

UNIVERZA V LJUBLJANI
EKONOMSKA FAKULTETA

ZAKLJUČNA STROKOVNA NALOGA VISOKE POSLOVNE ŠOLE

**ANALIZA DRUŽBENIH UČINKOV IZBRANEGA SLOVENSKEGA
SOCIALNEGA PODJETJA**

Ljubljana, oktober 2017

SUZANA HABOT

IZJAVA O AVTORSTVU

Podpisana Suzana Habot, študentka Ekonomske fakultete Univerze v Ljubljani, avtorica predloženega dela z naslovom Analiza družbenih učinkov izbranega socialnega podjetja, pripravljenega v sodelovanju s svetovalko doc. dr. Alenko Slavec Gomezel,

IZJAVLJAM,

1. da sem predloženo delo pripravila samostojno;
2. da je tiskana oblika predloženega dela istovetna njegovi elektronski obliki;
3. da je besedilo predloženega dela jezikovno korektno in tehnično pripravljeno v skladu z Navodili za izdelavo zaključnih nalog Ekonomske fakultete Univerze v Ljubljani, kar pomeni, da sem poskrbela, da so dela in mnenja drugih avtorjev oziroma avtoric, ki jih uporabljam oziroma navajam v besedilu, citirana oziroma povzeta v skladu z Navodili za izdelavo zaključnih nalog Ekonomske fakultete Univerze v Ljubljani;
4. da se zavedam, da je plagiatstvo – predstavljanje tujih del (v pisni ali grafični obliki) kot mojih lastnih – kaznivo po Kazenskem zakoniku Republike Slovenije;
5. da se zavedam posledic, ki bi jih na osnovi predloženega dela dokazano plagiatstvo lahko predstavljalo za moj status na Ekonomski fakulteti Univerze v Ljubljani v skladu z relevantnim pravilnikom;
6. da sem pridobila vsa potrebna dovoljenja za uporabo podatkov in avtorskih del v predloženem delu in jih v njem jasno označila;
7. da sem pri pripravi predloženega dela ravnala v skladu z etičnimi načeli in, kjer je to potrebno, za raziskavo pridobila soglasje etične komisije;
8. da soglašam, da se elektronska oblika predloženega dela uporabi za preverjanje podobnosti vsebine z drugimi deli s programsko opremo za preverjanje podobnosti vsebine, ki je povezana s študijskim informacijskim sistemom članice;
9. da na Univerzo v Ljubljani neodplačno, neizključno, prostorsko in časovno neomejeno prenašam pravico shranitve predloženega dela v elektronski obliki, pravico reproduciranja ter pravico dajanja predloženega dela na voljo javnosti na svetovnem spletu preko Repozitorija Univerze v Ljubljani;
10. da hkrati z objavo predloženega dela dovoljujem objavo svojih osebnih podatkov, ki so navedeni v njem in v tej izjavi.

V Ljubljani, dne _____

Podpis študentke: _____

KAZALO

UVOD	1
1 SOCIALNO PODJETNIŠTVO.....	2
1.1 Opredelitev socialnega podjetništva.....	2
1.2 Razvoj socialnega podjetništva	3
1.3 Pravna ureditev socialnega podjetništva v Sloveniji	5
1.4 Financiranje socialnega podjetništva.....	6
2 MERJENJE UČINKOV DEJAVNOSTI SOCIALNIH PODJETIJ	7
2.1 Metode merjenja učinkov dejavnosti socialnih podjetij	8
2.2 Kazalnik socialnega donosa na investicijo	10
2.3 Izdelava slovenskega modela merjenja učinkov dejavnosti socialnih podjetij	12
3 ANALIZA DRUŽBENIH UČINKOV IZBRANEGA SOCIALNEGA PODJETJA	13
3.1 Namen, cilji, raziskovalna vprašanja in hipoteze raziskave	13
3.2 Metode dela v zaključni strokovni nalogi	13
3.3 Zbiranje in obdelava podatkov	14
3.4 Predstavitev Zadruga za povezovanje skozi ponovno uporabo in socialnega podjetja Stara roba, nova raba	14
3.5 Analiza intervjujev in ugotovitve	16
3.6 Analiza družbenih učinkov Zadruga za povezovanje skozi ponovno uporabo in socialnega podjetja Stara roba, nova raba	18
3.7 Rezultati in ugotovitve raziskave	24
3.8 Omejitve raziskave in priložnosti za prihodnje raziskovanje.....	24
SKLEP.....	25
LITERATURA IN VIRI	27
PRILOGE	
KAZALO TABEL	
Tabela 1: Prikaz teorije sprememb na primeru socialnega podjetja Stara roba, nova raba.	20
KAZALO SLIK	
Slika 1: Izsek iz tabele, ki prikazuje izračun vrednosti povračila na investiran znesek 1 evra za socialno podjetje Stara roba, nova raba	23

UVOD

Na začetku študija na Ekonomski fakulteti v Ljubljani, natančneje v prvem letniku, sem se pri predmetu »Ravnanje z ljudmi pri delu« prvič srečala s tematiko etičnosti v poslu, ki se me je že takrat globoko dotaknila. Onesnaževanje okolja, prekomerna uporaba plastike pri izdelavi izdelkov, etično sporno oglaševanje, izkoriščanje delavcev in zavajanje kupcev je le nekaj družbenih problemov, s katerimi se spopada socialno podjetništvo, ki se trudi za boljše ureditev položaja vseh vpletenih. Pri tem imam v mislih tako potrošnike kot zaposlene, lokalno skupnost in širšo javnost. Zaradi tega dejstva so socialna podjetja in vse, kar je z njimi povezano, področje, ki me izredno motivira za pisanje moje zaključne strokovne naloge. Navdušujejo me predvsem možnosti izboljšav na področju ekonomije, skrbi za ljudi, živali, okolje in ne nazadnje narave kot celote. Vse to združujejo v sebi tako socialna podjetja kot socialni podjetniki s svojimi imenitnimi idejami.

Namen zaključne strokovne naloge je prikazati možen prihodnji vpliv izbranega slovenskega socialnega podjetja na družbo s pomočjo modela za merjenje družbenih učinkov, ki je priporočen za uporabo v Sloveniji. S tem pristopom bo podjetje lažje izvedlo popolno analizo v bodočnosti (Hrast, Kojc & Mulej, 2014, str. 39). Cilj naloge je preučiti tematiko socialnih podjetij s poudarkom na merjenju učinkov, ki jih povzročajo v družbi, in analizirati te za domače socialno podjetje.

Raziskovalna vprašanja, ki so me vodila ob pisanju naloge, so bila naslednja: Kakšni so okoljski in družbeni učinki v izbranem podjetju? Kako se ti manifestirajo, če se? Ali zanje podjetje že izračunava kazalnike? Če jih, kakšne težave zaznavajo pri tem? Zaradi boljše analize sem si postavila tudi hipotezo (H1), ki se glasi: Izbrano socialno podjetje ustvarja pozitivne družbene učinke.

Pri izdelavi naloge so mi bili v pomoč tako primarni kot sekundarni podatki. Teoretični del zaključne strokovne naloge temelji na sintezi ugotovitev domače in tuje literature s področja socialnega podjetništva. Praktični del naloge pa je rezultat analize kazalnika socialnega donosa na investicijo za izbrano podjetje. V pomoč sta mi prišla tudi oba intervjuja, ki sem ju izvedla. Prvi je bil opravljen s predsednico Zadruga za povezovanje skozi ponovno uporabo in socialnega podjetja, Stara roba, nova raba, gospo Luno Jurančič Šribar, drugi pa z gospodom Tomažem Stritarjem, ki je specialist za podporno socialnopodjetniško okolje.

Struktura naloge se deli na teoretični in empirični del. Uvodu sledi poglavje, kjer je podrobneje opisano in smiselno na podpoglavja razčlenjeno socialno podjetništvo. Drugo poglavje je namenjeno predstavitvi merjenja učinkov dejavnosti. V njem se osredotočim na kazalnik, ki ga pozneje uporabim za prikaz učinkov, ki jih povzroča izbrano socialno podjetje. Zadnje poglavje je izrazito praktično narave. Začne se s predstavitvijo podjetja, nadaljuje z analizo intervjujev in zaključi s prikazom izdelave analize družbenih učinkov.

Sledi sklep, v katerem povzamem ključne ugotovitve pričujoče naloge in izrazim svoje razmišljanje za prihodnost.

1 SOCIALNO PODJETNIŠTVO

Podjetništvo je gospodarska dejavnost, s katero služimo denar. Opišemo jo kot zaznavanje potreb ljudi in družbe, prepoznavanje priložnosti in načinov za njihovo zadovoljevanje in uresničevanje (Mesojedec et al., 2012, str. 10–12). Avtorji pišejo še, da je vse pogostejše njihov cilj prispevati k družbeni koristi, zlasti z donacijami, sponzorstvi, vključevanjem ter prakticiranjem družbeno odgovornega poslovanja podjetij. Ob tem morajo seveda še vedno zasledovati primarni cilj, ki je maksimiziranje dobička (Yunus, 2009, str. 35). Tega dosežejo tako, da uporabljajo svoja lastna sredstva na najboljši možni način (Weiss-Cohen, Mitnovizky & Shpitalni, 2016, str. 1).

Ne glede na to so ekonomisti in socialni znanstveniki priznali, da kapitalistični koncept povečevanja dobička gospodarskih subjektov ne more rešiti številnih socialnih in gospodarskih problemov (Nusrate Aziz & Bin Mohamad, 2015, str. 576). Podjetja namreč po svoji naravi niso opremljena za obravnavanje teh problemov (Yunus, 2009, str. 36). Rešitev je v socialnem podjetništvu, ki daje prednost socialnemu kapitalu pred ustvarjanjem dobička (Mesojedec et al., 2012, str. 20). Tako se dandanes po vsem svetu vidi velik preobrat zavedanja moči, prispevanja in potenciala socialnih podjetij glede na zadnje desetletje (Think global trade social, 2017).

1.1 Opredelitev socialnega podjetništva

Pravimo, da gre pri socialnem podjetništvu za inovativno obliko podjetništva (Socialno podjetništvo, 2017). Sestavljeno je iz treh sestavin: iz podjetniške ideje, ki rešuje določen družbeni problem, poslovnega modela, ki zagotavlja finančno vzdržnost podjetja, in organizacijske strukture, ki temelji na demokratičnih načelih in enakopravnosti vseh zaposlenih (Stritar & Pipan, 2015, str. 7). Socialno podjetništvo uporablja večino podjetništva z dodatkom javnokoristnih ciljev (Mesojedec et al., 2012, str. 20). Cilj je, da bi si bila tudi socialna podjetja konkurenčna med seboj (Yunus, 2009, str. 44). Njegova osnovna značilnost je v nudenju zaposlitve ljudem, ki so fizično, psihično ali socialno prikrajšani (Pavel & Štefanič, 2005, str. 14).

Socialnemu podjetniku daje neizmerno zadovoljstvo pogled na družbeni učinek, ki ga je njegovo delo povzročilo (Mesojedec et al., 2012, str. 11). Ta ni last ustvarjalcev, ampak je na voljo celotni skupnosti, saj je javen (Jurančič Šribar & Cerar, 2011, str. 9). Za socialno podjetništvo lahko rečemo, da ustvarja novo vrednost in v turbokapitalizmu vnaša vrednote in pozitivne družbene vrednote (Mesojedec et al., 2012, str. 21). Kot tako mora biti pripravljeno na tekmovanje s tradicionalnimi podjetji, porabnikom mora nuditi izdelke in

storitve visoke kakovosti po prilagojeni ceni in dajati enako, če ne višjo raven udobja in preprostosti uporabe kot katero koli drugo podjetje (Yunus, 2009, str. 170).

Socialno podjetništvo spodbuja skupne evropske vrednote – solidarnost, dialog in napredek (Korpar, 2017, str. 10). Stavi na ljudi in dela za ljudi (Mesojedec et al., 2012, str. 21). Govorimo o tem, da je socialno podjetništvo povezovalno, saj s spodbujanjem sodelovanja ljudi in prostovoljnega dela krepi solidarnost v družbi (Socialno podjetništvo, 2017). Če socialno ekonomijo podpirajo primerni programi in projekti in je ustrezno financirana, lahko deluje kot gonilo gospodarske rasti (Ljubljanska deklaracija – Razvoj socialnih podjetij v Jugovzhodni Evropi, 2017, str. 12).

Socialno podjetništvo uvrščamo v del tretjega ekonomskega sektorja (Pavel & Štefanič, 2005, str. 15). Umešča se v presek zasebnega, neprofitnega in javnega sektorja in ob tem posega v vse pore različnosti sektorjev (Mesojedec et al., 2012, str. 14). Dobiček takega podjetja mora biti uporabljen v skladu s primarnimi cilji ustanovitve (Pavel & Štefanič, 2005, str. 15). Ponavadi se ga ponovno investira v poslovne ali druge pobude v namen nadaljnje podpore socialnim namenom (Engelke, Mauksch, Darkow & A. von der Gracht, 2015, str. 635).

Socialni podjetniki se lotevajo področij, ki bi jih lahko reševala država, vendar jih ne zna, ne zmore ali noče (Stritar & Pipan, 2015, str. 5). Cilji podjetja, ki deluje na trgu kot socialno podjetje, so: krepitev družbene solidarnosti, spodbujanje sodelovanja ljudi in prostovoljskega dela, pomoč pri razvijanju inovativne sposobnosti družbe za reševanje različnih problemov, zagotavljanje dodatne spodbude proizvodov in storitev, ki so v javnem interesu, razvijanje novih možnosti zaposlovanja in s tem zagotavljanja novih delovnih mest ter integracija ranljivih skupin na trgu dela (Mesojedec et al., 2012, str. 15). Bistvenega pomena zanj so še posebej zagotavljanje podpornega okolja za razvijanje svojih sposobnosti osebam s posebnimi potrebami in postati ter ostati podjetje, ki se samovzdržuje, saj s tem zagotavlja stalno zaposlitev svojim vključenim (Pavel & Štefanič, 2005, str. 42).

1.2 Razvoj socialnega podjetništva

Socialna ekonomija obstaja že od pradavnine naprej, zato jo omenjamo že za časa Egipčanov dalje, in sicer v obliki obrtniških in panožnih združenj (Socialna ekonomija splošno, 2017). Kot avtor nadaljuje, je pozneje pri Rimljanih delovala v smislu obrtniških šol, pri Grkih so opažali neke vrste socialni sklad v okviru mestnih držav, v srednjem veku so nastali obrtniški cehi, v 11. stoletju so obstajale prve laične dobrodelne organizacije in v 14. stoletju govorimo o razmahu cehov v Evropi. Nato je s koncem fevdalne dobe in pojavom kapitalizma prišlo do razvoja zadružništva, katerega namen je bil zaščititi kmete pred naraščajočim izkoriščanjem kapitalizma (Razvoj socialnega

podjetništva v Sloveniji, 2017). V času krize, v 19. stoletju, so zato nastajale različne vzajemne, podporne, delavske in združne organizacije (Mesojedec et al., 2012, str. 12).

Vendar se je kljub nekaterim zgodovinskim vzporednicam s posameznimi praksami in ekonomskimi modeli pojav socialnega podjetništva razširil šele ob koncu 80. in v začetku 90. let prejšnjega stoletja, saj se takrat začnejo pojavljati prve socialnopodjetniške iniciative (Milošević, 2013, str. 14). Avtor pripomni še, da je bilo to obdobje, v katerem je posledično zaradi razmaha neoliberalizma in krize državne blaginje prišlo do potrebe po iskanju novih poti za iskanje družbenega ravnovesja v razdeljevanju virov. Potrebe po delovni sili so se namreč začele zmanjševati, dolgotrajna brezposlenost je bila pogostejša, osebe s slabimi zaposlitvenimi možnostmi so bile še bolj marginalizirane in tako so socialna podjetja dobila čisto novo perspektivo (Pavel & Štefanič, 2005, str. 16). Do večine pobud socialnega gospodarstva je prišlo v urbanih območjih (Rymsza, 2015, str. 832).

Tudi v Sloveniji je v začetku 20. stoletja delovala mreža socialnega podjetništva, ki je vsebovala razna združenja, zadruga, dobrodnele organizacije, sindikate, itd., vendar pa je po koncu druge svetovne vojne prišlo z uvedbo novega družbenega sistema do prekinitve bogate združne tradicije (Razvoj socialnega podjetništva v Sloveniji, 2017). Kot obrazloži avtor Uršič (v Pavel & Štefanič, 2005, str. 7), so se nato v 60. letih začela pojavljati socialna podjetja v obliki invalidskih podjetij. Doda še, da so bile to takrat invalidske delavnice, ki so imele med redno zaposlenimi najmanj 50 odstotkov invalidnih oseb. Delovanje teh je že več let urejeno tudi zakonsko (Jurančič Šribar & Cerar, 2011, str. 4).

