

Romana Zidar

SOCIALNO PODJETNIŠTVO

TREND MNOGIH OBRAZOV

Socialno podjetništvo pomeni novo statusno obliko in hkrati potencialni družbeno politični odgovor na krizo klasičnega tržnega podjetništva in sistema tržne ekonomije. V tem hipu razvoja socialnega podjetništva je treba analizirati prakse in s tem tudi pojmovanje socialnega podjetništva v praksi. Dosedanja razprava med strokovnjaki kaže na izrazito naklonjenost ideji, da gre predvsem za podjetniško aktivnost, »socialno« pa tisti del dejavnosti, ki ni le v ozadju, temveč po mnenju nekaterih s svojo socialno konotacijo pomeni celo oviro, saj naj bi v javnosti zbuvalo domnevo, da je socialno podjetništvo namenjeno zaposlovanju težje zaposljivih skupin, ki ustvarjajo produkte, namenjene potrošnikom z družbenega roba.

Pripisovanje tako izjemnega pomena poimevanju lahko odvrne pozornost od temeljnega namena te dejavnosti – socialno podjetništvo bi moralo biti usmerjeno predvsem v proces, torej h kaj in kako, ter k doseganju rezultatov, ki kažejo na razvoj novih ekonomskih praks. Tuje izkušnje kažejo, da je bolj kot dosegati večjo konkurenčnost pomembno ohranjati fokus na temeljnem socialnem oz. družbenem poslanstvu, sicer neprofitne organizacije niso več neprofitne (Tekula 2009). Oddaljevanje od poslanstva, torej od iskanja odgovora na vprašanje, »zakaj smo tukaj«, in usmerjanje v doseganje ekonomske učinkovitosti, lahko povzroči, da socialno podjetje postane le še kvazi nepridobitna entiteta. Takšne entitete pa ne le brišejo meje med načeli pridobitnega in nepridobitnega, temveč tudi med klasično tržno in drugimi, alternativnimi oblikami ekonomije. S strategijami zniževanja cene dela in drugih stroškov se lahko bliskovito približajo poslovnim praksam, od katerih naj bi se odmikale.

V prispevku bomo skušali odgovoriti na vprašanje, ali so razvijajoče se prakse socialnega podjetništva komplementarne tržnemu ali pa so njegov antipod. Ali socialno podjetništvo prinaša prepotrebne institucionalne spremembe ali pa le širi neoliberalne prakse na področje neprofitnega in socialnega?

V prispevku bomo ob pomoči tipologije socialnih podjetij (Alter 2004) raziskali dve praksi samodefiniranih socialnih podjetij, ki pritrjujeta ugotovitvi, da je treba ohranjati fokus na načelih nepridobitnosti, demokratičnosti odločanja in etičnosti delovanja.

SOCIALNA EKONOMIJA IN SOCIALNO PODJETNIŠTVO KOT ODGOVOR NA EKONOMSKO IN SOCIALNO KRIZO

Socialna ekonomija se od klasične tržne razlikuje predvsem po namenu in ciljih. Tržna si prizadeva za maksimizacijo profita za lastnike organizacij, socialna pa zagovarja demokratičnost odločanja v delovnih organizacijah in poudarja zaščito interesov članov pred interesi lastnikov (Gaudiani 2003). Obe obliki ekonomije temeljita na produkciji plačanega dela, načelih trga ter rabi menedžerskih konceptov in modelov. Pri tem socialna ekonomija upošteva interese okolja, v katerem proizvaja, ljudi, s katerimi prihaja v stik, in nepogrešljivo vlogo socialne pravičnosti, solidarnosti in države blaginje pri doseganju družbeno-ekonomskih ciljev. Prav zato lahko ob pojmu socialne ekonomije večkrat naletimo na besedno zvezo »kapitalizem s človeškim obrazom« (Brittan 1996). Socialna ekonomija torej temelji na etičnih oblikah menedžmenta

in produkcije dela ter distribucije kapitala; tega dojema kot skupno dobro. Prav zato se zdi, da se v času gospodarske in ekonomske krize, s katero se spopada Evropa, socialna ekonomija ponuja kot nekakšna odrešilna bilka, s katero naj bi odpravili vse slabe izkoriščevalske prakse, ki smo jih izpopolnjevali že od zgodnjih začetkov industrializacije. Takšno razumevanje na eni strani ustvarja precejšen pritisk na polje socialne ekonomije, na drugi pa jo dodatno popularizira med potrošniki, željnimi dobrih poslovnih praks, ki ne želijo kupovati izdelkov, zaradi katerih so ljudje izkoriščani ali celo umirajo.

Tudi uradna Evropa v zadnjem desetletju v svojih komunikacijah in strateških dokumentih vse pogosteje stavi na socialno ekonomijo. Strategija za pametno, trajnostno in vključujočo rast, bolj znana kot Evropa 2020, poudarja pametno, trajnostno in vključujočo ekonomijo, ki spodbuja zaposlovanje in socialno povezovanje. Evropska komisija v Pobudi za socialno podjetništvo (*Social Business Initiative* 2011) predvideva ukrepe in finančne mehanizme, ki naj bi spodbujali razvoj entitet in projektov socialne ekonomije s strukturnimi skladi in finančnimi mehanizmi. Številne organizacije, ki delujejo v okviru socialne ekonomije in so bolj ali manj finančno odvisne od projektnega sofinanciranja EU ali nacionalnih teles, so s temi usmeritvami zadovoljne, saj neposredno pripomorejo k izboljševanju njihovega položaja na skupnem evropskem trgu.

K organizacijam socialne ekonomije sodijo zasebne entitete, ki so formalno in statusno opredeljene kot nepridobitne oz. imajo nepridobitnost opredeljeno v svojih ustanovnih aktih. Gre za organizacije, kot so zadruga, vzajemne družbe, socialna podjetja, fundacije, društva, zavodi, ustanove in tudi zasebna podjetja, ki delujejo po nepridobitnih načelih ali dobiček delijo (slika 1). Pri tem organizacije na eni strani izhajajo iz temeljnega nepridobitnega in socialnega poslanstva, na drugi pa polje njihovega delovanja določajo njihovi akti o ustanovitvi, v katerih mora biti jasno zapisano načelo »en človek – en glas«, ki zagotavlja soupravljanje delavcev in članov organizacije. V slovenskem prostoru se kot organizacije socialne ekonomije, poleg že naštetih, pogosto

upoštevajo tudi invalidska podjetja, pa tudi klasična podjetja, ki poudarjajo družbeno odgovornost ali zaposlujejo ranljive skupine. Slednja se sama definirajo kot socialna podjetja, saj to razumejo kot konkurenčno prednost.

Slika 1: Prevladujoče formalne oblike socialne ekonomije v EU.



Po podatkih CIRIEC¹ (Monzón, Chaves 2012) 10 % vseh organizacij (z izjemo javnih) deluje v okvirih socialne ekonomije². Te organizacije zaposlujejo 6,5 % (14,5 milijonov) vseh aktivno zaposlenih v EU²⁷³ in navadno sodijo med mikro-, majhna in srednja podjetja⁴. V Evropski uniji kar 99 % vseh podjetij

¹ CIRIEC - Centre international de recherches et d'information sur l'économie publique, sociale et coopérative.

² Ti podatki seveda ne vključujejo klasičnih podjetij tržne ekonomije, ki se samodefinirajo kot organizacije socialne ekonomije.

³ Seznam EU27 in leto pridružitve: Avstrija (1995), Belgija (1952), Bolgarija (2007), Češka (2004), Ciper (2004), Danska (1973), Estonija (2004), Finska (1995), Francija (1952), Grčija (1981), Irska (1973), Italija (1952), Latvija (2004), Litva (2004), Luksemburg (1952), Madžarska (2004), Malta (2004), Nemčija (1952), Nizozemska (1952), Poljska (2004), Portugalska (1986), Romunija (2007), Slovaška (2004), Slovenija (2004), Španija (1986), Švedska (1995), Združeno kraljestvo (1973).

⁴ Mikropodjetje: manj kot 10 zaposlenih ali do 2 milijona evrov letnega prometa; majhno podjetje: pod 50 zaposlenih in pod 10 milijonov evrov letnega prometa; srednje veliko podjetje: manj kot 250 zaposlenih in več kot 50 milijonov evrov letnega prometa; veliko podjetje – več kot 250 zaposlenih (Priporočilo Komisije 2003).

sodi v to kategorijo. Presenetljivo organizacije socialne ekonomije kljub gospodarski krizi, ki v državah EU vztraja vse od leta 2008, niso odpuščale. Še več: primerjalno je med obdobjema 2002–2003 in 2009–2010 zaznati rast zaposlovanja v obsegu 0,5 %, to pomeni 3,5 milijona novih zaposlitev. Pomembno je opozoriti na precej velike razlike med državami glede na delež zaposlenosti v organizacijah socialne ekonomije. Tako recimo na Švedskem ta delež znaša 11,16 % v Sloveniji pa zgolj 0,73 % od vseh plačanih zaposlitev (*ibid.*).

