problemov, sposobnost prepoznave in definiranja družbenega problema, razumevanje procesa oblikovanja družbeno inovativnih rešitev, ocena stanja in analiza tveganj za rešitev problema in poznavanje ocenjevanja učinka podjetniške dejavnosti.

Večina avtorjev se strinja, da socialni podjetnik potrebuje vrsto formalnih in neformalnih znanj za uspešno delovanje. Čeprav ni osnovni namen poslovanja socialnega podjetja ustvarjanje dobička, mora socialni podjetnik pogosto delovati podobno kot klasični podjetnik, če želi, da se socialno podjetje uspešno razvija na trgu. Največja razlika med njima je v etičnosti delovanja in socialnemu občutku za družbo in razumevanje njenih potreb (Smith, et al., 2012, str. 436-439).

## **2.6 Socialno podjetništvo v primerjavi s komercialnim**

Vse organizacije ustvarjajo vrednost ne glede na njihovo profitno ali neprofitno naravnost. V zadnjih desetletjih pa so jih zaznamovale številne spremembe v svetu. Večina avtorjev izpostavlja zmanjševanje dosedanjih resursov, pojav novih dejavnosti, kot je socialno podjetništvo ter težja dostopnost do finančnih virov. Vse naštetu predstavlja izzive za socialne podjetnike, ki generirajo vrednost iz socialne, ekonomske in okoljske komponente (Austin, Stevenson, Wei-Skillern, 2006, str. 3). Čeprav obstajajo številne podobnosti med socialnim in klasičnim podjetništvom, pa obstajajo tudi določene razlike, ki jih bom izpostavil v nadaljevanju.

### **2.6.1 Razlike med socialnim in komercialnim podjetništvom**

Klasično podjetništvo se od socialnega razlikuje že v sami osnovi. Teorije komercialnega podjetništva temeljijo na predpostavki o sebičnih ekonomskih akterjih, ki svoje napore usmerjajo v doseganje tržnih prednosti za podjetje. Za razliko od socialnega podjetništva, ki daje večji pomen socialnim vprašanjem. Glavni namen socialnega podjetništva ni v doseganju konkurenčnih prednosti (Williams & Nadin, 2012, str. 1-17).

Po mnenju Williams in Nadin (2012) v sodobni ekonomiji poznamo podjetja, ki se jih upravlja na različne načine. Med te štejeta partnerska podjetja, javna podjetja in družinska podjetja. Pri omenjenih podjetjih vidita skupno lastnost v samem načinu vodenja in branjenju interesov vodstva. Ne glede na to kakšna je lastniška struktura podjetji. Podobne vzorce sta zaznala tako pri klasičnih delničarjih, lastnikih podjetja ali partnerjih v podjetju. V ospredju so interesi lastnikov in vodstva v manjši meri pa zaposlenih in deležnikov iz lokalnega okolja.

Pri socialnem podjetništvu pa avtorji navajajo povsem druge ugotovitve. Čeprav gre še vedno za podjetniško dejavnost se ne brani vodstva in lastnikov podjetja. Socialni podjetniki zasledujejo višje cilje. Pri tem delujejo v korist ranljivih družbenih skupin in celotne družbe. Ustvarjeno vrednost ne razdelijo med lastnike. Presežek prihodkov nad odhodki vlagajo v širjenje dejavnosti, odpiranje novih delovnih mest z višjo dodano vrednostjo in izobraževanje ter usposabljanje zaposlencev. Avtorji so prepričani, da je ključna razlika v poslanstvu socialnega podjetja, ki se razlikuje od klasičnega podjetništva. Pri tem se strokovnjaki

strinjajo, da socialno podjetništvu nadgrajuje in izpopolnjuje klasično podjetništvo (Estrin, Mickiewicz & Stephan, 2013, str. 479-502).

Kot navajajo avtorji (Austin, Stevenson, Wei-Skillern, 2006, str. 3), obstajajo vsaj tri ključne razlike med socialnim in klasičnim podjetništvom naštet v nadaljevanju.

*Mobilizacija resursov* – pri pridobivanju resursov imajo klasični podjetniki večje možnosti, tako pri finančnih sredstvih kot pri iskanju zaposlencev. Potencialnim vlagateljem je osrednji motiv donos na vložena sredstva. Pri socialnem podjetništvu pa ni osrednji namen skrb za donosnost vloženih sredstev. Podobno je pri ravnanju z zaposlenimi, kjer socialni podjetniki težko zagotavljajo tržne plače. Delo pogosto opravljajo prostovoljci.

*Poslanstvo* – pri tem gre za celostno usmeritev podjetja. Pri klasičnem podjetništvu je osrednji namen ustvarjanje dodane vrednosti za lastnike podjetja. Nekateri avtorji izpostavljajo zasledovanje čim večje tržne vrednosti podjetja. Za razliko od socialnega podjetništva, ki zasleduje širše družbene in socialne koristi.

*Mere uspešnosti* – v klasičnem podjetništvu so mere učinkovitosti in uspešnosti dobro opredeljene. V strokovni literaturi obstajajo ustaljeni postopki in merila za prepoznavanje poslovnega uspeha. Večinoma podjetja merijo uspešnosti preko dobička v primerjavi z vloženimi sredstvi. Za razliko od klasičnega podjetništva se socialna podjetja srečujejo z zahtevnejšimi sistemi merjenja uspešnosti - postopki niso tako jasno opredeljeni.

## **2.6.2 Kapital v socialnih podjetjih**

Socialna podjetja zasledujejo različne tržne in poslovne pristope za udejanjanje trajnostnega poslovanja s pozitivnimi družbenimi učinki. Običajno ne uspejo generirati zadostnih sredstev za širitev dejavnosti in povečevanje obsega poslovanja. Sredstva za širitev si morajo pridobiti ali izposoditi na finančnih trgih. Pri tem se lahko poslužujejo novih oblik financiranja, ter se tako v največji možni meri posvetijo ključnim področjem njihovega poslovanja (Mair, Robinson & Hockerts, 2006).

Socialna podjetja se lahko financirajo s kapitalom, ki zasleduje dolgoročne poslovne uspehe. Tako si pridobijo čas za razvoj poslovnega modela, ki bo uspešno deloval na trgu. Z uporabo tako imenovanih alternativnih virov financiranja, lahko socialna podjetja prenesejo del tveganja na investitorja, ki lahko izgubi vložena sredstva. Večina avtorjev se strinja, da je pri tem ključnega pomena, da se tveganja z uporabo alternativnih finančnih instrumentov, prenesejo razpršeno med vlagatelje. Tako lahko investitorji zmanjšujejo lastna poslovna tveganja. V nasprotnem primeru se zaradi prevelikih tveganj izgub niti ne bi odločili za sodelovanje (Črnak Meglič, 2009, str. 12).

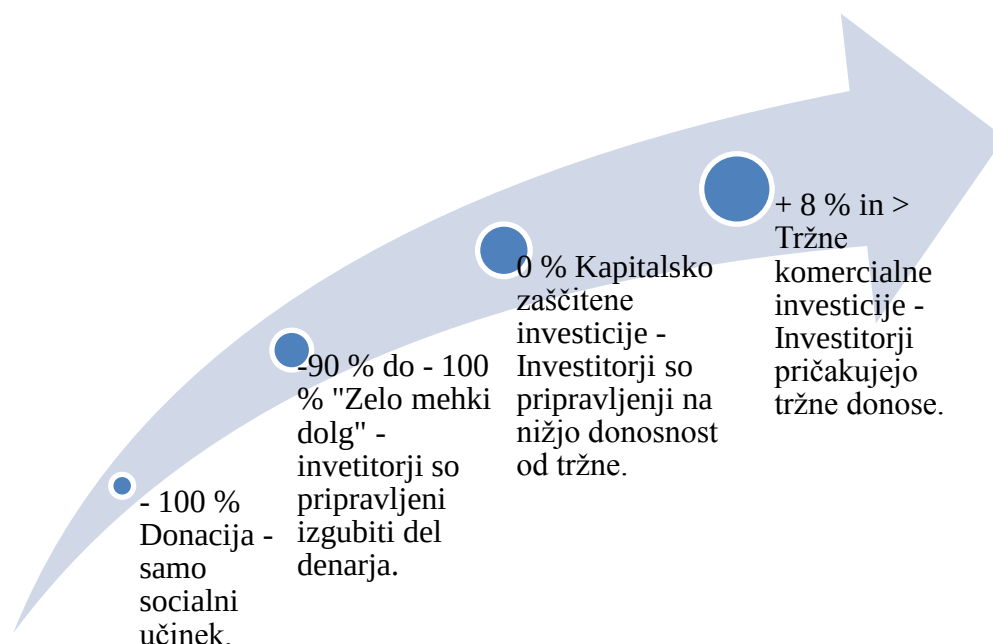
Večina avtorjev navaja, da so se v zadnjih desetih letih pojavili vlagatelji, katerih osrednji namen ni v maksimiziranju finančnih donosov vloženih sredstev. Poslovni model utemeljujejo z družbenim pomenom in trajnostnimi posledicami tako vloženih sredstev. Za razliko od običajnih vlagateljev zasledujejo širše družbene cilje. Omenjeni vlagatelji se razlikujejo tudi od uveljavljenega modela filantropije pri katerem podjetja maksimizirajo dobiček in ga del namenijo dobrotelnim organizacijam. Ti vlagatelji pa skušajo razviti svoj poslovni model na način, da že v okviru rednega poslovanja poleg zasledovanja dobička, sledijo širšim družbenim interesom (Mair, Robinson & Hockerts, 2006).

Vložena sredstva se tako uporabljajo za uveljavljanje legitimnih interesov vlagatelja in njihovo finančno povrnitev ob hkratnem zadovoljevanju okoljskih in socialnih koristi. V tem primeru ne gre za enkratno podarjena donatorska sredstva. Večina vlagateljev se zaveda, da običajno socialna podjetja ne morejo zagotoviti tržnih donosnosti, ki so značilne za klasična podjetja. Razliko med tržno in pričakovano donosnostjo upravičijo s širšimi družbeno ekonomskimi učinki njihovega ravnanja, kar je skladno s poslanstvom socialnega podjetja (Wendy, 2011).

Na trgu pa obstajajo tudi socialna podjetja, ki so zmožna tekmovati s klasičnimi podjetji in ponuditi tržno donosnost na vložena sredstva. Takšna podjetja imajo prost vstop na kapitalske trge. Vlagatelji v tem primeru zaznavajo trajnostni učinek kot dodatno korist vloženih sredstev. Socialno podjetje tovrstne investitorje prepričuje predvsem z obljubo zahtevanega tržnega donosa na vložena sredstva. Pri tem velja omeniti, da za socialna podjetja, ki sodijo v skupino, ki ponuja vlagateljem nižje donose od tržnih, ponudba kapitala raste. Omenjeni del finančnega trga pokrivajo trajnostno naravnani investitorji, ki poleg finančnih koristi zasledujejo tudi širše družbene učinke in jim to prinaša osebno zadovoljstvo (Mesojedec, et al., 2012).

Mesojedec, et al., (2012) menijo, da za socialna podjetja, ki iščejo predvsem podarjena sredstva, torej kapital v obliki nepovratnih sredstev, pa vse več vlagateljev zahteva nadgrajene oblike poslovanja in na svoje naložbe gledajo kot »naložbe«, ki podpirajo podjetniške pristope k reševanju družbenih problemov. Relativno novo področje vlaganja je še v začetnih fazah razvoja. Glavna razlika od ostalih pristopov je, da ne glede na to, kateri način financiranja se uporablja, socialni investitorji vse bolj sledijo običajnemu razmišljanju vlagateljev. Poslužujejo se običajnih meril finančnih donosnosti, skupaj z merili trajnostnih učinkov na družbo in okolje. Spodnja slika 4 prikazuje spekter socialnega investicijskega kapitala vse od donacije, kjer se ne pričakuje vračila in gre samo za socialni učinek, do tržne - komercialne investicije, kjer investitor pričakuje tržne donose. Vsekakor pa velik del kapitala iz omenjenega investicijskega spektra sledi trajnostnim učinkom investiciji na družbo in okolje.

Slika 4: Spekter socialnega investicijskega kapitala



Vir: T. Mesojedec et al., *Socialno podjetništvo*, 2012.

Spekter socialnega investicijskega kapitala ponuja kapital, katerega stopnje donosnosti se začnejo pri minus sto odstotkov, kjer so sredstva podarjena brez pričakovanih povračil, do običajnih tržnih donosnosti, ki segajo nekje do osem odstotkov ali celo več pri nekaterih delniških naložbah. Velik del kapitala iz omenjenega investicijskega spektra sledi trajnostnim učinkom investiciji. Večina avtorjev sem uvršča družbe tveganega kapitala in etične banke, ki imajo v investicijskih politikah opredeljene dolgoročne družbeno ekonomske učinke. Večina socialnih investorjev zahteva podrobno opredelitev trajnostnih učinkov vloženih sredstev. V spekter socialnega investicijskega kapitala pa ne spadajo klasično tržno usmerjeni investitorji, ki jih zanima le poslovna uspešnost podjetja in finančna donosnost njihove investicije (Mesojedec, et al., 2012).

### 3 ANALIZA STANJA NA PODROČJU SOCIALNEGA PODJETNIŠTVA V SLOVENIJI

Socialno gospodarstvo spada med najhitreje rastočo panogo v Evropski uniji. Po uradnih podatkih za to pristojnih evropskih instituciji zaposluje več kot enajst milijonov ljudi. Slednje predstavlja 6 % delovno aktivnega prebivalstva. V zadnjem desetletju je eno od šestih podjetji socialno podjetje. Med državami članicami izstopajo po številu socialnih podjetji naslednje države: Belgija, Finska in Danska. Hitra rast omenjene panoge gre tudi na račun politik evropske unije, ustvarjanju pogojev za socialna podjetja in nekaterimi pobudami kot

so; Akt za enotni trg, Evropska Platforma za boj proti revščini, Unija za inovacije ter posredno tudi iniciativa Nove veščine za nova delovna mesta (Podmenik, et al, 2013, str. 5).

Obsežna raziskava iz leta 2009 »*Global Entrepreneurship Monitor Report on Social Entrepreneurship*« (Terjesen, et al, 2009) razkriva, da se v okviru Evropske unije v povprečju eno od štirih podjetji lahko opredeli za socialno podjetje. Omenjena raziskava izpostavlja, da so socialna podjetja bolj konkurenčna in produktivna. V splošnem učinkoviteje ravnaajo z resursi in skrbijo za trajen in uravnotežen razvoj družbe. V večini evropskih držav postaja socialno podjetništvo in nasploh socialna ekonomija pomemben dejavnik družbenega razvoja. Ponuja številne odgovore na ekonomska in socialna vprašanja. V EU (15) omenjeni sektor zaposluje devet milijonov ljudi, kar predstavlja deset odstotkov zaposlenih in generira deset odstotkov BDP-ja je še pokazala omenjena raziskava.

Povsem drugačne pa so razmere v Sloveniji, kjer je socialna ekonomija in socialno podjetništvo prisotno, deluje pa nepovezano in zaposluje bistveno manj ljudi. Zaradi nerazvitosti nima tolikšne socialno vključevalne moči. Zaznati je pomanjkanje zavedanja pri odločevalcih o pomembnosti ekonomskega in socialnega ravnovesja, ki ga prinaša socialna ekonomija v družbo (Podmenik, et al, 2013, str. 5).

V Sloveniji je koncept socialne ekonomije še v začetnih fazah razvoja. Socialna podjetja postajajo prepoznavna šele v zadnjem času. Pri tem velja omeniti, da ima Slovenija dolgo tradicijo različnih oblik socialnega podjetništva, večina se jih tudi ujema s sodobnimi definicijami socialnega podjetništva. Med njimi velja izpostaviti prve delavnice za invalide, ki so bile ustanovljene po drugi svetovni vojni. Še starejše so kmetijske zadrage, ki so bile ustanovljene že v 19. stoletju. Veliko je tudi nevladnih organizacij, po podatkih Ajpesa preko 24.000, vendar večinoma ne opravljajo gospodarske dejavnosti, zato jih ne moremo uvrstiti v okvir socialnega podjetništva. Srečujejo se s problemi povezanimi z neustrezno zakonsko opredelitvijo, ki jim onemogoča generiranje novih delovnih mest in podjetniško udejstvovanje. Kljub temu pa so ravno nevladne organizacije pogosto podpornice socialnega podjetništva. Z namenom krepitve in širšega priznanja socialnega podjetništva je bila leta 2012 sprejeta ustrezna zakonodaja, ki naj bi uredila področje socialnega podjetništva (Podmenik, et al, 2013, str. 6).

Kljub sprejeti zakonodaji in nekaj primerom dobre prakse je socialno podjetništvo v Sloveniji v velikem zaostanku v primerjavi z evropskimi državami. Do omenjene ugotovitve sta prišla v poročilu socialne vključenosti na lokalni ravni prek socialne ekonomije za Slovenijo, priznana avtorja; prof. Roger Spear z britanske univerze The Open University in Giulia Galera, raziskovalna koordinatorka italijanskega inštituta za raziskovanje socialnega podjetništva Euricse. Spear in Galerova še ugotavljata, da je pojem socialnega podjetništva pri nas slabo razumljen. Besede kot so socialna ekonomija, socialno podjetništvo in socialno podjetje pri ljudeh zaradi socialistične zgodovine vzbujajo neodobravanje pri razumevanju



izrazov in vsesplošno zmedo. Za razliko so omenjeni izrazi v drugih delih Evropske unije pravilno prepoznani in zelo cenjeni (Stritar, 2011).

### 3.1 SWOT analiza

S sprejetjem nacionalne zakonodaje o socialnem podjetništvu je področje dobilo normativni okvir, ki mu daje širšo politično priznanje pri samem razvoju v prihodnje. Ustrezna zakonodaja je velika pridobitev in temelj kakovostnega razvoja. Kljub dobri zakonski ureditvi pa je ostalo še veliko težav s katerimi se bo potrebno soočiti v prihodnjih letih. Pozna se dolgoletna odsotnost sistematične podpore pri samem razvoju dejavnosti. Velik problem predstavlja tudi slabo poznavanje načel socialnega podjetništva in premajhno zavedanje o pomenu socialnega podjetništva, ki ga ima na uravnotežen razvoj družbe. V nadaljevanju bom s pomočjo SWOT analize proučil prednosti in slabosti ter priložnosti in nevarnosti v socialnem podjetništvu v Sloveniji.