Pri uvajanju socialnih podjetij v prakso se države Evropske unije (v nadaljevanju EU) med sabo zelo razlikujejo, saj v prvi vrsti izhajajo iz lokalnih potreb, interesov in zakonskih podlag (Pavel & Štefanič, 2005, str. 13). Čeprav ne gre za nov koncept, je imelo urejen ustrezen politični okvir za podporo in spodbujanje njihovega razvoja ob koncu leta 2014 le sedem evropskih držav, in sicer: Bolgarija, Francija, Italija, Luksemburg, Švedska, Združeno kraljstvo in Slovenija (Priročnik za vzpostavitev podpornega okolja za družbeno odgovorne mlade podjetnike, 2017). V starih članicah EU socialnopodjetniški sektor zaposluje 9 milijonov ljudi, kar je 10 odstotkov vseh zaposlenih in prinaša približno 10 odstotkov bruto domačega proizvoda (v nadaljevanju BDP) (Milošević, 2013, str. 4). Evropska komisija še ocenjuje, da je več kot 160 milijonov državljanov članic EU uporabnikov njihovih storitev (Kovač, 2010, str. 12). Socialna podjetja postajajo tako vse pomembnejša nova oblika sodelovanja in povezovanja (Giacomelli, 2017, str. 5). Prav tako lahko v teh časih govorimo o tem, da postaja socialno podjetništvo poklic in glavno raziskovanje ne le v Združenih državah Amerike, Kanadi in Evropi, ampak tudi v Aziji, Afriki in Latinski Ameriki (Bornstein, 2007, str. 3).

Izraz »socialna ekonomika« je prvi uporabil francoski liberalni ekonomist Charles Dunoyer leta 1830, pojma socialni podjetnik in socialno podjetništvo pa sta se prvič pričela uporabljati v literaturi konec šestdesetih let prejšnjega stoletja, pri čemer gre zasluga

Wiliamu Draytonu (Socialno podjetništvo za začetnike, 2017). Kljub temu pa besedna zveza socialna ekonomija ni najboljši prevod angleškega termina *social economy*, saj bi bil glede tega, kar označuje, primernejši izraz družbena ali skupnostna ekonomija (Juranič Šribar & Cerar, 2011, str. 5). Ta se z vključevanjem marginaliziranih skupin upira kapitalističnemu odnosu do ljudi, kjer je vsak človek nadomestljiv ali celo zavrgljiv (Skupnostna ekonomija, 2017).

1.3 Pravna ureditev socialnega podjetništva v Sloveniji

Do nedavnega so bile prvine socialnega podjetništva zastopane in urejene v drugih zakonih. Med drugim tako v Zakonu o društvih, Zakonu o zavodih, Zakonu o zadrugah, Zakonu o podpornem okolju za podjetništvo, Zakonu o zaposlitveni rehabilitaciji in zaposlovanju invalidov, idr. (Bera, 2012, str. 252). Nato je država 15. 3. 2011 sprejela Zakon o socialnem podjetništvu, ki predstavlja primarni pravni okvir socialnega podjetništva; s tem zakonom je formalno uredila omenjeno področje. Zakon vsebuje 51 členov. V njem je v prvem členu zapisano, da ta določa opredelitev, cilje in načela socialnega podjetništva, dejavnosti socialnega podjetništva, pogoje zaposlovanja, pogoje za pridobitev statusa socialnega podjetja, posebne pogoje poslovanja socialnih podjetij, posebne pogoje poslovanja, vodenja evidenc in nadzorstvo. V drugem odstavku tega člena piše še, da zakon ureja načrtovanje razvoja, spodbude za razvoj socialnega podjetništva, sodelovanje socialnih partnerjev in organizacijo civilne družbe pri sprejemanju razvojnih dokumentov, vlogo občin pri načrtovanju in izvajanju politik razvoja socialnega podjetništva in pristojnosti (Ur. l. RS, št. 20/11 in 90/14–ZDU-1I).

Drugi predpisi in akti, ki še dodatno urejajo področje socialnega podjetništva, so Uredba o spremembah in dopolnitvah Uredbe o določitvi dejavnosti socialnega podjetništva, Pravilnik o spremljanju poslovanja socialnih podjetij in Uredba o določitvi dejavnosti socialnega podjetništva. Za potrebe računovodenja v socialnih podjetjih, ne glede na njihovo pravnoorganizacijsko obliko, obstaja poseben računovodski standard za socialna podjetja – slovenski računovodski standard št. 40 z naslovom Računovodske rešitve v socialnih podjetjih (Socialno podjetništvo, 2017).

Evidenco socialnih podjetij v Sloveniji vodijo od začetka leta 2015 pri Ministrstvu za gospodarski razvoj in tehnologijo. V njej je na dan 11. 8. 2017 zabeleženih 252 podjetij iz cele Slovenije. Po pravnoorganizacijski obliki so med njimi društva, zavodi, zadruga, ustanove/fundacije, inštituti in družbe z omejeno odgovornostjo. Pripadajo različnim panogam. Med drugim so njihove glavne dejavnosti saniranje okolja in drugo ravnanje z odpadki, mešano kmetijstvo, dejavnost invalidskih organizacij, popravila drugih osebnih in gospodinjstvih izdelkov, zbiranje in odvoz nenevarnih odpadkov, počitniški domovi in letovišča, drugo socialno varstvo brez nastanitve za starejše in invalide osebe, varstvo kulturne dediščine, trgovina na drobno v prodajalnah z rabljenim blagom in dejavnost humanitarnih in dobrodelnih organizacij.

Zakon o socialnem podjetništvu (Ur. l. RS, št. 20/11 in 90/14–ZDU-11) določa, da se lahko v socialno podjetništvo vključujejo naslednje nepridobitne pravne osebe: društvo, zavod, ustanova, gospodarska družba, zadruga, evropska zadruga in druga pravna oseba zasebnega prava, ki ni ustanovljena izključno z namenom pridobivanja dobička in ne deli premoženja ali ustvarjenega dobička ali presežkov prihodkov nad odhodki. Statusa socialnega podjetja ne morejo pridobiti samostojni podjetnik posameznik, kmetijsko gospodarstvo, dopolnilna dejavnost na kmetiji ali drugi posamezniki, ki lahko uresničujejo socialnopodjetniške ideje (Stritar & Pipan, 2015, str. 27).

Prav tako zakon (Ur. l. RS, št. 20/11 in 90/14–ZDU-11) definira dva tipa socialnih podjetij, in sicer tip A in tip B. Zakon podjetju tipa A zapoveduje, naj trajno zaposluje najmanj enega delavca v prvem letu in najmanj dva delavca v nadaljnjih letih svojega poslovanja, tipu B pa določa, naj dejavnost opravlja s trajnim zaposlovanjem najmanj ene tretjine svojih zaposlenih delavcev. Mednje se uvrščajo osebe iz 6. člena omenjenega zakona. Opredeljene so kot prikrajšani delavci, resno prikrajšani delavci in invalidi. To so invalidi, brezposlene osebe s trajno telesno ali duševno okvaro ali boleznijo, več kot 24 mesecev ali več časa brezposelne osebe, brezposelne osebe, stare nad 55 let, brezposelne osebe, ki so pripadniki romske skupnosti, itd.

Za oblikovanje politike razvoja socialnega podjetništva v Sloveniji skrbi in je pristojen Svet za socialno podjetništvo, ki ga je Vlada Republike Slovenije ustanovila leta 2011 in je sestavljen iz predstavnikov ministrstev, socialnih podjetij, socialnih partnerjev in strokovnih institucij (Svet za socialno podjetništvo, 2017).

1.4 Financiranje socialnega podjetništva

Socialna podjetja se soočajo s podobnimi realnostmi v zvezi s financiranjem kot vsako drugo podjetje na trgu (Mesojedec et al., 2012, str. 78). Pri zagonu svoje dejavnosti ali uresničevanju poslovne ideje potrebujejo finančne vire za investicije ali obratni kapital, saj pogosto nimajo dovolj denarja, da bi sami pokrili vse te stroške (Stritar & Pipan, 2015, str. 31). Kot avtorja nadaljujeta, je dostop do virov financiranja eden najpomembnejših izzivov za nastanek, preživetje in uspešno rast podjetij, še posebej tistih, katerih proizvodi oziroma način poslovanja je zelo inovativen.

Poznamo več vrst finančnih virov, ki jih lahko delimo na notranje, zunanje, dolžniške in lastniške. Za notranji vir se štejeta nerazdeljen dobiček in amortizacija (Mesojedec et al., 2012, str. 81). Pri dolžniškem financiranju gre za povratne finančne vire, ki so lahko krediti (dolgoročni ali kratkoročni), lizingi ali druge vrste posojil, na način, da si izposodimo denar, ki ga moramo prej ali slej vrniti (Stritar & Pipan, 2015, str. 31). Lastniški kapital so sredstva, ki jih je posameznik, zainteresiran za delovanje dotičnega socialnega podjetja, vložil vanj z namenom doseganja družbenega učinka (Mesojedec et al., 2012, str. 93). Ponavadi je oziroma so ta ustanovitelj posameznik, njegova družina in prijatelji (Stritar &

Pipan, 2015, str. 31). Kot avtorja nadaljujeta, so za novonastala podjetja na voljo tudi nepovratna sredstva za investicije, subvencije, nagrade in donacije, ki jih razpišejo javne ali zasebne institucije. Možne so tudi koncesije, javno-zasebna partnerstva, finančna pomoč »Poslovnih angelov«, idr.

2 MERJENJE UČINKOV DEJAVNOSTI SOCIALNIH PODJETIJ

Evropski ekonomsko-socialni odbor je mnenja, da je merjenje stalen proces, sestavni del dejavnosti podjetja in pomembno orodje za strateško načrtovanje (Mnenje Evropskega ekonomsko-socialnega odbora o merjenju socialnih učinkov, 2014). Družbeni učinek, ki ga povzročajo socialna podjetja s svojim delovanjem, ni lahko merljiv, metode za njegovo merjenje pa so si mnogokrat zelo različne med sabo in slabo primerljive (Mesojedec et al., 2012, str. 134). Spremembe, ki jih želijo izmeriti, se včasih pokažejo šele čez nekaj let, zato jih je mnogokrat v določenem obdobju težko definirati (Bornstein & Davis, 2010, str. 63). Merjenje učinkov dejavnosti socialnih podjetij tudi zaradi tega spada med najzahtevnejše podporno področje za razvoj socialnega podjetništva (Hrast et al., 2014, str. 9).

Prvi korak pri merjenju je prepoznati učinek, ki ga bomo merili, in njegove deležnike (Epstein & Rejc Buhovac, 2014, str. 192). Avtorji (Jones, McGinlay & Dimitrakopoulos, 2017, str. 4) naštejejo tri načine pridobivanja podatkov za merjenje družbenega vpliva: osredotočiti se na vpliv na celotno populacijo (npr. na zaposlenost in prehrano), vprašati vodstvo socialnih podjetij, kako ocenjuje njihov učinek na lokalno skupnost (upoštevajoč njihove izkušnje), ali osredotočiti se na percepcijo lokalne skupnosti (vprašati, kakšen vpliv ima ta na njihovo dobrobit, kvaliteto življenja in vsakdanje aktivnosti).

Delovna skupina za merjenje vplivov (angl. *Impact Measurement Working Group*, v nadaljevanju IMWG), ustanovljena junija 2013 na srečanju članic skupine G8 (skupina osmih držav Sveta) v Londonu in razvita s strani skupine strokovnjakov Komisije za socialno podjetništvo (angl. *Group of experts of the Commission on social entrepreneurship*, v nadaljevanju GECES), je izdala navodila za dobro prakso merjenja učinkov. V njih je 7 smernic, in sicer piše takole: zastavite si cilje (izrazite razliko, ki jo želite doseči), razvijte okvir in izberite meritve (določite meritve, za katere boste odgovorni), investicijske odločitve sprejemajte na podlagi podatkov (ugotovite in izvedite načine za krepitev svoje naložbe in operacije), poročilo (delite svoj napredek s svojimi ključnimi sestavinami), zbiranje in shranjevanje podatkov (zberite in shranite podatke, ki jih potrebujete za določitev svojega napredka), potrdite podatke (potrdite, da so zbrani podatki zadostne kakovosti) in analizirajte podatke (vnesite vpoglede iz podatkov, ki ste jih zbrali) (Measuring impact: Guidelines for good impact practice, 2017).

Socialni podjetniki se pri merjenju učinkov v svojih podjetjih v praksi srečujejo tudi s problemi. V študiji »Accountability for social impact: A bricolage perspective on impact

measurement in social enterprises«, ki sta jo avtorja Molecke & Pinkse (2017, str. 554) opravljala na 22 socialnih podjetjih, sta dobila odgovore podjetnikov, da se jim zdi, da so ocene v tabeli nerealne. Podjetniki so navajali, da so te previsoke, ali pa so premalo ocenili pomen različnih dejavnikov in pojavov. Poudarili so še, da se v ocenah še ne upošteva pomembnega dejavnika – vpliv na dotičnega človeka, ki so mu pomagali. Avtorja Epstein & Yuthas (2014, str. 2–3) sta dodala še, da imajo vlagatelji in organizacije v prizadevanju za spremembe v družbi med drugim tudi težave s pomanjkanjem organizacijskih zmogljivosti za merjenje učinkovitosti, pomanjkanje resnih in pomembnih naložb v socialnem sektorju in pomanjkanje spodbud in tržne discipline za razvoj naprednega socialnega sistema za merjenje učinkov.

Podjetje INVEL, d. o. o., (Socialno podjetništvo: gradivo za udeležence delavnice »Od A do Ž o socialnem podjetništvu«, 2014, str. 14) napoveduje, da bodo do leta 2020 meritve socialnega učinka postale običajna praksa ne le med socialnimi podjetji, dobrodelnimi organizacijami in združenji, temveč bo vse večje povpraševanje po njih tudi v javnem in zasebnem sektorju. Prav tako meni, da bodo do tistega leta številne druge organizacije začele izdajati letna poročila o svojem socialnem, okoljskem in gospodarskem vplivu, ki bodo družbi omogočila, da bo lahko ocenjevala vse organizacije na podlagi njihove dejanske družbene koristnosti. S tem se strinjata tudi Molecke & Pinkse (2017, str. 550), ki sta mnenja, da tudi klasični podjetniki vedno bolj upoštevajo svoj vpliv na družbo, zato praksa merjenja družbenega vpliva pridobiva na pomembnosti. Vse zapisano zgoraj samo še potrjuje novela Zakona o gospodarskih družbah, ki je bila sprejeta letos v marcu. V njej v 70. c-členu piše, da mora subjekt javnega interesa, ki zaposluje v poslovnem letu na bilančni presečni dan več kot 500 ljudi, vključiti v svoje poslovno poročilo tudi izjavo o nefinančnem poslovanju (Ur. l. RS, št. 15/17).

2.1 Metode merjenja učinkov dejavnosti socialnih podjetij

Zgolj informacija o izvedenih posameznih socialnopodjetniških dejavnostih še ne zadošča za oceno učinka, zato je pomembno znati oceniti uporabo vložkov in izmeriti rezultate (Mesojedec et al., 2012, str. 136). Za merjenje uspešnosti socialnih podjetij se zahtevajo drugačne meritve kot pri klasičnih podjetjih (Uranjek, 2016, str. 26). Izbrana metoda za merjenje družbenega učinka mora biti skladna s ciljem podjetja (Yunus, 2009, str. 208). Enotnega modela merjenja ni, temveč si banke in različni investitorji razvijajo svoje lastne metode, prilagojene svojim ciljem financiranja (Hrast et al., 2014, str. 29). Kot pri klasičnem podjetništvu tudi tukaj potrebujejo vlagatelji od podjetnikov kvalitetne, zanesljive in resnične finančne podatke. Mesojedec et al. (2012, str. 138) so mnenja, da so si prakse in načini ocenjevanja različni, a da je ocenjevanje realnega učinka podcenjeno.

