

# Analiza institucionalne ekonomije in organizacij s poslanstvom v slovenskem poslovnem okolju: Prehod od neoklasičnega modela k ekonomski demokraciji in družbeni integraciji

Sodobni gospodarski diskurz se v zadnjem desetletju vse bolj odmika od ozko usmerjene neoklasične paradigme, ki v središče postavlja maksimizacijo dobička za lastnike kapitala, in se usmerja k t. i. institucionalni ekonomiji. V slovenskem prostoru se ta premik odraža v vzponu "organizacij s poslanstvom" (OsP), ki delujejo kot integralni del družbe, ne pa zgolj kot zunanji ekonomski akterji. Takšni subjekti ne zasledujejo zgolj finančnih rezultatov, temveč svojo identiteto gradijo na ustvarjanju vrednosti za vse deležnike, vključno z zaposlenimi, potrošniki, lokalno skupnostjo in okoljem. Razumevanje teh podjetij zahteva analizo njihove lastniške strukture, načina vodenja, odnosa do zaposlenih (ki jih naslavljajo kot sodelavce ali člane) in njihovega vpliva na ekonomsko neenakost.

V slovenskem kontekstu so se določena podjetja uveljavila kot pionirji ekonomske demokracije, kjer lastništvo ni koncentrirano v rokah bogatih posameznikov, temveč je razpršeno med tiste, ki v podjetju dejansko ustvarjajo vrednost. Ta poročilo analizira teoretične osnove institucionalne ekonomije, metodologijo ocenjevanja institucionalnosti podjetij in podrobno predstavlja pet najvidnejših primerov organizacij s poslanstvom v Sloveniji, ki poosebljajo ideale pravičnih cen, delavskega solastništva in družbene integracije.

## Teoretična izhodišča: Neoklasična proti institucionalni ekonomiji

Neoklasična ekonomija temelji na predpostavki, da je podjetje instrument za ekstrakcijo kapitala v korist lastnikov. V tem modelu so zaposleni obravnavani kot delovna sila oziroma strošek, potrošniki pa kot vir prihodkov, ki ga je treba maksimirati skozi najvišjo možno ceno, ki jo trg še prenese. Kapital se v takšnih sistemih steka "navzgor" proti peščici posameznikov, kar vodi v kopičenje osebnega bogastva in povečevanje družbene neenakosti. Nasprotno pa institucionalna ekonomija podjetje razume kot socialni sistem, vpet v širše družbene norme in institucije. Tu podjetje deluje z namenom ustvarjanja visoke vrednosti za družbo po modelu deležnikov (ang. *stakeholder model*), kjer dobiček ni končni cilj, temveč sredstvo za uresničevanje poslanstva.

## Primerjava ekonomskih paradigem v slovenskem okolju

Atribut	Neoklasični subjekti	Institucionalni subjekti (OsP)
Osnovni namen	Maksimizacija dobička za lastnike.	Ustvarjanje vrednosti za družbo in deležnike.
Status zaposlenih	Zaposleni (strošek, delovna sila).	Člani organizacije, sodelavci (partnerji).
Lastniška struktura	Koncentrirana (bogati posamezniki, skladi).	Razpršena, delavsko solastništvo, zadruga.
Tok kapitala	Ekstrakcija proti lastniku ("navzgor").	Reinvestiranje v razvoj in ljudi ("navzdol").
Oblikovanje cen	Najvišja tržna cena (visok	Pravična cena glede na

	presežek).	kakovost in etiko.
<b>Odnos do družbe</b>	Zunanji akter, pogosto filantropija za PR.	Integralni del družbe, aktivna vključenost.

Ključni indikator institucionalnosti je t. i. "indeks institucionalnosti", ki ga analizira spletno mesto Paradim. Ta indeks temelji na petih stebrih: osnovna narava delovanja, odnos do članov organizacije, podoba za potrošnika, odnos do javnosti in lastniška struktura. Podjetja z visokim indeksom institucionalnosti izkazujejo nizko stopnjo hierarhije, pravična plačna razmerja in transparentno komuniciranje, kjer poslovni rezultati niso skrivnost, temveč javno dobro.