SWOT analiza je analiza prednosti, slabosti, priložnosti in nevarnosti (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*). Uporablja se predvsem v podjetništvu z namenom načrtovanja strategij, lahko pa jo uporabimo tudi v analizi določenih panog. Prednosti in slabosti so bistveni del interne analize z namenom identifikacije v razvoj vključenih resorjev, programov in njihovega delovanja oziroma organizacije ključnih področji razvoja panoge. Med tem ko nevarnosti in priložnosti omogočajo prepoznavanje zunanjih nevarnosti in priložnosti, ki jih ponuja širše okolje in na katere običajno nimamo vpliva (De Witt & Meyer, 2004).

#### 3.1.1 Prednosti

Številni domači avtorji poudarjajo, da med Slovenci prevladuje močan čut za solidarnost in sočloveka. Slednje se vedno znova potrjuje v stiskah posameznikov, ko ljudje preko različnih organizacij pomagajo prizadetim ob naravnih in drugih nesrečah. Solidarnost je razvidna tudi iz tradicije in utečenih oblik socialnega podjetništva v preteklosti. Posledično sem lahko uvrščamo različne zasebne zavode, zaposlitvene centre, invalidska podjetja in dobro razvito zadružništvo. Pri pregledu različnih statistik sem opazil, da je v zadnjih dvajsetih letih obstajal relativno stabilen obseg organizacij socialne ekonomije (Ministrstvo za delo, družino, socialne zadeve in enake možnosti, 2013).

Veliko prednost socialnemu podjetništvu je predstavljalo sprejetje Zakona o socialnem podjetništvu. Zakon o socialnem podjetništvu zagotavlja socialnim podjetjem poseben status, ki ga lahko ob izvrševanju zahtev pridobi neprofitna pravna oseba. S statusom pa so zagotovljene tudi določene prednosti pri pridobivanju javnih sredstev. Po sprejetju zakona je bil oblikovan Svet za socialno podjetništvo, kot ključen dejavnik pri kreiranju ustreznih politik. Postavljeni cilji tovrstnega podjetništva omogočajo umestitev le tega v širok spekter dejavnosti (Podmenik, et al, 2013, str. 6).

Država ponuja pestro paleto spodbud in ukrepov za zaposlovanje ciljnih skupin, invalidov in težje zaposljivih brezposelnih oseb. Zakonodaja omogoča pridobitev koncesij za razvoj socialnih storitev in podpore socialnemu podjetništvu. Nekateri avtorji med prednosti uvrščajo tudi podpirne organizacije kot so regionalne razvojne agencije, ki v zadnjih letih uspešno spodbujajo razvoj socialnega podjetništva v manj razvitih regijah. V omenjeno kategorijo prednosti spadajo tudi vstopne točke VEM, kjer dobijo socialni podjetniki vse potrebne informacije na enem mestu. V zadnjem času je bilo veliko tudi ukrepov za investicijske podpore socialnemu podjetništvu na podeželju (Stritar, 2011).

V sklop prednosti lahko uvrstimo tudi prizadevanja Evropske unije, ki daje velik poudarek projektom razvoja socialnega podjetništva in socialne vključenosti ranljivih skupin oseb na trgu dela. Omenjene projekte sofinancira Evropski socialni sklad iz veljavne finančne perspektive 2013 – 2020, v kateri so bila sredstva za socialno podjetništvo še povečana. V sklop pomoči na ravni Evropske unije lahko uvrščamo tudi pobudo Od zibelke do zibelke ang. »*Cradle to Cradle*«, ki skrbi za prenos znanja in dobrih praks delovanja med socialnimi podjetji. Poleg tega obstaja množica evropskih iniciativ v lokalnem okolju, ki se med seboj povezujejo in tako skrbijo za prenos znanja (Holmen & Mizzi, 2013).

### **3.1.2 Slabosti**

V skupino slabosti socialnega podjetništva v Sloveniji lahko uvrstimo nepravilno uporabo in zmedo pri rabi izrazov vezanih na namen, načela in cilje socialnega podjetništva. Pojem socialnega podjetništva je pri nas slabo razumljen. Izrazi kot so socialna ekonomija, socialno podjetništvo in socialno podjetje pri ljudeh zaradi socialistične zgodovine vzbujajo neodobravanje pri razumevanju izrazov in vsesplošno zmedo. Deloma je k temu prispevalo tudi nezadostno dojetje pomena in umestitve socialnega podjetništva ter njegovih prednosti na regionalni kot tudi nacionalni ravni. V preteklih letih vlade v socialnem podjetništvu niso videle potenciala. Zato je bilo področje dolgo časa zakonsko neurejeno (Ministrstvo za delo, družino, socialne zadeve in enake možnosti, 2013).

Med slabosti lahko uvrstimo tudi nezadostno razvite mehanizme statističnega in analitičnega spremljanja socialnega podjetništva. Podrobno spremljanje stanja je pomembno pri vstopu novih socialnih podjetnikov v panogo, ki se običajno zanašajo na pretekle statistične podatke. Nekateri socialni podjetniki med slabosti uvrščajo neenako obravnavo določenih pravnih oblik socialnega podjetništva, pri pomoči za spodbujane podjetništva in pri dostopu do uporabe instrumentov podpornega okolja za socialno podjetništvo. Navajajo pa tudi nepovezanost civilne družbe z gospodarstvom. Težavo predstavlja zahtevna, razpršena in med seboj slabo usklajena zakonodaja. To pa vpliva na razpršenost in nepovezanost sredstev za izvajanje zastavljenih ukrepov v strategijah (Podmenik, et al, 2013, str. 6).

Socialni podjetniki med slabosti uvrščajo ne preveč stimulatívne davčne olajšave in neenako obravnavo določenih pravnih oblik socialnega podjetništva. Obstoječi podporni mehanizmi so med sabo nezadostno povezani in slabo osredotočeni v odkrivanje priložnosti za razvoj

socialnega podjetništva kot pospeševalca gospodarske rasti. Podobno je opaziti pomanjkanje podjetniškega pristopa pri razvoju pobud za prepoznavnost produktov in storitev socialnega podjetništva. Iniciative bi morale biti med sabo bolj povezane, kar bi prineslo določene sinergijske učinke. Ena večjih slabosti so tudi nezadostno usposobljeni managerji v socialnih podjetjih. Na trgu je zelo težko dobiti managerje usposobljene za delo v neprofitni organizaciji. Od njih so zahtevana določena znanja, ki jih managerji v klasičnih podjetjih ne potrebujejo (Ministrstvo za delo, družino, socialne zadeve in enake možnosti, 2013).

### 3.1.3 Priložnosti

Med večje priložnosti socialnega podjetništva številni avtorji uvrščajo splošno evropsko prepoznan potencial za prispevek k vzdržni gospodarski rasti. V obdobju zadnje finančne in gospodarske krize se je izkazalo, da socialno podjetništvo predstavlja enakovredno alternativo večinskim gospodarskim oblikam. V zadnjih letih se je na evropski ravni oblikovala sistemska finančna in vsebinska podpora. Evropska unija si skupaj z vsemi njenimi institucijami prizadeva za vzpostavitev okolja, kjer bi bil možen razvoj socialnega podjetništva. Na podlagi usmeritev Evropske unije, so bili v preteklih letih oblikovani socialnemu podjetništvu prilagojeni finančni instrumenti in programi. Pri tem številni avtorji poudarjajo, da bo socialno podjetništvo v prihodnjih letih postalo glavni generator regionalnega in lokalnega razvoja (Holmen & Mizzi, 2013).

V skupino priložnosti lahko uvrščamo tudi povečano prepoznavnost socialnega podjetništva v javnosti. Povečalo se je vedenje o načelih socialnega podjetništva in njegovemu doprinosu družbi. Zlasti v času zadnje gospodarske krize se je izkazalo, da je okolje postalo odprto za socialno in delovno vključevanje oseb iz najbolj prizadetih skupin. Te osebe v času, ko je veliko brezposelnih, še težje dobijo primerno zaposlitev. Priložnost predstavlja tudi hitro staranje prebivalstva in potrebe starejših ljudi po varstvu, zdravstveni oskrbi in vključevanju v družbo. Zato so številni strokovnjaki enotnega mnenja, da ima na tem področju socialno podjetništvo velik potencial. Poznavalci omenjajo kot priložnosti posodobitev javnega naročanja na način doseganja pozitivnega socialnega učinka, podobno kot zeleno javno naročanje in vodnik Kupuj socialno v ang. »*Buying Social*« (Holmen & Mizzi, 2013).

Nove priložnosti so prav tako v povezovanju socialnih podjetji s klasičnimi družbeno odgovornimi podjetji. Na tem področju bi lahko prišlo do prenosa znanj in določenih resursov med podjetji. Sodelovanje profitnega podjetja s socialnim bi omogočilo obojestranske koristi. Zakonodajalec bi moral odpraviti administrativne ovire v postopku izvajanja Zakona o socialnem podjetništvu. Nato se navezujejo tudi spremembe zakonodaje s področja podpornega okolja za podjetništvo. Tako bi lahko socialna podjetja lažje dostopala do instrumentov podpornega okolja. S spremembo zakonov bi se odprle številne priložnosti za nova socialna podjetja (Ministrstvo za delo, družino, socialne zadeve in enake možnosti, 2013).

### **3.1.4 Nevarnosti**

Nevarnost socialnemu podjetništvu predstavlja uporaba načel in mehanizmov na način, ki ni v skladu z vrednotami in načeli socialnega podjetništva. Zloraba socialnega podjetja za nemoralna početja lahko okrne ugled celotne panoge. Socialna podjetja običajno poslujejo v lokalnem okolju, zato je za njihov dolgoročen obstoj bistvenega pomena zaupanje med potencialno stranko in podjetjem. Zlasti občutljivo je področje ravnanja z zaposlenimi iz ranljivih skupin. Nasploh socialna podjetja ne smejo postati kratkoročne rešitve za razvojne probleme, ki se bi jih moralo reševati sistemsko na ravni države. Slednje je najbolj prišlo do izraza ob gospodarski krizi, ko se je povečalo število brezposelnih oseb (Stritar, 2011).

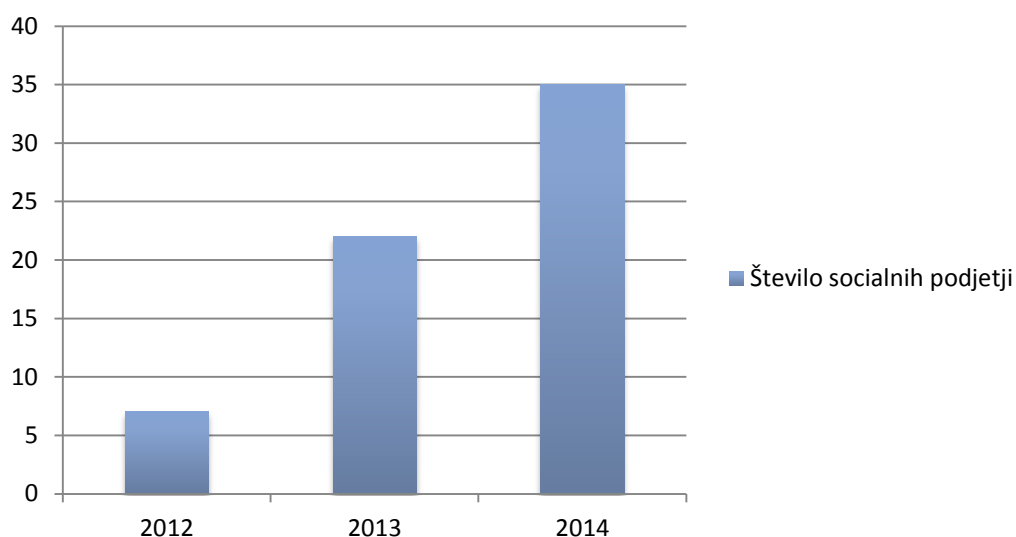
Nevarnost socialnemu podjetništvu predstavlja tudi njegovo enačenje z nevladnim sektorjem. Zato je bistvenega pomena pravo ustvarjanje podobe v javnosti preko medijev. Prevečkrat se pozablja, da socialna podjetja poslujejo na trgu pod enakimi pogoji kot klasična podjetja. Prav tako bi bilo neutemeljeno enačiti socialno podjetništvo s socialno politiko. Gre za dva povsem različna pojma, ki se prepletata samo na nekaterih področjih delovanja (Mesojedec, et al., 2012).

V skupino nevarnosti strokovnjaki uvrščajo še nezadostno prepoznan potencial socialnega podjetništva na ravni ministrstev, ki v skladu z Zakonom o socialnem podjetništvu omogočajo izvajanje politike razvoja, neusklajeno vsak na svojem področju. Slednje predstavlja problem pri prijavljanju na razpise in pridobivanju javnih sredstev. Velika nevarnost socialnemu podjetništvu je tudi nadomeščanje javnih storitev, ki jih ne moremo enačiti s podjetniško logiko (Ministrstvo za delo, družino, socialne zadeve in enake možnosti, 2013).

## **3.2 Finančna analiza**

V nadaljevanju sledi analiza socialnih podjetij v Sloveniji, s poudarkom na finančni analizi. Na dan 1. 1. 2015 je bilo v Sloveniji registriranih 63 socialnih podjetji. Njihovo število se je v preteklih letih hitro povečevalo. Nova zakonodaja in gospodarska kriza sta pripomogla k večjemu zanimanju podjetnikov za tovrstno obliko podjetništva. Iz spodnje slike je razvidna hitra rast socialnih podjetji v preteklih treh letih, po sprejetju ustrezne zakonodaje v letu 2012. Po trenutno dostopnih podatkih se je intenzivna rast nadaljevala tudi v letu 2015, ko se je za vstop v socialno podjetništvo odločilo še več podjetnikov.

*Slika 5: Število novo registriranih socialnih podjetji po letih*



*Vir: MDDSZ, Seznam socialnih podjetji, 2014.*

Finančne podatke sem pridobil za 36 aktivnih subjektov. Glavni viri sekundarnih podatkov so bili Ministrstvo za delo, družino, socialne zadeve in enake možnosti, Agencija Republike Slovenije za javnopravne evidence in storitve v nadaljevanju AJPES, poslovni spletni portal GVIN in spletna aplikacija Supervizor. Pri analizi sem uporabil zadnje razpoložljive finančne podatke iz leta 2013.

Iz omenjenih virov sem pridobil podatke o naslednjih spremenljivkah: pravno organizacijska oblika, dejavnost, celotni prihodki, čisti poslovni izid, sredstva, kapital, ustanovitveni vložek, povprečno število zaposlenih na podlagi obračunskih ur, dodana vrednost na zaposlenega, delež dolgov v financiranju, čista donosnost kapitala, čista donosnost sredstev, prejemki od proračunskih uporabnikov, bonitetna ocena in plačilni indeks. Zaradi same narave poslovanja socialnih podjetji ni bilo vseh podatkov pri dodani vrednosti na zaposlenega, bonitetni oceni in plačilnemu indeksu. Ostale spremenljivke pa sem pridobil za vsa socialna podjetja vključena v analizo.

### **3.2.1 Osnovni finančni podatki in kazalniki**

Proučevanih 36 podjetji je ustvarilo 6.344.745 EUR celotnih prihodkov z 8.133.970 EUR sredstev. V letu 2013 so generirala 61.522 EUR čistega poslovnega izida. Njihov kapital je znašal 1.322.168 EUR. Število zaposlenih v socialnih podjetjih na podlagi obračunskih ur je znašalo 193,08. Iz zgornjih podatkov je razvidno, da socialna podjetja v Sloveniji predstavljajo relativno majhen delež gospodarstva. V spodnji tabeli so prikazani osnovni finančni podatki po posameznih socialnih podjetjih. Razvrščena so po prihodkih, na vrhu tabele je socialno podjetje z največjimi celotnimi prihodki v letu 2013. Pri tem velja omeniti velike razlike med posameznimi subjekti.

Tabela 4: Osnovni finančni podatki

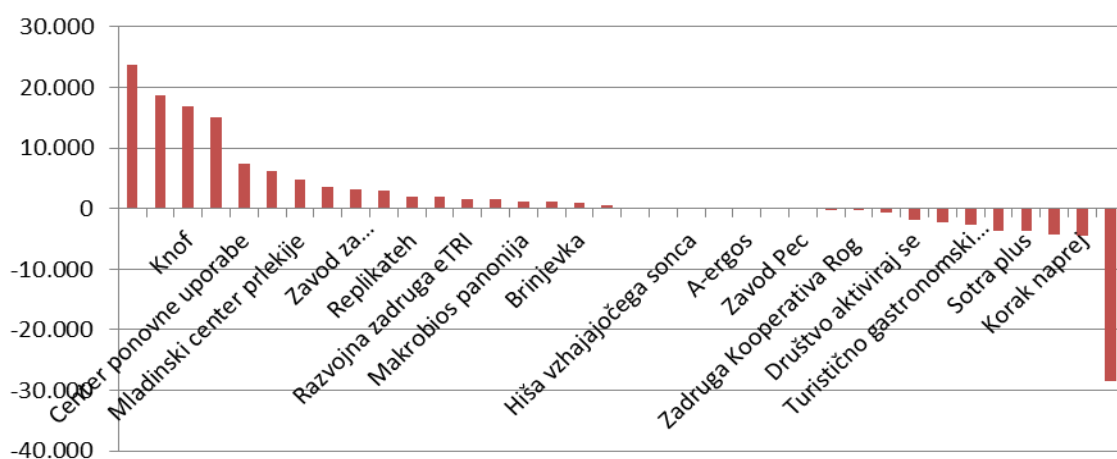
| IME SOCIALNEGA PODJETJA              | CELOTNI PRIHODKI (EUR) | ČISTI POSLOVNI IZID (EUR) | SREDSTVA (EUR)   | KAPITAL ALI VLOŽEK (EUR) |
|--------------------------------------|------------------------|---------------------------|------------------|--------------------------|
| Sonček                               | 3.828.165              | 2.885                     | 6.066.005        | 788.841                  |
| Mozaik                               | 789.685                | 18.682                    | 436.270          | 95.575                   |
| Fundacija Vincenca Drakslerja        | 249.753                | 23.612                    | 1.021.478        | 269.972                  |
| EPEKA                                | 176.136                | 1.862                     | 53.537           | 1.639                    |
| Knof                                 | 167.643                | 16.871                    | 24.067           | 210                      |
| Replikateh                           | 145.294                | 2.040                     | 103.810          | 33.845                   |
| Gostinstvo in turizem na Planoti     | 116.745                | 1.597                     | 22.987           | 800                      |
| Center ponovne uporabe               | 89.861                 | 7.488                     | 46.032           | 15.183                   |
| Sotra plus                           | 79.504                 | -3.750                    | 60.497           | 850                      |
| Center alternativne produkcije       | 78.087                 | -28.396                   | 48.844           | 44.339                   |
| Mladinski center prlekije            | 72.284                 | 4.824                     | 4.824            | 4.824                    |
| Brinjevka                            | 70.963                 | 884                       | 25.753           | 8.384                    |
| Društvo Terne Roma                   | 59.195                 | 6.211                     | 71.929           | 6.211                    |
| Korak naprej                         | 50.851                 | -4.411                    | 2.278            | 0                        |
| Romsko društvo Romano Pralipe        | 50.615                 | 1.164                     | 8.848            | -16.023                  |
| Frekvenca                            | 49.104                 | -2.230                    | 23.841           | 17.112                   |
| Turistično gastronomski zavod Matjaž | 48.254                 | -2.766                    | 9.358            | 200                      |
| Dnevni center aktivnosti za starejše | 41.040                 | 15.072                    | 21.023           | 16.826                   |
| Kooperativa Konjice                  | 25.998                 | 3.466                     | 6.967            | 5.085                    |
| Zavod Utrinek                        | 24.788                 | 98                        | 4.684            | 1.000                    |
| Turistično razvojni Zavod Vrtnica    | 23.086                 | -4.320                    | 4.092            | 800                      |
| Zavod Pec                            | 21.859                 | 0                         | 18.338           | 10.176                   |
| Razvojna zadruga eTRI                | 21.753                 | 1.634                     | 8.439            | 1.642                    |
| Društvo aktiviraj se                 | 19.627                 | -1.889                    | 1.092            | -5.045                   |
| Kulturno umetniško društvo Prvi plan | 16.743                 | 210                       | 6.036            | 203                      |
| AB Pomurje                           | 10.886                 | 34                        | 11.148           | 7.534                    |
| Zadruga Kooperativa Rog              | 3.914                  | -194                      | 4.045            | 2.444                    |
| Zavod za kulturo,šport Trbovlje      | 3.875                  | 3.241                     | 3.241            | 0                        |
| A-ergos                              | 2.787                  | 47                        | 3.287            | 1.500                    |
| Pupillam                             | 2.564                  | 127                       | 48               | 48                       |
| Center stonoga                       | 1.768                  | -3.670                    | 2.677            | 500                      |
| Združenje brezposelnih Slovenije     | 818                    | 519                       | 760              | 519                      |
| Zadruga kooperativa gorenjske regije | 750                    | -82                       | 24               | -22                      |
| Agro pomoč                           | 200                    | -654                      | 6.973            | 6.856                    |
| Hiša vzhajajočega sonca              | 150                    | 107                       | 107              | 0                        |
| Makrobios Panonija                   | 0                      | 1.209                     | 631              | 140                      |
| <b>SKUPAJ</b>                        | <b>6.344.745</b>       | <b>61.522</b>             | <b>8.133.970</b> | <b>1.322.168</b>         |
| <b>POVPREČNO SOC. PODJETJE</b>       | <b>176.243</b>         | <b>1.709</b>              | <b>225.944</b>   | <b>36.727</b>            |