Poznamo sistem za vrednotenje obnašanja podjetij s socialnega in okoljskega vidika – GRI (*Global Reporting Initiative*), ki je priznan in razširjen (Yunus, 2009, str. 207). Avtor zaključuje, da danes več kot 3000 podjetij redno objavlja poročila o svoji družbeni in

okoljski odgovornosti, več kot 700 pa jih uporablja protokole, ki jih je razvil GRI. Zapiše še, da je tudi družba *Asset 4* ustvarila več kot 250 nefinančnih kazalnikov za spremljanje okoli 1500 podjetij na zahtevo institucionalnih vlagateljev, za katere ta podjetja nadzira, izdela ekonomsko, okoljsko in družbeno oceno ter oceno vodenja. Kot nadaljuje, je leta 2007 revija *Fast Company* predstavila prvo ocenjevanje podjetij, ki se imenuje HIP (*Human Impact + Profit* – človeški učinek + dobiček) in temelji na njihovih družbenih, okoljskih in finančnih dosežkih. Doda, da sta oba namenjena vlagateljem, ki iščejo podjetja, ki združujejo v sebi maksimiranje tako dobička kot družbene odgovornosti. Kot ugotavlja, sta lahko obe metodi navdih za oblikovanje objektivnih in standardiziranih sistemov, ki omogočajo merjenje družbenega učinka pri socialnih podjetjih.

Merimo lahko rezultate socialnih podjetij in njihovo učinkovitost pri izvajanju socialnopodjetniške dejavnosti. Poznamo še merjenja, ki so namenjena socialnofinančnim vlagateljem. Mesojedec et al. (2012, str. 136–137) pišejo, da je izziv oceniti družbene učinke, zato si običajno pomagajo z naslednjimi meritvami:

- Objektivne meritve: Značilne so na področju zdravstva. Za primer lahko vzamemo kazalnik QALYs, ki meri kakovost in dolžino življenja (*Quality Adjusted Life Years*).
- Subjektivne meritve: Govorimo o ocenah deležnikov glede svojega ali tujega stanja, položaja in zadovoljstva, kot so WARM (kazalnik za merjenje posameznikove blaginje v Veliki Britaniji) ali različne ocene o zadovoljstvu ciljnih skupin, za katere deluje socialno podjetje.
- Merjenje širše družbene koristi: Izvajamo ga preko *social added value approach* in drugih različnih pristopov k merjenju širšega družbenega učinka.
- Merjenje finančne vrednosti rezultata: Omogoča presojo in oceno, kakšne stroške je pripravljen plačati kupec, uporabnik ali ciljna skupina in če so za določeno dejavnost na voljo zadostna finančna sredstva.

Avtorji (Mesojedec et al., 2012, str. 138) nadaljujejo, da se za ocenjevanje učinkovitosti uporablja metodologije, ki se sicer uporabljajo za podjetja:

- ocenjevanje razkoraka med dejanskim delovanjem podjetja in zastavljenimi cilji (EFQM),
- socialno poročanje (v Franciji obvezno za podjetja z nad 300 zaposlenimi),
- Center za mlade, vodje, igralce v socialnem in solidarnostnem gospodarstvu (CJDES – *Centre des jeunes, des dirigeants, des acteurs de l'économie sociale et solidaire*),
- RBM (ocenjevanje učinkovitosti obiskov dobrih praks in prenosa v svoje okolje) in
- ocenjevanje veščin in usposobljenosti na področju financ, itd. (*bell mason approach*).

Mesojedec et al. (2012, str. 139) ugotavljajo tudi, da se za lažje odločanje socialnofinančnih vlagateljev največkrat izračunavajo naslednji kazalniki:

- SIA (*social impact assesment*): Metode, ki ocenjujejo neposredne stroške socialnopodjetniške dejavnosti, verjetnost uspešnosti predvidene dejavnosti in družbeni učinek izvedene dejavnosti.
- SROI (*social return on investment*): Posebej prilagojena metoda za socialnopodjetniški svet.
- Poročila socialne ekonomije (*social economic reports*): Ocenjevanje notranjega presežka (od prihodkov se odštejejo stroški), zunanjega presežka v podjetju (od ocene družbenega učinka se odštejejo stroški za njegovo doseganje) in prikaz rezultata obeh (cost benefit value).
- MIAA (*methodology for impact analysis and assesment*): Metoda, ki lahko da grafičen rezultat in ocenjuje pet dimenzij učinkov. To so učinki, ki vplivajo na doseganje namenov socialnega podjetja, ciljne skupine, širšo družbo, stopnjo zaupanja v finančno sposobnost socialnega podjetja in na vpliv finančnih vlaganj na samo organizacijo.
- Druge metode, kot so: randomizirani eksperiment (*randomized experiment*), različice *social impact* modelov (izvajajo jih različne nevladne organizacije) in različne analize stroškov (*cost benefit*). Obstajajo še druge metode, vendar bi z omenjanjem vseh presegali okvirje zaključne strokovne naloge.

Prednosti obstoječih metodologij za ocenjevanje družbenega učinka so njihova naraščajoča uporabnost, vključenost in sposobnost dokazati vrednost (Florman, Klinger-Vidra & Jacindo, 2017). Avtorji pa obenem naštejejo tudi slabosti, ki so: intenzivna sredstva, ki jih zahtevajo (čas in informacije), njihova subjektivnost, nezadostna preglednost in njihova nedostopnost (nekatero so na voljo le njihovim razvijalcem, vlagateljem, članom ali donatorjem). Tudi Mesojedec et al. (2012, str. 139) opozorijo na različne kritike zgoraj omenjenih metod, kot so npr. možnosti izbire subjektivnih kriterijev pri kazalniku socialnega donosa na investicijo (v nadaljevanju SROI), razlikovanje med zatrjevanimi in dejanskimi vrednotami, idr.

2.2 Kazalnik socialnega donosa na investicijo

Kazalnik socialnega donosa na investicijo je popularna metoda za ocenjevanje učinka, ki ga imajo organizacije na družbo in okolje (Gargani, 2017, str. 116). Drugo ime zanj je tudi družbena korist od investiranja (Hrast et al., 2014, str. 35). Metodo je razvil *Roberts Enterprise Development Fund* (REDF) leta 1997 in je pozneje doživela kar nekaj priredb ter aplikacij (Florman et al., 2017). REDF je filantropski sklad iz Združenih držav Amerike, ki deluje po principih socialnega podjetništva (Lazar, 2011, str. 9).

Sektorju socialnih organizacij, ki vključuje socialna podjetja, kazalnik SROI zagotavlja orodje, s katerim vlagatelji ali donatorji ocenjujejo prosocialni učinek svoje potencialne finančne investicije (Cooney, 2016, str. 110–116). Kot avtor nadaljuje, njegovi temelji izvirajo iz financ, natančneje iz kazalnika donosnosti naložbe. SROI izraža koristnost, ne denarja, in je mnogo več kot le številka (Hrast et al., 2014, str. 36). V zadnjih 10 letih je

kazalnik naredil velik preskok iz orodja, katerega namen je bil zgraditi zasebno bogastvo do tistega orodja, ki obljublja napredek javnega dobrega (Gargani, 2017, str. 116). Z njim naj bi zmanjšali neenakost, uničevanje naravnega okolja in izboljšali prijetno življenje (Hrast et al., 2014, str. 35–36).

Kot navajajo Hrast et al. (2014, str. 36), ima tako analiza s kazalnikom SROI različne oblike, saj lahko zajema družbeno korist, ki jo ustvari neka celotna organizacija, ali pa se osredotoči na samo en izbrani vidik dela te organizacije. Pišejo še, da se SROI izvaja znotraj organizacije ali s pomočjo zunanjih raziskovalcev. Misel razvijajo naprej in povedo, da poznamo dva tipa SROI: Tistega, ki vrednoti dano prakso in se izvaja za nazaj na osnovi dejanskih posrednih učinkov, ki so se že zgodili – tj. evalvacija, in napovedovalni SROI, ki napove, koliko družbene koristi se bo ustvarilo, če dejavnosti dosežejo svoje predvidene posredne učinke.

Kazalnik SROI se izračunava po 7 glavnih načelih (Hrast et al., 2014, str. 38; Proposed Approaches to Social Impact Measurement in European Commission legislation and in practice relating to: EuSEFs and the EaSI, 2014), ki so:

1. »Vključi deležnike – določite deležnike vaše dejavnosti.
2. Razumi, kaj se spreminja – primerjanje stanja problema – pred in po vaši aktivnosti.
3. Ovrednoti zadeve, ki so pomembne – vrednotenje postavk, ki imajo neposredno povezavo z vašo aktivnostjo/dejavnostjo.
4. Vključi samo, kar je bistveno – upoštevanje deadweighta (kaj bi se zgodilo tudi brez vaše aktivnosti) in atribucije (vpliv drugih akterjev na dotični problem, ki ga naslavlja vaša aktivnost).
5. Ne zahtevaj preveč – pri definiranju in vrednotenju posrednih učinkov je treba biti previden, da ne zajamemo preširokega dometa posledic in s tem umetno povečamo družbeno vrednost aktivnosti (težko je določiti jasno mejo).
6. Zagotovi preglednost – finančni proksiji za posredne učinke naj bodo vzeti iz transparentnih virov (zakonov, javno dostopnih informacij, poročil, izkušenj ...).
7. Preveri izide – pregled celotne verige – Vnosi, neposredni izidi, posredni izidi, vpliv«.

Avtorji Hrast et al. (2014, str. 37–38) nadalje opišejo šest korakov za izvajanje analize po SROI:

1. »Ugotoviti domet analize in analizirati ključne deležnike. Pomembno je imeti jasne meje, kaj bo analiza po SROI zajela, koga bo zajela v proces in kako.
2. Prikazati posredne učinke. S sodelovanjem s svojimi deležniki boste razvili prikaz učinkov ali teorijo spremembe, ki kaže spremembe med vnosi, iznosi in posrednimi učinki.
3. Evidentirati posredne učinke in jih ovrednotiti. Ta faza zajema iskanje podatkov, ki naj pokažejo, ali so se posredni učinki zgodili, potem pa jih tudi vrednotimo.

4. Ugotoviti vpliv. Po tem, ko smo zbrali podatke o posrednih učinkih in jih izrazili denarno, tiste vidike spreminjanja, ki bi se v vsakem primeru zgodili ali pa so posledica drugih dejavnikov, izločimo iz opazovanja.
5. Izračunavanje SROI. Ta faza vključuje upoštevanje vseh koristi, odštevanje vseh negativnih lastnosti in primerjanje izida z investicijo. Prav tukaj se da preveriti občutljivost rezultatov.
6. Poročanje, uporaba in povezovanje z okoljem. Ta korak zlahka pozabijo, je pa bistven, četudi je zadnji; vključuje dajanje spoznanj deležnikom in odzivanje na njih, uporabo dobrih izidov v procesu siceršnjega dela in verificiranje poročila«.

Prednosti SROI pred drugimi metodami so med drugim te, da lahko ta predstavlja vrednost programa skupnosti kot celoti (ne le delu), lahko motivira zainteresirane, da sodelujejo že na samem začetku vrednotenja, dovoljuje različnim programom primerjavo med sabo, tudi če so njihovi rezultati izraženi v drugih enotah, itd. (Yates & Marra, 2016, str. 137). Naslednji pozitivni vidiki kazalnika so še: okrepitev trajnostnega značaja preko izboljšave profila podjetja, izboljšave primera podjetja za bodoče financiranje in doseganje, da so prijave na razpise prepričljivejše (Hrast et al., 2014, str. 37).

Problem pri izračunavanju kazalnika SROI lahko nastane zaradi monetizacije učinka in posledično dajanja prednosti dejavnostim z rezultati, ki so lažje prevedeni v denarno obliko (Cordes, 2016, str. 104). Drug izziv pri izračunavanju je tudi pomanjkanje dobrih podatkov o posrednih izidih (Hrast et al., 2014, str. 39).

2.3 Izdelava slovenskega modela merjenja učinkov dejavnosti socialnih podjetij

V Sloveniji metodološki okvir za merjenje družbenih učinkov socialnih podjetij do sedaj še ni bil razvit (Hrast et al., 2014, str. 9). Zaradi tega dejstva so pri Inštitutu za razvoj družbene odgovornosti (v nadaljevanju IRDO) po naročilu in v sodelovanju z Ministrstvom za delo, družino, socialne zadeve in enake možnosti Republike Slovenije (v nadaljevanju MDDSZ RS) leta 2014 izdelali študijo, katere namen je bil razviti model merjenja učinkov, s katerim bodo lahko socialna podjetja v Sloveniji ovrednotila rezultate svojega dela in jih tako učinkovito predstavila širši javnosti in drugim zainteresiranim (Socialno podjetništvo, 2017).

Cilji modela so bili: razviti teoretične temelje za merjenje družbenih učinkov, jasnejše profiliranje in vidnost socialnih podjetij, boljša dostopnost do finančnih virov preko banke s predstavitvijo finančnih koristi oz. rizikov za investitorje, omogočiti možnost sodelovanja na EU-razpisih in spodbuditi družbeno investiranje bank in zasebnih vlagateljev v socialna podjetja (Hrast et al., 2014, str. 8–9). IRDO nadaljuje, da so to izpeljali tako, da so preučili model »*Social Return of Investment-SROI*« in »GECES« predlog postopka merjenja družbenega učinka, nato izdelali slovenski model merjenja družbenih učinkov, ki so ga

praktično preverili v sodelovanju s socialnimi podjetji, ter pripravili ustrezne kazalnike družbenih učinkov. Zaključujejo, da je za osnovni izračun vrednosti SROI dovolj uporaben slovenski model merjenja, ki je podjetnikom na voljo brezplačno in jim omogoča samostojen vnos ključnih podatkov o poslovanju, deležnikih, načrtovanih aktivnostih, s tem povzročenih spremembah pri poslovanju, njihovih vplivih na neposredne rezultate v organizaciji ter posredne rezultate v družbi.

3 ANALIZA DRUŽBENIH UČINKOV IZBRANEGA SOCIALNEGA PODJETJA

3.1 Namen, cilji, raziskovalna vprašanja in hipoteze raziskave

Temeljni namen zaključne strokovne naloge je analizirati in s tem prikazati predvideni prihodnji družbeni vpliv za leto 2017 za slovensko socialno podjetje. To želim raziskati na več načinov, in sicer s pomočjo intervjuvanja, definiranja deležnikov, izdelavo modela teorije sprememb in na koncu še s pomočjo modela za merjenje družbenih učinkov, ki je priporočen za uporabo v Sloveniji. Na ta način bo podjetje v prihodnosti in po želji lahko izračunavalo tako evalvacijski kot napovedovalni kazalnik SROI. S pomočjo intervjuvanja izvem več o izvajanju merjenja družbenih učinkov v praksi in izbranem socialnem podjetju še pred analiziranjem teh z izbranim kazalnikom. V okviru deležnikov določim vse pomembne subjekte, ki imajo vpliv na podjetje oz. obratno. Z izdelavo modela teorije sprememb izdelam podlago za izračun kazalnika, obenem pa opredelim aktivnosti deležnikov, njihov rezultat, učinke in vplive.

Cilj empiričnega dela naloge je pridobiti mnenje dveh, za intervju izbranih oseb o merjenju učinkov, ki jih socialna podjetja povzročajo v družbi. Obenem je cilj prav tako analizirati učinke, ki jih povzroča izbrano domače socialno podjetje, odgovoriti na raziskovalna vprašanja ter ovrednotiti zastavljeno hipotezo.

Raziskovalnih vprašanj za empirični del je bilo več: Ali podjetja v Sloveniji v praksi že izračunavajo družbene učinke? Ali si v ta namen pomagajo z orodjem, razvitim s strani Inštituta za razvoj družbene odgovornosti? Ali izbrano podjetje izračunava družbene učinke in za ta namen uporablja kazalnik SROI in predpripravljeno orodje – preglednico?

3.2 Metode dela v zaključni strokovni nalogi

V empiričnem delu zaključne strokovne naloge sem si pomagala z dvema različnima metodama dela. Na podlagi intervjuja sem želela izvedeti, ali podjetje že meri družbene učinke, ki jih povzroča, in ali ima pri tem kakšne težave. Prav tako sem skušala ugotoviti, kako pogosto se v Sloveniji uporablja metoda, ki jo je pripravil Inštitut za razvoj družbene odgovornosti v sodelovanju z Ministrstvom za delo, družino, socialne zadeve in enake možnosti Republike Slovenije. Intervju (Priloga 1) sem za ta namen pripravila delno s

splošnimi, delno z individualnimi vprašanji. Obema osebama sem postavljala vprašanja odprtega tipa. Šlo je za strukturiran tip intervjuja z desetimi vprašanji. Intervjuvancev namreč nisem želela ovirati pri izražanju svojega mnenja, stališč in opažanj v zvezi s tematiko.