Indeks trajnosti organizacij civilne družbe za leto 2011, ki ga pripravlja ameriška USAID (2012) kaže, da je bilo v Sloveniji v 2011 približno 24.000 organizacij civilne družbe, od tega 22.000 društev (z letnim prirastom 1000), 2000 zasebnih zavodov (z letnim prirastom 500) in 240 fundacij (z letnim prirastom 40). Te organizacije so zaposlovale približno 7000 ljudi. Zaradi zmanjševanja nacionalnega proračuna se je v letih 2011 financiranje civilnodružbenih organizacij znižalo za 10 do 20 %, na področju kulture celo za 36 %. Civilnodružbene organizacije zaradi okrnjenega financiranja, kadrovske podhranjenosti in sistemskih ovir težko konkurirajo na mednarodnem 'trgu' javnih razpisov, tudi ko gre za pridobivanje projektnih sredstev za razvoj socialne ekonomije. Prav tako se srečujejo s številnimi notranjimi in zunanjimi ovirami, ko želijo s produkti ali storitvami socialne ekonomije konkurirati klasični tržni ekonomiji na lokalnih trgih. Kot problem se pojavljajo pomanjkljive izkušnje in znanja, pomanjkanje notranjih virov in odsotnost sistemsko urejene kakovostne podpore za načrtovanje in trženje produktov ter zagotavljanje virov za vzpostavitev proizvodnje. Te organizacije slabo sodelujejo med sabo, to pa vpliva tako na njihove sinergijske potenciale kot na zmožnost doseganja večjih družbenih učinkov.

Razlog za takšno situacijo je mogoče iskati v sistemu države blaginje in njegovem vplivu na dinamiko razvoja nepridobitnega sektorja v preteklosti. Za Slovenijo je bil od druge svetovne vojne do leta 1991 značilen državno-socialistični model države blaginje, utemeljen na ideji, da je treba kapitalizem nadzorovati, saj je le tako mogoče zagotoviti

socialno stabilnost in ohranjati ali zagotavljati enakopravno in demokratično državljanstvo (Rus 1990: 39). Takšen model države blaginje temelji na predpostavki, da je država dolžna zagotavljati temeljne socialne, zdravstvene, izobraževalne in druge javne storitve za svoje državljane. To je vplivalo na razvoj močnega javnega sektorja, v katerem je bila vloga civilnodružbenih organizacij razmeroma obrobna in vezana na interesno združevanje v prostovoljskih organizacijah.

Pomemben preobrat k afirmaciji civilne družbe v Sloveniji predstavljajo dogodki v osemdesetih letih. Takrat se je dokončno vzpostavila razlika med politično in nepolitično sfero civilne družbe (Dragoš 1999: 155). Tako imenovana nepolitična sfera civilne družbe se je formalizirala v entitete, ki jih danes uvrščamo v socialno ekonomijo, ter oblikovala vrsto programov in storitev za svoje člane in širšo javnost, kot jih poznamo še danes. Poglavitni značilnosti teh programov je njihova nepridobitna usmerjenost in pogosto tudi odsotnost tržnih dejavnosti, saj programe za uporabnike izvajajo brezplačno, sredstva za delovanje programov pa prek javnih razpisov zagotavlja država. V zahodnoevropskih državah je šibek javni sektor že tradicionalno nadomeščal zasebnega, ki se je skozi desetletja razvil v pomembnega zaposlovalca.

V Sloveniji je situacija malce drugačna. Po podatkih Urada za makroekonomske analize in razvoj (UMAR 2012) so javne socialnovarstvene storitve z 722 zaposlenimi na 100.000 prebivalcev v letu 2011 krepko zaostajale za povprečjem Evropske unije – v EU je bilo v socialnem varstvu na enako število prebivalcev zaposlenih 1800 ljudi. Dosegali smo le 42 % povprečja EU. To neposredno vpliva na zmožnost ustvarjanja kakovostnih, za uporabnike prijaznih storitev in razvoj novih programov (tudi socialno ekonomskih), ki bi se odzivali na aktualne potrebe ljudi.

Socialna ekonomija, ki je nekakšna *alma mater* socialnega podjetništva, se je v Sloveniji pojavila v obliki zadrug, kot upor neenakostim, ki jih je ustvarjal industrijski kapitalizem. Kot enega pomembnejših prispevkov h razvoju združništva je mogoče označiti uvedbo zadržnih posojilnic, namenjenih kmetom in delavcem s

strani krščanskega socialista Janeza E. Kreka. Ta je v svojem delu Črne bukve kmečkega stanu (1895) opisoval slab položaj evropskih kmetov tistega časa, razloge zanj pa pripisoval negativnim učinkom liberalnega kapitalizma in neovirane konkurenčnosti trga (Černič 1989:78). Dragoš (1999: 152) kot pozitivno oceni dejstvo, da Krekov model zadružništva ni temeljil na verski podlagi, kar je vplivalo na to, da je bilo članstvo v zadrugah utemeljeno na socialno-ekonomski in ne ideološko-strankarski podlagi. Krekovo zapuščino so pozneje razvijali Andrej Gosar (1933, 1935), Frane Adam (v osemdesetih letih je razpravljal o zadrugah kot alternativnih oblikah samo/zaposlovanja mladih) in Marko Hren (na koncu devetdesetih let je znova opomnil na zapuščino zadružništva) (Vesel 2010: 24).

PРАВNA UREDITEV SOCIALNEGA PODJETNIŠTVA KOT NAPOVEDNIK PRIHODNIH PRAKS

Danes področje socialne ekonomije ureja posebna zakonodaja – Zakon o zadrugah (2009), Zakon o društvih (2011), Zakon o zavodih (1991), Zakon o ustanovah (2005) ter ne nazadnje Zakon o socialnem podjetništvu (2011) ter številni podzakonski akti. To pomeni, da danes ni mogoče govoriti o nekem enotnem formalnem okviru, ki bi olajšal iskanje odgovora na to, ali je socialna ekonomija alternativa klasični tržni ekonomiji. Edina skupna merila, ki ločujejo pridobitno od nepridobitnega ter s tem tržno od netržnega, socialno ekonomskega, so poslanstvo in jasno opredeljena načela delovanja v aktih organizacij socialne ekonomije.

Načela, ki naj bi ločevala socialno ekonomijo od tržne najbolj konsistentno opredeljuje Listina načel socialne ekonomije (Chaves, Monzón 2007), v kateri piše, da organizacije socialne ekonomije:

1. dajejo prednost posameznikom in socialnim ciljem pred kapitalom;
2. temeljijo na odprtem, prostovoljnem članstvu;
3. uresničujejo demokratično vodenje in nadzor, ki ga izvajajo člani;
4. delujejo po načelu kombiniranja interesov članov, interesov uporabnikov ter splošnih družbenih in okoljskih interesov;

5. implementirajo in varujejo načeli solidarnosti in odgovornosti;
6. delujejo po načelih samoupravljanja in so neodvisne od javnih oblasti;
7. uporabljajo presežke prihodkov za namen doseganja ciljev trajnostnega razvoja, razvoja storitev za člane ali razvoja storitev v splošnem interesu.

Evropska unija pri razumevanju socialne ekonomije izhaja iz teh splošnih načel, vendar pravno ureditev prepušča posameznim državam. Kot smo že zapisali, v Sloveniji po navedenih načelih delujejo zasebni zavodi, društva, zadruge, vzajemne družbe, ustanove in fundacije ter navsezadnje tudi socialna podjetja, ki so se tej skupini pridružila zadnja. Kljub temu pa je treba opozoriti, da listina načel piše o idealnih okoliščinah, ki jih marsikdaj ni. Listina načel je pomemben dokument, ki pa ne opredeljuje meril za same izvajalce, ki bi omogočala transparentno kvalifikacijo organizacij v prostor socialne ekonomije.

Ker je socialna ekonomija s svojo raznovrstnostjo entitet in praks izjemno obširno področje, se bomo v nadaljevanju osredotočili na socialna podjetja, saj pomenijo novo obliko delovanja v neprofitnem sistemu, prav tako pa se vse od uveljavitve Zakona o socialnem podjetništvu (v nadaljevanju zakon) s socialnim podjetništvom ukvarja vse več socialnih delavk in delavcev, zaposlenih v organizacijah socialnega varstva. Menimo, da je socialno podjetništvo v tem hipu za teorijo in prakso socialnega dela zanimivo, zagotovo pa bo v prihodnosti mogoče raziskovati tudi zadržne in druge oblike organiziranja v socialnem delu. To bo prineslo potrebno pluralnost praks in omogočilo iskanje oblik delovanja, ki so najbližje poslanstvu in profesionalnim vrednotam socialnega dela⁵.