Vir: AJPES, 2015; GVIN, 2015.

Socialno podjetje mora dobiček ali presežke prihodkov nad odhodki iz dejavnosti socialnega podjetja namenjati za opravljanje osnovne dejavnosti, oziroma za druge z zakonom določene namene. Pri tem delitev dobička in presežkov prihodkov oziroma premoženja ni dovoljena, razen če zakon, ki ureja pravno organiziranost posamezne vrste pravne osebe, ne določa drugače. Kljub temu, da ni glavni cilj socialnih podjetij dobiček, morajo poslovati pozitivno. Dobitek ali presežek nad prihodki omogoča socialnim podjetjem vlaganje v socialni kapital in širjenje osnovne dejavnosti (Kmetijsko gospodarska zbornica Slovenije, 2013).

Izmed 36 proučevanih podjetij jih je imelo dobiček 24, kar predstavlja slabih 70% vseh podjetij. Pri tem velja omeniti, da so dobički v primerjavi s celotnimi prihodki relativno majhni, kar odraža neprofitno naravnost socialnih podjetij. Največji dobiček je v letu 2013 ustvarilo podjetje Fundacija Vincenca Drakslerja za odvisnike v višini 23.612 EUR, največjo izgubo pa Center alternativne in avtonomne produkcije v višini 28.396 EUR. Spodnji grafični prikaz ponazarja posamezna socialna podjetja razporejena glede na velikost dobička ali izgube.

*Slika 6: Dobitek ali izguba socialnih podjetij*



Vir: AJ PES 2015; GVIN, 2015.

Iz pridobljenih finančnih podatkov sem izračunal kazalnik likvidnosti – delež dolga v financiranju. Delež dolga v financiranju nam pove, koliko sredstev je financiranih s strani tujega kapitala formula (1).

(1)

$$DDVF = \left( \frac{\text{finančne in poslovne obveznosti}}{\text{skupaj obveznosti do virov sredstev}} \right) \times 100$$

Višja kot je vrednost kazalnika, bolj se podjetje financira s tujimi viri - kratkoročne in dolgoročne obveznosti. Višja vrednost kazalnika predstavlja višje tveganje s strani upnikov. Tuje financiranje je praviloma cenejša oblika financiranja kot financiranje iz lastnih virov. Za

lastnike je boljše, da se podjetje financira iz tujih virov, ker se s tem praviloma povečuje donosnost podjetja. Zadolževanje s tujimi viri običajno prinaša višjo donosnost, toda prekomerno zadolževanje lahko pripelje do plačilne nesposobnosti. Podjetje lahko prenese visoko zadolžitev pod pogojem, da je rast poslovanja zadovoljiva za pokrivanje bremena financiranja s tujimi viri ter tekoče stroške. Kazalnik je dober pokazatelj dolgoročne plačilne sposobnosti in je bistvenega pomena za dolgoročen obstoj in poslovanje podjetja (Bodie, Kane & Marcus, 2011, str 742 - 760).

Socialna podjetja so v povprečju relativno zadolžena. Povprečni kazalnik med analiziranimi podjetji je leta 2013 znašal 84,41%. Polovica proučevanih podjetji je zadolžena nad 50%. Visoka zadolženost gre tudi na račun zavodov in društev, ki nimajo predpisane osnovne višine kapitala. Primerjava s profitnimi družbami zato ne bi bila primerna. Tako je največja vrednost kazalnika znašala 582% in najmanjša pri štirih nezadolženih socialnih podjetjih.

Poleg deleža dolga v financiranju sem izračunal še kazalnik donosnosti sredstev, ki spada v skupino kazalnikov uspešnosti. Donosnost sredstev nam pokaže uspešnost uporabe sredstev podjetja. Upnik lahko na podlagi kazalnika ugotovi, kako posluje podjetje. Na kazalnik je potrebno biti pozoren, saj je čisti poslovni izid obračunskega obdobja pogosto podrejen kreativnemu računovodstvu. Na podjetja z zelo visoko donosnostjo sredstev ter hkrati z zelo visoko vrednostjo kazalnika delež dolga v financiranju, mora biti upnik pozoren, saj podjetje povečuje uspešnost na račun zadolževanja. Če podjetje ne poveča ali vsaj ne ohrani enake ravni prihodkov, se poveča verjetnost plačilne nesposobnosti (Bodie, Kane & Marcus, 2011, str 752).

Višja, kot je vrednost kazalnika, boljše je ter bolj je podjetje donosno in učinkoviteje uporablja lastna sredstva. Dejavnosti, ki poslujejo z nižjo vrednostjo sredstev, bodo imele višjo vrednost tega kazalnika na primer storitvena podjetja. Iz spodnje formule (2) je razviden izračun kazalnika donosnosti sredstev (Bodie, Kane & Marcus, 2011, str 752).

(2)

$$ROA = \left( \frac{\text{čisti poslovni izid}}{\text{sredstva}} \right) \times 100$$

Pri izračunu donosnosti sredstev se je izkazalo, da obstajajo velike razlike med posameznimi socialnimi podjetji. Velike vrednosti kazalnika so posledica storitvenih podjetji z malo sredstvi. Tako najbolj učinkovito upravlja s sredstvi društvo Pupillam kjer je znašal kazalnik 264,58%. Omenjeno društvo pa ima le 48 EUR sredstev in dobiček v višini 127 EUR. Med tem ko je imelo negativno vrednost kazalnika socialno podjetje Zadruga kooperativa gorenjske regije 4,79 %. Njihova sredstva so znašala 4.045 EUR in izguba 194 EUR. Bolj realno sliko pokaže povprečni kazalnik vseh 36 proučevanih podjetji, ki je znašal 0,96%. V njem se odraža neprofitna naravnost socialnih podjetji. Zato ne bi bila smiselna primerjava kazalnika s profitnimi podjetji v gospodarstvu.



Osredotočil sem se tudi na plačilni indeks socialnih podjetji po metodologiji spletnega portala Gvin. Izračuni plačilnega indeksa temeljijo na podlagi vseh plačanih računov iz podatkovne baze, ki pa ne zajema vseh računov, ki so bili izstavljeni podjetjem. Zaradi majhnega obsega poslovanja veliko socialnih podjetji nima izračunanega plačilnega indeksa. Od 36 analiziranih podjetji, jih je imelo izračunan plačilni indeks le 11. Plačilni indeks se je gibal od 44 do 84 kar pomeni, da podjetja plačujejo od 31 do 60 dni oziroma plačujejo pred valuto. Povprečni plačilni indeks je znašal leta 2013 67, kar pomeni da so socialna podjetja v povprečju plačevala od 16 do 30 dni po valuti.

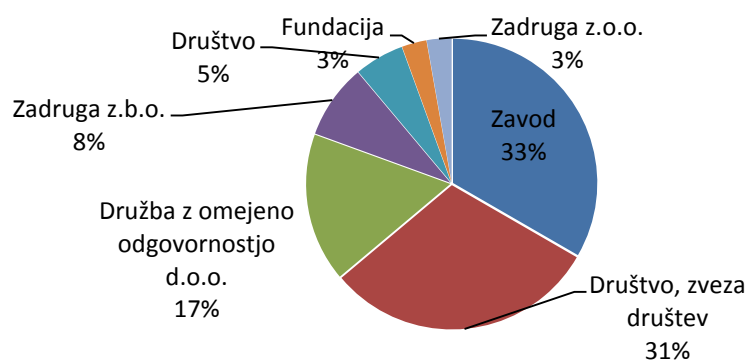
Še manj analiziranih socialnih podjetji je imelo na razpolago podatek o dodani vrednosti na zaposlenega. Dodana vrednost na zaposlenega se izračuna kot čisti prihodki od prodaje z odštetimi stroški blaga, materiala in storitev deljeno s številom zaposlenih. Povprečno socialno podjetje pa je imelo relativno nizko dodano vrednost na zaposlenega, ta je znašala leta 2013 le 14.129 EUR.

Zaradi neprofitne naravnosti socialnih podjetji in nekaterih pravno organizacijskih oblik izračun donosnosti kapitala vsebinsko ne bi bil smiseln. Prav tako ni bilo podatkov z bonitetno oceno - le šest socialnih podjetji je imelo izračunano oceno po metodologiji GVIN, ki ustreza profitnim podjetjem v gospodarstvu. Zato primerjave ne bi bile vsebinsko utemeljene.

### 3.2.2 Pravno organizacijska oblika in področja delovanja

Socialno podjetje ima poseben status, ki ga lahko ob izpolnjevanju pogojev iz Zakona o socialnem podjetništvu – ZSocP pridobi nepridobitna pravna oseba, tj. društvo, zavod, ustanova, gospodarska družba, zadruga ali druga pravna oseba zasebnega prava, ki ni ustanovljena izključno z namenom pridobivanja dobička (Kmetijsko gospodarska zbornica Slovenije, 2013). Kljub temu, da je zakonodajalec predvidel relativno širok nabor pravno organizacijskih oblik pa med analiziranimi socialnimi podjetji prevladujejo zavodi in društva, ki predstavljajo slabi dve tretjini socialnih podjetji v Sloveniji. Spodnja slika prikazuje deleže posameznih pravno organizacijskih oblik po dostopnih podatkih iz leta 2013.

*Slika 7: Deleži pravno organizacijskih oblik*



Vir: AJ PES, 2015.

Socialna podjetja sem razvrstil po standardni klasifikaciji dejavnosti (SKD), ki je obvezen nacionalni standard. Uporablja se za določanje dejavnosti in razvrščanje poslovnih subjektov in njihovih delov za potrebe uradnih in drugih administrativnih zbirk podatkov (registri, evidence, podatkovne baze) ter za potrebe statistike in analitike v državi in na mednarodni ravni. Na podlagi omenjene klasifikacije sem naredil analizo dejavnosti socialnih podjetji v Slovenji.

Izkazalo se je, da socialna podjetja poslujejo v zelo raznolikih dejavnostih. Izmed vseh 36 proučevanih podjetji jih je bila dobra tretjina v članskih dejavnostih in 16 % na področju socialnega varstva. Pestrost področji delovanja je razvidna tudi iz spodnje tabele.

*Tabela 5: Področja delovanja socialnih podjetji*

| PODROČJE DELOVANJA                                                | ŠTEVILO SOC. PODJETJI |
|-------------------------------------------------------------------|-----------------------|
| Dejavnost članskih organizacij                                    | 13                    |
| Socialno varstvo brez nastanitve                                  | 6                     |
| Arhitekturno in tehnično projektiranje                            | 2                     |
| Dejavnost uprav podjetij; podjetniško in poslovno svetovanje      | 2                     |
| Izobraževanje                                                     | 2                     |
| Trgovina na drobno, razen z motornimi vozili                      | 2                     |
| Dejavnost knjižnic, arhivov, muzejev in druge kulturne dejavnosti | 1                     |
| Dejavnost strežbe jedi in pijač                                   | 1                     |
| Druge strokovne in tehnične dejavnosti                            | 1                     |
| Gostinske nastanitvene dejavnosti                                 | 1                     |
| Kmetijska proizvodnja in lov ter z njima povezane storitve        | 1                     |
| Pisarniške in spremljajoče poslovne storitvene dejavnosti         | 1                     |
| Posredništvo                                                      | 1                     |
| Saniranje okolja in drugo ravnanje z odpadki                      | 1                     |
| Znanstvena raziskovalna in razvojna dejavnost                     | 1                     |
| <b>SKUPAJ</b>                                                     | <b>36</b>             |

Vir: AJPES, 2015.

### 3.2.3 Viri financiranja

Eden izmed načinov financiranja so nepovratna sredstva, ki jih socialna podjetja pridobijo iz javnih sredstev – države ali lokalne skupnosti. Praviloma se prijavljajo na javne razpise s pripravljenimi projekti oziroma programi. V primeru izbora na javnem razpisu socialno podjetje pridobi določena sredstva. Gre za nepovratna sredstva, ki jih socialnemu podjetju ni potrebno vrniti če izvede projekt ali program skladno z dogovorom (Mesojedec, et al., 2012).

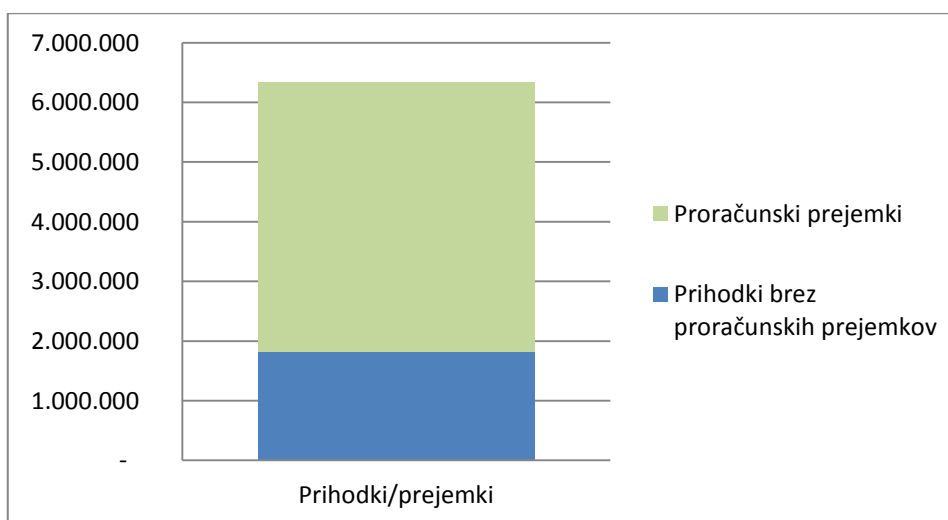
Država spodbuja razvoj socialnega podjetništva na različnih področjih. Zlasti preko aktivne politike zaposlovanja in vključevanja ranljivih ciljnih skupin na trg dela. Še posebno pozornost namenja razvoju segmenta socialnih podjetji, ki so usmerjena v spodbujanje

ustanavljanja, rasti in razvoja socialnih podjetji, partnerstev socialnih podjetij, krepitev mreže socialnih podjetij s partnerskimi podjetji za učinkovit prenos ter delitev znanja in virov z namenom ustvarjanja družbenega dobička (Mesojedec, et al., 2012).

Podatke sem pridobil s pomočjo Supervizorja v lasti Komisije za preprečevanje korupcije. Supervizor omogoča splošni javnosti, medijem, stroki in državnim organom vpogled v izdatke javnih institucij in družb v lasti države ter občin, ki se nanašajo na blago in storitve, plače, socialne prejemke, pokojnine, subvencije, štipendije itd.

Proučevana socialna podjetja so leta 2013 prejela 4.517.565 EUR proračunskih sredstev po podatkih spletne aplikacije Supervizor. Kljub temu, da gre za primerjavo celotnih prihodkov, ki so računovodska kategorija in prilivov proračunskih uporabnikov kjer gre za konkreten denarni tok, pa so kljub manjšim odstopanjem podatki dober pokazatelj odvisnosti socialnih podjetji od javnega financiranja. V strukturi celotnih prihodkov, ki so znašali 6.344.745 EUR predstavljajo javna sredstva dobrih 70% vseh prihodkov, kar je prikazano v spodnji sliki 7.

*Slika 8: Delež javnih sredstev v celotnih prihodkih*



Vir: AJ PES, 2015; Supervizor, 2015.

V nadaljevanju sem prikazal prejemke od proračunskih uporabnikov po posameznih socialnih podjetjih. Pri štirih podjetjih vsi prihodki izvirajo iz javnih sredstev. Od analiziranih 36 podjetji jih je 15 ustvarilo vsaj 50% ali več celotnih prihodkov s pomočjo javnih sredstev. V spodnji tabeli sem od celotnih prihodkov in dobička odštel prejemke od proračunskih uporabnikov. Brez javnih sredstev bi pozitivno poslovalo samo sedem po prihodkih in sredstvih relativno majhnih socialnih podjetji. Izračunal sem tudi deleže javnih sredstev v celotnih prihodkih. Pri dveh podjetjih so nad sto odstotki kar je posledica primerjanja računovodskih kategorij z denarnimi tokovi - prilivi. Kljub temu, da so bila sredstva izplačana v letu 2013 se nahajajo v bilanci stanja pod aktivnimi oziroma pasivnimi časovnimi razmejitvami.