## Metodologija identifikacije organizacij s poslanstvom

Za določitev "najbolj institucionalnih" podjetij v Sloveniji je treba preseči zgolj finančna poročila in analizirati globinsko strukturo organizacije. Organizacije s poslanstvom se identificirajo skozi več ravni delovanja. Prva raven je retorična in kulturna: uporaba terminov, kot so "sodelavci" ali "člani", nakazuje na preseganje podrejenega odnosa zaposlovalec-zaposleni. Druga raven je strukturna: vključevanje zaposlenih v lastništvo (ekonomska demokracija) in soodločanje. Tretja raven pa je tržna: ali podjetje vlaga v razvoj izdelkov, ki dejansko izboljšujejo kakovost življenja, in ali so cene teh izdelkov pravične, kar pomeni, da ne vključujejo ekstremnih marž, namenjenih bogatenju lastnikov.

### Stebri institucionalnega indeksa (po Paradim)

- Osnovna narava delovanja:** Preverja se, ali poslanstvo (npr. skrb za okolje, zdravje, lokalno hrano) narekuje strateške odločitve podjetja ali pa je le podrejeno iskanju dobička.
- Odnos do članov organizacije:** Analizira se stopnja hierarhičnosti in plačna razmerja. Institucionalna podjetja težijo k manjšim razkorakom med najvišjo in najnižjo plačo.
- Podoba za potrošnika:** Ali so izdelki trajnostni, kakovostni in ali potrošnik plača pravično ceno, ki odraža stroške dela in materiala, ne pa zgolj "premijske znamke".
- Odnos do javnosti:** Stopnja transparentnosti. Podjetja s poslanstvom aktivno komunicirajo svoje vplive na okolje in družbo, pogosto preko poročil o trajnostnem razvoju.
- Lastniška struktura in gibanje kapitala:** Ključno vprašanje je, kam se steka denar. Če se denar vlaga nazaj v podjetje in zaposlene (puščica navzdol), podjetje deluje institucionalno. Če se izteka k lastniku (puščica navzgor), deluje neoklasično.

V slovenskem prostoru so te kriterije v določeni meri prevzela tudi podjetja s certifikatom B Corp in prejemniki nagrade Horus, ki poudarjajo strateško družbeno odgovornost.

## Ekonomska demokracija in delavsko solastništvo v Sloveniji

Ena najbolj radikalnih in učinkovitih oblik institucionalnega delovanja je ekonomska demokracija. Inštitut za ekonomsko demokracijo (IED) v Sloveniji spodbuja modele, kjer delavci postanejo solastniki podjetij. Najpogostejši model je ESOP (Employee Stock Ownership Plan), ki omogoča, da zaposleni pridobijo lastniški delež brez osebnih finančnih investicij, saj se odkup financira iz prihodnjih dobičkov podjetja (vzvodni odkup).

Slovenija je na tem področju postala mednarodno prepoznavna z razvojem modela sloESOP, ki uporablja namensko zadrugo kot nosilko lastništva. Leta 2026 je v veljavo stopil Zakon o lastniški zadrugi delavcev, ki podjetjem omogoča lažji prehod v delavsko lastništvo, zlasti v primerih lastniškega nasledstva. To preprečuje, da bi uspešna slovenska podjetja ob upokojitvi ustanoviteljev prevzeli tuji skladi tveganega kapitala, ki bi optimizirali dobiček na račun odpuščanja in zniževanja kakovosti. Namesto tega podjetja ostanejo v rokah lokalnih sodelavcev, ki ohranjajo zapuščino in poslanstvo podjetja v skupnosti.

### Primerjava modelov lastništva in njihovih učinkov

Model lastništva	Ključni deležniki	Glavni motiv	Družbeni učinek
<b>Klasična d.o.o. / d.d.</b>	Zunanji vlagatelji.	Donos na kapital.	Koncentracija bogastva.
<b>Model sloESOP</b>	Aktivni zaposleni.	Stabilnost in razvoj.	Ekonomska enakost, odpornost.

<b>Zadruga (z.b.o.)</b>	Člani (pridelovalci, delavci).	Skupna korist.	Lokalna povezanost, demokracija.
<b>Menedžerski odkup</b>	Vodstvo podjetja.	Nadzor in dobiček.	Tveganje za visoko zadolženost.