Deležnike za podjetje Stara roba, nova raba sem najprej sama izbrala in definirala, nato sem se po pomoč in dodatno, strokovno mnenje obrnila na predsednico zadruga, gospo Jurančič Šribar. Model teorije sprememb sem za podjetje izdelala na podlagi in po priporočilu študije, ki jo je izdelal zgoraj omenjeni inštitut. Pri okvirju izdelave sem sledila dokumentu, ki sem ga vnesla v seznam literature in virov pod zaporedno številko 30. V veliko oporo mi je bila doktorska disertacija, ki jo je leta 2016 pripravila gospa Jurančič Šribar. Kazalnik SROI se je izračunaval po metodi analize, in sicer z vnašanjem tako neštevilčnih kot številčnih podatkov v preglednico.

3.3 Zbiranje in obdelava podatkov

V intervju sem vključila 2 osebi. Za boljšo analizo problema sem intervjuvala tako predsednico zadruga kot slovenskega podjetnika, specialista za podporno socialno podjetništvo v Sloveniji. Intervjuja (Priloga 2 in 3) sem opravila v razmaku petih dni. Da bi lažje beležila pridobljene odgovore, sem oba pogovora posnela in jih pozneje prepisala. V povprečju sta trajala 15 minut. Oba intervjuja sem nato analizirala in si z njuno pomočjo odgovorila na predhodno zastavljena raziskovalna vprašanja.

S pomočjo pridobljenih odgovorov sem nato lažje planirala potek analize in izbrala kazalnik, ki sem ga uporabila pozneje za izračun družbenih učinkov izbranega podjetja. Odločila sem se za izbor kazalnika SROI, ki prikazuje socialni donos na investicijo, in sicer z uporabo in pomočjo že izdelane preglednice v programu Excel. Študija, izdelana s strani IRDO, mi je predlagala, da najprej izvedem analizo s pomočjo modela teorij sprememb. Predhodno pa sem še definirala deležnike, ki so prisotni v podjetju. Pri delu sem bila samostojna in samoiniciativna. Kljub vsemu pa sem tudi imela vedno na voljo pomoč gospe Jurančič Šribar, kajti nekaterih stvari nisem mogla predvideti oziroma vedeti. Šlo se je predvsem za finančne podatke, ki so bili potrebni za vnos v preglednico.

3.4 Predstavitev Zadruga za povezovanje skozi ponovno uporabo in socialnega podjetja Stara roba, nova raba

Zadruga je socialno podjetje tipa B. Ustanovljena je za namen zaposlovanja težje zaposljivih oseb na način, da bo določeno dejavnost opravljala s trajnim zaposlovanjem najmanj tretjine vseh zaposlenih delavcev; v svoje delovanje lahko vključuje tudi prostovoljce (Zadružna pravila, 2016). Po pravnoorganizacijski obliki gre za zadrugo brez odgovornosti. Kot socialno podjetje je v register vpisana od 8. 12. 2016 dalje. Nahaja se v

nekdanjem dnevnem centru za brezdomne v Ljubljani na Poljanski 14 (Začetki, 2017). Prvič je svoja vrata odprla 13. aprila 2010 (Jurančič Šribar, 2016, str. 113).

Posredovalnica rabljenih predmetov Stara roba, nova raba se je razvijala v skladu z usmerjenostjo Društva za pomoč in samopomoč brezdomcev Kralji ulice (Jurančič Šribar & Cerar, 2011, str. 4), ki je prvo te vrste v Sloveniji (Začetki, 2017). Projekt spada v polje socialne ekonomije (Jurančič Šribar & Cerar, 2011, str. 3). Od leta 2012 deluje kot samostojni subjekt z upoštevanjem in sooblikovanjem smernic socialnega podjetništva (Začetki, 2017). Osnovna ideja njihovega projekta temelji na konceptu t. i. »dobrodelnih trgovin«, ki so v različnih evropskih in ameriških državah del že uveljavljene tradicije (Jurančič Šribar & Cerar, 2011, str. 13). Dejavnost, s katero se ukvarjajo, je področje humanitarnih in dobrodelnih organizacij, pri kateri gre za odziv na potrebe okolja in za prispevanje k izboljšanju pogojev v lokalni skupnosti, saj z njo dokazujejo, da lahko odrinjene skupine ljudi z uporabo spregledanih virov (rabljenih stvari) naredijo nekaj zase in tudi za širše okolje (Začetki, 2017). Sodelujejo z različnimi društvi, podjetji in zavodi, s katerimi vzdržujejo dobre medsebojne odnose. Povezujejo se tudi s strokovnjaki na tem področju, saj jim prostovoljno pomoč nudi lastnik starinarnice Carniola Antiqua, Jaka Prijatelj (Sodelujemo, 2017).

Osnovni ideji za delovanje posredovalnice sta sprejem in prodaja odvečnih, rabljenih stvari, ki jih podjetju podarijo njegovi podporniki in podpornice oziroma donatorji (Začetki, 2017). Delo poteka tako, da najprej sprejmejo v dar različne izdelke, ki so sicer še vedno uporabni ali pa zahtevajo le manjša popravila. Ti izdelki so predvsem manjši okrasni predmeti, manjše pohištvo, majhni gospodinjski aparati in druga tehnika, keramika, otroška oprema, glasbila, starine, jedilni pribor, posoda, knjige, slike, ipd. (Sprejemamo, 2017). Vsakemu posameznemu izdelku nato določijo simbolično ceno, po kateri ga bodo poskušali naprej prodati. S tem se poudarja ekološko noto (varovanje okolja) in povečuje vrednost socialne ekonomije v vsakdanjem življenju in praksi. Prav tako lahko govorimo o tem, da ima posredovalnica še širši vidik socialnega vključevanja, saj nudi nakup izdelkov po dostopnih cenah ljudem z majhnimi finančnimi viri, kot so npr. starostniki in študenti (Začetki, 2017). Njen pomemben namen je tudi v omogočanju varnega prostora za brezdomne, saj lahko na enakovrednem nivoju razvija odnose z ljudmi zunaj brezdomske socialne mreže (Jurančič Šribar & Cerar, 2011, str. 21).

Posredovalnica se vključuje še v druge raznovrstne dejavnosti, kot so npr.: udeleževanje na stojnicah v središču mesta in na mestni tržnici, sodelovanje na nedeljskem boljšem trgu, prisostvovanje na različnih sejmih zbirateljev in starinarjev ter organiziranje tradicionalne dražbe starin »Obračun opoldne« (Začetki, 2017).

3.5 Analiza intervjujev in ugotovitve

Za osnovni način zbiranja raziskovalnih podatkov pri zaključni strokovni nalogi sem izbrala kvalitativno metodo raziskovanja, in sicer intervju. Njegov tip je bil v obeh primerih strukturiran in individualen. Intervju je v mojem primeru primerna raziskovalna metoda, ker jo uporabim za osnovni okvir in jo nato še nadgradim. Daje mi začetno usmeritev in podlago za prihodnje raziskovanje. Opravila sem ga z dvema osebama. Namen intervjuvanja je bil pridobiti odgovore glede merjenja učinkov, ki jih povzročajo socialna podjetja pred začetkom analize s pomočjo izračuna kazalnika. Oba intervjuvanca sta mi, vsak s svojega zornega kota, prikazala svoj pogled na to, zato sem intervju prilagodila v smislu vprašanj. Tako je bil pri gospodu Stritarju intervju usmerjen na področje slovenskih socialnih podjetij v celoti, pri gospe Jurančič Šribar pa na eno samo socialno podjetje, to je podjetje, ki ga zastopa. Zanimali so me njune izkušnje, mnenje in zaznave, povezane z merjenjem učinkov. Intervju z gospo Jurančič Šribar je potekal osebno, 13. 9. 2017, na sedežu društva Kralji ulice, ki se nahaja v Ljubljani. Trajal je dobrih 20 minut. Intervju z gospodom Stritarjem sem izvedla 5 dni pozneje, tj. 18. 9. 2017. Pri načinu izvedbe sem se mu prilagodila, saj je zaradi svojih obveznosti in posledične zadržanosti želel, da intervju, ki je trajal 10 minut, opraviva kar preko telefona.

Prva intervjuvanka je predsednica izbranega slovenskega socialnega podjetja, za katero je bila izdelana analiza kazalnika SROI, gospa Luna Jurančič Šribar. Pogovor z njo se mi je zdel izjemno pomemben iz več razlogov; organizacijo zelo dobro pozna, saj je v njej prisotna že od samega začetka in jo je skupaj z nekaterimi posamezniki pomembno sooblikovala. Zaradi tega so bili podatki, ki sem jih prejela od nje, zelo koristni in dragoceni tako za izdelavo analize kot za odgovore na raziskovalna vprašanja, ki sem si jih zastavila ob začetku pisanja naloge. Obenem so mi njeni odgovori pomagali lažje zastaviti okvir analize.

Drugo osebo za intervju pa sem izbrala zaradi dejstva, da se že več let profesionalno ukvarja s področjem socialnega podjetništva v Sloveniji in ga zaradi tega dobro pozna. Moj sogovornik je bil gospod Tomaž Stritar, ki je direktor Zavoda za razvoj socialnega podjetništva Uspešen podjetnik in direktor socialnopodjetniškega inkubatorja Socialni inkubator. Ukvarja se s podjetniškim svetovanjem in izvaja podjetniške delavnice. Je tudi soavtor podjetniškega priročnika Od ideje do socialnega podjetja z družbenim učinkom.

Na prvo vprašanje, ki je bilo, kako dolgo se že ukvarjata s področjem socialnega podjetništva, mi je gospa Jurančič Šribar odgovorila, da že od leta 2007, gospod Stritar pa, da že 6 let. V nadaljevanju sem ju povprašala o mnenju glede merjenja vseh učinkov, ki jih socialna podjetja proizvajajo. Gospod Stritar mi je zaupal, da se mu zdi to težko, a je zelo nujno, ker lahko sicer prihaja do zlorab. Dodal je še, da je najtežje meriti oportunitetne in neposredne stroške (npr. kaj se bi zgodilo, če določene osebe ne bi zaposlili) in da to vidi kot priložnost. Sogovornica pa meni, da je dobro imeti konkretne, oprijemljive podatke, ki

bi bili koristni tudi za delovanje podjetja, saj zahodne družbe funkcioniramo tako, da moramo vse izmeriti, šele potem verjamemo. Z njimi bi potem lažje izdelovali dolgoročne plane in se odzivali na potrebe trga. Pove še, da se ji obenem zdi pomembno izogniti se pretirani birokratizaciji, s katero bi se izgubili čar, zalet in spontanost.

Predsednici zadruga sem zastavila vprašanje, če v posredovalnici že merijo učinke. Zaupala mi je, da analiza širših družbenih vplivov do sedaj še ni bila narejena, ampak bi bila zelo dobrodošla. Na moje vprašanje, kako ocenjuje njene vplive, je odgovorila, da ocenjujejo dobro umestitev v družbi. Opravili so analizo, s katero so ugotovili, da imajo od 40 do 50 stalnih strank. Vplive videvajo na vsakodnevni ravni – razvili so skupnostni prostor, ljudje hodijo k njim klepetat in ne le kupovat. Nekatero stranke jim celo povedo, da terapevtsko delujejo nanje. Drugi učinek, ki ga je izpostavila med pogovorom, je, da lahko revni ljudje pridejo poceni do nujnih stvari. Dva izmed pomembnejših vplivov sta zaposlovanje in usposabljanje ljudi, ki so doživljali brezdomstvo. Ni pa bilo narejene analize v smislu okoljevarstvenega učinka.

Glede pozitivnih učinkov merjenja je gospod Stritar povedal, da bi s tem bila manjša možnost zlorab, ker ni več vse v zraku; in ker obstaja veliko socialnih podjetij, bi se ravno s tem pokazalo, da mogoče to niso. Slabost glede merjenja pa vidi predvsem v orodju, ki ga je predpisalo MDDSZ RS. Meni, da je prekompleksno za vnašanje podatkov in za merjenje predvsem za manjša socialna podjetja, ki jim ni prilagojeno.

Zanimalo me je tudi, kako je z intervjuvančevim opažanjem merjenja vplivov podjetništva (npr. metode SROI) v slovenski praksi. Odgovoril mi je, da misli, da tega kazalnika ne računa nihče oz. ne pozna podjetja, ki bi ga uporabljalo. Povedal je, da sicer podjetja poročajo o družbenem in okoljskem vtisu, a to po njegovih informacijah napišejo kot prosti spis in pri tem ne uporabijo orodja, ki obstaja za njegov izračun.

Na vprašanje, ali se jima zdi smiselno, da bi se podatke oz. rezultate javno objavljalo oz. vodilo evidenco o njih, g. Stritar odgovori, da zagotovo in da bi za to potrebovali posebno agencijo, službo, ki bi bila neodvisna (podobno kot FURS za poslovne subjekte). Ga. Jurančič Šribar se tudi strinja s tem, in sicer zaradi tega, da se drugi učijo iz njega, se s tem spodbujamo in širimo dobre ideje. Meni, da bi s tem podpora socialnemu podjetništvu rastla in da je transparentnost po njenem bistvo socialnopodjetniškega delovanja.

Glede uporabe teh meritev vplivov tudi v klasični ekonomiji sta se oba intervjuvana strinjala, da bi bilo to smiselno. Gospod Stritar je povedal, da je ravno v klasični ekonomiji še bolj dobro in nujno, da se izračunava učinek, saj je to tudi kompas potrošnikov. Poudari, da potrebujemo realne podatke za dobro in slabo, ki ju podjetja povzročijo drugim, da se lažje odločimo. Gospa Jurančič Šribar je zaupala, da gre za širok vpliv, ki smo ga pozabili, in da bi se lahko fokusirali z BDP-ja na druge dejavnike, da se vse skupaj malo uravnoteži.

Zadnje vprašanje je bilo izrazito odprtega tipa, saj me je zanimalo, ali česa nisem zajela s prejšnjimi vprašanji in bi intervjuvanca želela kaj dodati na to temo. Sogovornik je dejal, da ima predlog, da bi se merilo na vseh nivojih ogljični odtis in vpliv v družbi, saj je to ključna informacija. Zaključil je, da je odtis v naravi in na družbo nujno izračunavati za vse pravne subjekte, da bi bilo treba poenostaviti orodja in po vsej verjetnosti ustanoviti zunanjo službo, ki to spremlja, ker sicer pride do goljufij. Sogovornica je dodala, da pogreša pomemben del v smislu večjega sodelovanja na državni ravni pri ljudeh, ki sprejemajo zakone, upoštevanje izkušenj socialnih podjetij in odzivanje na njih. Predlagala je tudi večjo podporo lokalne skupnosti v smislu zastoj prostorov in primernejše obdavčitve, ki bi bila nulta ali nižja. Za konec je poudarila, da bi bile potrebne tudi skupne akcije osveščanja o skupnostni ekonomiji, s katerimi bi se ljudje začeli zavedati, da lahko s svojim denarjem in načinom delovanja dnevno spreminjajo stvari na bolje.

Na podlagi raziskovalnih vprašanj, ki sem si jih postavila na začetku, v uvodu, glede na opravljen intervju z gospo Jurančič Šribar, ugotavljam, da dejanskih okoljskih učinkov podjetje ne pozna. Prav tako ne ve, kako se ti manifestirajo in ali sploh se. Glede družbenih učinkov, ki jih naštejejo, povedo, da so jim vidni na vsakodnevni ravni in da jih že zaznavajo.

Z zvezi z raziskovalnim vprašanjem, ali že merijo učinke, ki jih proizvajajo, in če imajo s tem kakšne težave, sogovornica pove, da so izvajali anketo med svojimi kupci v času financiranja iz evropskega strukturnega sklada in med svojimi zaposlenimi, pri katerih jih je zanimala njihova realizacija ciljev, ki so si jih postavili in dosegali. Analize širših družbenih in okoljskih vplivov s pomočjo kazalnikov pa še ne izračunavajo, zato sklenem, da posledično zaradi tega dejstva ob tem ne zaznavajo nobenih težav.