⁵ Mednarodno združenje socialnih delavk in delavcev kot niz splošnih vrednot opredeljuje spoštovanje človekovih pravic in dostojanstva (promocija in spoštovanje pravice do izbire, spodbujanje sodelovanja v procesih odločanja, celostno obravnavanje posameznikov, promocija krepitev moči), spodbujanje socialne pravičnosti (boj proti negativni diskriminaciji, nepravičnim politikam in praksam, prepoznavanje raznovrstnosti, zagovarjanje pravične delitve virov glede na potrebe, solidarnost) in poklicno ravnanje, ki ga opredeljujejo nacionalni kodeksi poklicne etike, ki največkrat pišejo o spoštovanju dostojanstva in vrednosti vsakega človeka, promociji socialne pravičnosti, promociji socialne države in socialne vključenosti, poklicni integriteti in kompetencah (Banks 2006: 30–31).

Preglednica 1: Trije modeli socialnega podjetništva (Črnak Meglič 2010: 21).

Poimenovanje modela	Značilnosti modela
ODPRTI MODEL (Italija, Španija, Portugalska, Slovenija)	Pomembno je poslanstvo organizacije, ki mora biti socialno in ne pravno organizacijska oblika.
ZADRUŽNI MODEL (pred uvedbo odprtega modela: Italija, Španija, Poljska; danes: Kenija, Senegal, Gana)	Izvajalci so lahko le zadruge s socialnimi cilji.
MODEL SOCIALNIH DRUŽB (Belgija, Finska, Velika Britanija)	Socialna podjetja lahko ustanavljajo tudi pridobitne družbe, ki svoj nepridobitni namen dokazujejo z delitvijo dobička.

Slovenski zakon predvideva oblikovanje dveh tipov socialnih podjetij – tip A in tip B – pri tem pa upošteva t. i. odprti model socialnega podjetništva.

Odprti model kot kazalnik upošteva poslanstvo organizacije, ki naj bi bilo nepridobitnost in usmerjenost k doseganju pozitivnih družbenih učinkov. Te organizacije del programa ali celoten program izvajajo na trgu. Upravičene so do različnih subvencij, ki so v veliki meri odvisne od tega, ali zaposlujejo določene ranljive skupine, ki se srečujejo z revščino in socialno izključenostjo ali so izključene iz tradicionalnega trga dela (socialna podjetja tipa B) oziroma delujejo v dejavnostih, katerih namen je doseganje pozitivnih družbenih, okoljskih in ne nazadnje ekonomskih učinkov (socialna podjetja tipa A). Socialna podjetja tipa A se najpogosteje usmerjajo h krepitvi lokalnih skupnosti, da bi povečala socialno kohezivnost ter krepila socialni kapital članic in članov teh skupnosti. V Sloveniji dejavnosti, ki naj bi jih izvajala socialna podjetja tipa A, predpisuje zakonodaja. S tem neposredno omejuje razvoj socialnega podjetništva v dejavnostih, ki niso usmerjene k doseganju prej navedenih ciljev.

Zakonodaja pri socialnem podjetništvu tipa B ne predpisuje vsebine same dejavnosti, to pa pomeni, da se lahko socialno podjetje, ki zaposluje ranljive skupine navedene v samem zakonu, ukvarja praktično s kakršnokoli dejavnostjo. To pomeni hudo grožnjo za razvoj

trajnostno usmerjenega koncepta socialnega podjetništva, vendar dosedanje prakse kažejo pozitivne trende. Socialna podjetja tipa B se kljub odprtosti zakonodaje glede dejavnosti najpogosteje odločajo za razvijanje dejavnosti, ki sodijo k tipu A. Tako se razvijajo kombinirane oblike socialnih podjetij. Razlogov za to je lahko več – na eni strani posledica izbora naročnika projektov socialnega podjetništva, torej pristojnega ministrstva (ali zasebnega investitorja), na drugi pa splošnih usmeritev teh organizacij, ki v svojem poslanstvu in viziji razvoja največkrat zagovarjajo doseganje socialnih ciljev.

Odprti model socialnega podjetništva neposredno vpliva na odpravljanje meja med pridobitnim in nepridobitnim, to pa zmanjšuje transparentnost in možnost socialnega podjetništva, da se uveljavi kot alternativa tržnemu modelu ekonomije.

Da je res tako, kažejo podatki registra socialnih podjetij. Do julija 2013 je v Sloveniji formalni status socialnega podjetja pridobilo dvajset organizacij⁶. Pet med njimi je družb z omejeno odgovornostjo, osem zavodov, štiri zadruge, ena ustanova, eno društvo in ena zveza društev (slika 2).

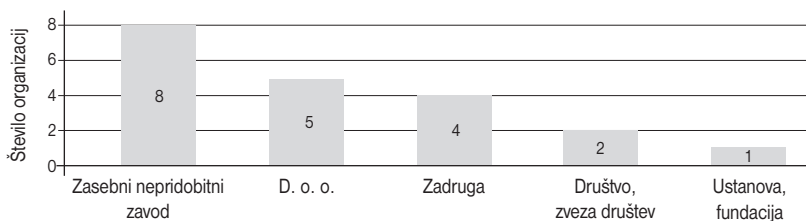
Interes družb z omejeno odgovornostjo po ustanavljanju socialnih podjetij kaže, da gospodarske družbe v socialnem podjetništvu vidijo priložnost. Ne glede na to, da zakon predpisuje neprofitnost delovanja, so sama ustanovitev, poslovanje in jezik entitet gospodarskih družb veliko bližje diskurzu klasične tržne ekonomije, kot to velja za društva ali zasebne zavode.

SOCIALNA PODJETJA – PROSTORI DRUŽBENIH INOVACIJ?

Organizacije socialne ekonomije se usmerjajo k razvoju socialnih inovacij, pri tem pa socialna podjetja niso izjema. Pojem socialna inovacija se nanaša na nove ideje (izdelke,

⁶ Od maja 2013, ko je nastajala prva različica tega članka, do konca julija 2013 se je število evidentiranih socialnih podjetij povečalo z osem na dvajset registriranih podjetij. To kaže svojevrstno priljubljenost socialnega podjetništva med nevladnimi organizacijami in drugimi entitetami na trgu (Evidenca socialnih podjetij 2013).

Slika 2: Evidenca socialnih podjetij z dne 17. 7. 2013 (Evidenca socialnih podjetij 2013).



storitve ali modele), ki se odzivajo na socialne potrebe ter hkrati oblikujejo nove družbene odnose in sodelovanje. Gre torej za družbeno koristne inovacije, saj neposredno povečujejo zmožnost odzivanja in ukrepanja družbe (Murray *et al.* 2010: 3).

Kot socialne inovacije lahko upoštevamo vzpostavljanje sistema mikrokreditov v Afriki in južni Aziji, delovanje delavskih in zadružnih hranilnic v Sloveniji, različne projekte v skupnosti, namenjene krepitvi teh skupnosti, kot je urbano kmetovanje, odzivanje na različne potrebe v družbi, ki so nastale zaradi pretirane potrošnje, kot so centri ponovne uporabe, potrebe, nastale kot posledica staranja družbe, kot so hospici, ali aktivnosti različnih družbenih gibanj, ki se zavzemajo za politične in socialne pravice družbenih skupin.

Prakse socialnih inovacij so ne le del socialne ekonomije, temveč tudi sestavni del anarho-komunističnih praks, delavskih prevzemov in podobno. To pogosteje opažamo v Latinski Ameriki. Ena najbolj znanih zgodb argentinske gospodarske krize med letoma 1999 in 2002 je zagotovo tovarna keramičnih ploščic *Zanón*, katere lastnik Luis Zanón, je od Svetovne Banke, Bance Rio in lokalnih oblasti province Neuquén prejel posojilo v višini 45 milijonov dolarjev. Posojilo je porabil za lastne špekulativne investicije, hkrati pa postopno odpuščal delavce in tako intenziviral proizvodnjo, da so se zgodile številne delovne nesreče. Tovarno je zaprl oktobra 2001, delavski prevzem pa se je zgodil na začetku leta 2002. Lokalne oblasti so prevzem obsodile in ga označile kot »virus delavskega razreda, ki ga je nujno treba uničiti«. Tako imenovani delavski eksperiment *Zanón* je pomenil nevarno alternativo procesu privatizacije javnih dobrin, ki se je intenzivno dogajala znotraj province. V času argentinske

gospodarske krize so se vse pogosteje dogajali delavski prevzemi, ki so doživljali veliko podporo ljudi in ki so ustvarili gibanje »Sin Patrón«. To zdaj že legendarno gibanje, ki živi in se vse bolj razvija, upošteva geslo: »Zasedimo, upirajmo se, proizvajajmo!« (Lavaca Collective 2007).