Zaposleni v teh podjetjih so pogosto motivirani z udeležbo pri dobičku, hkrati pa razvijajo kulturo lastništva, kjer aktivno podajajo predloge za optimizacijo procesov in izboljšanje izdelkov. To vodi v višjo produktivnost in inovativnost, kar potrjujejo primeri podjetij, kot sta Domel in Dewesoft.

## Seznam top 5 najbolj institucionalnih podjetij v Sloveniji

Na podlagi analize njihovega poslanstva, lastniške strukture, odnosa do zaposlenih in družbene vključenosti, smo identificirali pet podjetij, ki v Sloveniji najbolj dosledno uresničujejo ideale organizacij s poslanstvom.

### 1. Domel (Železniki)

Domel velja za zgodovinski in praktični vrhunec institucionalnega delovanja v Sloveniji. Podjetje iz Železnikov, ki je svetovni vodja na področju elektromotorjev za sesalno tehniko, je svojo institucionalno naravo utrdilo že v 90. letih prejšnjega stoletja, ko se je zavestno odločilo za model notranjega lastništva.

#### Ključne institucionalne značilnosti:

- **Lastniška struktura:** Podjetje je v večinski lasti družbe Domel Holding, katere delničarji so izključno zaposleni, nekdanji zaposleni (upokojeanci) in njihovi družinski člani. To pomeni, da lastniki niso bogati zunanji posamezniki, temveč ljudje, ki so podjetje zgradili. Razpršenost lastništva preprečuje, da bi posameznik bogatel na račun skupine.
- **Pravična plačna razmerja:** Domel je znan po svoji zmerni plačni politiki. Razmerje med najvišjo in najnižjo bruto plačo v podjetju je tradicionalno precej nižje od povprečja panoge (okoli 1 : 4,2), kar zmanjšuje notranje napetosti in krepi občutek pravičnosti.
- **Investicije v razvoj:** Kot razvojni dobavitelj Domel večino ustvarjenega dobička reinvestira v tehnološko posodobitev in nove inovacije. Kupci izdelkov z Domlovimi motorji tako ne financirajo osebnih jaht lastnikov, temveč razvoj naprednih tehnologij, ki so energetsko učinkovitejše in trajnejše.
- **Družbena integracija:** Domel je neločljivi del Selške doline. Podjetje nudi štipendije, podpira lokalna kulturna in športna društva ter se aktivno vključuje v reševanje lokalnih okoljskih izzivov. Zaposlene dosledno naslavljajo kot sodelavce, kar odraža kulturo medsebojnega spoštovanja.

### 2. Dewesoft (Trbovlje)

Dewesoft predstavlja sodobno interpretacijo institucionalnega podjetja v visokotehnološkem sektorju. Podjetje, ki razvija vrhunsko merilno programsko in strojno opremo, je svojo pot začelo s prepričanjem ustanoviteljev, da morajo tisti, ki ustvarjajo vrednost, biti tudi solastniki podjetja.

#### Ključne institucionalne značilnosti:

- **Model solastništva:** Dewesoft je razvil lasten model notranjega delničarstva, kjer zaposleni kupujejo deleže podjetja po knjigovodski vrednosti. Ključno pravilo je, da lastnik ne more postati nihče izven podjetja, ob upokojitvi ali odhodu pa mora sodelavec svoj delež prodati nazaj podjetju. To zagotavlja, da kapital ostaja znotraj aktivne delovne sile.
- **Ekosistem Katapult:** Dewesoft se ne osredotoča le na lasten dobiček, temveč aktivno gradi podjetniško skupnost v Zasavju. Preko svojega pospeševalnika Katapult mladim podjetnikom nudijo infrastrukturo, opremo in mentorstvo, s čimer neposredno vplivajo na revitalizacijo regije, ki je bila nekoč odvisna od rudarstva.
- **Vrednotenje sodelavcev:** V podjetju se izogibajo klasičnemu terminu "zaposleni". Govorijo o ekipi in partnerjih. Takšen odnos je ključen za preprečevanje odliva možganov v tujino, saj sodelavci čutijo neposredno korist od rasti podjetja skozi izplačilo dividend in rast vrednosti deležev.
- **Pravičnost in integriteta:** Njihovi izdelki so rezultat intenzivnega lastnega razvoja, pri čemer podjetje ne uporablja agresivnih metod maksimizacije cen, značilnih za monopolne akterje, temveč stavi na dolgoročna partnerstva z globalnimi podjetji (npr. NASA, ESA, BMW) na podlagi tehnološke odličnosti.