3.6 Analiza družbenih učinkov Zadruga za povezovanje skozi ponovno uporabo in socialnega podjetja Stara roba, nova raba

Analizo družbenih učinkov za izbrano slovensko socialno podjetje začnem s prepoznavo učinka, ki ga bom merila – družbeni in ekonomski. Nadaljujem s poimenovanjem vseh njihovih deležnikov, ki predstavlja njen prvi korak. S tem namreč sledim teoriji deležnikov, ki se je razvila v 80. letih. Njen avtor je R. Edward Freeman, ki meni, da lahko poslovanje razumemo kot sistem, kako ustvarjamo vrednost za zainteresirane strani – deležnike (Hrast et al., 2014, str. 20). Podatke o njih sem pridobila preko intervjuja in neformalnega pogovora s predsednico zadruga, preko virov in literature na temo posredovalnice. Nekatere sem na seznam dodala po lastnem prepričanju. Ti deležniki so:

- kupci,
- donatorji,
- zaposleni in uporabniki programa,
- prostovoljci,

- strokovni podporniki,
- društvo Kralji ulice,
- zunanji honorarni sodelavci,
- sofinancerji projekta,
- naključni obiskovalci/obiskovalke posredovalnice,
- mediji,
- širša javnost,
- občina Ljubljana,
- društvo Projekt človek,
- Center za socialno delo Ljubljana,
- država,
- dobavitelji,
- Zavod za zaposlovanje,
- EU sredstva – Evropski strukturni sklad,
- lokalna skupnost in
- naravno okolje.

Ključni deležniki za delovanje in doseganje družbenih učinkov, ki sem jih prepoznala s pomočjo pogovora z gospo Jurančič Šribar, so: kupci, donatorji, zaposleni in uporabniki programa, prostovoljci, strokovni podporniki in društvo Kralji ulice. Ostali imajo seveda prav tako pomemben vpliv na posredovalnico, a ta ni tako očiten. Ob vseh naštetih subjektih pomislim še na opredmetena osnovna sredstva – v našem primeru zgradbo, v kateri je locirana trgovina, saj je ta ključna za opravljanje dejavnosti podjetja. Poleg te osnovne zgradbe imajo za shranjevanje izdelkov najete skladiščne prostore v Ljubljani v Šiški. Pri opravljanju dela pomaga tudi rabljen kombi, ki ga je podarila ena izmed podpornic projekta (Jurančič Šribar, 2016, str. 161), ki ga, kot doda avtorica, uporabljajo za lastne potrebe, občasno pa tudi posojajo drugim organizacijam.

Po definiranju deležnikov nadaljujem z izdelavo modela teorije sprememb, ki temelji na petih stopnjah in služi kot uvod za lažji izračun kazalnika socialnega donosa na investicijo. Teorija je nastala sredi 90. let za namen analize teorij motivacijskih programov in iniciativ na področju družbenih in političnih sprememb (Hrast et al., 2014, str. 24). Model pokaže in pojasnjuje vzročno povezavo med aktivnostmi, ki se izvajajo, in njihovimi ciljanimi izidi ter učinki (Proposed Approaches to Social Impact Measurement in European Commission legislation and in practice relating to: EuSEFs and the EaSI, 2014). Opredeljuje dolgoročne cilje, ki jih nato preslika nazaj na določene korake, da opredeli potrebne pogoje za njihovo realizacijo, in ob tem opredeljuje vse gradnike, ki so potrebni, da bi dosegli določen dolgoročni cilj (Hrast et al., 2014, str. 24).

V okviru podjetja posredovalnica Stara roba, nova raba so za lastne potrebe že zbirali določene podatke s pomočjo anketnih vprašalnikov, in sicer so želeli poznati število stalnih strank. Ob drugi priložnosti pa so analizirali dosežene cilje svojih zaposlenih. Tudi vsi ti

podatki so mi pomembno pomagali pri razvoju teorije sprememb. Dodatno pomoč sem prejela tudi od predsednice zadruga. Dodala sem še svoja lastna predvidevanja.

V nadaljevanju Tabela 1 prikazuje za vsak deležnik v podjetju Stara roba, nova raba posebej njegov vložek, izložek, morebitni učinek in predvideni možni vpliv na zaposlene. Izdelana je bila za leto 2016. Pri virih se v ta namen vprašam, kaj podjetje uporablja, pri aktivnosti, kaj je narejeno, in pri rezultatu, kako se ta dotakne načrtovanega upravičenca/koristnika. Ko mislim na posledico spremembe, razmišljam o učinku in na koncu mi ostane opredelitev najzahtevnejše stvari – to je vpliv.

Tabela 1: Prikaz teorije sprememb na primeru socialnega podjetja Stara roba, nova raba

Deležnik – vir (Input)	Aktivnost (Activity)	Rezultat (Output)	(Družbeni) učinek (Outcome)	(Družbeni) vpliv (Impact)
Kupci (denarna sredstva)	Nakup izdelkov	Povečevanje prihodkov podjetja (v letu 2016 prihodki od prodaje 43.233,39 evra, dobička ni bilo)	Ustvarjanje delovnih mest za ranljive skupine ljudi, dvig kakovosti življenja za posameznika in družbo	Podaljšanje obstoja podjetja na trgu, širiti ugled in dobro ime podjetja, spremembe v delovanju lokalne skupnosti, sprememba človeških življenj na bolje, opolnomočenje marginaliziranih ljudi, vzpostavitev oblike upora proti potrošniškim vzorcem in kapitalističnemu sistemu
Donatorji (rabljeni izdelki)	Donacija izdelkov	Povečano št. izdelkov in donatorjev (s točno št. podjetje ne razpolaga)	Ustvarjanje delovnih mest za ranljive skupine ljudi, dvig kakovosti življenja za posameznika in za družbo	Okoljevarstveno delovanje, spremembe v delovanju lokalne skupnosti, sprememba človeških življenj na bolje
Zaposleni in uporabniki programa (čas, trud, energija, sposobnosti, predanost, ideje, strokovno znanje)	Opravljanje dela	Isto št. zaposlenih (2 osebi – javna dela – in 3 osebe – polovični delovnik), nadaljevanje usposabljanj (3 usposabljanja/let o)	Finančna svoboda, širitev socialne mreže, ustvarjanje delovnih mest za ranljive skupine ljudi, dvig kakovosti življenja za posameznika in družbo	Zmanjševanje revščine, izstop iz marginalizirane družbene skupine – vstop v javni prostor, povečevanje možnosti, ustvarjanje strpnosti in podporno okolje, spremembe v delovanju lokalne skupnosti, sprememba človeških življenj na bolje
Prostovoljci (čas, trud, energija, sposobnosti, predanost, ideje, strokovno znanje)	Opravljanje dela	Cca. 90 prostovoljskih ur/mesec	Širitev socialne mreže, pomoč pri prepoznavnosti (sponzorska sredstva)	Dvig pozitivnih vrednot v državi, možen negativni vpliv na zaposlovanje, sprememba človeških življenj na bolje, spremembe v delovanju lokalne skupnosti

se nadaljuje

Tabela 1: Prikaz teorije sprememb na primeru socialnega podjetja Stara roba, nova raba (nad.)

Deležnik – vir (Input)	Aktivnost (Activity)	Rezultat (Output)	(Družbeni) učinek (Outcome)	(Družbeni) vpliv (Impact)
Strokovni podporniki (čas, trud, energija, sposobnosti, predanost, ideje, strokovno znanje)	Opravljanje dela	Cca. 10 ur/mesec strokovne podpore	Širitev socialne mreže, pomoč pri prepoznavnosti	Spremembe v delovanju lokalne skupnosti, sprememba človeških življenj na bolje
Društvo Kralji ulice (strokovna in finančna podpora)	Podpora, svetovanje	Financiranje v vrednosti 1.178,90 evra, 30 ur svetovanja/mesec	Ustvarjanje delovnih mest za ranljive skupine ljudi, dvig kakovosti življenja za posameznika in družbo	Spremembe v delovanju lokalne skupnosti, sprememba človeških življenj na bolje

Povzeto, prirejeno in dopolnjeno po L. Jurančič Šribar, Barva Daru: Od teorije k praksi vzpostavljanja ekonomije daru znotraj kapitalizma, 2016, str. 102–175.

Med kupce oz. podpornike/-ce uvrščam stalne in naključne stranke trgovine. Stalnih kupcev naj bi bilo po interni anketi, izdelani v letu 2011, od 40 do 50 mesečno. Med njimi je veliko lastnikov/-ic starinarnic in bukvarn (Jurančič Šribar, 2016, str. 147). Zaradi nizkih cen lahko do stvari pridejo tudi tisti z manjšimi mesečnimi dohodki. Kupci se velikokrat znajdejo še v vlogi donatorjev stvari za posredovalnico (Jurančič Šribar, 2016, str. 131). Najpomembnejša pričakovana družbena učinka sta ustvarjanje delovnih mest za ranljive skupine ljudi in dvig kakovosti življenja za posameznika in družbo. Pri vplivih na družbo bi izpostavila predvsem podaljšanje obstoja podjetja na trgu, širjenje ugleda in dobrega imena podjetja. Omeni se lahko še opolnomočenje marginaliziranih ljudi in vzpostavitev neke vrste oblike upora proti potrošniškim vzorcem in kapitalističnemu sistemu, v katerem se trenutno nahajamo (Jurančič Šribar, 2016, str. 170).

Donatorji so ljudje z vseh koncev Slovenije. Včasih trgovina prejme izdelke iz zbiralnih akcij, organiziranih v sklopu šole, občasno jim jih podarijo tudi podjetja. Učinki, ki pričakujem, so podobni kot pri kupcih. Vplivi, ki jih lahko povzročajo, so okoljevarstveno delovanje, spremembe v delovanju lokalne skupnosti in sprememba človeških življenj na bolje.

V posredovalnici je zaposlenih vseh skupaj 5 oseb, in sicer 2 osebi za polni delovnik (plači zanj se krijeta iz javnih del) in 3 za polovičnega. Za polovični delovni čas je zaposlena tudi zastopnica zadruga, ga. Jurančič Šribar. Njeno delo obsega poleg vodenja podjetja tudi razvoj programov in vsakdanje delo na več različnih programih, ki so v teku. Med drugim tudi organiziranje usposabljanj. Ostali zaposleni delajo v posredovalnici na način, da soustvarjajo projekt, prodajajo rabljene izdelke, jih popravljajo, čistijo, določijo njihovo

vrednost, komunicirajo z različnimi deležniki ipd. Pod zaposlene pa spadajo še udeleženi – uporabniki v programu. Ti se najprej udeležijo 6-mesečnega usposabljanja za delo v posredovalnici. V letih 2010–2012 se je tega udeležilo 12 oseb, nato pa pozneje iz tega realiziralo zaposlitev za 3 osebe. Usposabljanja potekajo skozi celo leto. Ker je glavni cilj podjetja družbeni in usmerjen na svoje zaposlene, pričakujem pri družbenih učinkih predvsem finančno svobodo oz. izboljšanje finančnega položaja. Pri družbenih vplivih pa zmanjševanje revščine, izstop iz marginalizirane družbene skupine in s tem vstop v javni prostor, povečevanje možnosti, ustvarjanje strpnosti in podporno okolje.

Prostovoljsko delo obsega delo z brezdomnimi, delo na mesečnih stojnicah, promocijo projekta in zbiranje stvari (Jurančič Šribar, 2016, str. 135). Kot avtorica misel razvija dalje, prostovoljci s svojimi poznanstvi bistveno pripomorejo k temu, da posredovalnica prejme sponzorska sredstva. Prostovoljci skrbijo za dvig pozitivnih vrednot v državi (solidarnost, nesebičnost, (so)pomoč, ipd.). Možno je, da morebiti na nek posreden način tudi negativno vplivajo s svojim delovanjem, in sicer na zaposlovanje v smislu zmanjšanja zaposlitev na ta račun.

Strokovni podporniki so starinarji, bukvarnarji, drugi antikvariati in podjetja. Na tem mestu bi posebej izpostavila gospoda Jaka Prijatelja, lastnika starinarnice Carniola Antiqua. S svojim svetovanjem glede izdelkov opravlja zelo pomembno delo in olajša vsakodnevno prodajo s spremljanjem, spodbujanjem in podporo že od začetka (Jurančič Šribar, 2016, str. 131–135). Kot avtorica nadaljuje, lastnik antikvariata s svojim profesionalnim znanjem prispeva k temu, da se izdelki z večjo vrednostjo ne prodajo pod ceno, kar prinaša višji zaslužek od prodaje. Dela, ki jih podporniki še opravljajo, so: svetovanje glede podjetništva, prodaje, urejanja prostora, skladiščenja, prepoznavanja vrednih izdelkov, določanja vrednosti predmetov (Jurančič Šribar, 2016, str. 131). Družbena učinka, ki nastajata zaradi njih, sta širitev socialne mreže in pomoč pri prepoznavnosti; npr. vplivi, ki jih predvidevam, so podobni prej v pričujoči nalogi omenjenim vplivom pri prostovoljcih.

Društvo Kralji ulice, ki je bilo ustanovljeno leta 2005 v Ljubljani, je močna podporna organizacija posredovalnici, ki nudi tako finančno kot strokovno pomoč že od samega začetka obratovanja posredovalnice. Kot tako je naredilo velik premik v razvoju in spodbujanju inovativnih oblik dela, vključevanju brezdomnih in pri osveščanju širše javnosti o problematiki brezdomstva (Jurančič Šribar, 2016, str. 102). Vpliva na ustvarjanje delovnih mest za ranljive skupine ljudi in dvig kakovosti življenja za posameznika in družbo.

Za konec analize izračunam kazalnik SROI s pomočjo metodologije, ki sem jo predstavila v poglavju 2.3. V bistvu gre za s strani IRDO-ja predpripravljeno preglednico, ki omogoča lažji, enostavnejši in slovenskim socialnim podjetnikom prilagojen izračun kazalnika. Ta analizira vrednost naložbe v enem obdobju (npr. v enem letu) (SROI – Preglednica vplivov, 2017).

Za izbrano podjetje sem izdelala analizo po priporočilih, ki so jih posredovali izvajalci študije. V predstavitvi modela s prilagoditvami za uporabo v Sloveniji so namreč zapisali, da je pogosto primernejše, da začnemo SROI uporabljati za napovedovanje, kolikšna bi lahko bila družbena korist, in ne, da vrednotimo, kakšna je dejansko bila (Hrast et al., 2014, str. 15). Tako sem se odločila, da analizo za socialno podjetje Stara roba, nova raba izdelam za leto 2017. To je bila smiselna odločitev tudi zato, ker je kot socialno podjetje registrirano od leta 2016. Pri definiranju deležnikov, merjenju rezultatov in verificiranju ter vrednotenju vpliva sem se osredotočila na družbeni in ekonomski vidik organizacije in zanemarila njen okoljski vidik. Pri izračunih pa sem si pomagala s finančnimi podatki za leto 2016, ki mi jih je zaupala predsednica zadruga. Te sem primerno popravila, skladno s podatki o pričakovani pomladanski gospodarski rasti in podatki o rasti plač za leto 2017. Te sem našla na spletni strani Statističnega urada Republike Slovenije. Povsod, kjer ga. Jurančič Šribar finančnih podatkov ni imela, a so ti bili potrebni, je navedla lastna predvidevanja in sodbe. V izračunu se pri zaposlenih, prostovoljcih in strokovnih podpornikih za leto 2017 ne predvidevajo spremembe, zato se vanj niso zabeležile. SROI-filtri (kaj bi se zgodilo v vsakem primeru, tudi če aktivnosti podjetja ne bi bilo, premik, prispevek drugih in upad vpliva z leti) so bili upoštevani, kolikor se je le dalo. Analiza bi bila še bolj izpopolnjena, če bi opravila še anketiranje med kupci in donatorji ter anketiranje z intervjuvanjem vseh zaposlenih.

Celoten prikaz izračuna je na voljo med prilogami zaključne strokovne naloge pod številko 5 (Priloga 5). Ugotovila sem, da lahko v letu 2017 z 1 evrom investiranega denarja ustvarijo 21,58 evra družbenih učinkov. Povedano še drugače: Če dejavnosti socialnega podjetja Stara roba, nova raba dosežejo svoje predvidene posredne učinke, se bo na 1 evro investiranega denarja ustvarilo 21,58 evra družbene koristi. Hipotezo, postavljeno v uvodu, zato sprejemem. Izkaže se, da izbrano socialno podjetje, gledano z vidika napovedi, res ustvarja pozitivne družbene učinke.