Navedeni primeri kažejo na možno raznovrstnost samih praks znotraj širšega koncepta, v katerih se lahko prepoznajo zagovorniki bolj ali manj radikalnih idej. To v domači prostor socialne ekonomije vnaša precejšnjo konceptualno in ideološko zmedo. Razjasnitev samih pojmov in praks bo zahtevala svoj čas, vsekakor pa je treba upoštevati, da je sam koncept socialne ekonomije vključujoč, se pravi, da bo treba identificirati mavrico raznovrstnih praks in pristopov, ideologij in konceptov, ki so del socialne ekonomije, ne pa iskati ozke, izključujoče definicije. Takšen pristop lahko ustvari nepotrebno škodo. Od vseh nas uporabnikov je odvisno, ali se bomo odločili za tiste izdelke ali storitve entitet socialne ekonomije, ki so blizu našim osebnim prepričanjem in vrednotam, ne pa da razlikujemo prave in neprave prakse.

Upoštevati moramo, da obstajajo in bodo obstajale različne prakse, ki so lahko izjemno daleč od temeljnih vrednot socialne ekonomije in v katerih je beseda socialno le pridevnik besedi ekonomija. Dober primer takšnih praks je tako imenovana ekomanipulacija ali *greenwashing*. Ta praksa se nanaša na načine zlorabe idej o odgovornem »zelenem« poslovanju, ko obstaja dvom o okoljskih učinkih izdelkov, strategij proizvodnje ali storitev podjetij (Mair 2011: 167). Gre za neetično marketinško prakso, vrsto odnosov z javnostmi, ki skozi olepševanje izboljšuje javno podobo organizacije. Podobno kot se dogaja z *greenwashingom* na področju okoljskih vprašanj, se lahko zgodi

tudi na področju socialnega podjetništva. Lažno pripisovanje odgovornosti ciljnim skupinam tako postane nekakšno socialno zavajanje ali *socwashing*, če si sposodimo skovanko iz zelenega marketinga (Zidar 2012).

Praks, ki bi z družbeno manipulacijo ustvarjale pozitivne poslovne učinke, ni mogoče preprečiti, lahko pa jih prepoznamo in nanje opozarjamo. Za kakšno prakso se bodo odločile organizacije, je predvsem njihova izbira in temelji na etiki poslovanja.

SIVA OBMOČJA SOCIALNEGA PODJETNIŠTVA

Kim Alter (2004) je razvila tipologijo socialnih podjetij, ki nam ob pomoči definiranja stopnje integracije med socialnopodjetniškimi aktivnostmi in socialnimi programi pomaga razumeti način delovanja posameznih praks. Ta tipologija se opira na organizacijsko poslanstvo, ki je lahko popolnoma usmerjeno k doseganju socialnih ciljev, lahko pa je bolj usmerjeno k doseganju ekonomskih ciljev – to je najbolj odvisno od motivov posamezne organizacije.

V nadaljevanju bomo predstavili dva primera socialnega podjetništva, pri katerih je mogoče zaznati odstopanja od treh modelov po Alter (*ibid.*).

Če je socialno podjetništvo prevladujoča dejavnost nepridobitne organizacije, je motiv za ustanovitev in delovanje povsem pragmatičen. V takšnih organizacijah, poimenovali smo jih »tip A«, je že osnovno poslanstvo socialno-podjetniško. To pomeni, da je tržna dejavnost organizacije opredeljena kot temeljna

dejavnost, ekonomski in socialni cilji pa se dosegajo sočasno. Takšna organizacija ne nastane iz obstoječih in že uveljavljenih socialnih programov, temveč je ustanovljena, da izvaja socialno-podjetniško dejavnost. Organizacije tipa A s socialno-podjetniškimi aktivnostmi zagotavljajo sredstva za lastno delovanje in samovzdržnost. Edina ločnica med klasični podjetništvom in temi organizacijami je ne-profitnost delovanja. Ciljne skupine (kupci) teh organizacij so sočasno uporabniki socialnih programov, zaposleni ali lastniki (Alter *ibid.*).

Primer integriranih socialnih podjetij najdemo pri plačljivih socialnih storitvah, kot je oskrba na domu za starostnike, kajti uporabnik je v vlogi kupca, socialno podjetje pa zagotavlja dostopnejše ali primerljive cene storitev ter boljše pogoje dela in plačilo zaposlenih v teh organizacijah, ki soodločajo o razvoju dejavnosti. Po tem modelu delujejo tudi zadruge, v katerih so ustanovitelji v vlogi koristnikov ugodnosti združnega tipa organiziranja. Takšen primer so kmetijske zadruge, prek katerih si mali pridelovalci zagotavljajo bolj konkurenčen položaj na trgu, ali gradbene zadruge, ki jih ustanovi več posameznikov, ki nato preko zadruge zaradi obsežnejših naročil ugodneje kupujejo gradbeni material, storitve gradbeništva in zaključnih del v gradbeništvu. Socialni učinki so v primeru takšnih socialnih podjetij so opazni predvsem na ravni zaposlenih in lastnikov, ti učinki pa so pri kupcih posredni, saj z odgovorno potrošnjo zagotavljajo razvoj skupnosti.

Socialna podjetja hibridnega tipa kombinirajo socialne programe in socialno-podjetniške aktivnosti, ti programi pa se pogosto

Slika 3: Tipologija socialnih podjetij (so. p.) (povzeto po Alter 2004).



tudi prekrivajo, saj eni in drugi koristijo iste kadrovske in materialne vire ter se s tem medsebojno podpirajo in dodajajo vrednost druga drugi. Socialno-podjetniške dejavnosti v teh organizacijah so namenjene financiranju socialnih programov ali doseganju socialnih ciljev, zapisanih v poslanstvu organizacije. Organizacije pogosto segmentirajo trg in nekatere storitve izvajajo brezplačno za določene ciljne skupine, drugim ciljnim skupinam pa storitve zaračunajo. Pri tem uporabljajo obstoječe vire, kot so infrastruktura, znanje, metodologija programa, socialno omrežje organizacije ali ugled blagovne znamke (Alter *ibid.*). Organizacije, ki hibridno kombinirajo socialno podjetje s socialnimi programi, lahko svoje znanje, ki ga vsak dan uporabljajo pri delu z uporabniki, kot je svetovanje, krepitev moči, učenje socialnih spretnosti ali ravnanja v konfliktnih situacijah, preoblikovane ponudijo na trgu za podjetja.

Dober primer takšne organizacije je sklad *Scojo foundation* iz Indije. Namenjen je predvsem izboljševanju zdravja oči med ruralnim prebivalstvom v Indiji, med katerim kar 80 % vseh ljudi nad 35. letom starosti trpi zaradi slabovidnosti. To neposredno vpliva na njihovo vsakdanje življenje in delo, saj se velik del ljudi preživlja z ročnimi deli (pletanjem preprog, tkanjem bombaža, popravilom koles ipd.). Fundacija je leta 2003 začela klasični neprofitni projekt in med revne prebivalce v vaseh razdelila brezplačna bralna očala. Kmalu so spoznali, da je takšen model nevzdržen, zato so si zamislili nov projekt. V urbanih središčih so kupcem iz srednjega razreda ponudili modna plačljiva bralna očala. Ti kupci so v prvih treh letih delovanja programa (2003–2006) ustvarili 75,4 % vseh prihodkov fundacije. Očala izdelujejo v isti tovarni, razlika med njimi je, da imajo potrošniki srednjega razreda večjo izbiro in da z nakupom financirajo brezplačna očala za drugi segment – ljudi iz ruralnih območij, ki se spopadajo z ekstremno revščino in si očal ne bi mogli kupiti. S tem so vzpostavili vzdržen model, v katerem isti izdelek ponujajo na trgu za dve popolnoma različni skupini (*ibid.*).

Avtonomna socialna podjetja so po dejavnosti in virih po navadi popolnoma ločena od socialnih programov organizacije, vendar so

ustanovljena z namenom financiranja socialnih programov. Te organizacije pogosto tudi formalno ločujejo podjetje od temeljne nepridobitne organizacije (*ibid.*). Klasični primer je Metropolitana družba za storitve, d.o.o., ki je v lasti Ljubljanske nadškofije. Ta ima v temelju neprofitno poslanstvo, družba pa gospodari z gozdovi, ustvarja dobiček in z njim financira osnovno dejavnost.

V praksi najdemo vrsto organizacij, ki se promovirajo kot socialna podjetja, vendar jih težko umestimo v ožje polje socialne ekonomije oziroma socialnega podjetništva. Če dosledno upoštevamo načela socialnega podjetništva in sočasno skušamo takšne organizacije umestiti v tipologijo socialnih podjetij po Alter (*ibid.*), lahko ugotovimo, da obstajajo prakse, ki delujejo na mejnih področjih – nekatere ukinjajo meje med pridobitnim in nepridobitnim sistemom, druge pa med javnim in zasebnim, čeprav so ustanovljene kot nepridobitne.

Naj ilustriramo s primeroma.