Tabela 6: Prejemki javnih sredstev po socialnih podjetjih

| NAZIV SOCIALNEGA PODJETJA            | PREJEMKI<br>PRORAČ.<br>UPORAB.<br>(EUR) | PRIHODKI<br>BREZ<br>JAVNIH<br>SREDSTEV<br>(EUR) | POSLOVNI<br>IZID BREZ<br>JAVNIH<br>SREDSTEV<br>(EUR) | DELEŽ<br>JAVNIH<br>SREDSTEV<br>V<br>PRIHODKIH<br>(%) |
|--------------------------------------|-----------------------------------------|-------------------------------------------------|------------------------------------------------------|------------------------------------------------------|
| Društvo Terne Roma                   | 62.879                                  | -3.684                                          | -56.668                                              | 106,2                                                |
| Center alternativne produkcije       | 82.760                                  | -4.673                                          | -111.156                                             | 106,0                                                |
| Fundacija Vincenca Drakslerja        | 247.284                                 | 2.469                                           | -223.672                                             | 99,0                                                 |
| Mozaik                               | 775.940                                 | 13.745                                          | -757.258                                             | 98,3                                                 |
| Dnevni center aktivnosti za starejše | 35.090                                  | 5.950                                           | -20.018                                              | 85,5                                                 |
| Sonček                               | 2.860.330                               | 967.835                                         | -2.857.445                                           | 74,7                                                 |
| Knof                                 | 120.078                                 | 47.565                                          | -103.207                                             | 71,6                                                 |
| Frekvenca                            | 33.208                                  | 15.896                                          | -35.438                                              | 67,6                                                 |
| Razvojna zadruga eTRI                | 14.339                                  | 7.414                                           | -12.705                                              | 65,9                                                 |
| AB pomurje                           | 7.116                                   | 3.770                                           | -7.082                                               | 65,4                                                 |
| Zavod Pec                            | 13.206                                  | 8.653                                           | -13.206                                              | 60,4                                                 |
| Kulturno umetniško društvo Prvi plan | 10.077                                  | 6.666                                           | -9.867                                               | 60,2                                                 |
| EPEKA                                | 102.209                                 | 73.927                                          | -100.347                                             | 58,0                                                 |
| Mladinski center prlekije            | 39.184                                  | 33.100                                          | -34.360                                              | 54,2                                                 |
| Društvo aktiviraj se                 | 10.120                                  | 9.507                                           | -12.009                                              | 51,6                                                 |
| Brinjevka                            | 33.595                                  | 37.368                                          | -32.711                                              | 47,3                                                 |
| Romsko društvo Romano Pralipe        | 18.389                                  | 32.226                                          | -17.225                                              | 36,3                                                 |
| Turistično razvojni Zavod Vrtnica    | 6.042                                   | 17.044                                          | -10.362                                              | 26,2                                                 |
| Korak naprej                         | 13.249                                  | 37.602                                          | -17.660                                              | 26,1                                                 |
| Gostinstvo in turizem na Planoti     | 20.494                                  | 96.251                                          | -18.897                                              | 17,6                                                 |
| Zadruga Kooperativa Rog              | 660                                     | 3.254                                           | - 854                                                | 16,9                                                 |
| Združenje brezposelnih Slovenije     | 100                                     | 718                                             | 419                                                  | 12,2                                                 |
| Center ponovne uporabe               | 9.178                                   | 80.683                                          | -1.690                                               | 10,2                                                 |
| Pupillam                             | 240                                     | 2.324                                           | -113                                                 | 9,4                                                  |
| A-ergos                              | 196                                     | 2.591                                           | -149                                                 | 7,0                                                  |
| Kooperativa Konjice                  | 1.000                                   | 24.998                                          | 2.466                                                | 3,8                                                  |
| Turistično gastronomski zavod Matjaž | 602                                     | 47.652                                          | -3.368                                               | 1,2                                                  |
| Zavod za kulturošport Trbovlje       | 0                                       | 3.875                                           | 3.241                                                | 0,0                                                  |
| Replikateh                           | 0                                       | 145.294                                         | 2.040                                                | 0,0                                                  |
| Makrobios panonija                   | 0                                       | 0                                               | 1.209                                                | 0,0                                                  |
| Hiša vzhajajočega sonca              | 0                                       | 150                                             | 107                                                  | 0,0                                                  |
| Zavod Utrinek                        | 0                                       | 24.788                                          | 98                                                   | 0,0                                                  |
| Zadruga kooperativa gorenjske regije | 0                                       | 750                                             | -82                                                  | 0,0                                                  |
| Agro pomoč                           | 0                                       | 200                                             | -654                                                 | 0,0                                                  |
| Center stonoga                       | 0                                       | 1.768                                           | -3.670                                               | 0,0                                                  |
| Sotra plus                           | 0                                       | 79.504                                          | -3.750                                               | 0,0                                                  |
| <b>SKUPAJ</b>                        | <b>4.517.565</b>                        | <b>1.827.180</b>                                | <b>-4.456.043</b>                                    | <b>-</b>                                             |
| <b>POVPREČJE</b>                     | <b>125.488</b>                          | <b>50.755</b>                                   | <b>-123.779</b>                                      | <b>37</b>                                            |

Vir: Ajpes, 2015; GVIN 2015; Supervizor 2015.

### **3.3 Stanje socialnega podjetništva v Sloveniji - empirična analiza**

Namen magistrskega dela je analizirati trenutno stanje v socialnem podjetništvu v Sloveniji z različnih zornih kotov, kot so pravna ureditev, ekonomska uspešnost ter priložnosti in nevarnosti v socialnem podjetništvu. Osrednja raziskovalna vprašanja sta ugotoviti kakšno je stanje na področju socialnega podjetništva v Sloveniji in kakšne so priložnosti na tem področju v prihodnje. Temu sem dodal še nekaj raziskovalnih podvprašanj, ki iz različnih kotov osvetlujejo položaj socialnega podjetništva v Sloveniji.

Po izvedeni SWOT analizi in finančni analizi, sem izvedel še empirično analizo s spletnim anketnim vprašalnikom, med osebami povezanimi s socialnim podjetništvom. Z uporabo primarnih podatkov sem želel podkrepiti odgovore na zastavljena raziskovalna vprašanja v okviru magistrske naloge. Na podlagi teoretičnih izhodišč iz prvega dela magistrske naloge, podrobne SWOT analize in finančne analize sem oblikoval spletni, anketni vprašalnik.

#### **3.3.1 Oprelitev problema in namena raziskovanja**

K razvoju in rasti naravnana družba lahko z inovacijami in tehnološkimi spremembami podjetnikov doseže ekonomsko blaginjo. Vendar pa spremembe v tehnologij niso prinesle le bolj moderniziranega sveta, ampak tudi strukturno brezposelnost, bogastvo peščice ljudi in onesnaževanje okolja. Globalizacija je odprla številne priložnosti za podjetja po drugi strani pa povzročila ukinitve proizvodnje v domačih državah. Tudi v Sloveniji se soočamo z veliko strukturno brezposelnostjo med mladimi in starejšimi osebami.

Trenutna gospodarska kriza je številna podjetja, gospodarstva in države prisilila v razmislek o ukrepih za zmanjševanje brezposelnosti, zato lahko relativno nova veja v podjetništvu - socialno podjetništvo, ponudi smernice, ki bodo prispevale k ustrezni rešitvi, posebej v delih, ki spodbujajo zaposlovanje ranljivih skupin, kot so mladi, starejši in invalidi. Socialno podjetništvo je v Sloveniji začelo utirati pot ravno v času, ko se sodobni svet sooča z veliko blaginjo ljudi na eni strani in nepojmljivo revščino na drugi. Socialno podjetništvo nudi številne odgovore na izzive sodobnega časa.

Velik problem je nepravilna raba in zmeda pri rabi izrazov vezanih na namen, načela in cilje socialnega podjetništva. Pojem socialnega podjetništva je pri nas slabo razumljen, med težave lahko uvrstimo tudi nezadostno razvite mehanizme statističnega in analitičnega spremljanja socialnega podjetništva. Socialni podjetniki opozarjajo na ne preveč stimulatивne davčne olajšave in neenako obravnavo določenih pravnih oblik socialnega podjetništva. Obstoječi podporni mehanizmi so med seboj nezadostno povezani in slabo osredotočeni v odkrivanje priložnosti za razvoj socialnega podjetništva kot pospeševalca gospodarske rasti.

Namen empiričnega dela magistrske naloge je raziskati, kakšno je podporno okolje za razvoj socialnega podjetništva, s katerimi ovirami se soočajo socialna podjetja pri poslovanju, kako dostopni so viri financiranja, kakšna je njihova odvisnost od javnega denarja, katerih virov

financiranja se najpogosteje poslužujejo, kakšne so prednosti, slabosti in konkretne težave socialnih podjetji v Sloveniji. Na podlagi odgovorov iz spletne ankete sem želel pridobiti vpogled v aktualne težave oseb povezanih s socialnim podjetništvom pa naj si bodo to ustanovitelji, direktorji, zaposleni ali prostovoljci. Namen empirične analize je na podlagi informaciji iz terena ugotoviti s kakšnimi težavami in omejitvami se srečujejo stvarna socialna podjetja.

### **3.3.2 Raziskovalna vprašanja**

Pred sestavo spletnega vprašalnika sem oblikoval raziskovalna vprašanja. Raziskovalna vprašanja v empirični analizi so smiselno povezana z osrednjim namenom magistrske naloge. V nadaljevanju sem jih podrobno opisal skupaj z vsemi podvprašanji. Z njimi sem zajel še nekatera področja raziskovanja.

#### **1. RV: Kakšno je podporno okolje na področju socialnega podjetništva v Sloveniji?**

Odločitev o ustanovitvi socialnega podjetja in njegovo nadaljnje poslovanje je v veliki meri odvisno od podpornega okolja, ki lahko zavira ali spodbuja razvoj socialnega podjetja. Pri tem me je zanimalo, kako osebe povezane s socialnim podjetništvom ocenjujejo izobraževanja s področja socialnega podjetništva, same razmere na trgu, svetovalne storitve, ki so na voljo socialnim podjetnikom, ustreznost zakonodaje in povezanost ključnih deležnikov.

#### **2. RV: S katerimi ovirami se soočajo socialna podjetja?**

Socialno podjetništvo je relativno nov pojav na področju Slovenije, zato se šele uvaja in išče svoje mesto v pravni praksi. Podporno okolje se še razvija, prav tako ni sprejetih ustreznih uradnih dokumentov, ki bi z jasnimi smernicami omogočali primerne pogoje za razvoj socialnega podjetništva. Zanimalo me je s katerimi konkretnimi ovirami se soočajo socialna podjetja pri poslovanju. Kot je na primer dostopnost finančnih virov, morebitno pomanjkanje prostovoljcev, ustreznost zakonodaje, višina stroškov poslovanja v smislu obratovalnih stroškov in stroškov dela, morebitno pomanjkljivo svetovanje zato pristojnih instituciji, samo poznavanje zakonodaje in dostopnost državnih pomoči na javnih razpisih.

#### **3. RV: Kako dostopni so in kakšnih virov financiranja se poslužujejo socialna podjetja v Sloveniji?**

Socialna podjetja običajno ne uspejo generirati zadostnih sredstev za širitev dejavnosti in povečevanje obsega poslovanja. Sredstva za širitev si morajo pridobiti ali izposoditi na finančnih trgih. Socialna podjetja se lahko financirajo s kapitalom, ki zasleduje dolgoročne poslovne uspehe. Tako si pridobijo čas za razvoj poslovnega modela, ki bo uspešno deloval na trgu. V zadnjem času je zlasti v tujini pogosta uporaba tako imenovanih alternativnih virov financiranja, tako lahko socialna podjetja prenesejo del tveganja na investitorja, ki izgubi vložena sredstva v primeru neuspeha. V okviru empirične raziskave me je zanimalo kako dostopni so viri financiranja in katerih virov financiranja se najpogosteje poslužujejo

socialna podjetja v Sloveniji. V okviru omenjenega raziskovalnega vprašanja me je zanimalo tudi v kolikšni meri so socialna podjetja odvisna od javnega denarja.

#### **4. RV: Katere so glavne prednosti, slabosti in težave socialnih podjetji pri nas?**

Kljub sprejeti zakonodaji in nekaj primerom dobre prakse je socialno podjetništvo v Sloveniji v velikem zaostanku v primerjavi z evropskimi državami. V domači in tuji literaturi sem zasledil številne prednosti pa tudi nekatere slabosti socialnega podjetništva. Zato me je v okviru empirične analize zanimalo, kakšen je pogled oseb povezanih s socialnim podjetništvom v Sloveniji na prednosti, slabosti in vsakodnevne težave socialnih podjetji.

#### **3.3.3 Metodologija raziskave in omejitve**

Za pridobitev primarnih podatkov sem uporabil metodo kvantitativnega raziskovanja z uporabo spletnega vprašalnika. V spletnem vprašalniku sem se osredotočil izključno na osebe, ki so povezane s socialnim podjetništvom v Sloveniji. Prvo vprašanje je izločilo vse osebe, ki niso povezane s proučevanim področjem. V prvem delu spletnega vprašalnika sem se osredotočil na konkretno socialno podjetje iz katerega je prihajala anketirana oseba, v drugem delu vprašalnika so bila vprašanja povezana s problematiko socialnega podjetništva na splošno. V zadnjem delu pa sem se osredotočil še na nekatere demografske lastnosti anketiranih oseb.

Za zbiranje podatkov sem uporabil vprašalnik v Prilogi 1. Anketiranje sem izvedel preko spleta s pomočjo 1KA - storitve za kreiranje, izvedbo in analizo spletnih anket. Omenjena storitev omogoča brezplačno kreiranje spletnega vprašalnika. Prvo različico vprašalnika sem testiral med petimi prijatelji. Po rešenem spletnem vprašalniku sem jih povprašal o mnenju in razumljivosti postavljenih vprašanj. Na podlagi pridobljenih mnenj sem dopolnil in razširil nekatera vprašanja. Podatki pridobljeni iz vprašalnikov so bili obdelani s programskim paketom Office 2010 - Excel, SPSS in spletnim orodjem 1KA.

Spletne ankete imajo nekatere prednosti pa tudi določene slabosti. Večina avtorjev izpostavlja hitrost izvedbe in nizke stroške anketiranja. Brezplačno izvedbo anket omogočajo številni domači in tuji spletni portali. Prednost spletnih anket je tudi v tem, da vprašalnik doseže anketirance v trenutku, z njim lahko dosežemo respondente iz različnih zemljepisnih področji. Po mnenju večine strokovnjakov raziskave na spletu zmanjšujejo število napak v raziskovalnem procesu, predvsem pri izpolnjevanju vprašalnikov v spletnih anketah. Ni potrebno prepisovanje podatkov v elektronsko obliko, zato se zmanjšajo možnosti za napake. Strokovnjaki so tudi ugotovili, da anketiranci na občutljiva vprašanja odgovarjajo bolj pošteno kot v klasičnih anketah (Mesec, 2015).

Med največje pomanjkljivosti spletnih anket štejemo starostno strukturo tipičnih uporabnikov interneta. Demografske značilnosti internetnih uporabnikov lahko pomembno odstopajo od celotne populacije. Tako nastanejo problemi pri posploševanju rezultatov na celotno

populacijo (Strauss, Frost, 2001, str. 113). Kljub temu se omenjeni problem v zadnjih letih zmanjšuje, večina gospodinjstev v Sloveniji ima dostop do interneta. Internetno pismene pa postajajo tudi starejše generacije. Med pomembne slabosti spletnih anket strokovnjaki pogosto izpostavljajo potvarjanje lastne identitete. Večina ljudi dojema spletne ankete kot nezaželeno pošto, zato je relativno velika stopnja neodgovorov (Strauss, Frost, 2001, str. 113).

Anonimno spletno anketo sem izvajal od 25. 4. 2015 do 10. 5. 2015. Prošnjo za izpolnitev in širjenje ankete sem poslal vsem aktivnim socialnim podjetjem v Sloveniji. Seznam socialnih podjetji sem pridobil na spletni strani Ministrstva za delo družino in socialne zadeve. S pomočjo spleta sem pridobil elektronske naslove posameznih socialnih podjetji. V omenjenem razdobju je anketo ustrezno izpolnilo 31 anketirancev povezanih s socialnim podjetništvom. Kljub relativno majhnemu številu anketirancev je bil vzorec dovolj velik, upoštevati je potrebno, da se po dostopnih podatkih v Sloveniji s socialnim podjetništvom ukvarja 193 oseb, v 63 majhnih podjetjih. Torej je v anketi sodelovalo slabih 20% celotne populacije. Celotna anketa je vsebovala 18 vprašanj zaprtega in odprtega tipa s 53 spremenljivkami. Povprečen čas izpolnjevanja je bil 5 minut in 15 sekund.

Iz samega postopka pridobivanja primarnih podatkov izvirajo tudi nekatere omejitve. Pri anketiranju sem uporabil neverjetnostni vzorec, po metodi snežne kepe, kjer anketiranci vabijo nove respondente. Spletne ankete so razmeroma poceni, dokler izbira enot v vzorec ni verjetnostna. Težava nastopi, ko želimo sklepati o splošni populaciji na osnovi spletnih anket, ki so jih izpolnjevali respondenti, za katere ne vemo s kakšno verjetnostjo so bili rekrutirani. Statistično sklepanje z vzorca na populacijo – ki običajno vključuje interval zaupanja kot merilo za tveganje, da se motimo – namreč temelji na tem, da verjetnosti za vključitev poznamo vnaprej in to za celotno populacijo – vzorčni okvir. V tem primeru je šlo za samo izbor enot v vzorec, zato ni mogoče sklepanje na celotno populacijo (Strauss, Frost, 2001, str. 120).

### **3.3.4 Analiza in rezultati empirične raziskave**

Rezultate empirične analize bom predstavil v dveh delih. V prvem delu bom opisal vzorec z vsemi njegovimi značilnostmi. V drugem delu pa bom predstavil odgovore anketirancev na vprašanja o njihovem mnenju in pogledih na socialno podjetništvo v Sloveniji.

#### **3.3.4.1 Opis vzorca**

Pri anketiranju sem uporabil neverjetnostni vzorec, po metodi snežne kepe, kjer anketiranci vabijo nove respondente. Pri neverjetnostnih vzorcih ni mogoče sklepanje na celotno populacijo. V anketi se je opredelilo 31 oseb za povezane s socialnim podjetništvom. Vzorec je dovolj velik, če upoštevamo podatek iz finančne analize, da je v Sloveniji v letu 2013 bilo



zaposlenih 193 oseb na podlagi obračunskih ur in aktivnih 63 relativno majhnih podjetji po podatkih iz AJ PES-a.