Spodnja slika, tj. Slika 1, prikazuje le del obširne tabele. Na njej je viden končni rezultat izračuna za napovedovalni kazalnik socialnega donosa na investicijo za posredovalnico za leto 2017, ki se ga sicer izračuna po naslednji enačbi:

$$SROI = \text{neto sedanja vrednost koristi} / \text{neto sedanja vrednost investicije} \quad (1)$$

Slika 1: Izsek iz tabele, ki prikazuje izračun vrednosti povračila na investiran znesek 1 evra za socialno podjetje Stara roba, nova raba

Skupaj	521.176,95	521.176,95	521.176,95	0,00	521.176,95	521.176,95	521.176,95
Sedanja vrednost vsako leto	521.176,95	503.552,61		0,00	470.071,75	454.175,61	438.817,01
Skupna sedanja vrednost (PV)							2.387.793,93
Neto sedanja vrednost (PV minus vložek)							2.277.158,25
Družbena donosnost (social return)							21,58
Vrednost povračila na investiran znesek 1 EUR je							21,58 €

3.7 Rezultati in ugotovitve raziskave

Na podlagi raziskovalnih vprašanj, ki sem si jih postavila na začetku, v uvodu, glede na opravljen intervju z gospo Jurančič Šribar zaključujem, da svojih dejanskih okoljskih učinkov podjetje ne pozna. Neformalno ga. Jurančič Šribar omeni, da predvideva, da so pozitivni. Prav tako v podjetju ne vedo, kako se ti manifestirajo in ali sploh se. Glede družbenih učinkov, ki jih naštejejo in jih je kar nekaj, povedo, da so jim vidni na vsakodnevni ravni. V zvezi z raziskovalnim vprašanjem, ali že merijo učinke, ki jih proizvajajo, in če imajo s tem kakšne težave, sogovornica pove, da analize širših družbenih in okoljskih vplivov s pomočjo kazalnikov še ne izračunavajo, zato sklenem, da posledično zaradi tega ob tem ne zaznavajo nobenih težav.

Ocenim, da so za ustvarjanje družbenega učinka njihovi najpomembnejši deležniki kupci, donatorji, strokovni podporniki, prostovoljci, društvo Kralji ulice in ne nazadnje zaposleni ter njihovi uporabniki programa (usposabljanja). Za socialno podjetje Stara roba, nova raba sem ugotovila, da lahko v letu 2017 z 1 evrom investiranega denarja ustvari 21,58 evra družbenih učinkov. Povedano še drugače: Če dejavnosti socialnega podjetja Stara roba, nova raba dosežejo svoje predvidene posredne učinke, se bo na 1 evro investiranega denarja ustvarilo 21,58 evra družbene koristi. Hipotezo zato na tem mestu sprejemem. Preko izračuna se izkaže, da izbrano socialno podjetje, gledano z vidika napovedi, res ustvarja pozitivne družbene učinke.

3.8 Omejitve raziskave in priložnosti za prihodnje raziskovanje

Pri analizi kazalnika sem se tudi sama srečevala z izzivi, ki so bili predvsem v razumevanju orodja za izračun, pomanjkanju časa, pomanjkanju raziskovalnih izkušenj in nekaterih finančnih podatkov za pripravo izračuna. Prav tako se zavedam in priporočam, da bi se za še boljši izračun kazalnika (evalvacijski SROI) bilo priporočljivo lotiti anketiranja vsaj zaposlenih in uporabnikov programa.

Priložnosti za prihodnje raziskovanje je veliko. Moj predlog za prihodnje oz. nadaljnje raziskovanje za analizirano podjetje je izračun kazalnika SROI, ki bi bil usmerjen še na vidik okoljskih učinkov. To bi se dalo narediti z vestnim beleženjem, tehtanjem in cenovnim ovrednotenjem vsakega izdelka, ki ga posredovalnica dobi v dar. Vsak tak

izdelek bi namreč lahko končal v najslabšem primeru v smeteh. Ker pa se je znašel pri njih, je darovalec naredil dobro delo, saj je s tem pomagal njim, naravi in še nekemu, ki ga je kupil. Po drugi strani ima kot darovalec s tem tudi sam korist – naredil je dobro delo. V tem primeru bi se lahko povezali s kakšnim komunalnim podjetjem, ki bi jim pomagalo s podatki o odvrženih stvareh. Prav tako se lahko podjetje v prihodnosti samo odloča o tem, kako bo merilo omenjeni kazalnik – ali za prihodnost ali za preteklost. Lahko bi izračunavali še druge možne kazalnike, npr. SIA.

SKLEP

Moja zaključna strokovna naloga na začetku predstavi pojem socialnega podjetništva, nadaljuje s predstavitvijo merjenja učinkov, ki jih povzročajo socialna podjetja, in se zaključi z analizo družbenih učinkov za izbrano socialno podjetje s pomočjo kazalnika socialnega donosa na investicijo. Slednje ni bilo lahko. Standardizirana in uveljavljena poročila o finančnem poslovanju organizacij, v primeru socialnih podjetij, namreč ne zadostujejo za poročanje o njihovi koristnosti delovanja, saj je družbeno učinkovitost nemogoče ovrednotiti zgolj na način, kot to predvidevajo finančna poročila (Kores, 2016, str. 38). Pri njih gre za zahtevno nalogo, saj potrebujemo za izdelavo analize in izračun kazalnikov tako številčne kot neštevilčne podatke, ki jih nato prevajamo v finančno obliko, kadar je to mogoče. Poleg tega za to nujno potrebujemo pomoč notranje osebe – najsibo to lastnik najsibo direktor, ki nam razkrije zgodbo v ozadju, pomembna dejstva in potrebne podatke za izračun. Ob tem priporočam vsakomur, ki se bo odločil za podobno tematiko raziskovanja, da se poveže s pomembnimi osebami v podjetju, da bo zadano nalogo lažje in kvalitetnejše opravil.

Raziskovalna spoznanja, do katerih sem se dokopala tudi s pomočjo opravljenih analiz dveh intervjujev, so bila, da socialno podjetje Stara roba, nova raba zaenkrat še ne izračunava kazalnikov, s katerimi bi merilo družbene ali okoljske učinke, ki jih s svojim delovanjem povzroča. Prav tako ne pozna svojih dejanskih okoljskih učinkov in kako, če sploh se, se manifestirajo. Glede družbenih učinkov v podjetju povedo, da so jim vidni na vsakodnevni ravni in da jih že zaznavajo. Intervju z gospodom Stritarjem pa je razkril, da po njegovem mnenju orodja za izračun kazalnika SROI, ki ga je razvil Inštitut za razvoj družbene odgovornosti po naročilu in v sodelovanju z Ministrstvom za delo, družino, socialne zadeve in enake možnosti Republike Slovenije, v Sloveniji še ne uporablja nobeno socialno podjetje. Zaupal mi je, da se razlog za to skriva verjetno v njegovi preveliki kompleksnosti za uporabo. Na tem mestu se sprašujem, ali bi se mogoče dalo to preglednico, s katero se omenjeni kazalnik izračuna, na kakšen način še bolj poenostaviti, da bi se podjetja lahko potemtakem pogosteje odločala za njegovo uporabo v praksi.

V praktičnem delu zaključne strokovne naloge je opravljen izračun potrdil hipotezo H1, ki je predpostavila, da izbrano socialno podjetje ustvarja pozitivne družbene učinke. Ob tem

se zavedam, da bi za boljši izračun in analizo napovedovalnega SROI potrebovala še druge, dodatne podatke, kot so npr. ankete in intervjuji s pomembnimi deležniki.

Rada bi zaključila s tem, kar mi je gospod Stritar odgovoril v intervjuju, ko sem ga vprašala, kaj je tisto, kar ga navdušuje v zvezi s socialnim podjetništvom: »Najbolj se mi zdi to, da ga vidim kot model edinega možnega sveta. Ali bomo imeli socialna podjetja ali pa bo šlo vse v ›maloro«. Gre za veliko možnost razvoja človeštva, bivati sonaravno in uravnoteženo.« Podobno pove tudi Yunus (2009, str. 252), ki meni, da delati tisto, kar je prav, ni več samo vprašanje dobrega počutja, ampak preživetja nas in prihodnjih rodov (2009, str. 252).

LITERATURA IN VIRI

1. Bera, S. (2012). Socialno podjetništvo kot priložnost za inovativno zaposlovanje ranljivih skupin na trgu dela. *Zbornik 9. festivala raziskovanja ekonomije in managementa* (str. 252). Koper: Fakulteta za management
2. Bornstein, D. (2007). *How to change the world: Social entrepreneurs and the power of new ideas*. New York: Oxford University Press.
3. Bornstein, D., & Davis, S. (2010). *Social entrepreneurship: what everyone needs to know*. New York: Oxford University Press.
4. Cooney, K. (2016). Legitimation dynamics: How SROI could mobilize resources for new constituencies. *Evaluation and Program Planning*, 64, 110–116.
5. Cordes, J. J. (2016). Using cost-benefit analysis and social return on investment to evaluate the impact of social enterprise: Promises, implementation, and limitations. *Evaluation and Program Planning*, 64, 104.
6. Engelke, H., Mauksch, S., Darkow, I-L., & A. von der Gracht, H. (2015). Opportunities for social enterprise in Germany – Evidence from an expert survey. *Technological Forecasting and Social Change*, 90, 635.
7. Epstein, Marc J., & Rejc Buhovac, A. (2014). *Making sustainability work: best practices in managing and measuring corporate social, environmental, and economic impacts*. Sheffield: Greenleaf Publishing Limited.
8. Epstein, Marc J., & Yuthas, K. (2014). *Measuring and Improving Social Impacts: A guide for Nonprofits, Companies, and Impact Investors*. San Francisco: Berrett-Koehler Publishers, Inc.
9. Florman, M., & Klinger-Vidra., R., & Jacindo., M. J. (2017, februar). *A critical evaluation of social impact assessment methodologies and a call to measure economic and social impact holistically through the External Rate of Return platform*. Working paper # 1602. Najdeno 23. septembra 2017 na spletnem naslovu <http://www.lse.ac.uk/businessAndConsultancy/LSEConsulting/pdf/Assessing-social-impact-assessment-methods-report.pdf>
10. Gargani, J. (2017). The leap from ROI to SROI: Farther than expected?. *Evaluation and Program Planning*, 64, 116.
11. Giacomelli, J. (2017, 13. februar). Conclusions from the 5th IBF and reflections by its creators. *From social enterprise to social innovation*. Najdeno 30. julija 2017 na spletnem naslovu <http://socialnaekonomija.si/wp-content/uploads/IBF-brochure-2017-1.pdf>
12. Hrast, A., Kojc, S., & Mulej, M. (2014, 1. junij). *Študija in model merjenja družbenih učinkov v socialnih podjetjih v Sloveniji*. Najdeno 20. junija 2017 na spletnem naslovu https://www.google.si/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKEwi0-dmnz8_UAhUEbxQKHTjsAl4QFggIMAA&url=http%3A%2F%2Fwww.mdds.gov.si%2Ffileadmin%2Fmdds.gov.si%2Fpageuploads%2Fdokumenti__pdf%2Fword%2Fzaposlovanje%2FStudija.docx&usg=AFQjCNEEqwYMYv6nHRrMHiszFCO_rgehZQ

13. Invel, d. o. o. (2014). Socialno podjetništvo: gradivo za udeležence delavnice »Od A do Ž o socialnem podjetništvu«. Velenje: Invel, d. o. o.
14. Jones, N., McGinlay, J., & Dimitrakopoulos P. G. (2017). Improving social impact assessment of protected areas: A review of the literature and directions for future research. *Environmental Impact Assessment Review*, 64, 4.
15. Jurančič Šribar, L. (2016). *Barva Daru: Od teorije k praksi vzpostavljanja ekonomije daru znotraj kapitalizma*. Ljubljana: Alma Mater Europaea, Fakulteta za podiplomski humanistični študij.
16. Jurančič Šribar, L., & Cerar, M. (2011). »Delo na robu«: *Izkušnje pri razvoju Posredovalnice rabljenih predmetov*. Ljubljana: Društvo za pomoč in samopomoč brezdomcev Kralji ulice.
17. Kores, D. (2016). *Socialna podjetja in njihovi družbeni učinki – primer Zavoda Premiki*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
18. Korpar, N. (2017). Socialna ekonomija v Jugovzhodni Evropi pripravljena na vzlet. *Zaključki in vtisi z regionalne konference 'Razvoj socialne ekonomije v Jugovzhodni Evropi'* (str. 10). Brdo pri Kranju: Vlada Republike Slovenije s partnerji.
19. Kovač, Z. M. (2010). Smo po dvajsetletnem prehodu iz enega enoumja v drugo sposobni preseči obstoječi model razvoja v Sloveniji? *Zbornik prispevkov: »Strokovna tematska konferenca – Socialno podjetništvo – izzivi in perspektive«* (str. 12). Murska Sobota: Pribinovina.
20. Lazar, A. (2011). *Socialni donos na investicijo kot mera uspešnosti poslovanja socialnih podjetij*. Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
21. Ljubljanska deklaracija – Razvoj socialnih podjetij v Jugovzhodni Evropi (JVE) (2017). Za učinkovitejše in bolj strukturirano sodelovanje med EU in JVE. *Zaključki in vtisi z regionalne konference »Razvoj socialne ekonomije v Jugovzhodni Evropi«* (str. 12). Brdo pri Kranju: Vlada Republike Slovenije s partnerji.
22. *Measuring impact: Guidelines for good impact practice*. Najdeno 20. septembra 2017 na spletnem naslovu http://www.siiq.com.au/uploads/2/4/8/5/24851283/giin_impact_measurement_guidelines.pdf
23. Mesojedec, T., Šporar, P., Strojani, K., Valentinčič, T., Bačar, F., Sakovič, G., & Strojani, V. (2012). *Socialno podjetništvo*. Ljubljana: Salve.
24. Milošević, G. (2013). Socialno podjetništvo – temeljni koncepti, področja in metodologija raziskovanja. *Zbornik konference: »Socialno podjetništvo: Novi izzivi in perspektive«* (str. 14). Murska Sobota: Mozaik-društvo za socialno vključenost.
25. *Mnenje Evropskega ekonomsko-socialnega odbora o merjenju socialnih učinkov (mnenje na lastno pobudo)*. Najdeno 25. junija 2017 na spletnem naslovu <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/SL/TXT/?uri=CELEX:52013IE6135>
26. Molecke, G., & Pinkse, J. (2017). Accountability for social impact: A bricolage perspective on impact measurement in social enterprises. *Journal of Business Venturing*, 32, 550–554.
27. Nusrate Aziz, M., & Bin Mohamad, O. (2015). Islamic social business to alleviate poverty and social inequality. *International Journal of Social Economics*, 43(6), 576.

28. Pavel, I., & Štefanič, P. (2005). *Socialno podjetje, od ideje k praksi*. Ljubljana: ŠENT.
29. *Priročnik za vzpostavitev podpornega okolja za družbeno odgovorne mlade podjetnike*. Najdeno 30. julija 2017 na spletnem naslovu http://www.pina.si/wp-content/uploads/2015/04/EU-YOUTH-HUB-KIT_sl.pdf
30. *Proposed Approaches to Social Impact Measurement in European Commission legislation and in practice relating to: EuSEFs and the EaSI*. Najdeno 26. septembra 2017 na spletnem naslovu http://ec.europa.eu/internal_market/social_business/docs/expert-group/social_impact/140605-sub-group-report_en.pdf
31. *Razvoj socialnega podjetništva v Sloveniji*. Najdeno 30. julija 2017 na spletnem naslovu <http://socialnaekonomija.si/info/socialno-podjetnistvo/razvoj-socialnega-podjetnistva-v-sloveniji/>
32. Rymsza, M. (2015). The role of social enterprises in shaping social bonds. *International Journal of Social Economics*, 42(9), 832.
33. *Skupnostna ekonomija*. Najdeno 9. avgusta 2017 na spletnem naslovu <http://www.sinteza.co/skupnostna-ekonomija>
34. *Socialna ekonomija splošno*. Najdeno 30. julija 2017 na spletnem naslovu <http://socialnaekonomija.si/socialna-ekonomija-splosno/>
35. *Socialno podjetništvo*. Najdeno 30. junija 2017 na spletnem naslovu http://www.mgrt.gov.si/si/delovna_podrocja/socialno_podjetnistvo/
36. *Socialno podjetništvo za začetnike*. Najdeno 30. julija 2017 na spletnem naslovu <http://socialnaekonomija.si/wp-content/uploads/2015/03/socialno-podjetni--tvo-za-za-etnike.pdf>
37. *Sodelujemo*. Najdeno 14. septembra 2017 na spletnem naslovu <http://www.robaraba.si/sodelujemo>
38. *Sprejemamo*. Najdeno 14. septembra 2017 na spletnem naslovu http://www.robaraba.si/podarite_nam
39. *SROI – Preglednica vplivov*. Najdeno 5. julija 2017 na spletnem naslovu https://www.google.si/search?q=sroi+preglednica&ie=utf-8&oe=utf-8&client=firefox-b-ab&gws_rd=cr&dcr=0&ei=GwzZWZ7aD8uuaZ-cnegP
40. Stara roba nova raba, z.b.o., so.p. (2016). *Zadružna pravila* (interno gradivo). Ljubljana: Stara roba nova raba.
41. Stritar, T., & Pipan, D. (2015). *Podjetniški priročnik z delovnim zvezkom za socialne podjetnike: od ideje do socialnega podjetja z družbenim učinkom*. Ljubljana: Ministrstvo za kmetijstvo, gozdarstvo in prehrano.
42. *Svet za socialno podjetništvo*. Najdeno 21. julija 2017 na spletnem naslovu http://www.mgrt.gov.si/si/delovna_podrocja/socialno_podjetnistvo/svet_soc_p/
43. *Think global trade social*. Najdeno 30. julija 2017 na spletnem naslovu http://socialnaekonomija.si/wp-content/uploads/seuk_british_council_think_global_report.pdf
44. Uranjek, M. (2016). *Uresničitev ideje socialnega podjetništva na ekološki kmetiji*. Koper: Fakulteta za management.