### 3. Lumar IG (Maribor)

Lumar IG je vodilno slovensko podjetje na področju trajnostne montažne gradnje, ki je družbeno odgovornost integriralo v svojo strateško jedro. Leta 2024 so ponovno prejeli nagrado Horus za strateško celovitost, kar jih uvršča v sam vrh organizacij s poslanstvom.

#### Ključne institucionalne značilnosti:

- **Strateška družbena odgovornost:** Za Lumar družbena odgovornost ni marketinški dodatek, temveč vodilo pri odločanju. To vključuje celovito spremljanje vplivov na okolje skozi celoten življenjski cikel hiše, uporabo naravnih materialov in zmanjševanje ogljičnega odtisa v proizvodnji.
- **Odnos do skupnosti in mikrookolja:** Podjetje aktivno sodeluje z lokalnimi društvi in organizacijami. Poseben poudarek dajejo izobraževanju o trajnostni gradnji, s čimer dvigujejo zavest širše javnosti. V svojem mikrookolju skrbijo za zmanjševanje hrupa in prometnih obremenitev, kar dokazuje njihovo identifikacijo z okolico.
- **Kultura sodelavcev:** Lumar vlaga v dobre pogoje dela in povečuje zaposlenost v lokalnem okolju. Vodstvo podjetja poudarja, da so sodelavci tisti, ki s svojo strokovnostjo in predanostjo uresničujejo poslanstvo "trajnostnega bivanja", zato so deležni stalnega izobraževanja in vključevanja v odločevalske procese.
- **Pravične cene in vrednost:** Čeprav so njihovi izdelki tehnološko napredni, podjetje stremi k temu, da so trajnostne rešitve dostopne širšemu krogu ljudi. Kupci hiš Lumar ne kupujejo le objekta, temveč vlagajo v dolgoročno energetska neodvisnost, pri čemer podjetje zagotavlja visoko stopnjo transparentnosti pri oblikovanju cen.

### 4. Zadruga Dobrina (Maribor/Slovenske gorice)

Zadruga Dobrina je morda najbolj radikalen primer institucionalnega subjekta, ki deluje po principu solidarnostne ekonomije. Gre za zadrugo za razvoj trajnostne lokalne oskrbe, kjer je podjetje popolnoma podrejeno združenju oseb.

#### Ključne institucionalne značilnosti:

- **Demokratično upravljanje:** Kot zadruga deluje po načelu "en član, en glas", ne glede na višino vložene kapitala. To preprečuje dominacijo bogatih posameznikov in zagotavlja, da se odločitve sprejemajo v korist vseh članov – malih kmetov in pridelovalcev.
- **Poslanstvo lokalne oskrbe:** Njihovo primarno poslanstvo je ohranitev majhnih kmetij na slovenskem podeželju in zagotavljanje kakovostne, lokalno pridelane hrane potrošnikom. Dobiček se ne izplačuje lastnikom, temveč se vlaga v razvoj logistike in širitev ponudbe lokalnih pridelkov.
- **Pravične cene za vse:** Dobrina vzpostavlja t. i. pravično trgovino (*Fair Trade*) znotraj Slovenije. Kmetje dobijo pošteno plačilo, ki jim omogoča preživetje in razvoj, potrošniki pa plačajo ceno, ki ne vključuje ekstremnih trgovskih marž velikih verig. To neposredno prispeva k zmanjševanju neenakosti med mestom in podeželjem.
- **Socialna vključenost:** Zadruga se ne vidi kot ločen gospodarski subjekt, temveč kot orodje za družbeno transformacijo. Člane organizacije izobražujejo o pomenu ekološkega kmetovanja in jih spodbujajo k medsebojnemu sodelovanju in pomoči.