V prvem delu bom vzorec opisal z vidika socialnega podjetja iz katerega je prihajal anketiranec. V vzorcu so prevladovali ustanovitelji socialnih podjetji z 48,4%. To ne preseneča, glede na to, da se večina socialnih podjetji v Sloveniji uvršča v skupino mikro podjetji, kjer ima običajno ena oseba več vlog. Sledijo zaposleni, direktorji in prostovoljci, ki jih je relativno malo. Struktura vzorca glede na pravno obliko socialnega podjetja je skladna z analizo panoge iz finančne analize celotne panoge. V vzorcu z 29% prevladujejo zavodi in društva, sledijo zadruga in družbe z omejeno odgovornostjo. V skladu s pričakovanji je najmanj fundacija. Nekoliko večja odstopanja so bila pri vprašanju iz katere regije prihaja socialno podjetje. V vzorcu jih je bilo presenetljivo veliko iz podravske regije, sledi osrednje slovenska regija, ostale regije pa so relativno enako zastopane v vzorcu, kar je razvidno iz tabele 5.

*Tabela 7: Opis vzorca z vidika socialnega podjetja*

| <b>Vloga v socialnem podjetju</b>        | <b>Frekvence</b> | <b>Veljavni (%)</b> |
|------------------------------------------|------------------|---------------------|
| Ustanovitelj                             | 15               | 48,4                |
| Zaposleni                                | 7                | 22,6                |
| Prostovoljec                             | 3                | 9,7                 |
| Direktor                                 | 6                | 19,4                |
| SKUPAJ                                   | 31               | 100                 |
| <b>Pravna oblika socialnega podjetja</b> |                  |                     |
| Zavod                                    | 9                | 29,0                |
| Društvo zveza društev                    | 9                | 29,0                |
| Družba z omejeno odgovornostjo           | 4                | 12,9                |
| Zadruga (z.o.o.)                         | 6                | 19,4                |
| Fundacija                                | 3                | 9,7                 |
| SKUPAJ                                   | 31               | 100                 |
| <b>Regija</b>                            |                  |                     |
| Pomurska regija                          | 3                | 9,7                 |
| Podravska regija                         | 10               | 32,3                |
| Koroška regija                           | 3                | 9,7                 |
| Savinjska regija                         | 3                | 9,7                 |
| Zasavska regija                          | 3                | 9,7                 |
| Osrednjeslovenska regija                 | 5                | 16,1                |
| Gorenjska regija                         | 3                | 9,7                 |
| Primorsko-notranjska regija              | 1                | 3,2                 |
| SKUPAJ                                   | 31               | 100                 |

Na vprašanje v kateri panogi posluje socialno podjetje so respondenti odgovarjali sami. Tudi tu se je izkazalo, da so zastopane vse panoge v približno enakih deležih kot v finančni analizi

celotne populacije. Prevladujejo dejavnosti članskih organizaciji, centri ponovne uporabe, izobraževanje, trgovina, gostinstvo in varstvo okolja.

V drugem delu bom vzorec opisal z vidika demografskih spremenljivk posameznih anketirancev - podrobno prikazanih v Tabeli številka 8.

*Tabela 8: Opis vzorca z vidika demografskih podatkov*

| <b>Spol</b>                               | <b>Frekvence</b> | <b>Veljavni (%)</b> |
|-------------------------------------------|------------------|---------------------|
| Moški                                     | 13               | 41,9                |
| Ženski                                    | 18               | 58,1                |
| SKUPAJ                                    | 31               | 100                 |
| <b>Starost</b>                            |                  |                     |
| 18 - 25                                   | 3                | 9,7                 |
| 26 - 35                                   | 7                | 22,6                |
| 36 - 45                                   | 6                | 19,4                |
| 46 - 55                                   | 6                | 19,4                |
| 56 - 65                                   | 6                | 19,4                |
| nad 65                                    | 3                | 9,7                 |
| SKUPAJ                                    | 31               | 100                 |
| <b>Status</b>                             |                  |                     |
| Šolajoči                                  | 8                | 25,8                |
| Aktivni                                   | 19               | 61,3                |
| Brezposelni                               | 4                | 12,9                |
| SKUPAJ                                    | 31               | 100                 |
| <b>Izobrazba</b>                          |                  |                     |
| Srednje poklicno izobraževanje            | 4                | 12,9                |
| Gimnazijsko, srednje šolsko izobraževanje | 4                | 12,9                |
| Višješolski program                       | 4                | 12,9                |
| Visokošolski program                      | 4                | 12,9                |
| Univerzitetni program                     | 7                | 22,6                |
| Magisterij                                | 8                | 25,8                |
| SKUPAJ                                    | 31               | 100                 |

Spola sta bila relativno enako zastopana z nekoliko večjim deležem žensk, ki je znašal 58,1%. Presenetljivo dobro za spletno anketo so zastopani vsi starostni razredi, v skladu s pričakovanji je bilo najmanj anketirancev v starostni skupini od 18 do 25 let in nad 65 leti starosti. V vzorcu so glede na status prevladovali aktivne osebe v povprečju z relativno visoko stopnjo formalne izobrazbe. Modus je bil pri osebah z dokončanim magisterijem. Glede na to, da so v vzorcu zajete visoko izobražene osebe, so posledično dobro zastopane

vse starostne skupine, kljub temu da gre za spletno anketo. Prav tako so običajno ustanovitelji in direktorji, ki skupaj predstavljajo 67,8% vzorca bolj izobraženi od ostale populacije.

V zadnjem vprašanju sem anketirance vprašal po bruto mesečnem dohodku. Glede na to, da je vprašanje občutljivo z vidika osebnih podatkov je nanj odgovorilo 18 respondentov. Pri tem je bil minimalni znesek 500 EUR in maksimalen znesek 3000 EUR bruto. Povprečje je znašalo 1.353,3 EUR s standardnim odklonom 1.036,53 EUR. V primerjavi s povprečno slovensko bruto plačo, ki je ob koncu leta 2014 znašala 1.582,05 EUR, so osebe v socialnem podjetništvu zaslužile nekoliko manj, kljub relativno visokim stopnjam formalne izobrazbe.

#### 3.3.4.2 Analiza odgovorov na raziskovalna vprašanja

Namen empiričnega dela magistrske naloge je bil raziskati, kakšno je podporno okolje za razvoj socialnega podjetništva s katerimi ovirami se soočajo socialna podjetja pri poslovanju, kako dostopni so viri financiranja, kakšna je njihova odvisnost od javnega denarja, katerih virov financiranja se najpogosteje poslužujejo, kakšne so prednosti, slabosti in konkretne težave socialnih podjetji v Sloveniji. S pomočjo spletne ankete sem želel pridobiti vpogled v vsakodnevne težave socialnih podjetnikov.

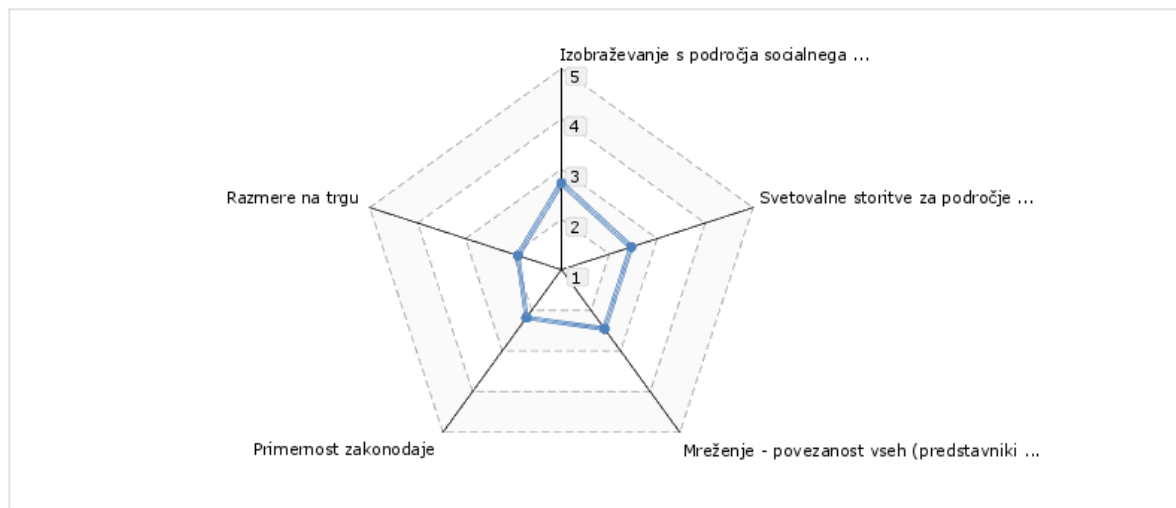
Osebe povezane s socialnim podjetništvom v Sloveniji se niso strinjale s trditvijo, da je podporno okolje za socialno podjetništvo vzpodbudno. Sploh se jih ni strinjalo 13%, ni se jih strinjalo 38%, polovica pa jih je bilo indiferentnih. Nihče pa se ni strinjal z omenjeno trditvijo. V naslednjem vprašanju sem pozval respondente, da ocenijo od 1 do 5 posamezno področje podpornega okolja za razvoj socialnega podjetništva, kjer ena pomeni slabo in pet odlično podporno okolje. Kot je razvidno iz Tabele številka 7, so anketiranci najbolje ocenili izobraževanje s področja socialnega podjetništva, najslabše pa same razmere na trgu in primernost zakonodaje. Kljub vsemu so ocene v povprečju relativno nizke.

*Tabela 9: Ocene podpornega okolja*

| Ocene po področjih                                          | 1  | 2  | 3  | 4  | 5 | Skupaj | Št. enot | Povp. | Std. odklon |
|-------------------------------------------------------------|----|----|----|----|---|--------|----------|-------|-------------|
| Izobraževanje s področja socialnega podjetništva v %        | 0  | 38 | 25 | 38 | 0 | 100    | 31       | 3     | 0,93        |
| Razmere na trgu v %                                         | 25 | 63 | 0  | 13 | 0 | 100    | 31       | 2     | 0,93        |
| Svetovalne storitve za področje socialnega podjetništva v % | 13 | 38 | 38 | 13 | 0 | 100    | 31       | 2,5   | 0,93        |
| Primernost zakonodaje v %                                   | 25 | 50 | 0  | 25 | 0 | 100    | 31       | 2,3   | 1,16        |
| Mreženje - povezanost vseh deležnikov v %                   | 0  | 63 | 25 | 13 | 0 | 100    | 31       | 2,5   | 0,76        |

Podatke iz zgornje tabele sem prikazal tudi v spodnji sliki, iz katerega je razvidno, da so anketiranci najslabše ocenili splošne razmere na trgu, najboljše pa izobraževanje s področja socialnega podjetništva.

*Slika 9: Prikaz ocen podpornega okolja*



V nadaljevanju empirične analize sem se osredotočil na ovire s katerimi se srečujejo socialni podjetniki v Sloveniji, kjer je pomenila ocena 1, da ni ovir in ocena 5 kot zelo velika ovira. Iz Tabele 8 je razvidno, da so bila največja odstopanja pri ocenah o pomanjkanju prostovoljcev.

*Tabela 10: Ocene ovir*

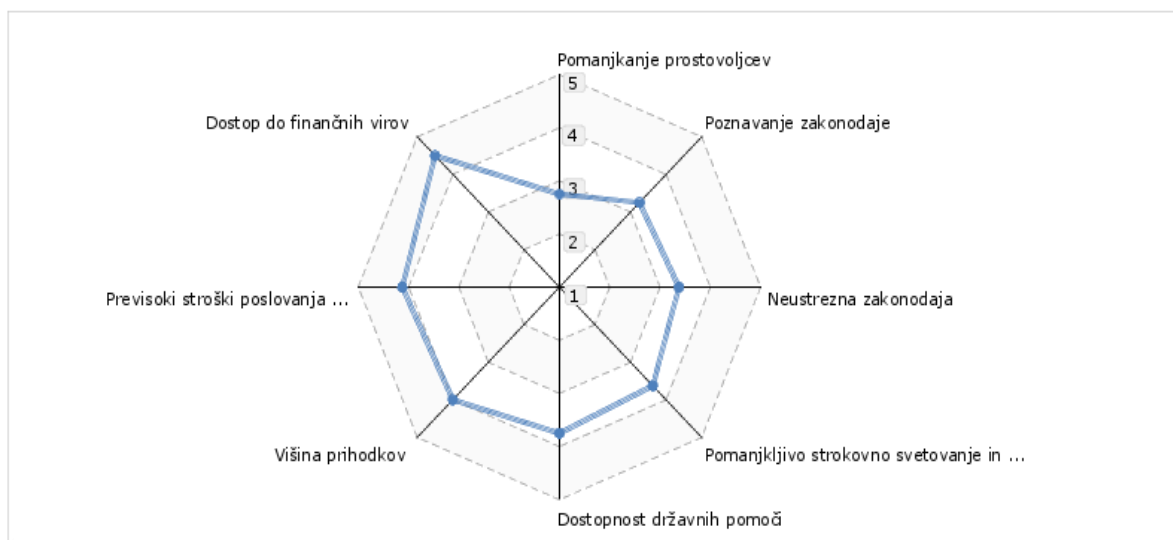
| Ocene po področjih                                                                    | 1  | 2  | 3  | 4  | 5  | Skupaj | Št. enot | Povp. | Std. Odklon |
|---------------------------------------------------------------------------------------|----|----|----|----|----|--------|----------|-------|-------------|
| Dostop do finančnih virov v %                                                         | 0  | 0  | 13 | 25 | 63 | 100    | 31       | 4,5   | 0,76        |
| Pomanjkanje prostovoljcev v %                                                         | 25 | 25 | 13 | 25 | 13 | 100    | 31       | 2,8   | 1,49        |
| Neustrezna zakonodaja v %                                                             | 13 | 13 | 25 | 25 | 25 | 100    | 31       | 3,4   | 1,41        |
| Višina prihodkov v %                                                                  | 0  | 0  | 38 | 25 | 38 | 100    | 31       | 4     | 0,93        |
| Previsoki stroški poslovanja (obratovalni, administrativni stroški, stroški dela) v % | 13 | 0  | 0  | 38 | 50 | 100    | 31       | 4,1   | 1,36        |
| Pomanjkljivo strokovno svetovanje in podpora za to pristojnih instituciji v %         | 0  | 13 | 38 | 25 | 25 | 100    | 31       | 3,6   | 1,06        |
| Poznavanje zakonodaje v %                                                             | 0  | 25 | 38 | 25 | 13 | 100    | 31       | 3,3   | 1,04        |
| Dostopnost državnih pomoči v %                                                        | 0  | 25 | 13 | 25 | 38 | 100    | 31       | 3,8   | 1,28        |

Najmanjšo oviro so respondenti prepoznali pri pomanjkanju prostovoljcev. Po podatkih iz vzorca je na razpolago dovolj posameznikov, ki so pripravljeni prostovoljno sodelovati s socialnim podjetjem. Nekoliko večja ovira je pri poznavanju zakonodaje in pomanjkljivem svetovanju in podpori za to pristojnih instituciji. Med največje ovire pa so anketiranci uvrstili

dostopnost državnih pomoči, visoke stroške poslovanja in 63% respondentov je ocenilo kot zelo visoko oviro dostopnost finančnih sredstev.

Zgornje podatke sem predstavil v spodnji sliki, iz katerega je razvidno, da največjo oviro predstavljajo finančna sredstva in najmanjšo pomanjkanje prostovoljcev. Ostale kategorije pa so relativno iznačene okrog ocene štiri.

*Slika 10: Grafičen prikaz ocen ovir*

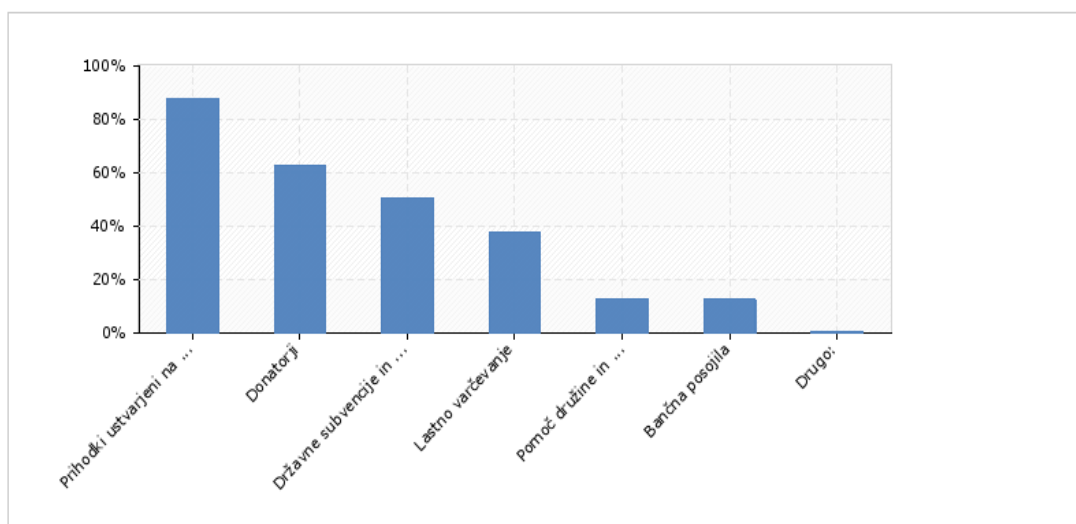


Socialna podjetja zasledujejo različne tržne in poslovne pristope za udeležanje trajnostnega poslovanja s pozitivnimi družbenimi učinki. Običajno ne uspejo generirati zadostnih sredstev za širitev dejavnosti in povečevanje obsega poslovanja. Sredstva za širitev si morajo pridobiti ali izposoditi na finančnih trgih. Pri tem je pomembno, da so jim na voljo finančna sredstva za širjenje dejavnosti po ugodnih obrestnih merah (Mair, Robinson & Hockerts, 2006).

V nadaljevanju empirične analize, sem socialne podjetnike vprašal, kako dostopni se jim zdijo viri financiranja v Sloveniji. Kot dostopne jih je ocenilo 13% anketirancev, 50% je menilo, da niso niti dostopni niti nedostopni. Da so jim finančni viri nedostopni je menilo 13% anketirancev in zelo nedostopni 25%.