Sivo območje 1: Profitno/neprofitno partnerstvo – združevanje profitnega in neprofitnega

Eden vidnejših projektov socialnega podjetništva je *Zavod za ustvarjanje priložnosti za mlade S* (v nadaljevanju: *Zavod S*), ki kot svoj namen in temeljno poslanstvo opredeli:

Zavod za ustvarjanje priložnosti za mlade S je bil ustanovljen z namenom postaviti primer dobre prakse socialnega podjetništva kot odgovor na stanje v slovenskem gospodarstvu in izrazito kapitalistično usmerjeno družbo. Skupina mladih zanesenjakov je tako zasnovala projekt, namenjen deprivilegiranim mladim, da se izolirajo iz demotivacijskega okolja, v katerem živijo, in s trdim delom, učenjem in pridobivanjem uporabnih znanj dosežejo svoje poslovne in osebne cilje ter se zaposlijo. Ob tem pa se ne pozabijo zabavati. Projekt smo poimenovali *S project*. (*S project blog*.)

Zavod S v sodelovanju z *Zavodom Y* v okviru *S projecta* izvaja podprojekt *S Akademija*. Z njim brezposelne mlade izobražujejo za

opravljanje izpita nacionalne poklicne kvalifikacije za pridobitev naziva »pomočnik kuharja« (S project blog 2013). Po podatkih enega od ustanoviteljev, vodje projekta S AkademYa, in dveh vključenih v program, pridobljenih v času obiska programa dne 2. 4. 2013⁷, osebe v tem izobraževalnem programu ne prejemajo plačila za opravljeno delo, saj gre za izobraževanje. V izobraževanje so vključeni 40 ur na teden, v tem času imajo zagotovljena predavanja ter vsakodnevno praktično delo v kuhinji restavracije. Vključeni v program v tem času prejemajo denarno socialno pomoč in druge socialne transferje do katerih so upravičeni. Vključeni v izobraževanje prihajajo iz različnih delov Slovenije. To pomeni, da morajo nekateri za čas izobraževanja najeti stanovanje in pokrivati dodatne stroške, ki s tem nastanejo. Eden od vključenih v izobraževanje je povedal, da mu finančno pomaga družina, sicer izobraževanja ne bi zmožel (2. 4. 2013⁸).

Iz tega je mogoče sklepati, da izobraževalni program selekcionira vključene tudi glede zmožnosti kritja dodatnih stroškov, ki nastajajo z izobraževanjem. To kaže na t. i. pojav posnemanja smetane (van Berkel, van der Aa 2005). Četudi organizacija zapiše, da je namenjena deprivilegiranim mladim, se deprivilegirano obravnava selektivno, saj sistematično izključuje tiste mlade, ki se srečujejo s medgeneracijskim prenosom prikrajšanosti. S takšnim ravnanjem program sicer poveča možnost uspešnega doseganja ciljev, saj izključuje tiste posameznice in posameznike, ki se srečujejo z več oblikami socialne izključenosti in prikrajšanosti, to pa bi zahtevalo veliko več neposrednega socialnega dela z uporabniki programa in širšo skupnostjo. Selekcioniranje kandidatov, ki pripisujejo manjši pomen socialnega in torej omogočajo bolj podjetno usmerjenost programa, je za izvajalce tudi stroškovno učinkovito, saj sredstev ni treba namenjati za strokovni kader, ki bi posebej delal

z vključenimi. Redki programi, ki se odločajo za vključevanje zahtevnejših ranljivih skupin (npr. brezdomni s težavami z odvisnostjo ali težavami z duševnim zdravjem) v projekte socialnega podjetništva, kažejo, da je treba veliko časa vlagati v delo z ljudmi, to pa lahko negativno vpliva na samo poslovanje organizacije in doseganje zastavljenih poslovnih ciljev.

Formalno zavod deluje kot neprofitna organizacija, ki ima po podatkih poslovnega imenika Bizi.si en poslovni račun zaprt, drugega pa blokirane zaradi pomanjkanja sredstev na računu in davčne izvršbe (glej Bizi.si 2013). Eden od dveh ustanoviteljev zavoda je zakoniti zastopnik profitnega podjetja SLO-BAR Gostinske storitve d.o.o., ki ima v lasti gostinske prostore in opravlja gostinsko dejavnost v restavraciji in lounge baru *Dama*. V tej restavraciji poteka projekt S, se pravi, da zakoniti zastopnik profitnega podjetja in sočasno soustanovitelj neprofitnega zavoda oddaja sam sebi prostore v rabo za izvedbo neprofitnega projekta. Sicer zakon takšnega ravnanja izrecno ne prepoveduje, je pa iz tega jasno, da gre za posebno obliko socialnega podjetništva, pri kateri profitna organizacija prek ustanovitve neprofitne organizacije in izvajanja dejavnosti socialnega podjetništva prek halo efekta privablja stranke v restavracijo. Takšno marketinško strategijo lahko označimo kot socialno manipulacijo, če uporabimo vzporednice s fenomenom ekomanipulacije. Na spletni strani zavoda lahko tako najdemo celo zapis, da pravnici, ki sodelujeta z zavodom, »vedno s strahom pričakujeta klic ekipe z novimi norimi idejami, navadno na meji zakona«.

Glede na to, da ima neprofitni zavod blokirane poslovne račune, se postavlja legitimno vprašanje, kaj se dogaja z dobičkom, ustvarjenim v času, ko v restavraciji poteka dejavnost zavoda. Po besedah ustanoviteljev sam projekt ne ustvarja dobička, kvečjemu stroške. Kljub temu v letu 2014 načrtujejo širitev projekta na *S catering* in pridobitev 100.000 evrov za delovanje Zavoda S (intervju 2. 4. 2013).

Zavod S bi bilo mogoče označiti za integrirano socialno podjetje, saj je bil sam zavod ustanovljen, da bi izvajal socialno podjetništvo, doseganje socialnih ciljev pa opredelijo kot

⁷ Dne 4. 2. 2013 je bil izveden obisk projekta s študentkami in študenti smeri socialno delo v delovnih organizacijah in v sodelovanju s Kariernim centrom Univerze v Ljubljani. Namen obiska je bil spoznati delovanje projekta.

⁸ Zapis pogovora s predstavniki in zaposlenimi v S Project. Restavracija Dama, 2. 4. 2013.

pozitivno posledico podjetništva. Ta model ima najmanj jasno razmejenost med podjetniškimi in socialnimi aktivnostmi, saj podjetniško aktivnost razume kot socialno *per se*. V ozadju je logika, da si socialen, če zagotoviš ljudem izobraževanje in neplačano delo. Če potegnemo vzporednice z visokim šolstvom, je po tem razumevanju vsaka visoka šola javna in socialna, ne glede na to, ali je zanjo treba plačati šolnino ali ne. V praksi ta nejasnost lahko vodi v oblikovanje socialnega podjetja kot tržne znamke oziroma v obliko marketinške strategije profitnih organizacij, tudi korporacij. Te lahko socialna podjetja formirajo kot model družbene odgovornosti podjetja in kot obliko komuniciranja z javnostmi. Lahko pa se odločijo za bolj prikrito delovanje in socialno podjetje uporabijo kot komunikacijski kanal in poslovni model, s katerim pristopajo do novih trgov – to Žižek (2010) poimenuje iluzija zelene kapitalizma.

Sivo območje 2: Javna organizacija, ki izvaja tržno dejavnost

Center za usposabljanje, delo in varstvo Dolfke Boštjančič Draga (v nadaljevanju CUDV Draga) je javni socialnovarstveni center za usposabljanje, vzgojo in izobraževanje, zdravstveno varstvo, nego in rehabilitacijo otrok, mladostnikov in odraslih oseb z zmerno, hujšo in hudo motnjo v duševnem razvoju z dodatnimi motnjami. Ustanovila ga je Vlada Republike Slovenije in deluje od leta 1984. Javni zavod izvaja storitev institucionalnega varstva otrok in mladostnikov ter odraslih z oznako zmerne, hujše in hude motnje v duševnem razvoju, storitev vodenja, varstva in zaposlitve pod posebnimi pogoji ter storitev pomoči družini kot pomoč na domu. Leta 2009 je bilo v zavod vključenih 584 oseb (CUDV Draga 2010: 10). V okviru storitve vodenja, varstva in zaposlitve pod posebnimi pogoji je CUDV Draga odprl gostilno Druga violina v starem mestnem jedru prestolnice. V njej izvaja program zaposlitve pod posebnimi pogoji.

Vodenje, varstvo in zaposlitev pod posebnimi pogoji je socialnovarstvena storitev, opredeljena z Zakonom o socialnem varstvu (2007). Izvaja

se v okviru mreže javne službe kot organizirana oblika varstva. Podrobneje storitev opredeljuje Pravilnik o standardih in normativih socialnovarstvenih storitev (2010); v 10. členu piše, da

zaposlitev pod posebnimi pogoji obsega take oblike dela, ki omogočajo upravičencem ohranjanje pridobljenih znanj ter razvoj novih sposobnosti. Zajema tudi zagotavljanje pogojev za varno delo, prilagajanje strojev in delovnih pripomočkov zmogljivostim upravičencev, uvajanje v delo, razvijanje delovnih sposobnosti in spretnosti, spremljanje delovnega procesa, nabavo sredstev in pripomočkov, prevoze materiala za delo ter prodajo izdelkov. Pridobljena sredstva od prodaje izdelkov so namenjena za nagrade upravičencev in za višjo kvaliteto dela in bivanja.