45. *Začetki*. Najdeno 14. septembra 2017 na spletnem naslovu http://www.robaraba.si/o_nas
46. Zakon o spremembah in dopolnitvah Zakona o gospodarskih družbah. *Uradni list RS* št. 15/17.
47. Zakon o socialnem podjetništvu. *Uradni list RS* št. 20/11 in 90/14 – ZDU-1I.
48. Weiss-Cohen, M., Mitnovizky, M., & Shpitalni, M. (2016). Manufacturing systems: Using agents with local intelligence to maximize factory profit. *CIRP Journal of Manufacturing Science and Technology*, 18, 1.
49. Yates, B.T., & Marra, M. (2016). Social Return On Investment (SROI): Problems, solutions . . . and is SROI a good investment? *Evaluation and Program Planning*, 64, 137.
50. Yunus, M. (2009). *Novemu kapitalizmu naproti: socialno podjetništvo za svet brez revščine*. Tržič: Učila.

PRILOGE

KAZALO PRILOG

Priloga 1: Protokol za intervju.....	1
Priloga 2: Intervju številka 1	4
Priloga 3: Intervju številka 2	9
Priloga 4: Seznam uporabljenih kratic.....	12
Priloga 5: Izračun SROI-kazalnika.....	13
Priloga 6: Prošnja za sodelovanje s socialnim podjetjem Stara roba, nova raba.....	16
Priloga 7: Potrditev sodelovanja s strani socialnega podjetja Stara roba, nova raba.....	17

PRILOGA 1: Protokol za intervju

PROTOKOL ZA INTERVJU – ZAKLJUČNA STROKOVNA NALOGA

Suzana Hobot (mentorica: doc. dr. Alenka Slavec Gomezel)

Zaporedna številka intervjuja: _____

Datum in ura intervjuja:

Trajanje intervjuja (se izpolni na koncu):

Ime in priimek intervjuvanca:

Tip intervjuvanca (podjetnik, strokovnjak, univerzitetni profesor, študent ...):

Druge opombe:

Lepo pozdravljeni.

Sem Suzana Hobot, študentka na dodiplomskem študiju na Ekonomski fakulteti v Ljubljani. Za ta pogovor sem vas prosila, ker potrebujem vaše mnenje v povezavi s temo, ki jo obravnavam v okviru zaključne strokovne naloge.

Pogovor bo potekal predvidoma 15 minut. Vključeval bo predvsem vprašanja odprtega tipa, pri čemer me bo zanimalo vaše mnenje oziroma pogled na obravnavano tematiko (merjenje družbenih učinkov socialnih podjetij). To pomeni, da ni pravih ali napačnih odgovorov.

Preden začneva, me zanima, ali se strinjate, da najin pogovor snemam, saj mi bo to pri poznejši obdelavi podatkov v veliko pomoč. Ob tem naj poudarim, da intervju ne bo objavljen, poleg tega pa tudi ne bo nikomur posredovan.

Dovoli snemanje: DA NE

Imate morda še kakšno vprašanje, preden začneva s pogovorom?

Opomnik (okvirna vprašanja)

1. Kako dolgo se že vi osebno ukvarjate s področjem socialnega podjetništva?
2. Kaj vas navdušuje pri socialnem podjetništvu?
3. Kakšno je vaše mnenje o merjenju družbenih, okoljskih in ekonomskih vplivov v socialnih podjetjih oz. predstavite nam prosim posredovalnico, zadrugo in socialno podjetje »Stara roba, nova raba«.
4. Kakšni so pozitivni vidiki, ki jih opazate v povezavi z njim oz. kakšni so njeni cilji delovanja?
5. Ali v vaši vsakdanji praksi opazate v povezavi z merjenjem tudi kakšne slabosti oz. možnosti izboljšav? Če da, kakšne? Oz. kako ocenjujete njene vplive, ki jih ima na družbo?
6. Ali se merjenje vplivov podjetništva (npr. metoda SROI) pogosto uporablja v slovenski praksi? Oz. ali ste te vplive že kdaj analizirali?
7. Poznate podjetja v Sloveniji, ki družbene, okoljske in ekonomske vplive že izračunavajo? Oz. kakšno je vaše mnenje o merjenju družbenih, okoljskih in ekonomskih vplivov v socialnih podjetjih?
8. Menite, da bi bilo smiselno, da bi se rezultate javno objavljalo oz. vodilo evidenco o njih? Oz. nekateri avtorji so mnenja, da bi bilo smiselno uporabljati meritve prej omenjenih vplivov tudi v klasični ekonomiji. Kaj se pa vam zdi?
9. Nekateri avtorji so mnenja, da bi bilo smiselno uporabljati meritve prej omenjenih vplivov tudi v klasični ekonomiji. Kaj se pa vam zdi? Oz. menite, da bi bilo smiselno, da bi se rezultate javno objavljalo oz. vodilo evidenco o njih?
10. Bi v zvezi s to temo želeli dodati še kaj?

PRILOGA 2: Intervju številka 1

PROTOKOL ZA INTERVJU – ZAKLJUČNA STROKOVNA NALOGA

Suzana Habot (mentorica: doc. dr. Alenka Slavec Gomezel)

Zaporedna številka intervjuja: 1

Datum in ura intervjuja: 13. 9. 2017, 10:00

Trajanje intervjuja (se izpolni na koncu): 10:23

Ime in priimek intervjuvanca: Luna Jurančič Šribar

Tip intervjuvanca (podjetnik, strokovnjak, univerzitetni profesor, študent ...): Predsednica Zadruga za povezovanje skozi ponovno uporabo in socialnega podjetja Stara roba, nova raba

Druge opombe: Intervju se je izvedel osebno.

Lepo pozdravljeni.

Sem Suzana Habot, študentka na dodiplomskem študiju na Ekonomski fakulteti v Ljubljani. Za ta pogovor sem vas prosila, ker potrebujem vaše mnenje v povezavi s temo, ki jo obravnavam v okviru zaključne strokovne naloge.

Pogovor bo potekal predvidoma 15 minut. Vključeval bo predvsem vprašanja odprtega tipa, pri čemer me bo zanimalo vaše mnenje oziroma pogled na obravnavano tematiko (merjenje družbenih učinkov socialnih podjetij). To pomeni, da ni pravih ali napačnih odgovorov.

Preden začneva, me zanima, ali se strinjate, da najin pogovor snemam, saj mi bo to pri poznejši obdelavi podatkov v veliko pomoč. Ob tem naj poudarim, da intervju ne bo objavljen, poleg tega pa tudi ne bo nikomur posredovan.

Dovoli snemanje: DA NE

Imate morda še kakšno vprašanje, preden začneva s pogovorom?

Opomnik (okvirna vprašanja)

- 1. Kako dolgo se že vi osebno ukvarjate s področjem socialnega podjetništva?** Z društvom Kralji ulice sodelujem že skoraj od začetka, z brezdomnimi sem sodelovala že na faksu. V okviru društva sem hodila na konference Mednarodne zveze cestnih časopisov INSP. Leta 2007 sem šla prvič na konferenco, ki je bila tokrat na Poljskem. Sogovornica iz Južne Amerike je omenila izraz »social economy« in me je začelo zanimati. Ekonomija me je sicer od nekdaj zanimala, ampak ne sama gola ekonomija, temveč bolj širši, družbeni vidiki. Kako ekonomski sistemi vplivajo na našo vsakdanjost. Po izobrazbi sem sicer antropologinja, doktorat sem delala na področju ekonomske antropologije, kjer sem se osredotočila na to, kako ustvarjati »otočke« skupnostne ekonomije znotraj kapitalizma. Leta 2007 sem torej prišla v stik s tem okvirjem »drugačne« ekonomije, socialna podjetja sem si lahko v Plznu ogledala tudi v praksi na 6-dnevnem obisku po samooskrbnih kmetijah, ki so jih vodili ljudje z »roba družbe«, tam sem videla tudi humanitarne trgovine. Začela sem raziskovati v tej smeri. V Sloveniji ni še nič takega obstajalo, kultura ponovne uporabe se je začela šele bolj razvijati v zadnjih letih. Drugače imajo drugje po svetu to že dlje razvito, obstajajo cele mreže dobredelnih trgovin, kot je recimo Oxfam v Angliji. Potem sem si imela v okviru službe priložnost te trgovine ogledati tudi drugod: na Norveškem, v Angliji, Belgiji.
- 2. Kaj vas navdušuje pri socialnem podjetništvu?** Mehek pristop. Ekonomija v širšem smislu. Vedno pravim, da bi namesto podjetništva mogli uporabiti termin ekonomija in še to ne socialna, ampak skupnostna, družbena ekonomija. Ekonomija ni zgolj podjetništvo, delovanje na trgu, tu gre tudi za druge oblike menjav – naturalna menjava, časovna banka, lokalne valute ... Ponujajo se novi načini sobivanja, prijaznejši način ljudem, živalim, okolju. Socialna ekonomija ne sme postati le korektor kapitalizma, ampak mora pogumno ubrati svojo pot, izumljati svoje principe delovanja. Inovativnost je eden glavnih stebrov socialne ekonomije. Glede na to, da delam v socialni, se mi zdi socialna ekonomija dober način, kako vzpodbuditi navdušenje pri drugih – marginalnih skupinah ljudi, nudi udeležbo, da človek ni več pasiven, izoliran, naredi dobre stvari zase in skupnost. Način, kako narediti nekaj novega, naredi nov sistem, da se ljudje počutijo dobro – bolje kot v mainstream sistemu, iz katerega so izpadli. In deluje, kot se je pokazalo do sedaj. In konec koncev socialno podjetništvo ni novo. Sedaj se več govori o tem. Trend se je pojavil v Evropi, zakon se je sprejel 2012, začelo se je več govoriti o tem ... V socializmu je bilo to bolj prisiljeno – nekateri ljudje imajo tako še vedno odpor do združništva. Sicer pa se s t. i. socialnim podjetništvom NGO-ji ukvarjajo že zelo dolgo, tudi invalidske organizacije denimo, ki imajo to področje tudi zakonsko že dlje časa urejeno. Zdaj je nova le zakonska podlaga delovanju, drugih sprememb ni. Zaenkrat je tudi podporno okolje v Sloveniji slabo. Zakon in strategija se v praksi ne izpolnjujeta.
- 3. Predstavite nam prosim posredovalnico, zadrugo in socialno podjetje »Stara roba, nova raba«.** Začeli smo jo na podlagi potreb naših članov, članic – brezdomnih ljudi.

Pokazala se je potreba, da se drugače vključijo v polje dela, kot jim to ponujajo zaposlovalne institucije. Mi imamo z njimi stike, zaupanje, lažje razvijamo delovne odnose. Začelo se je, ko so nam podporniki začeli prinašati svari. V enem hipu smo bili totalno prezasičeni s tem – nismo imeli kam zlagati. Začeli smo razmišljati o tem, da se začnemo prodajati na štantih. Ideja je prišla od dveh novinark – dopisnic Ive Gruden in Jane Valenčič. Videle so idejo v tujini. Sama ideja podjetniško ni bila riskantna, saj nismo rabili nobenega finančnega vložka. Stvari smo dobili zastonj, mestne tržnice so nam dale na razpolago štant, kjer smo lahko poskusili s prodajo robe. Počasi smo se v okviru projekta nabrali skupaj ljudje, ki nas je zanimalo delo z rabljenimi stvarmi, starinami. Pokazalo se je, da so med brezdomnimi nekateri odlični prodajalci, začeli so si nabirati tudi znanje s področja starinarstva, ves čas smo imeli tudi prostovoljno podporo profesionalcev s tega področja (Jaka Prijatelj, lastnik starinarnice Carniola Antiqua). Stvari smo na štantih prodajali od leta 2008 do 2010, potem smo dobili sredstva iz Evropskega socialnega sklada. Nato smo se na veliko razvili. Glavni namen trgovine je pridobiti podarjene stvari, jih očistiti, ovrednotiti, kaj majhnega popraviti in spraviti v prodajo naprej. Sliši se preprosto, vendar se v ozadju dogajajo pomembne stvari. Ljudje spletejo socialne mreže, umestijo se v družbo, delajo nekaj dobrega tako zase kot za lokalno skupnost. Prav tako je posredovalnica za nekatere odskočna deska za prehod v druge službe. V družbenem smislu se spreminja tudi samo potrošništvo, ki ni več golo nakupovanje, temveč smiselno delovanje – delujejo socialno zavedno. Družbeni vidik je poudarjen tudi v celotnem imenu naše zadruga: Zadruga za povezovanje skozi ponovno uporabo. Uporaba rabljenih stvari, da se povezuje z ljudmi in tudi ustvarja zaslužek za plače zaposlenih, ki se na ta način izvijejo iz primeža ulice.

- 4. Kakšni so njeni cilji delovanja?** V osnovi, kar sem povedala. Za ene ljudi je ta zaposlitev stalna. Za druge je to vstop v polje dela, izkušnje, znanje, delovne navade, saj to izgubiš, če si dolgo brez službe. Imamo novo dejavnost – selitveni in čistilni servis ter vrtnarske storitve. Tu sodeluje širši krog ljudi, zaenkrat honorarno in po potrebi. To smo vzpostavili na podlagi tega, kar obvladajo naši člani/-ice. Sedaj to ponujamo na trgu in se dobro razvija. S svojimi dejavnostmi pa ves čas tudi osveščamo javnost glede problematike revščine, brezdomstva in možnosti, ki jih ponuja socialna ekonomija. Imamo svoj časopis Kralji ulice, ki se proda v mesečni nakladi od 15.000 do 20.000 izvodov, prav tako se predsodki omilijo, ko ljudje pridejo v stik z zaposlenimi v posredovalnici. Ko ljudi osebno spoznaš, razvijajo se tudi prijateljski stiki, brezdomstvo ni več tak bavbav. To je socialno podjetništvo, ki deluje tudi na spreminjanje javne mentalitete. Ljudje pridejo v trgovino, ki je urejena. Pomemben cilj je tudi okoljevarstvo – stvari gredo ponovno v obtok, od tistih, ki imajo dovolj, k tistim, ki potrebujejo. Pomembno je tudi povezovanje s sorodnimi iniciativami – skupaj si močnejši. Sodelovanje, ne konkurenca.
- 5. Kako ocenjujete njene vplive, ki jih ima na družbo?** Povezano s cilji ocenjujemo, da se je v lokalni skupnosti precej dobro umestila. Opravili smo analizo, imamo 40 ali celo 50 stalnih strank. Veliko jih v posredovalnico hodi tudi večkrat tedensko. V širšem smislu – nikoli nisi dovolj znan. Treba je stalno delati promocijo. Še vedno se da kaj

narediti. Ni bilo narejene analize v smislu okoljevarstvenega učinka. To bi se dalo narediti – shranjene imamo vse račune –, se pravi, bi lahko pregledali, koliko stvari smo dejansko spravili v ponovno uporabo. Drugače se vidijo vplivi na vsakodnevni ravni – razvili smo skupnostni prostor, ljudje hodijo k nam klepetat, ne samo kupovat. Nekateri stranke govorijo, da imamo terapevtsko delovanje. Drug učinek je, da lahko revni ljudje pridejo poceni do nujnih stvari. Drugače pa je seveda eden izmed pomembnejših vplivov zaposlovanje in usposabljanje ljudi, ki so doživljali brezdomstvo. Kot sem rekla, ožja ekipa je stalna, potem pa so tu še tisti, ki pridejo za nekaj časa, dobijo potem službo drugje itd. Imamo tudi 8 zunanjih sodelavcev, ki delajo na selitvah, vrtnarjenju, čiščenju. V prihodnosti bi se želeli širiti.