Anketirance sem vprašal ali so odvisni od javnega financiranja. Da so zelo odvisni od javnih sredstev jih je menila četrtina, med tem ko jih je 38% odvisnih. Indiferentnih je bilo 25%, da pa niso odvisni od javnih sredstev jih je menilo le 13%. Odgovori na omenjeno vprašanje so skladni s podatki finančne analize iz leta 2013, kjer sem ugotovil, da dobrih 70% vseh prihodkov socialnih podjetji predstavljajo javna sredstva. Respondente sem povprašal tudi po strukturi virov financiranja prikazanih v sliki 11. Večina - 88% vseh se financira s prihodki ustvarjenimi na trgu, sledijo donatorji v 63%, državne subvencije in pomoči v 50%. Lastno varčevanje je prisotno v 38%, manj pomembni viri financiranja so pomoči družine in prijateljev ter bančna posojila v 13%.

Slika 11: Struktura virov financiranja



Zadnja tri vprašanja v osrednjem delu spletne ankete so bila odprtega tipa. V njih sem anketirance vprašal o prednostih, slabostih in težavah v socialnem podjetništvu v Sloveniji. Iz zbranih odgovorov sem oblikoval smiselne skupine, kjer sem povzel ključne ugotovitve. Na vprašanje kakšne so prednosti socialnih podjetji so bili odgovori naslednji:

- Socialno podjetništvo nima nikakršnih prednosti. Potrebno bi bilo prilagoditi zakonodajo na način, da bo bolj razumljiva in bo omogočala dejanske konkurenčne prednosti socialnim podjetjem na trgu.
- Družbena odgovornost socialnih podjetji daje zaposlenim nov smisel v življenju, zato so zaposleni bolj motivirani in proaktivni.
- Vključevanje ranljivih družbenih skupin, zagotavljanje zaposlitev težko zaposljivim osebam na trgu dela.
- Reševanje družbenih problemov na podjetniški način.
- Trajnostna naravnost socialnega podjetništva - skrb za ljudi in okolje.

Na vprašanje kakšne so slabosti socialnih podjetji so bili odgovori naslednji:

- Napačno razumevanje pojma socialno podjetništvo, besedna zveza ima negativen prizvok. Ljudje pričakujejo manj kvalitetne proizvode in storitve za nižjo ceno.
- Podjetje je manj konkurenčno na trgu, ker mora več vlagati v izobraževanje zaposlenih iz ranljivih skupin.
- Neustrezna zakonodaja povzroča številne administrativne ovire.
- Vpliv lobijev s strani invalidskih podjetji, ki zavirajo razvoj socialnega podjetništva v pravem pomenu besede.
- Slabo sodelovanje socialnih podjetnikov z lokalnim okoljem in državnimi institucijami, ki pogosto delujejo neusklajeno.
- Nedostopni viri financiranja ob širitvi dejavnosti.

Na zadnje vprašanje v osrednjem delu spletne ankete sem anketirance vprašal o najpogostejših težavah v socialnem podjetništvu v Sloveniji. Odgovori so bili naslednji:

- Zapleteno doseganje zadovoljivih ekonomskih rezultatov ob hkratnem upoštevanju zakonodaje in poslanstva socialnega podjetja.
- Nezadostno in nestrokovno svetovanje za to pristojnih državnih instituciji.
- Ravnanje z zaposlenimi iz ranljivih družbenih skupin je zahtevno, potrebno je veliko znanja iz tega področja.
- Veliko birokracije pri sofinanciranju razvojnih programov in pridobivanju različnih vzpodbud.
- Nezadostna politična podpora na lokalnem in državnem nivoju. Državna sredstva so odvisna od politične podpore posameznim projektom.
- Socialno podjetništvo se pogosto razume kot modno muho, ki ne more samostojno preživeti na trgu.

Povezave med posameznimi spremenljivkami sem poiskal s pomočjo rezidualov. Slednji zagotavljajo učinkovito in preprosto analizo med posameznimi spremenljivkami. V primerjavi s hi-kvadratom, ki opisuje zgolj splošne povezave med posameznimi spremenljivkami pa reziduali podrobno pokažejo kje v tabeli je povezava (Reziduali v tabelah, 2015).

Rezidual je pojem iz analize nominalnih spremenljivk, pri katerih gre za razliko med dejansko frekvenco v določeni celici in teoretično frekvenco, kakršna bi bila, če spremenljivki dvorazsežne tabele v tej celici ne bi bili povezani, kot to predvideva predpostavka v ničelni domnevi. Teoretično frekvenco v splošnem dobimo kot zmnožek obeh margin, ki ga delimo s skupno velikostjo tabele. Če osnovne rezidualne - ki po običajni predpostavki sledijo Poissonovi porazdelitvi – standardiziramo, kar pomeni da odštejemo pričakovane vrednosti in delimo s standardiziranim odklonom, dobimo tako imenovane standardizirane rezidualne, ki se porazdeljujejo normalno in asimptotično. Zanje tako lahko uporabimo standardno oziroma normalno porazdelitev iz preverjanja domnev in običajne kritične vrednosti kot so 1.65 ali 1.96 pri 10% ali 5% tveganju (Reziduali v tabelah, 2015).

Pri analizi med posameznimi spremenljivkami sem uporabil prilagojene rezidualne. Kar pomeni, da sem standardizirane rezidualne popravil za neenake dimenzije margin. Večina strokovnjakov dokazuje, da so bolj primerni od klasičnih standardiziranih rezidualov (Fraknfort, 2000, str. 67). V nadaljevanju bom izpostavil statistično značilne povezave med posameznimi spremenljivkami iz empirične analize.

Na podlagi vzorčnih podatkov iz analize lahko trdim, da so se v vzorcu zaposleni in prostovoljci statistično značilno ne strinjajo, da je podporno okolje v Sloveniji spodbudno za socialno podjetništvo, za razliko od ustanoviteljev, ki menijo da je podporno okolje bolj

spodbudno. Pri ocenah posameznega področja podpornega okolja za razvoj socialnega podjetništva so ustanovitelji statistično značilno pripisovali boljše ocene za področje izobraževanja, za razliko od prostovoljcev, ki so menili, da je izobraževanje s področja socialnega podjetništva nezadostno. Ustanovitelji so razmere na trgu ocenjevali statistično značilno slabše od zaposlenih in prostovoljcev. Podobno je bilo pri ocenjevanju primernosti zakonodaje.

Pri ovirah v socialnem podjetništvu ustanovitelji menijo statistično značilno, da največjo oviro predstavljajo finančni viri, za razliko od zaposlenih in prostovoljcev, ki so omenjeno področje prepoznali kot manjšo oviro. S statistično značilno razliko od ostalih skupin so zaposleni kot največjo oviro izpostavili višino prihodkov, ustanovitelji pa visoke stroške poslovanja. S statistično značilno razliko so bili ustanovitelji iz proučevanega vzorca bolj izobraženi od ostalih dveh skupin v vzorcu.

Pri izračunu rezidualov sem opazil še nekatere druge - šibke povezave, ki pa niso bile statistično značilne, zato jih nisem izpostavljajal.

### **3.4 Ugotovitve in priporočila za izboljšanje stanja na področju socialnega podjetništva**

Z izvedbo SWOT analize, finančne analize panoge in empirične analize v osrednjem delu magistrske naloge, sem podrobno proučil socialno podjetništvo iz različnih zornih kotov. Odgovoril sem na zastavljena raziskovalna vprašanja, v nadaljevanju bom povzel ključne ugotovitve.

#### **1. RV: Kakšno je podporno okolje na področju socialnega podjetništva v Sloveniji?**

Podporno okolje za socialna podjetja v splošnem ni spodbudno. Socialni podjetniki se srečujejo z zapleteno zakonodajo, slabimi razmerami na trgu in neusklajenim delovanjem predstavnikov oblasti, gospodarstva in nevladnega sektorja. Pojem socialnega podjetništva je pri nas slabo razumljen. Besede kot so socialna ekonomija, socialno podjetništvo in socialno podjetje pri ljudeh zaradi socialistične zgodovine vzbujajo negativne asociacije in vsesplošno zmedo. Kot so omenili anketiranci v empirični analizi ljudje pričakujejo od socialnih podjetji poceni in nizko kvaliteten produkte ter storitve. Podporno okolje se v okviru promocij in politik EU izboljšuje v zadnjih letih. V medijih in javnosti socialno podjetništvo pridobiva na ugledu, zlasti v času po gospodarski krizi je javnost postala bolj naklonjena socialni ekonomiji.

#### **2. RV: S katerimi ovirami se soočajo socialna podjetja?**

Socialna podjetja se pri poslovanju srečujejo s številnimi ovirami med katerimi najbolj izstopajo; dostop do finančnih virov, neustrezna in zapletena zakonodaja, visoki stroški poslovanja kot so obratovalni, administrativni in stroški dela. Socialni podjetniki so v empirični analizi izpostavili tudi pomanjkljivo strokovno svetovanje za to pristojnih



instituciji in zahtevno birokracijo pri pridobivanju javnih sredstev. Pri tem velja omeniti še zapleteno doseganje zadovoljivih ekonomskih rezultatov ob hkratnem upoštevanju poslanstva socialnega podjetja. Ravnanje z zaposlenimi iz ranljivih družbenih skupin zahteva veliko znanja, ki ga socialni podjetniki pogosto nimajo. Velika ovira pa je tudi nezadostna podpora na lokalnem in državnem nivoju. Na trgu pa ni managementa usposobljenega za vodenje socialnih podjetji.

### **3. RV: Kako dostopni so in kakšnih virov financiranja se poslužujejo socialna podjetja v Sloveniji?**

Večina socialnih podjetnikov meni, da so jim viri financiranja nedostopni. Kar se sklada s težavami profitnih podjetji v Sloveniji ob kreditnem krču. K temu je veliko prispevala zadnja gospodarska in finančna kriza, ki je naredila socialna podjetja še bolj odvisna od javnega financiranja, kar sem odkril v finančni analizi celotne populacije. Izkazalo se je, da dobrih 70% vseh prihodkov socialnih podjetji predstavljajo javna sredstva. Poleg javnih sredstev za financiranje uporabljajo še sredstva ustvarjena na trgu, pridobljena od donatorjev in lastno varčevanje. V primerjavi s profitnim sektorjem gre le v manjši meri za izposojena sredstva.

### **4. RV: Katere so glavne prednosti, slabosti in težave socialnih podjetji pri nas?**

Večina domačih strokovnjakov se strinja, da je ena izmed glavnih prednosti socialnega podjetništva dobro razvit čut Slovencev za solidarnost in pomoč ljudem v stiski. Veliko prednost socialnemu podjetništvu je predstavljalo sprejetje Zakona o socialnem podjetništvu, ki je socialnim podjetjem zagotovil poseben status, ki ga lahko ob izvrševanju zahtev pridobi neprofitna pravna oseba. Država ponuja pestro paleto spodbud in ukrepov za zaposlovanje ciljnih skupin, invalidov in težje zaposljivih brezposelnih oseb. V sklop prednosti lahko uvrstimo tudi prizadevanja Evropske unije, ki daje velik poudarek projektom razvoja socialnega podjetništva in socialne vključenosti ranljivih skupin na trgu dela. Socialno podjetništvo rešuje družbene probleme na trajnosten način.

V skupino slabosti in težav socialnega podjetništva v Sloveniji lahko uvrstimo nepravilno uporabo in zmedo pri rabi izrazov vezanih na namen, načela in cilje socialnega podjetništva. S tem se je strinjala večina oseb anketiranih v empirični analizi. Med slabosti lahko uvrstimo tudi nezadostno razvite mehanizme statističnega in analitičnega spremljanja socialnega podjetništva. Težavo predstavlja zahtevna, razpršena in med seboj slabo usklajena zakonodaja. Socialni podjetniki med slabosti uvrščajo ne preveč stimulatивne davčne olajšave in neenako obravnavo določenih pravnih oblik socialnega podjetništva. Iniciative bi morale biti med seboj bolj povezane, kar bi prineslo določene sinergijske učinke. Ena večjih slabosti so tudi nezadostno usposobljeni managerji v socialnih podjetjih.

S sprejemom zakona je socialno podjetništvo pridobilo normativni okvir in politično podporo za nadaljnji razvoj. Zakon je velika prednost za socialno podjetništvo, takšno ureditev imajo le nekatere evropske države. Kljub vsemu se pozna dolgoletna odsotnost sistematične podpore razvoju socialnega podjetništva na katero opozarja večina strokovnjakov. Tudi

zavedanje javnosti o pomenu omenjene panoge je na relativno nizki ravni. Zato je izzivov za prihodnost na tem področju še veliko. Med glavnimi skupinami izzivov so naslednji:

- povečati prepoznavnost socialnega podjetništva in samo vedenje o načelih socialnega podjetništva,
- izboljšati in nadgraditi je potrebno podporno okolje, ki mora biti bolj naklonjeno socialnim podjetjem in trajnostnim pristopom v gospodarstvu,
- nadaljnje spodbujanje zaposlovanja ranljivih skupin na trgu dela preko socialnega podjetništva.

Država bi morala za povečanje prepoznavnosti socialnega podjetništva sofinancirati različne promocijske akcije. Informiranje javnosti o pomenu le tega je za uravnotežen razvoj tovrstnih oblik podjetništva v začetnih fazah ključnega pomena. Sočasno bi se lahko država aktivno povezala z evropskimi institucijami, ki spodbujajo socialno ekonomijo. Tako bi prišlo do prenosa dobrih praks iz tujine, kjer je proučevano področje dobro razvito. Hitreje bi lahko nadoknadili razvojni zaostanek iz preteklih desetletji. V preteklosti so se dobro izkazale informativno promocijske delavnice, ki so bile usmerjene v razumevanje socialnega podjetništva in spodbujanje razvoja socialno podjetniške kulture. Oblikovati bi jih morali za različne ciljne skupine kot so predstavniki gospodarstva, nevladne organizacije, splošna javnost, potencialni podjetniki in potencialni investitorji. Običajno na takšnih delavnicah prihaja do neformalnega mreženja, ki v kasnejših fazah lahko koristi socialnim podjetnikom pri navezovanju stikov s poslovnimi partnerji.

Zakonsko ureditev socialnega podjetništva bi bilo potrebno poenostaviti in prilagoditi na način, ki bi omogočal socialnim podjetjem določene konkurenčne prednosti na trgu. Z ustreznimi popravki zakonodaje bi se bistveno izboljšalo podporno okolje. Omogočiti bi jim bilo potrebno lažje koriščenje ukrepov in instrumentov za razvoj podjetništva. V okviru obstoječih institucij bi bilo potrebno izobraziti ljudi, ki bi pomagali in informirali potencialne socialne podjetnike o zakonskih zahtevah in priložnostih, ki jih nudi država in Evropska unija v različnih programih.

V okviru izboljšanja podpornega okolja bi bilo potrebno dopolniti obstoječi sistem oblikovanja in razvoja podjetniškega okolja preko vstopnih točk Vse na enem mestu (VEM), na področju primarnega informiranja, osnovnega svetovanja in enovite obravnave socialnih podjetji ter drugih zainteresiranih za socialno podjetništvo. Pri tem bi bilo potrebno izvesti usposabljanje za svetovalce zaposlene v vstopnih točkah VEM. Podrobneje bi jih bilo potrebno seznaniti s postopkom registracije socialnega podjetja oziroma preoblikovanjem obstoječega podjetja v socialno. Poznati bi morali davčne in ostale prednosti, ki jih prinaša status socialnega podjetja. V okviru pridobivanja statusa bi lahko potencialne socialne podjetnike izobrazili in usposobili za ravnanje z ljudmi iz občutljivih družbenih skupin, kar se je v empirični raziskavi izkazalo, da je neznanje iz tega področja pogosto velika ovira za socialne podjetnike.

Okrepiti bi bilo potrebno svetovanje in promocijo socialnega podjetništva na podeželju. Zlasti za manj razvite regije predstavlja socialno podjetništvo veliko priložnost za nova delovna mesta. Preko svetovanja in promocijskih akcij bi bilo potrebno v sodelovanju z lokalnimi skupnostmi izboljšati podporno okolje. S sofinanciranjem bi lahko država spodbudila ekološke in turistično naravnane kmetije ter zdravstveno in socialno oskrbo ostarelih. Zlasti staranje prebivalstva postaja vse večji problem, zato bi bilo potrebno motivirati socialne podjetnike, da bi se z omenjenim problemom soočili na podjetniški in družbeno odgovoren način.

V Evropi so se izkazale določene pobude s področja nadgradnje javnega naročanja v smeri doseganja pozitivnega socialnega učinka za dobre. V javno naročanje dobrin bi bilo potrebno vključiti načelo spoštovanja socialnega podjetništva. S tem bi socialni podjetniki pridobili določene prednosti na javnih razpisih. Kar bi nedvomno spodbudilo tudi ostale podjetnike k bolj trajnostno naravnemu poslovanju. Ob tem bi prišli do določenih sredstev, ki bi jim omogočale hitrejši razvoj in lažji vstop na trg.

Povečati bi bilo potrebno zaposlovanje ranljivih skupin na trgu dela. Za ta namen bi morala država povečati subvencije in omogočiti takšnim socialnim podjetjem določene davčne olajšave. Nujen bi bil razvoj učnih delavnic v socialnih podjetjih tipa B z namenom socialne in delovne vključenosti ranljivih skupin na trgu dela. V empirični raziskavi se je pokazalo, da socialni podjetniki nimajo ustreznih znanj za ravnanje z ljudmi iz ranljivih skupin. Zato bi bilo potrebno oblikovati programe, kjer bi socialne podjetnike, ki zaposlujejo omenjeno skupino ljudi, ustrezno izobrazili. Socialna podjetja, ki zaposlujejo ljudi iz obrobni družbenih skupin bi morala imeti prednost pri pridobivanju koncesij za opravljanje javnih del in nasploh del, ki niso prezahtevna za omenjeno skupino. S tem bi država poleg pozitivnih ekonomskih učinkov, dosegla tudi njihovo aktivno vključevanje v družbo, kar je pomembno tudi iz psihološkega vidika.

Socialna ekonomija in socialno podjetništvo čakajo v prihodnosti številni izzivi povezani z nenehno spreminjajočimi razmerami v gospodarstvu. Nasploh bi moral biti višji cilj ekonomistov blaginja za vse ljudi ob trajnostnem poslovanju, ki bi poleg dobička zasledoval tudi potrebe in želje ljudi ter varovanje okolja. Poleg naklonjenosti države je pomembno, da se angažirajo socialni podjetniki in s pozitivnimi primeri navdušijo širšo javnost. Šele tako bo postalo socialno podjetništvo bolj cenjeno. Potrošniki bodo raje kupovali na trajnosten način proizvedene izdelke in storitve iz lokalnega okolja. V zadnjih letih je bilo veliko narejeno na področju socialnega podjetništva, rezultati pa ne bodo vidni v kratkem obdobju, ampak šele v naslednjih desetletjih.