Pravilnik ohlapno opredeljuje dejavnost zaposlitve pod posebnimi pogoji, zato široko odpira vrata za opravljanje tržnih dejavnosti. Večji del programov kombinira lastno dejavnost (različni okrasni izdelki domače obrti) z zunanjimi naročili ali tako imenovanimi kooperantskimi deli: tržno podjetje pri javnem zavodu naroči polizdelek ali izdelek (pakiranje, sestavljanje, sortiranje in podobno) (Nagode *et al.* 2008). Osebe, vključene v te programe, za opravljeno delo prejmejo finančno nagrado. Nagrajevanje dela pod posebnimi pogoji je opredeljeno v splošnem aktu izvajalca. Akti se med izvajalci razlikujejo, vendar v splošnem določajo, da so v nagrajevanje vključeni vsi uporabniki, tudi tisti, ki se zaradi svoje motnje ali starosti ne morejo polno vključevati v delovni proces pod posebnimi pogoji. Namen nagrad je spodbujati trud uporabnikov (Ministrstvo za delo, družino, socialne zadeve in enake možnosti 2012).

Nekateri avtorji (Kukova *et al.* 2005: 94) opozarjajo, da se v praksi delo v okviru zaposlitve pod posebnimi pogoji pogosto zamenjuje z zaposlovanjem v invalidskih podjetjih, vendar gre pri prvem za delovno okupacijo oseb, ki naj bi bile praviloma popolnoma delovno in pridobitno nesposobne, zato imajo status varovanca oziroma varovanke. Zaposlitev v invalidskih podjetjih pa je vezana na status delavca, ki ga zaradi zmanjšanih delovnih sposobnosti ni mogoče zaposliti pod splošnimi pogoji.

Druga Violina je primer programa zaposlitve pod posebnimi pogoji, ki ga je mogoče uvrstiti v integriran model socialnih podjetij (Alter *ibid.*), saj gostilna koristi kadrovske in materialne vire javnega zavoda, z dobičkom pa financira socialne programe zavoda. Na ogledu Druge violine, potekal je 19. 3. 2013, smo od direktorice zavoda izvedeli, da je temeljni namen Druge violine zmanjševati predsodke okolice do oseb s posebnimi potrebami, gostinska dejavnost pa je le sredstvo, da širša javnost spozna njihove uporabnike. Na drugi strani imajo tudi uporabniki priložnost, da izstopijo iz institucionalnega okolja, ki je že samo po sebi segregirano in izključujoče, saj imajo uporabniki v varstveno-delovnih centrih, v katerih se ta storitev izvaja, manj priložnosti za stik z novimi ljudmi in manj priložnosti za pridobivanje novih izkušenj. Uporabniki v gostilni delajo do pet ur na dan, vendar ne vsak delovni dan, saj krožijo med različnimi programi zaposlitve pod posebnimi pogoji, ki jo izvaja CUDV Draga (delavnice, zeleni program). V povprečju uporabniki za 100 ur dela na mesec prejmejo do 150 evrov nagrade (pogovor z direktorico zavoda). K temu je treba prišteti še nadomestilo za invalidnost, do katerega so upravičene odrasle osebe z oznako motnje v duševnem razvoju. Po podatkih MDDSZ (2012) ta na mesec znaša 288,89 evrov⁹.

Uporabniki, s katerima smo se na obisku lahko pogovarjali, izražata zadovoljstvo, tako s samim delom kot z zaslužkom. Želeli pa bi problematizirati dve praksi, ki se ob tem razvijata.

Prva se nanaša na to, da gre za tržno dejavnost javnega zavoda. To pomeni predvsem, da osebje, ki je zaposleno v gostilni, sodi v javni sektor. V primeru strežnega osebja, ki sočasno tudi dela z uporabniki vključenimi v zaposlitev pod posebnimi pogoji, ki poteka v gostinskem lokalu, gre za varuhe s IV. stopnjo izobrazbe,

v skladu z Zakonom o sistemu plač v javnem sektorju (2007) razvrščene med 14. in 24. plačilni razred (od 733,27 do 1085,43 evrov bruto osnovne plače) ter varuhe negovalce s V. stopnjo izobrazbe, razvrščene med 20. do 30. plačilni razred (od 927,82 do 1373,40 evrov bruto osnovne plače¹⁰). Po podatkih SURS (2010) je v letu 2010 povprečna plača oseb s V. stopnjo izobrazbe v dejavnosti strežbe jedi in pijač znašala 934 evrov bruto, februarja 2013 pa v širši dejavnosti gostinstva, ne glede na izobrazbo, 1060,87 evrov bruto (SURS 2013). Zaposleni v Drugi violini so tako del javnega sektorja, delajo pa v dejavnosti, ki je klasično tržna. Njihova zaposlitev se financira iz javnih sredstev, zaradi varčevalnih določil Zakona za uravnoteženje javnih financ (2012) pa ne smejo prejemati dodatkov ali nagrad, četudi dejansko opravljajo dvojno delo (so natakariji in varuhi). Gostilna svojo cenovno politiko gradi na dostopnih cenah in bogatem programu.

Za članek smo pripravili bežno primerjavo cen vrhunskih buteljčnih vin med dvema ponudnikoma v strogem centru mesta Ljubljana. Druga Violina zagotavlja cene, ki so tudi do 50 % nižje. Znotraj programa obiskovalcem med drugim vsako soboto ponujajo brezplačno varstvo otrok pod vodstvom logopedinj in socialnih pedagoginj zavoda (intervju z direktorico). Ob tem se postavlja vprašanje, kakšen bo dolgoročni vpliv gostilne na konkurenčno ponudbo zasebnega sektorja – od gostinske ponudbe in varstva otrok do različnih delavnic. Takšne prakse kažejo neenakost izhodišč med javnim in zasebnim (tudi neprofitnimi zasebnimi organizacijami) ter socialni in cenovni dumping, ki se pojavlja pri ceni tako dela (ta se krije iz javnih sredstev in ne prihodkov prometa) kot izdelkov (zaradi financiranja stroškov dela iz javnih sredstev so končni kupci deležni izjemno nizkih cen storitev).

Druga praksa se nanaša na marketinško strategijo gostilne. Vključevanje uporabnikov v zaposlitev pod posebnimi pogoji v gostilno ima, kot smo že zapisali, dva namena – odpirati institucionalni prostor ter zmanjševati predsodke in stereotipe o ljudeh s posebnimi

⁹ Te osebe so lahko upravičene tudi do dodatka za tujo nego in pomoč za invalidne osebe, ki potrebujejo pomoč pri opravljanju večine osnovnih življenjskih potreb, ki znaša 82,54 evrov. Invalidne osebe, ki potrebujejo pomoč pri opravljanju vseh osnovnih življenjskih potreb, prejmejo dodatek v mesečnem znesku 165,07 evrov (MDDSZ 2012). Pri tem je treba opozoriti na to, da so osebe, vključene v gostilno, samostojne, sicer ne bi mogle opravljati zahtevnega dela. Zato predvidevam, da so upravičene do tega dodatka v manjšem obsegu, če sploh.

¹⁰ Plačna lestvica za javni sektor (2012).

potrebami. Drugi cilj je za organizacijo celo pomembnejši (intervju z direktorico, 19. 3. 2013). Za doseganje tega cilja uporabljajo pristope, znane s področja socialnega marketinga, saj je vključevanje uporabnikov mogoče označiti kot komunikacijsko strategijo organizacije katere cilj je spreminjanje ravnanja, vedenja in vrednot ljudi (Jančič 1999: 50). To navadno dosežemo s prepričevanjem, ki ga je mogoče razumeti kot simbolni proces v katerem komunikatorji poskušajo prepričati druge ljudi, da spremenijo svoj odnos ali vedenje v zvezi z določenim vprašanjem, prek prenosa sporočila, ki poteka v ozračju svobodne izbire (Perloff 2010: 12). V tem komunikacijskem procesu je treba upoštevati potrebe tako uporabnikov, ciljnih skupin, ki jih nagovarjamo, kot organizacije. Številne organizacije imajo s tem težave, saj zaradi pozitivnih družbenih namenov verjamejo, da cilj opravičuje sredstva, s tem pa se znajdejo na etično občutljivem terenu (Hastings 2010: 215).