6. **Ali ste te vplive že kdaj analizirali?** Ne, v bistvu smo delali anketo med našimi kupci tekom projekta financiranja EU sklada. 2010–2012 smo imeli evalvacije. Na ravni zaposlenih – cilji, ki so si jih postavili, in katere cilje so dosegali. Analiza širših družbenih vplivov pa ni bila nikoli narejena, ampak bi bila zelo dobrodošla.
7. **Kakšno je vaše mnenje o merjenju družbenih, okoljskih in ekonomskih vplivov v socialnih podjetjih?** Glede na to, da zahodne družbe funkcioniramo tako, da moramo vse zmeriti, šele potem verjamemo, se mi bi zdelo dobro imeti konkretne, oprijemljive podatke. Tudi za samo naše delovanje bi bilo to zelo koristno, saj bi potem lažje delali dolgoročne plane, se odzivali na potrebe trga itd. Pri tem pa se je pomembno izogniti pretirani birokratizaciji, saj bi s tem izgubili čar, zalet, spontanost. Treba je loviti to tanko mejo med organiziranostjo in spontanostjo – pilotirati ta organiziran kaos, kakor se radi šalimo na Kraljih.
8. **Nekateri avtorji so mnenja, da bi bilo smiselno uporabljati meritve prej omenjenih vplivov tudi v klasični ekonomiji. Kaj se pa vam zdi?** Absolutno. Gre za širok vpliv, ki smo ga pozabili. Definitivno. Da bi dali fokus iz BDP-ja na druge dejavnike. Da se vse skupaj malo uravnoteži, zaslužek je del širših ciljev, ne pa cilj sam po sebi. Merjenje BDP-ja se je tako ali tako preneslo iz podjetniške sfere na raven celotne družbe. Ravno tako bi se merjenje družbenih učinkov lahko s sfere socialnih podjetij prenašalo na družbo v širšem smislu.
9. **Menite, da bi bilo smiselno, da bi se rezultate javno objavljalo oz. vodilo evidenco o njih?** Mhm. Pomoje bi bilo zelo smiselno. Da se drugi učijo iz njega, s tem spodbujamo in širimo dobre ideje. Podpora socialnemu podjetništvu bi rastla. Sem za transparentnost na ravni delovnih odnosov in na ekonomsko-finančni ravni. Transparentnost je pomoje bistvo socialnopodjetniškega delovanja.
10. **Bi v zvezi s to temo želeli dodati še kaj?** Da. Pomemben del oz. pogrešam večje sodelovanje na ravni vlade, državni ravni, pri ljudeh, ki sprejemajo zakone. Upoštevanje izkušenj socialnih podjetij in odzivanje na njih. Potem podpora lokalne skupnosti – prostori zastoj, primernejša obdavčitev – nulta ali nižja. Skratka podpora, ki je ni. To je en vidik. Potrebne bi bile tudi skupne akcije osveščanja o skupnostni ekonomiji, da bi se ljudje začeli zavedati, da lahko s svojim denarjem, s svojim načinom delovanja spreminjajo stvari na bolje. In to vsak dan.

Ga. Jurančič Šribar, najlepša vam hvala za prijaznost, vašo takojšnjo odzivnost in pripravljenost pomagati tako z intervjujem kot pri izdelavi analize za socialno podjetje Stara roba, nova raba. Želim vam veliko sreče in uspeha pri poslu in tudi v zasebnem življenju.

PRILOGA 3: Intervju številka 2

PROTOKOL ZA INTERVJU – ZAKLJUČNA STROKOVNA NALOGA

Suzana Hobot (mentorica: doc. dr. Alenka Slavec Gomezel)

Zaporedna številka intervjuja: 2

Datum in ura intervjuja: 18. 9. 2017, 11:15

Trajanje intervjuja (se izpolni na koncu): 11:25

Ime in priimek intervjuvanca: Tomaž Stritar

Tip intervjuvanca (podjetnik, strokovnjak, univerzitetni profesor, študent ...): Direktor Zavoda za razvoj socialnega podjetništva – Uspešen podjetnik – in direktor socialnopodjetniškega inkubatorja – Socialni inkubator.

Druge opombe: Intervju je potekal preko telefona.

Lepo pozdravljeni.

Sem Suzana Hobot, študentka na dodiplomskem študiju na Ekonomski fakulteti v Ljubljani. Za ta pogovor sem vas prosila, ker potrebujem vaše mnenje v povezavi s temo, ki jo obravnavam v okviru zaključne strokovne naloge.

Pogovor bo potekal predvidoma 15 minut. Vključeval bo predvsem vprašanja odprtega tipa, pri čemer me bo zanimalo vaše mnenje oziroma pogled na obravnavano tematiko (merjenje družbenih učinkov socialnih podjetij). To pomeni, da ni pravih ali napačnih odgovorov.

Preden začneva, me zanima, ali se strinjate, da najin pogovor snemam, saj mi bo to pri poznejši obdelavi podatkov v veliko pomoč. Ob tem naj poudarim, da intervju ne bo objavljen, poleg tega pa tudi ne bo nikomur posredovan.

Dovoli snemanje: DA NE

Imate morda še kakšno vprašanje, preden začneva s pogovorom? /

Opomnik (okvirna vprašanja)

- 1. Kako dolgo se že vi osebno ukvarjate s področjem socialnega podjetništva?** 6 let.
- 2. Kaj vas navdušuje pri socialnem podjetništvu?** Najbolj se mi zdi to, da ga vidim kot model edinega možnega sveta. Ali bomo imeli socialna podjetja ali pa bo šlo vse v »maloro«. Gre za veliko možnost razvoja človeštva, bivati sonaravno in uravnoteženo.
- 3. Kakšno je vaše mnenje o merjenju družbenih, okoljskih in ekonomskih vplivov v socialnih podjetjih?** Zelo trd oreh. Zelo težko je to meriti, jaz se tega zavedam. Kot povsod – dokler je panoga nova, v temo brcamo. Seveda je to zelo nujno. Prihaja lahko do zlorab, če ne merimo. Govorijo, da še nimamo realnih pokazateljev. Za merjenje je treba poznati učinke, ki jih podjetje povzroča. Neposrednih učinkov ni tako težko meriti. Npr. vemo, da je podjetje zaposlilo eno osebo, in to nekako ovrednotimo. Težko pa je oceniti, kaj bi se zgodilo, če osebe ne bi zaposlili, če bi se zgodilo drugače. Lahko bi ta oseba naredila samomor, bila kriminalec, odvisnik ... Kakšni stroški nastanejo v tem primeru. To je še slabo razvito. Sčasoma bo boljše. To je zelo pomembno, zelo zapleteno. Predvsem oportunitetni stroški – posredni stroški, ki bi se lahko zgodili, če bi se. To npr. je zelo težko. To vidim kot priložnost.
- 4. Kakšni so pozitivni vidiki, ki jih opazate v povezavi z njim? Oz. kakšni so njeni cilji delovanja?** Kar sem prej rekel. Manjša možnost zlorab. Ni več vse v zraku. So socialna podjetja, ki to niso – če se bi ti vidiki dali izmeriti, ugotovimo, da nimajo doprinosa.
- 5. Ali v vaši vsakdanji praksi opazate v povezavi z merjenjem tudi kakšne slabosti oz. možnosti izboljšav? Če da, kakšne?** Orodje, ki ga je predpisalo Ministrstvo za delo, družino, socialne zadeve in enake možnosti RS je izredno kompleksno. Preprosto prekompleksno za vnašanje podatkov in merjenje. Prekompleksno za moj okus. Primerno je za večja socialna podjetja. Težko za manjša, ki imajo do 10 zaposlenih. Ogromno papirologije, ki je v manjših podjetjih ni. Ni prilagojeno za manjša podjetja.
- 6. Ali se merjenje vplivov podjetništva (npr. metoda SROI) pogosto uporablja v slovenski praksi?** Ne, jaz mislim, da nihče. Ne poznam podjetja, ki bi ga uporabljalo. Poročajo o družbenem in okoljskem vtisu po mojih informacijah. To napišejo kot prosti spis, ne uporabijo tega orodja, ki obstaja.
- 7. Poznate podjetja v Sloveniji, ki družbene, okoljske in ekonomske vplive že izračunavajo?** Več podjetij to dela, a ne po tej zapleteni metodologiji. Zapišejo v družbeno odgovornost, npr. Zavarovalnica Triglav in še ene par večjih podjetij in multinacionalk. Gre za neke novosti na področju okolja, družbene pomoči, kaj so naredili za ljudi, donacijah, sponzorstvu. To poteka na nivoju internih poročil – sploh pa multinacionalke in večja podjetja. Ne gre pa za neko standardno metodologijo. Vsak naredi to po svoje, npr. zapišejo v zbornik – lahko bi rekli, da gre za »brainwashing«, da si slabo vest olajšajo. Niso družbeno odgovorni zaradi okolja in družbe, zaradi kupcev in notranje želje. Temveč zato, ker jim stroškov zmanjka. Kot Hofer, ki znižuje ogljični odtis – se mi zdi, da je tukaj zadaj čisto lastni interes, da se znižajo stroški njihovih elektrarn. Ne zaradi ohranjanja okolja, gre za lastno računico zadaj in je

vprašanje notranje motivacije na mestu. Če se recimo trendi obrnejo, bi sončne celice odstranili z njihovih objektov. Lahko si hitro premislijo, če postane predrago.

8. Menite, da bi bilo smiselno, da bi se te javno objavljalo oz. vodilo evidenco o njih?

Ja, zagotovo. Potrebovali bi posebno agencijo, službo, ki bi bila neodvisna. Če bi vsak po svoje to počel, lahko vse prilagodi in vnaša lastne podatke. Neodvisna služba, ki bi to preverjala, je zelo na mestu. Kot npr. FURS, ki to počne za poslovne subjekte. Če govorimo o nagrajevanju in korenčku in palici, je tukaj primernejša palica, da se jih nadzoruje.

9. Nekateri avtorji so mnenja, da bi bilo smiselno uporabljati meritve prej omenjenih vplivov tudi v klasični ekonomiji. Kaj se pa vam zdi? Zadnji odgovor se

predvsem tukaj nadaljuje. Malo že država pritisne. Veliko kampanj jih že vključuje. V klasični ekonomiji je še bolj dobro, nujno, da se izračunava, saj je to tudi kompas potrošnikov. Potrebujemo realne podatke za dobro in slabo, ki ju povzročijo drugim, da se lažje odločimo. Informacije piarovcev so prave ali niso. Kot npr. Hofer. Nihče se ni poglobil glede njihove izjave, da so znižali njihov ogljični odtis. Ni službe, ki bi to počela. Verjamemo, da ga je ali ni znižal.

10. Bi v zvezi s to temo želeli dodati še kaj? Bi dodal, a bolj v smislu predlogov. Imam

predlog, da bi se merilo na vseh nivojih ogljični odtis in vpliv v družbi. To je ključna informacija. Odtis v naravi in na družbo je nujno izračunavati za vse pravne subjekte, poenostavitev orodij, po vsej verjetnosti ustanoviti zunanjo službo, ki to spremlja – sicer pride do goljufij. Mi je všeč, da ste se lotili tega področja. Super.

G. Stritar, najlepša vam hvala za razumevanje, prijaznost, vašo hitro odzivnost in takojšnjo pripravljenost pomagati. Intervju z vami mi bo v veliko pomoč pri pisanju moje zaključne strokovne naloge. Želim vam veliko sreče in uspeha pri poslu in tudi v zasebnem življenju.

PRILOGA 4: Seznam uporabljenih kratic

BDP	Bruto domači proizvod
CJDES	Centre des jeunes, des dirigeants, des acteurs de l'économie sociale et solidaire (Center za mlade, vodje, igralce v socialnem in solidarnostnem gospodarstvu)
EaSI	The Employment and Social Innovation (Program za zaposlovanje in socialne inovacije)
EFQM	European Foundation for Quality Management (Evropska fundacija za management kakovosti)
EU	European Union (Evropska unija)
EuSEFs	Regulation on European social entrepreneurship funds (Uredba o evropskih skladih socialnega podjetništva)
FURS	Finančna uprava Republike Slovenije
G8	The Group of Eight (skupina osmih držav Sveta)
GECES	Group of experts of the Commission on social entrepreneurship (skupina strokovnjakov Komisije za socialno podjetništvo)
GRI	Global Reporting Initiative (pobuda za globalno poročanje)
HIP	Human Impact + Profit (človeški učinek + dobiček)
IMWG	Impact Measurement Working Group (delovna skupina za merjenje vplivov)
IRDO	Inštitut za razvoj družbene odgovornosti
MDDSZ RS	Ministrstvo za delo, družino, socialne zadeve in enake možnosti Republike Slovenije
MIAA	Methodology for impact analysis and assesment (metodologija za analize vplivov in ocenjevanje)
QALYs	Quality Adjusted Life Years (kakovosti prilagojena življenjska leta)
RBM	Results Based Management (management, temelječ na rezultatih)
REDF	Roberts Enterprise Development Fund (Robertov podjetniški sklad za razvoj)
SIA	Social impact assesment (ocena socialnega vpliva)
SROI	Social return on investment (kazalnik donosnosti naložbe – socialni donos na investicijo)
WARM	Wellbeing And Resilience Measure (kazalnik za merjenje posameznikove blaginje v Veliki Britaniji)
ZDU	Zakon o državni upravi

Korak 4 **Opazovanje in poročanje** 

Kaj bi se zgodilo v vsakem primeru, tudi če vaše aktivnosti ne bi bilo? V % (Deadweight)	Nadomestilo v % (Displacement)	Prispevek drugih v % (Attribution)	Upad vpliva z leti v % (Drop-off)	Vpliv v EUR (Impact)	Kalkulacija družbenega povratila						
					Leto 0	Leto 1	Leto 2	Leto 3	Leto 4	Leto 5	
0%	0%	25%	0%	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
0%	0%	25%	0%	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
0%	0%	25%	0%	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
25%	0%	25%	0%	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
25%	0%	25%	0%	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
25%	0%	50%	0%	521.176,95	521.176,95	521.176,95	0,00	521.176,95	521.176,95	521.176,95	521.176,95
Skupaj					521.176,95	521.176,95	0,00	521.176,95	521.176,95	521.176,95	521.176,95
Sedanja vrednost vsako leto					521.176,95	503.552,61	0,00	470.071,75	454.175,61	438.817,01	423.562,46
Skupna sedanja vrednost (PV)											2.387.793,93
Neto sedanja vrednost (PV minus strošek)											2.277.158,25
Družbena donosnost (social return)											21,58
Vrednost povratila na investiran znesek 1 EUR je											21,58 €

Kalkulacija družbenega povračila					
Diskontna stopnja (skupnja zmanjšanja vrednosti)	Leto 1	Leto 2	Leto 3	Leto 4	Leto 5
Leto 0					
0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
521.176,95	521.176,95	521.176,95	521.176,95	521.176,95	521.176,95

PRILOGA 6: Prošnja za sodelovanje s socialnim podjetjem Stara roba, nova raba

Slika 2: Prošnja za sodelovanje s socialnim podjetjem Stara roba, nova raba



Suzana Habot <suzana.habot@gmail.com>

5. sep. ☆



Za luna.j.sribar ▾

Pozdravljena ga. Šribar!

Mogoče sem prva, ki vam pišem s takšno prošnjo po sodelovanju, mogoče ne, a vseeno želim poskusiti.

Sem študentka Ekonomske fakultete, ki ravno zaključujem študij. Poleg tega sem tudi tehničarka zdravstvene nege, zaposlena na Onkološkem inštitutu.

Za temo diplomske naloge sem si izbrala delovanje socialnih podjetij in sicer analizo družbenih in socialnih učinkov. Ker ste socialno podjetje na področju pomoči ljudem, me zanima, ali bi mi lahko prosim pomagali pri tem, da izračunam in analiziram za vas kazalnik SROI? Kolikor bom le lahko, bom naredila sama. Ne bi vas rada preveč obremenjevala, je pa res, da bi čisto sama pa vendarle težko naredila. Bi me pa veselilo to narediti za vas.

Področje kazalnikov se še razvija, ampak je zelo v porastu in napovedujejo, da bo to močna dejavnost tudi pridobitnih podjetij, ne le socialnih podjetij.

Ob tem bi se vam rada zahvalila za vašo literaturo na strani Stara roba nova raba, ki mi je odlično prišla prav pri pisanju naloge.

Hvala vam za vaš odgovor in za posluh.

V upanju na pozitiven odgovor se že veselim vasega odgovora.

Lep dan vam želim,

Suzana Habot

PRILOGA 7: Potrditev sodelovanja s strani socialnega podjetja Stara roba, nova raba

Slika 3: Potrditev sodelovanja s strani socialnega podjetja Stara roba, nova raba