## **SKLEP**

Socialno podjetništvo kot del socialne ekonomije je eden od odgovor na probleme s katerimi se soočajo prevladujoči gospodarski sistemi in države. Osredotoča se na reševanje okoljskih,

socialnih in ekonomskih problemov na podjetniški in družbeno odgovoren način. Večina strokovnjakov s tega področja se strinja, da socialna podjetja bogatijo življenja ljudi in generirajo pozitivne spremembe v svetu. S sodelovanjem vseh deležnikov omogočajo soustvarjanje prihodnosti s trajnejšimi modeli poslovanja. V preteklih letih je socialno podjetništvo postalo majhen, vendar pomemben del svetovnega gospodarstva.

V okviru magistrske naloge sem podrobno analiziral trenutno stanje na področju socialnega podjetništva v Sloveniji. Na raziskovalna vprašanja sem odgovoril s pomočjo SWOT analize, podrobne finančne analize panoge, ki je vključevala računovodske podatke vseh aktivnih podjetji in empirične analize izvedene preko spletnega anketnega vprašalnika. Na podlagi strokovne literature in izvedenih analiz sem odgovoril na ključna raziskovalna vprašanja.

V analizi trenutnega stanja na področju socialnega podjetništva se je izkazalo, da podporno okolje ni spodbudno za socialna podjetja. Socialni podjetniki se srečujejo z zapleteno zakonodajo, slabimi razmerami na trgu in neusklajenim delovanjem predstavnikov oblasti, gospodarstva in nevladnega sektorja. Pojem socialnega podjetništva je pri nas slabo razumljen, večinom zaradi zgodovinskih ozadji. Kot so omenili anketiranci v empirični analizi, ljudje pričakujejo od socialnih podjetji poceni in nizko kvaliteten produkte ter storitve. Podporno okolje se v okviru promocij in politik EU izboljšuje šele v zadnjih letih. Tudi v medijih in javnosti socialno podjetništvo pridobiva na ugledu. Pri tem pa večina socialnih podjetnikov meni, da so jim viri financiranja nedostopni. K temu je veliko prispevala zadnja gospodarska in finančna kriza. Ena od ključnih ugotovitev magistrskega dela je, da so socialna podjetja zelo odvisna od javnega financiranja.

Med proučevanjem strokovne literature sem zaznal strinjanje večine domačih avtorjev, da je ena izmed glavnih prednosti socialnega podjetništva dobro razvit čut Slovencev za solidarnost in pomoč ljudem v stiski. Veliko prednost socialnemu podjetništvu predstavlja tudi sprejetje Zakona o socialnem podjetništvu, ki mu je omogočil poseben status v slovenskem pravnem redu.

Med pisanjem magistrskega dela sem odkril tudi nekatere slabosti socialnega podjetništva. Veliko je zmede na področju uporabe izrazov povezanih s socialnim podjetništvom, kar se je strinjala tudi večina oseb anketiranih v empirični analizi. Med slabosti lahko uvrstimo tudi nezadostno razvite mehanizme statističnega in analitičnega spremljanja socialnega podjetništva. Težavo predstavlja zahtevna, razpršena in med seboj slabo usklajena zakonodaja. Socialni podjetniki med slabosti uvrščajo ne preveč stimulatивne davčne olajšave in neenako obravnavo določenih pravnih oblik socialnega podjetništva. Različne iniciative bi morale biti med seboj bolj povezane, kar bi prineslo določene pozitivne učinke. Ena večjih slabosti so tudi nezadostno usposobljeni managerji v socialnih podjetjih.

Socialno podjetništvo v Sloveniji bo v prihodnosti soočeno s številni izzivi. Med njimi najbolj izstopa ta, da bi se morali vpleteni zavedati pomena povečevanja prepoznavnosti

socialnega podjetništva in samega vedenja o njegovih načelih. Tekom pisanja magistrske naloge sem prišel do zaključkov, da bi bilo potrebno izboljšati podporno okolje na način, da bi bilo bolj naklonjeno socialnim podjetjem in trajnostnim poslovnim praksam. Socialna podjetja se srečujejo s številnimi administrativnimi in zakonskimi ovirami pri vsakodnevnem poslovanju. Država mora preko ustreznih politik še naprej spodbujati zaposlovanje ranljivih skupin na trgu dela, ki zaradi gospodarske krize težko pridejo do ustrezne zaposlitve.

V zadnjih letih je bilo na področju socialnega podjetništva narejenega veliko pozitivnih sprememb. S sprejetjem zakonodaje in javnimi razpisi je država aktivno pomagala in spodbujala ustanavljanje novih socialnih podjetji. Tudi aktualna vlada si prizadeva skupaj z Evropsko unijo za razvoj proučevanega področja, kar se odraža na spremembni zakonodaje in namenjenih proračunskih sredstvih. Svetovno in posledično tudi slovensko gospodarstvo se bo v prihodnjih desetletjih srečevalo s številnimi ekonomskimi in širše družbenimi izzivi. Del odgovorov na zapletena ekonomska in družbena vprašanja sodobnega in prihodnjega časa je tudi socialno podjetništvo, ki rešuje probleme na trajnosten in podjetniški način.

Proučevano področje je v Sloveniji še precej neraziskano, kar so v empirični raziskavi izpostavili socialni podjetniki, ki so se zaradi pomanjkanja informaciji težko odločali za vstop v socialno podjetništvo. V magistrskem delu sem zato skušal predstaviti socialno podjetništvo celostno iz različnih zornih kotov. Tako sem preko različnih virov podatkov oblikoval objektivni posnetek stanja v slovenskem socialnem podjetništvu. V prihodnje bi bilo potrebno podrobneje raziskati posamezna področja omenjene panoge kot so: vpliv lokalnega okolja in občin na razvoj socialnega podjetništva, vstop mladih na trg delovne sile preko socialnih podjetji, inovativne oblike socialnega podjetništva prilagojene slovenskemu okolju in skrb za ostarele. Zlasti staranje prebivalstva predstavlja velik izziv za družbo in socialne podjetnike, ki rešujejo probleme na družbeno odgovoren način. Podjetniki bi se na podlagi strokovno opravljenih raziskav iz specifičnih področji socialnega podjetništva lažje odločali za vstop v omenjeno panogo.

Pri pisanju magistrske naloge sem se srečeval z omejitvami med katerimi je najbolj izstopalo pomanjkanje podatkov, zato je bilo potrebno povezovanje med različnimi javnimi in zasebnimi podatkovnimi zbirkami. Na voljo je bilo relativno malo strokovnih raziskav, ki bi s konkretnimi podatki opisovali problematiko socialnega podjetništva v Sloveniji. Kljub vsemu sem s sodelovanjem socialnih podjetnikov opisal stanje v proučevani panogi in oblikoval utemeljene odgovore na raziskovalna vprašanja. Prišel sem do zanimivih ugotovitev, ki bodo lahko v pomoč obstoječim in novim socialnim podjetnikom pri sprejemanju poslovnih odločitev.

## LITERATURA IN VIRI

1. Afuah, A., & Tucci, C. (2012). Studying the Origins of Social Entrepreneurship: Compassion and the Role of Embedded Agency. *Academy of Management Review*, 6, 460-463.
2. Austin, J., Stevenson, H., & Wei-Skillern, J. (2006). Social and commercial entrepreneurship: same, different, or both? *Entrepreneurship Theory and Practice*, 30(1), 1-22.
3. Bodie Z., Kane A., & Marcus, A.J. (2011). *Investments and Portfolio Management*. Boston: McGraw-Hill Irwin.
4. Branco, D., Gattolin, E., Tommasini, G., Johannes, F., Zagorc, S., & Zagorc, S. (2004). *Primerjalna študija: Italija, Avstrija, Slovenija*. Ljubljana: Narodna in univerzitetna knjižnica.
5. British Council. (2014). *Vizija socialnega podjetništva 2020*. London: British Council.
6. Črnak-Meglič A. (2009). *Obseg in viri financiranja nevladnih organizacij (društev, ustanov in zasebnih zavodov) v letu 2009*. Ljubljana: CNVOS.
7. Črnak-Meglič, A., & Rakar, T. (2009). The Role of the Third Sector in the Slovenian Welfare System. *Teorija in praksa*, 46(3), 237-254.
8. Dacin, P., & Matear, M. (2010). *Social Entrepreneurship: Why We Don't Need a New Theor and How We Move Forward From Here*. London: Academy of Management Perspective.
9. De Witt, B., & Meyer, R. (2004). *Strategy*. London: Thomson.
10. Eko Humanitatis. (2012). *Šola socialnega podjetništva* (interno gradivo). Nova vas: Eko Humanitatis Entrepreneurship Research Association.
11. Estrin, S., Mickiewicz, T., & Stephan, U. (2013). Entrepreneurship, Social Capital, and Institutions: Social and Commercial Entrepreneurship Across Nations. *Baylor University*, 11(5), 479-504.
12. Evropska komisija (2014). Social Business Initiative. Najdeno 8. novembra 2014 na spletnem naslovu [http://ec.europa.eu/internal\\_market/socialbusiness/docs/](http://ec.europa.eu/internal_market/socialbusiness/docs/)
13. Fraknfort N. (2000). *Research Methods in the Social Sciences*. New York: Worth Publisher.

14. Frumkin, P. (2013). Between Nonprofit Management and Social Entrepreneurship. *Public Administration Review*, 73(2), 372-376.
15. Gaudani, C. (2003). *The greater good: How philanthropy drives the American economy and can save capitalism*. New York: Times Books.
16. Gawell, M., Jahannisson, B., & Lundqvist, M. (2009). *Entrepreneurship in the Name of Society*. Stockholm: Knowledge Foundation.
17. Harvey, D. (2007). *A Brief History of Neoliberalism*. Oxford: Oxford University Press.
18. Holmen, P., & Mizzi, J. (2013). *The Social Business Initiative of the European Commission*. Brussel: Evropska komisija.
19. JAPTl, Javna agencija RS za podjetništvo in tuje investicije. (2005). *Študija obstoječega stanja na področju socialne ekonomije v Sloveniji*. Ljubljana: Narodna in univerzitetna knjižnica.
20. Kerlin, J. (2006). *Social Enterprise in the United States and Europe: Understanding and Learning from the Differences*. Washington: International Society for Third-Sector Research.
21. Kmetijsko gospodarska zbornica Slovenije (2013). *Socialno podjetništvo - priložnost za povečanje lokalne oskrbe* (interno gradivo). Ljubljana: KGZS.
22. Komisija za preprečevanje korupcije (b.l.). *Supervizor*. Najdeno 16. januarja 2015 na spletnem naslovu <http://supervizor.kpk-rs.si/>.
23. Kovač, Z. M., Milošević, G., & Radej, B. (2010). *Socialno podjetništvo - izzivi in perspektive*. Murska Sobota: Pribinovina.
24. Kovač, Z., & Klužer, F. (2010). *Background on Social Economy and Social Entrepreneurship in Slovenia* (Second Draft, Prepared for OECD). Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
25. Mair, J., Robinson, J., & Hockerts, K. (2006). *Social Entrepreneurship*. New York: Antony Rowe Ltd.
26. Massetti, B., & Tobin, P. (2011). The Duality of Social Enterprise: A Framework for Social Action. *St. John's University*, 8(10), 50-64.
27. Ministrstvo za delo, družino, socialne zadeve in enake možnosti. (2014). *Izboljšanje socialne vključenosti na lokalni ravni preko socialne ekonomije*. Najdeno 11. oktobra 2014 na spletnem naslovu [http://www.mddsz.gov.si/fileadmin/mddsz.gov.si/pageuploads/dokumenti\\_\\_pdf/seminar\\_soc\\_podjet\\_oecd\\_porocilo.pdf](http://www.mddsz.gov.si/fileadmin/mddsz.gov.si/pageuploads/dokumenti__pdf/seminar_soc_podjet_oecd_porocilo.pdf).

28. Ministrstvo za delo, družino, socialne zadeve in enake možnosti. (2014). Seznam socialnih podjetji. Najdeno 11. oktobra 2014 na spletnem naslovu <http://www.mddsz.gov.si/si>.
29. Ministrstvo za delo, družino, socialne zadeve in enake možnosti. (2013). *Strategija razvoja socialnega podjetništva za obdobje 2013 - 2016*. Ljubljana: Ministrstvo za delo, družino, socialne zadeve in enake možnosti.
30. Mesec, B. (2015). *Metodologija raziskovanja v socialnem delu*. Ljubljana: Fakulteta za socialno delo Univerze v Ljubljani.
31. Mesojedec, T., Šporar, P., Strojani, K., Valentinčič, T., Bačar, F., Sakovič, G., & Strojani, T. (2012). *Socialno podjetništvo*. Ljubljana: Salve.
32. *Podjetniški portal - socialno podjetje* (so.p.). Najdeno 12. oktobra 2014 na spletnem naslovu [http://www.podjetniski-portal.si/ustanavljam\\_podjetje\\_oblika\\_podjetja\\_socialno\\_podjetje-sop](http://www.podjetniski-portal.si/ustanavljam_podjetje_oblika_podjetja_socialno_podjetje-sop).
33. Podmenik, D., Žižek, B., Hafner, A., Marčeta, Ž., Mevlja, B., & Tominec N. (2013). *Analiza potencialov z akcijskim načrtom in ukrepi razvoja socialnega podjetništva na podežlju Slovenske Istre (LAS Istra)*. Koper: Zavod Eko-Humanitatis.
34. Podnar, K., & Golob, U. (2002). Socialna ekonomija in družbena odgovornost: Alternativi globalni anarhiji neoliberalizma. *Teorija in praksa*, 39(6), 952-969.
35. Poslovna aplikacija. (b.l.). V *AJPES*. Najdeno 16. januarja 2015 na spletni strani [http://www.ajpes.si/statistike\\_druge\\_statistike](http://www.ajpes.si/statistike_druge_statistike).
36. Poslovni spletni portal. (b.l.). V *GVIN*. Najdeno 15. januarja 2015 na spletni strani [http://www2.gvin.com/financni\\_podatki](http://www2.gvin.com/financni_podatki).
37. *Reziduali v tabelah*. Najdeno 15. maja 2015 na spletnem naslovu <https://www.1ka.si>.
38. Roger, L., Osberg, M., & Osberg, S. (2007). Social Entrepreneurship: The Case for Definition. *Stanford Social Innovation Review*, (5), 1-13.
39. Smith, W., Besharov, M., Wessels, A., & Chertok, M. (2012). A Paradoxical Leadership Model for Social Entrepreneurs: Challenges, Leadership Skills, and Pedagogical Tools for Managing Social and Commercial Demands. *Academy of Management Learning & Education*, 11(3), 463-478.
40. Smith, W., Besharov, M., Wessels, A., Chertok, M., & Selvadurai, C. (2012). A Paradoxical Leadership Model for Social Entrepreneurs: Challenges, Leadership Skills, and Pedagogical Tools for Managing Social and Commercial Demands. *Academy of Management Learning & Education*, 11(3), 436-439.



41. *Socialni incubator*. Najdeno 12. oktobra 2014 na spletnem naslovu <http://www.socialni-inkubator.si/>
42. Strauss, J., & Frost, R. (2001). *E-marketing*. Upper Saddle River: Prentice Hall.
43. Stritar, T. (2011). Socialna podjetja lahko prispevajo za hitrejši dvig konkurenčnosti. *Dnevnik*. Najdeno 3. januarja 2015 na spletnem naslovu <http://www.dnevnik.si/posel/zaposl/1042457718>.
44. Terjesen, S., Lepoutre, J., Justo, R., & Bosma, N. (2009). *Global Entrepreneurship Monitor Report on Social Entrepreneurship Executive Summary*. London: Global.
45. VEM – Portal za podjetja in podjetnike. (2014). Najdeno 15. novembra 2014 na spletnem naslovu <http://evem.gov.si/info/zacenjam/poslovne-oblike-podjetij/socialno-podjetje-sop>.
46. Wendy, C. (2011). Social entrepreneurship: A content Analysis. *Journal of Strategic Innovation and Sustainability* (7)1, 99-119.
47. Williams, C., & Nadin, S. (2012). Beyond the Commercial versus Social Entrepreneurship Dichotomy: A Case Study of Informal Entrepreneurs. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 17(3), 1-17.
48. Zidar, R. (2013). Socialno podjetništvo: Trend mnogih obrazov. *Socialno delo*, 52(5), 291-305.
49. Zidar, R., & Arh, T. (2012). *Social economy – laying the groundwork*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
50. ZSocP - Zakon o socialnem podjetništvu. *Uradni list RS* Št. 003-02-3, 14/2011.



## **PRILOGE**



## KAZALO PRILOG

|            |                                                                   |   |
|------------|-------------------------------------------------------------------|---|
| Priloga 1: | Anketni vprašalnik.....                                           | 1 |
| Priloga 2: | Rezultati ankete.....                                             | 4 |
| Priloga 3: | Računovodski podatki aktivnih socialnih podjetji v letu 2013..... | 7 |



## Priloga 1: Anketni vprašalnik

1.) Ali ste na kakršen koli način povezani s socialnim podjetništvom v Sloveniji?

- Da
- Ne

2.) Kakšno vlogo imate v socialnem podjetju?

- ustanovitelj
- zaposleni
- prostovoljec
- donator
- direktor
- drugo: \_\_\_\_\_

3.) Pravna oblika socialnega podjetja v katerem delujete?

- zavod
- društvo, zveza društev
- družba z omejeno odgovornostjo (d.o.o.)
- zadruga (z.b.o.)
- zadruga (z.o.o.)
- fundacija
- drugo: \_\_\_\_\_

4.) Panoga v kateri posluje socialno podjetje?

- \_\_\_\_\_

5.) Regija v kateri je prisotno socialno podjetje?

- Pomurska regija
- Podravska regija
- Koroška regija
- Savinjska regija
- Zasavska regija
- Posavska regija
- Jugovzhodna Slovenija
- Osrednjeslovenska regija
- Gorenjska regija
- Primorsko-notranjska regija
- Goriška regija
- Obalno-kraška regija

6.) Podporno okolje za socialno podjetništvo v Sloveniji je vzpodbudno.