Primera takšnega neetičnega¹¹ komuniciranja je načrtno zbujanje občutka strahu ali krivde. To pogosto uporabljajo dobredelne organizacije. Tako strah kot krivda sta negativni čustvi, sestavljeni iz čustvenih in kognitivnih odzivov. Strah spodbuja ljudi k ukrepanju, krivda pa sporoča: »moral bi« in »moraš«. Ta temelji na procesu empatije in učinkovitosti, saj pri posamezniku najprej vzbudijo občutek empatije in mu sporoča, da v zvezi s tem lahko nekaj naredi, na primer podari sredstva organizaciji (Perloff 2010: 207) ali kupi obrok v gostilni. Podoben pritisk ustvarja na konkurenco, saj bi lahko vsakršna obtožba okoliških restavracij, češ da Druga violina s svojimi cenami in marketinško strategijo ustvarja nelojalno konkurenco, naletela na buren odziv javnosti. Ker Druga violina zagotavlja »delovna mesta« ljudem s posebnimi potrebami, restavracija v očeh javnosti ni le družbeno odgovorna, temveč celo humanitarna. Protest konkurence bi bil v takšnih okoliščinah interpretiran kot sovražen in diskriminacijski, kot načrtno odžiranje priložnosti za delo in zaslužek. Pri tem je drugotnega pomena to, da ljudje, ki

tam delajo, zaslužijo simbolno nagrado, in to, da gre predvsem za poslovno strategijo in ne za način zagotavljanja dostojnih delovnih mest. Gre torej za odlično marketinško strategijo, ki potrjuje tezo, da je socialni marketing odkrita ali prikrita poslovna strategija, katere namen je povečati zaslužek organizacije (Davidson, Novelli 2001: 77).

MAVRIČNA PRIHODNOST SOCIALNEGA PODJETNIŠTVA

Kljub obstoju različnih definicij je jasno, da je temelj socialne ekonomije njena ideološka in vrednostna usmerjenost, ki na organizacijski ravni zagovarja horizontalno in demokratično odločanje, vključevanje in odsotnost motivov, značilnih za kapitalistične načine organiziranja. Pri tem imamo v mislih predvsem akumulacijo dobička kot temeljni motiv organizacij tržne ekonomije, ki najpogosteje reproducira družbene neenakosti, izključevanje in izkoriščanje delovne sile. Vendar lahko na primeru nekaterih praks zaznamo, da se lahko organizacije zelo hitro oddaljijo od svojega neprofitnega poslanstva in koncept izrabljajo kot marketinško strategijo, dejavnosti pa vse bolj komercializirajo.

V prispevku smo želeli prikazati kompleksnost področja socialne ekonomije in socialnega podjetništva, ki postaja vse pomembnejša poslovna praksa neprofitnih organizacij. Ta razvijajoči se koncept vnaša vrsto sprememb tudi na področje socialnega dela, saj predvideva vključevanje in zaposlovanje ranljivih skupin. S tem neposredno pripomore k izboljšanju kakovosti življenja ljudi. Na drugi strani pa v socialno delo vnaša nove koncepte in diskurze, ki izhajajo iz področja klasične tržne ekonomije, kot je podjetništvo, posel, kapital, dobiček, poslovni načrt, produkt. Prav zato je razmejevanje pridobitnih in nepridobitnih aktivnosti organizacije pomembno, saj pomaga strokovnjakinjam razumeti, kje se konča prvo in začne drugo, sočasno pa ohraniti pozornost na dejavnostih, zaradi katerih je organizacija sploh nastala.

Socialno podjetništvo naj bi v praksi udeleževalo listino načel socialne ekonomije (Chaves, Monzón 2007), a so ti podvrženi toliko večjim pritiskom v okolju, ki se odloči za odprti

¹¹ Zbujanje občutkov strahu je glede na rezultate raziskave, ki sta jo opravila Arthur in Quester (2004), sprejeto kot neetično, četudi so cilji socialni.

model socialnega podjetništva. Kot zdaj kaže evidenca socialnih podjetij, ta model malce širše odpre vrata za podjetniške prakse, ki ideološko in konceptualno v celoti izhajajo iz tržne ekonomije. Da to drži, kažejo tudi same prakse na terenu, ki odkrivajo problematično prekrivanje tržnega in netržnega.

Slovenski pravni red omogoča poenostavljeno ustanavljanje novih podjetij, saj naj bi s tem pozitivno vplival na gospodarsko pobudo. Takšna poenostavitev pomeni tudi, da lahko podjetnik z blokiranim transakcijskim bančnim računom podjetje zapre in naslednji dan ustanovi novo. To pomeni tudi, da lahko serijski podjetniki, ki vedno znova iščejo nove priložnosti tudi zaradi preteklih nasedlih poslov, ustanavljajo socialna podjetja, pri tem pa so v primerjavi z netržnimi subjekti v prednosti, saj dobro poznajo poslovno okolje in pravila njegovega delovanja.

Da nepridobitna entiteta ne pomeni pozitivnega avtomatizma, ko gre za vprašanje poslanstva in transparentnosti delovanja, kaže drugi analizirani primer, ki sočasno opozarja na problem vse manjšega državnega financiranja javnih storitev države. To javne entitete sili v iskanje alternativ. Odločitev za tržni produkt je v takšnih okoliščinah lahko popolnoma legitimna in kaže na prizadevnost organizacije in ne le na željo po preživetju, temveč tudi po rasti in razvoju. Vendar takšna praksa sproža množico novih dilem, tudi o tem, ali takšna poslovna praksa pomeni nelojalno konkurenco odprtemu trgu.

Seveda pa ne želimo nikomur delati krivice ali trditi, da imajo gospodarske družbe ali javni zavodi sami po sebi pritlehne namene, ko se podajajo v (socialno) podjetništvo, saj še vedno motiv in namen, predvsem pa želja po transparentnem delovanju in poslovanju najbolj oblikujejo prakso.

Obstoječa situacija pa nakazuje na potrebo po oblikovanju tako etičnega kodeksa v socialnem podjetništvu, ki bo onemogočal razvoj nepoštenih poslovnih in menedžerskih praks, socialno-podjetniškega certifikata, ki bo tako izvajalcem kot kupcem zagotavljal transparentnost, pa tudi na potrebo po premisleku o odprtem modelu socialnega podjetništva za katerega smo se v Sloveniji odločili.

Razprava o tem, ali je socialno podjetništvo bolj socialno ali bolj podjetno, se v tej luči zdi zelo potrebna, saj opozarja na trenja, ki nastajajo ob združevanju dveh tako različnih konceptov. Zdi se, da bomo priče razvoju spektra praks, ki se bodo gibale med vsemi tremi oblikami socialnih podjetij, ki bodo bodisi integrirana, bodisi hibridna ali avtonomna.

Glede na izvedeno analizo pa se lahko povsem strinjamo s tezo, da je socialno podjetništvo priročno loščilo za vse manj socialno ekonomijo (Kramberger 2010). Še več: vse bolj se zdi, da je socialno podjetništvo del širšega družbenega procesa, v katerem država skrb za najbolj ranljive člane družbe prepušča logiki konkurenčnega trga, v katerem so zreducirani na vlogo prekarnih brezpravnih delavcev ali so pomembno sredstvo pospeševanja prodaje v navideznem svetu odgovorne potrošnje.

Ne glede na to, ali gre za integrirano, hibridno ali avtonomno socialno podjetje, ostaja pomembno predvsem to, da ostane zvesto svojemu temeljnemu poslanstvu ter zavezano svojim ciljnim skupinam in deležnikom. Predvsem pa nikakor ne smemo privoliti v to, da socialno podjetništvo postane sredstvo za umikanje države iz zagotavljanja javnih dobrin in storitev, saj s tem soglašamo tudi z izginjanjem tretjega sektorja in koncepta nepridobitnega iz celotne družbe.

VIRI

- ALTER, S. K. (2004), *Social enterprise typology*. Seattle, WA: Virtue Ventures LLC.
- ARTHUR, D., QUENTER, P. (2004), Who's afraid of that ad? Applying segmentation to the Protection Motivation Model. *Psychology & Marketing*, 21, 9: 671–696.
- BANKS, S. (2006). *Ethics and values in social work*. New York: Palgrave Macmillan.
- BRITTAN, S. (1996), *Capitalism with a human face*. London: Fontana Press.
- Bizi.si (2013). Dostopno na: http://www.bizi.si/ZAVOD-S_AJDOVSCINA/maticno-podjetje/ (28. 4. 2013).
- CHAVES, R., MONZÓN, J. L. (2007), *The social economy in the European Union: N°. CESE/COMM/05/2005, The European Economic and Social Committee (EESC)*. Bruselj: CIRIEC.

- MONZÓN, J. L., CHAVES, R. (2012), *The social economy in the European Union: N°. CESE/contract CES 18.106 – 2012, The European Economic and Social Committee (EESC)*. Bruselj: CIRIEC.
- CUDV Draga (2010), *Poročilo o delu centra za usposabljanje, delo in varstvo Dolfke Boštjančič, Draga – Ig za leto 2009*. Ljubljana: CUDV Draga. Dostopno na: http://www.center-db.si/index.php?page=static&item=174&tree_root=174 (25. 4. 2012).
- ČERNIČ, B. (1989), The role of dr. Janez Evangelist Krek in the Slovene cooperative movement. *Slovene Studies*, 11/1–2: 75–81.
- ČRNAK MEGLIČ, A. (2010), *Uvod k predlogu zakona o socialnem podjetništvu*. Ljubljana: Državni zbor Republike Slovenije. Dostopno na: <http://imss.dz-rs.si/imis/e17fb1a3a6d7cd09be5a.pdf> (7. 10. 2013).
- DAVIDSON, D. K., NOVELLI, W. D. (2001), Social marketing as business strategy: the ethical dimension. V: Andreasen, A. R. (ur.), *Ethics in social marketing*. Washington DC: Georgetown University Press.
- DRAGOŠ, S. (1999), Civilna družba in država. *Socialno delo*, 38, 3: 151–137.
- Evidenca socialnih podjetij (2013). Dostopno na: http://www.mddsz.gov.si/si/delovna_podrocja/trg_dela_in_zaposlovanje/socialno_podjetnistvo/evidenca_so_p (22. 7. 2013).
- Evropska komisija (2010), *Strategija za pametno, trajnostno in vključujočo rast. Evropa 2020*. COM 2020. Dostopno na: http://ec.europa.eu/eu2020/pdf/1_SL_ACT_part1_v1.pdf (10. 4. 2013).
- GAUDIANI, C. (2003), *The greater good: How philanthropy drives the American economy and can save capitalism*. New York: Times Books.
- GOSAR, A. (1933), *Za nov družabni red, prvi zvezek*. Celje: Družba sv. Mohorja.
- (1935), *Za nov družabni red, drugi zvezek*. Celje: Družba sv. Mohorja.
- HASTINGS, G. (2010), *Social marketing: Why should the devil have all the best tunes?*. Kidlington, Oxford: Elsevier Ltd.
- JANČIČ, Z. (1999), *Celostni marketing*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
- KRAMBERGER, A. (2010), Okoliščine in pogoji nesocialne ekonomije (v Sloveniji). V: Milošević, G., Kovač, Z., Radej B. (2010), *Socialno podjetništvo – izzivi in perspektive*. Zbornik prispevkov. Murska Sobota: Pribinovina.
- KREK, J. E. (1895), Črne bukke kmečkega stanu. Ljubljana: J. Sovran, Katoliška tiskarna. Dostopno na: <http://www.dlib.si/details/URN:NBN:SI:DOC-80KGEPF> (27. 8. 2013).
- KUKOVA, S., ZAVIRŠEK, D., URH, Š. (2005), *Rights of people with intellectual disabilities. Access to education and employment. Slovenia: monitoring report. Pravice oseb z intelektualnimi ovirami. Dostopnost izobraževanja in zaposlovanja. Slovenija: poročilo*. Budimpešta, New York: Open Society Institute.
- Lavaca Collective (2007), *Sin Patrón: stories from Argentina's worker-run factories*. Chicago: Haymarket Books.
- MAIER, C. D. (2011), Communicating business greening and greenwashing in global media: a multimodal discourse analysis of CNN's greenwashing video. *The International Communication Gazette* 73, 1–2: 165–177.
- Ministrstvo za delo, družino, socialne zadeve in enake možnosti (2012), *Storitev vodenja, varstva in zaposlitve pod posebnimi pogoji v varstveno delovnih centrih*. Dostopno na: http://www.mddsz.gov.si/si/delovna_podrocja/sociala/socialnovarstvene_storitve/vdc (3. 10. 2013).
- MONZÓN, J. L., CHAVES, R. (2012), *The social economy in the European Union*. European economic and social committee presentation of: »The social economy in the European Union«. Bruselj, 3. oktober 2012. Dostopno na: <http://www.eesc.europa.eu/resources/docs/presentation-by-dr-mr-monzon.pdf> (11. 4. 2013).
- MURRAY, R., CAULIER-GRICE, J., MULGAN, G. (2010), *The open book of social innovation*. Nesta. Dostopno na: http://www.nesta.org.uk/publications/assets/features/the_open_book_of_social_innovation (23. 4. 2013).
- NAGODE, M., JAKOB, P., SMOLEJ, S., ŽIBERNA, V. KOBAL, B. (2008), *Analiza delovanja varstveno delovnih centrov*. Ljubljana: Inštitut RS za socialno varstvo.
- PERLOFF, R. M. (2010), *The dynamics of persuasion: communication and attitudes in the twenty-first century*. New York, London: Routledge.
- Plačna lestvica za javni sektor (2012). Veljavna od 1. junija 2012. Dostopno na: <http://www.sindikativir.si/db/sindikativir/file/pla%C4%8Dna%20lestvica%20za%20javni%20sektor%20-%20od%201.%20junija%202012.pdf> (28. 4. 2013).
- Pravilnik o standardih in normativih socialnovarstvenih storitev (2010). Ur. l. RS, št. 45/2010, 28/2011, 104/2011.

- Rus, V. (1990). *Socialna država in družba blaginje*. Ljubljana: Domus.
- S project Blog (2013). Dostopno na: <http://blog.sproject.org/sl> (3. 10. 2013).
- Social Business Initiative* (2011), 25. 10. 2011, COM 682/2011. Dostopno na: http://ec.europa.eu/internal_market/social_business/docs/COM2011_682_en.pdf (3. 10. 2013).
- SURS (2010), *Povprečne mesečne bruto plače po dejavnosti (SKD 2008), doseženi izobrazbi in spolu, Slovenija, letno*. Dostopno na: <http://pxweb.stat.si/pxweb/Dialog/Saveshow.asp> (28. 4. 2013).
- (2013), *Povprečne mesečne plače, Slovenija, februar 2013 – začasni podatki*. Dostopno na: http://www.stat.si/novica_prikazi.aspx?id=5428 (28. 4. 2013).
- UMAR (2012), Urad za makroekonomske analize in razvoj. Zaposlenost v dejavnostih javnih storitev in sektorju država – mednarodna primerjava. *Ekonomsko ogledalo 08/2012. Ljubljana: UMAR*.
- TEKULA, R. (2009), *Social enterprise: innovation or mission distraction?*. New York: Pace University. Dostopno na: http://www.pace.edu/emplibary/TEKULA_Social%20Enterprise_Innovation%20or%20Mission%20Distraction.pdf (22. 4. 2013).
- USAID (2012), *NGO Sustainability Index 2012: Slovenia*. Dostopno na: http://transition.usaid.gov/locations/europe_eurasia/dem_gov/ngoindex/reports/2011/Slovenia6-20_FORMATTED.pdf (23. 4. 2013)
- Priporočilo Komisije (2003), št. 2003/361/ES, *Uradni list Evropske unije L 124*, 20. maj 2003.
- VAN BERKEL, R., VAN DER AA, P. (2005), The marketization of activation services: a modern panacea? Some lessons from the Dutch experience. V: *Journal of European Social Policy*, 15: 329.
- VESEL, J. (2010), Socialna ekonomija kot alternativa. V: Milošević, G., Kovač, Z., Radej B. (2010), *Socialno podjetništvo – izzivi in perspektive*. Zbornik prispevkov. Murska Sobota: Pribinovina.
- Zakon o društvih (2011), *Ur. l. RS*, št. 61/2006, *Ur. l. RS*, št. 91/2008 Odl.US: U-I-380/06-11, 102/2008 Odl. US: U-I-57/07-7, 58/2009, 39/2011, 64/2011-UPB2.
- Zakon o socialnem podjetništvu (2011), *Ur. l. RS*, št. 20/2011.
- Zakon za uravnoteženje javnih financ (2012), *Ur. l. RS*, št. 40/2012.
- Zakon o ustanovah (2005), *Ur. l. RS*, št. 60/1995, *Ur. l. RS*, št. 53/2005, 70/2005-UPB1 (91/2005 popr.).
- Zakon o socialnem varstvu (2007), *Ur. l. RS*, št. 3/2007.
- Zakon o sistemu plač v javnem sektorju (2007), *Ur. l. RS*, št. 95/07 – uradno prečiščeno besedilo.
- Zakon o zadrugah (2009), *Ur. l. RS*, št. 13/1992, *Ur. l. RS*, št. 7/1993, 13/1993-ZP-G, 22/1994, 68/1995 Odl.US: U-I-78/93, 35/1996, 41/2007, 62/2007-UPB1, 87/2009, 97/2009-UPB2.
- Zakon o zavodih (1991), *Ur. l. RS*, št. 12/1991, *Ur. l. RS*, št. 45/1994 Odl.US: U-I-104/92, 8/1996, 18/1998 Odl.US: U-I-34/94, 36/2000-ZPDZC, 127/2006-ZJZP.
- ZIDAR, R. (2012). »Delo ni blago!«. *Časopis za kritiko znanosti*, 39, 250: 62–73.
- ŽIŽEK, S. (2010), *Najprej kot tragedija, nato kot farsa*. Ljubljana: Društvo za teoretsko psihoanalizo.