- sploh se ne strinjam
- se ne strinjam
- se niti ne strinjam niti strinjam
- se strinjam
- popolnoma se strinjam

7.) Ocenite posamezno področje podpornega okolja za razvoj socialnega podjetništva? (1 - zelo slabo; 5 - odlično)

- izobraževanje s področja socialnega podjetništva
- razmere na trgu
- svetovalne storitve za področje socialnega podjetništva
- Primernost zakonodaje
- mreženje - povezanost vseh (predstavniki oblasti, gospodarstva, nevladni sektor)
- drugo: \_\_\_\_\_

8.) S katerimi ovirami se sooča vaše socialno podjetje? (1 – ni ovire; 5 – zelo velika ovira)

- dostop do finančnih virov
- pomanjkanje prostovoljcev
- neustrezna zakonodaja
- višina prihodkov
- previsoki stroški poslovanja (obratovalni, administrativni stroški, stroški dela)
- pomanjkljivo strokovno svetovanje in podpora za to pristojnih institucij
- poznavanje zakonodaje
- dostopnost državnih pomoči
- Drugo: \_\_\_\_\_

9.) Kako dostopni so vam viri financiranja?

- zelo dostopni
- dostopni
- niti dostopni niti nedostopni
- nedostopni
- zelo nedostopni

10.) Ali je vaše socialno podjetje odvisno od javnega denarja? (različne državne pomoči in vzpodbude)

- zelo odvisno
- odvisno
- niti odvisno niti neodvisno
- neodvisno



- zelo neodvisno

11.) Kakšne vire financiranja uporablja vaše socialno podjetje?

- lastno varčevanje
- pomoč družine in prijateljev
- bančna posojila
- državne subvencije in vzpodbude
- prihodki ustvarjeni na trgu
- donatorji
- drugo: \_\_\_\_\_

12.) Naštejte vsaj tri prednosti socialnih podjetji po vašem mnenju?

- \_\_\_\_\_

13.) Naštejte vsaj tri slabosti socialnih podjetji po vašem mnenju?

- \_\_\_\_\_

14.) Kateri so po vašem mnenju najpogostejši problemi v socialnem podjetništvu?

- \_\_\_\_\_

15.) Spol

- Moški
- Ženski

16.) V katero starostno skupino spadate?

- 18 - 25
- 26 - 35
- 36 - 45
- 46 - 55
- 56 - 65
- nad 65

17.) Kakšna je vaša najvišja dosežena formalna izobrazba?

- nedokončana osnovna šola
- osnovna šola
- nižje poklicno izobraževanje
- srednje poklicno izobraževanje
- gimnazijsko, srednje šolsko izobraževanje
- višješolski program
- visokošolski program
- univerzitetni program
- magisterij

- doktorat

18.) Kakšen je vaš trenutni status?

- šolajoči
- aktivni
- neaktivni
- brezposelni

19.) Kakšen je vaš povprečni bruto mesečni dohodek?

- \_\_\_\_\_

## Priloga 2: Rezultati ankete

Ostale tabele se nahajajo v poglavju empirične analize.

| Q1       | Ali ste na kakršen koli način povezani s socialnim podjetništvom v Sloveniji? |           |          |             |            |
|----------|-------------------------------------------------------------------------------|-----------|----------|-------------|------------|
|          | Odgovori                                                                      | Frekvenca | Odstotek | Veljavni    | Kumulativa |
|          | 1 (Da)                                                                        | 31        | 90%      | 90%         | 90%        |
|          | 2 (Ne)                                                                        | 3         | 10%      | 10%         | 100%       |
| Veljavni | Skupaj                                                                        | 10        | 100%     | 100%        |            |
|          |                                                                               |           |          |             |            |
|          |                                                                               | Povprečje | 1,1      | Std. Odklon | 0,3        |

| Q2  | Kakšno vlogo imate v socialnem podjetju? |           |              |          |              |           |         |
|-----|------------------------------------------|-----------|--------------|----------|--------------|-----------|---------|
|     | Podvprašanja                             | Enote     |              |          |              |           | Navedbe |
|     |                                          | Frekvence | % - Veljavni | Ustrezni | % - Ustrezni | Frekvence | %       |
| Q2a | Ustanovitelj                             | 15        | 48,4%        | 31       | 48,4%        | 15        | 56%     |
| Q2b | Zaposleni                                | 7         | 22,6%        | 31       | 22,6%        | 7         | 11%     |
| Q2c | Prostovoljec                             | 3         | 9,7%         | 31       | 9,7%         | 3         | 11%     |
| Q2d | Direktor                                 | 6         | 19,4%        | 31       | 19,4%        | 6         | 0%      |
| Q2e | Investitor                               | 0         | 0%           | 31       | 0%           | 0         | 0%      |
| Q2f | Drugo:                                   | 0         | 0%           | 31       | 0%           | 0         | 22%     |
|     | SKUPAJ                                   |           |              | 31       |              | 31        | 100%    |

| Q3       | Pravna oblika socialnega podjetja v katerem delujete? |           |          |          |            |
|----------|-------------------------------------------------------|-----------|----------|----------|------------|
|          | Odgovori                                              | Frekvenca | Odstotek | Veljavni | Kumulativa |
|          | 1 (Zavod)                                             | 9         | 29%      | 29%      | 29%        |
|          | 2 (Društvo, zveza društev)                            | 9         | 29%      | 29%      | 58%        |
|          | 3 (Družba z omejeno odgovornostjo (d.o.o.))           | 4         | 12,9%    | 12,9%    | 70,9%      |
|          | 4 (Zadruga (z.b.o.))                                  | 0         | 0%       | 0%       | 88%        |
|          | 5 (Zadruga (z.o.o.))                                  | 6         | 19,4%    | 19,4%    | 90,3%      |
|          | 6 (Fundacija)                                         | 3         | 9,7%     | 9,7%     | 100%       |
|          | 7 (Drugo:)                                            | 0         | 0%       | 0%       | 100%       |
| Veljavni | Skupaj                                                | 31        | 100%     | 100%     |            |

| Q4       | Panoga v kateri posluje socialno podjetje? |           |          |          |            |
|----------|--------------------------------------------|-----------|----------|----------|------------|
|          | Odgovori                                   | Frekvenca | Odstotek | Veljavni | Kumulativa |
|          | izobraževanje                              | 6         | 19,3%    | 19,3%    | 19,3%      |
|          | center ponovne uporabe                     | 6         | 19,3%    | 19,3%    | 38,6%      |
|          | storitve                                   | 4         | 12,9%    | 12,9%    | 51,5%      |
|          | gostinstvo                                 | 4         | 12,9%    | 12,9%    | 64,6%      |
|          | varstvo okolja                             | 5         | 16,1%    | 16,1%    | 80,5%      |
|          | trgovina                                   | 4         | 12,9%    | 12,9%    | 93,4%      |
|          | ponovna uporaba                            | 2         | 6,45%    | 6,45%    | 100%       |
| Veljavni | Skupaj                                     | 31        | 100%     | 100%     |            |

| Q5  | Regija v kateri je prisotno socialno podjetje? |           |          |              |          |              |           |
|-----|------------------------------------------------|-----------|----------|--------------|----------|--------------|-----------|
|     | Podvprašanja                                   | Enote     |          |              |          |              | Navedbe   |
|     |                                                | Frekvence | Veljavni | % - Veljavni | Ustrezni | % - Ustrezni | Frekvence |
| Q5a | Pomurska regija                                | 3         | 31       | 13%          | 31       | 10%          | 3         |
| Q5b | Podravska regija                               | 10        | 31       | 63%          | 31       | 50%          | 10        |
| Q5c | Koroška regija                                 | 3         | 31       | 0%           | 31       | 0%           | 3         |
| Q5d | Savinjska regija                               | 3         | 31       | 0%           | 31       | 0%           | 3         |
| Q5e | Zasavska regija                                | 3         | 31       | 13%          | 31       | 10%          | 3         |
| Q5f | Posavska regija                                | 0         | 31       | 0%           | 31       | 0%           | 0         |
| Q5g | Jugovzhodna Slovenija                          | 0         | 31       | 0%           | 31       | 0%           | 0         |
| Q5h | Osrednjeslovenska regija                       | 5         | 31       | 13%          | 31       | 10%          | 5         |
| Q5i | Gorenjska regija                               | 3         | 31       | 13%          | 31       | 10%          | 3         |
| Q5j | Primorsko-notranjska regija                    | 0         | 31       | 0%           | 31       | 0%           | 0         |
| Q5k | Goriška regija                                 | 0         | 31       | 0%           | 31       | 0%           | 0         |
|     | SKUPAJ                                         | 31        | 31       |              | 31       |              | 31        |

| Q6       | Podporno okolje za socialno podjetništvo v Sloveniji je vzpodbudno. |           |          |          |            |
|----------|---------------------------------------------------------------------|-----------|----------|----------|------------|
|          | Odgovori                                                            | Frekvenca | Odstotek | Veljavni | Kumulativa |
|          | 1 (Sploh se ne strinjam)                                            | 4         | 12,9%    | 12,9%    | 12,9%      |
|          | 2 (Se ne strinjam)                                                  | 11        | 35,4%    | 35,4%    | 48,3%      |
|          | 3 (Se niti ne strinjam niti strinjam)                               | 16        | 51,61%   | 51,61%   | 100%       |
|          | 4 (Se strinjam)                                                     | 0         | 0%       | 0%       | 100%       |
|          | 5 (Popolnoma se strinjam)                                           | 0         | 0%       | 0%       | 100%       |
| Veljavni | Skupaj                                                              | 31        | 100%     | 100%     |            |

| Q10      | Ali je vaše socialno podjetje odvisno od javnega denarja? (različne državne pomoči in vzpodbude) |           |          |          |            |
|----------|--------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|----------|----------|------------|
|          | Odgovori                                                                                         | Frekvenca | Odstotek | Veljavni | Kumulativa |
|          | 1 (Zelo odvisno)                                                                                 | 8         | 25,6%    | 25,6%    | 25,6%      |
|          | 2 (Odvisno)                                                                                      | 11        | 35,2%    | 35,2%    | 60,8%      |
|          | 3 (Niti odvisno niti neodvisno)                                                                  | 8         | 25,6%    | 25,6%    | 86,4%      |
|          | 4 (Neodvisno)                                                                                    | 4         | 12,8%    | 12,8%    | 100%       |
|          | 5 (Zelo neodvisno)                                                                               | 0         | 0%       | 0%       | 100%       |
| Veljavni | Skupaj                                                                                           | 31        | 100%     | 100%     |            |

| Q18 | Kakšen je vaš povprečni bruto mesečni dohodek? (brez decimalnih števil) |          |          |           |             |         |          |
|-----|-------------------------------------------------------------------------|----------|----------|-----------|-------------|---------|----------|
|     |                                                                         | Veljavno | Št. enot | Povprečje | Std. Odklon | Minimum | Maksimum |
|     |                                                                         | 18       | 18       | 1.353,3   | 1.036,53    | 500     | 3000     |

### Priloga 3: Računovodski podatki aktivnih socialnih podjetji v letu 2013

| Socialno podjetje                                   | Celotni prihod | Čisti poslovni izid | Sredstva  | Kapital/Ustanovni vložek/Sklad | Povprečno število zaposlenih na podlagi obračunskih | Dodana vrednost na zaposlenega | Delež dolgov v financiranju | Čista donosnost kapitala | Prejemki od proračunskih uporabnikov |
|-----------------------------------------------------|----------------|---------------------|-----------|--------------------------------|-----------------------------------------------------|--------------------------------|-----------------------------|--------------------------|--------------------------------------|
| CENTER PONOVRNE UPORABE, izvajanje postopkov        | 89.861         | 7.488               | 46.032    | 15.183                         | 2,35                                                | 23.629,79                      | 67,02                       | 65,46                    | 9178                                 |
| Razvojna zadruga eTRI, ekologija, ergonomija in ek  | 21.753         | 1.634               | 8.439     | 1.642                          | 1,14                                                | 14.973,68                      | 80,54                       | 198,06                   | 14339                                |
| BRINJEVKA, socialne storitve, pridelava in predela  | 70.963         | 884                 | 25.753    | 8.384                          | 3,09                                                | 14.975,73                      | 67,44                       | 11                       | 33595                                |
| Replikateh, napredne tehnologije d.o.o., socialno   | 145.294        | 2.040               | 103.810   | 33.845                         | 3,17                                                | 19.585,80                      | 66,47                       | 6,21                     |                                      |
| SOTRA PLUS trgovina z živili d.o.o., so.p.          | 79.504         | -3.750              | 60.497    | 850                            | 5                                                   | 6.497,20                       | 98,45                       | -137,61                  | N.P.                                 |
| Zadruga Kooperativa Rog z.b.o.-so.p. (IZBRIS 18.03  | 3.914          | -194                | 4.045     | 2.444                          | 0                                                   | N.P.                           | 39,58                       | -9,46                    | 660                                  |
| AB POMURJE, socialno podjetje, d.o.o. - so.p.       | 10.886         | 34                  | 11.148    | 7.534                          | 2                                                   | 5.113,50                       | 32,42                       | 0,45                     | 7116                                 |
| ZAVOD PEC Murska Sobota so.p.                       | 21.859         | 0                   | 18.338    | 10.176                         | 0,59                                                | N.P.                           | 44,51                       | 0                        | 13206                                |
| Znanstveno- raziskovalno združenje za umetnost,     | 176.136        | 1.862               | 53.537    | 1.639                          | 2                                                   | N.P.                           | 40,85                       | 272,62                   | 102209                               |
| CENTER STONOGA - zavod za povezovanje in medg       | 1.768          | -3.670              | 2.677     | 500                            | 0                                                   | N.P.                           | 218,42                      | -7,34                    | N.P.                                 |
| MLADINSKI CENTER PRLEKIJE-POKRAJINSKI CENTER        | 72.284         | 4.824               | 4.824     | 4.824                          | 3,2                                                 | N.P.                           | 0                           | 58,58                    | 39184                                |
| Zavod Gostinstvo in turizem na Planoti, Lokve, soc  | 116.745        | 1.597               | 22.987    | 800                            | 1,33                                                | N.P.                           | 101,61                      | 2                        | 20494                                |
| Mozaik - društvo za socialno vključenost, socialno  | 789.685        | 18.682              | 436.270   | 95.575                         | 27,72                                               | N.P.                           | 73,29                       | 21,66                    | 775940                               |
| SONČEK-ZVEZA DRUŠTEV ZA CEREBRALNO PARALIZ          | 3.828.165      | 2.885               | 6.066.005 | 788.841                        | 106                                                 | N.P.                           | 14,1                        | 0,35                     | 2860330                              |
| Fundacija Vincenca Drakslerja za odvisnike - ustan  | 249.753        | 23.612              | 1.021.478 | 269.972                        | 5,19                                                | N.P.                           | 2,53                        | 0,09                     | 247284                               |
| Društvo Dnevni center aktivnosti za starejše Marib  | 41.040         | 15.072              | 21.023    | 16.826                         | 1,7                                                 | N.P.                           | 19,96                       | 162,24                   | 35090                                |
| KNOF Zavod za kreativni razvoj Sevnica - socialno g | 167.643        | 16.871              | 24.067    | 210                            | 10                                                  | N.P.                           | 29,03                       | 80,34                    | 120078                               |
| Združenje Center alternativne in avtonomne prod     | 78.087         | -28.396             | 48.844    | 44.339                         | 0,56                                                | N.P.                           | 9,22                        | -46,56                   | 82760                                |
| Društvo Terne Roma - Mladi Romi, socialno podjet    | 59.195         | 6.211               | 71.929    | 6.211                          | 1,39                                                | N.P.                           | 7,79                        | 6.211                    | 62879                                |
| ZAVOD ZA POMOČ PRI RAZVOJU OTROK IN MLADO           | 50.851         | -4.411              | 2.278     | 0                              | 1,81                                                | N.P.                           | 100                         | N.P.                     | 13249                                |
| Romsko društvo Romano Pralipe Maribor, socialno     | 50.615         | 1.164               | 8.848     | -16.023                        | 2,03                                                | N.P.                           | 281,09                      | -6,9                     | 18389                                |
| FREKVENCA, Socialno združenje nemirnih in aktivn    | 49.104         | -2.230              | 23.841    | 17.112                         | 2,74                                                | N.P.                           | 28,22                       | -10,6                    | 33208                                |
| Turistično gastronomski razvojni zavod Matjaž so.p  | 48.254         | -2.766              | 9.358     | 200                            | 6,08                                                | N.P.                           | 127,42                      | -13,83                   | 602                                  |
| Kooperativa Konjice, z.b.o., socialno podjetje      | 25.998         | 3.466               | 6.967     | 5.085                          | 0                                                   | N.P.                           | 27,01                       | 68                       | 1000                                 |
| Zavod UTRINEK - Pomoč na domu ostarelim, invali     | 24.788         | 98                  | 4.684     | 1.000                          | 1                                                   | N.P.                           | 75,51                       | 1.000                    | 0                                    |
| Turistično razvojni Zavod Vrtnica - socialno podjet | 23.086         | -4.320              | 4.092     | 800                            | 0,83                                                | N.P.                           | 185,85                      | -5,4                     | 6042                                 |
| Društvo za razvijanje socialnih projektov in spodb  | 19.627         | -1.889              | 1.092     | -5.045                         | 1                                                   | N.P.                           | 562                         | 46,07                    | 10120                                |
| Kulturno umetniško društvo Prvi plan - socialno p   | 16.743         | 210                 | 6.036     | 203                            | 1                                                   | N.P.                           | 96,64                       | 206,9                    | 10077                                |
| Zavod za kulturo,šport, turizem in mladinsko dejav  | 3.875          | 3.241               | 3.241     | 0                              | 0                                                   | N.P.                           | 0                           | N.P.                     | N.P.                                 |
| A-ergos, Slovenska agencija za ergonomijo so.p.     | 2.787          | 47                  | 3.287     | 1.500                          | 0,16                                                | N.P.                           | 47,34                       | 0,03                     | 196                                  |
| PUPILLAM, društvo za razvoj potencialov, socialno   | 2.564          | 127                 | 48        | 48                             | 0                                                   | N.P.                           | 0                           | 156,79                   | 240                                  |
| Združenje brezposelnih Slovenije so.p., Trajnostna  | 818            | 519                 | 760       | 519                            | 0                                                   | N.P.                           | 31,71                       | 200                      | 100                                  |
| ZADRUGA KOOPERATIVA GORENJSKE REGIJE ZA ZE          | 750            | -82                 | 24        | -22                            | 0                                                   | N.P.                           | 191,67                      | -372,73                  | N.P.                                 |
| AGRO POMOČ, pomoč na kmetijah, d.o.o., socialno     | 200            | -654                | 6.973     | 6.856                          | 0                                                   | N.P.                           | 1,68                        | -9,54                    | N.P.                                 |
| HIŠA VZHAJAJOČEGA SONCA Zavod za osebno rast        | 150            | 107                 | 107       | 0                              | 0                                                   | N.P.                           | 0                           | N.P.                     | N.P.                                 |
| MAKROBIOS PANONIJA so.p., Permakulturni cente       | 0              | 1.209               | 631       | 140                            | 0                                                   | N.P.                           | 269,41                      | -8,64                    | N.P.                                 |