### 5. Etiketa (Žiri)

Etiketa d.d. iz Žirov je zgled podjetja, ki je skozi proces lastninjenja v 90. letih ohranilo delavsko lastništvo in s tem zaščitilo interese lokalne skupnosti. Podjetje se ukvarja s tiskarstvom in embalažo, vendar njegova vrednost presega zgolj njegove izdelke.

#### Ključne institucionalne značilnosti:

- **Delavsko lastništvo kot ščit:** Zaposleni so prek notranjega odkupa postali večinski lastniki, da bi preprečili prevzeme s strani zunanjih vlagateljev, ki bi morda zasledovali zgolj finančne cilje in ogrozili delovna mesta v Žireh. Danes je lastništvo še vedno močno razpršeno med sodelavce.
- **Regionalna stabilnost:** Skupaj z drugimi podjetji v delavski lasti (npr. M-Sora) Etiketa zagotavlja večino delovnih mest v občini Žiri. Ta podjetja delujejo kot hrbtnica lokalne ekonomije, kjer dobiček ostaja v regiji in se ne seli v davčne oaze.
- **Kultura sodelovanja in zaupanja:** Ker so zaposleni hkrati lastniki, je stopnja zaupanja v podjetju visoka. Sodelavci so vključeni v soodločanje, plačna politika pa je usmerjena v dolgoročno varnost in stabilnost, ne pa v kratkoročne ekscese za vodstvo.
- **Vlaganje v trajnost:** Podjetje redno posodablja svojo opremo, pri čemer daje poudarek

okolju prijaznim tehnologijam tiska in recikliranim materialom. Njihov pristop k trgu temelji na dolgoročni kakovosti in partnerskem odnosu s kupci, ne pa na agresivnem dumpingu cen na račun delavskih pravic.

## Analiza institucionalnosti po panogah v Sloveniji

Raziskava spletnega mesta Parādim in inštituta IRDO kaže na zanimive vzorce institucionalnega delovanja v različnih panogah. Čeprav so zgoraj navedena podjetja izstopajoči primeri, se določeni elementi organizacij s poslanstvom pojavljajo tudi širše.

### Živilska industrija in lokalna povezanost

V živilskem sektorju so podjetja, kot so Ljubljanske mlekarne, Žito in Perutnina Ptuj, analizirana kot subjekti, ki so svoje poslanstvo vezali na lokalno pridelavo in sodelovanje s kmeti. Perutnina Ptuj na primer izpostavlja certifikate za piščancem prijazno rejo, kar odraža etično komponento njihovega poslanstva. Ljubljanske mlekarne pa poudarjajo pomen odkupa mleka izključno od slovenskih kmetov, s čimer podpirajo lokalno kmetijstvo in zmanjšujejo ogljični odtis transporta. Kljub temu ta podjetja v nekaterih kriterijih (npr. lastniška struktura, ki je pogosto v rokah tujih korporacij) odstopajo od čistega institucionalnega modela, vendar ohranjajo visoko stopnjo integracije v slovensko družbo.

### Trgovina in strateška družbena odgovornost

V trgovinski panogi se kot vodilna na področju strateške družbene odgovornosti pogosto pojavljata Lidl Slovenija in Mercator (projekt Bele embalaže). Lidl Slovenija je prejel nagrado Horus 2024 za strateško celovitost, kar vključuje visoko raven skrbi za sodelavce in transparentno poročanje o vplivih na okolje. Posebno priznanje je prejel tudi njihov CSO Marko Razdevšek, kar kaže na to, da podjetje trajnost upravlja na najvišji ravni vodenja.

### Primerjava institucionalnih kazalnikov v ključnih panogah

Panoga	Vodilna podjetja	Ključni institucionalni atribut	Izziv
Industrija/High-tech	Domel, Dewesoft	Delavsko solastništvo, razvoj.	Generacijski prehod lastništva.
Gradbeništvo	Lumar IG	Trajnost, strateška CSR.	Visoki stroški surovin.
Živilstvo	Zadruga Dobrina, Ljubljanske mlekarne	Lokalna oskrba, pravična cena.	Pritisk globalnih trgovskih marž.
Storitve/IT	Inea, Novi d.o.o.	Notranje lastništvo, znanje.	Pridobivanje novih sodelavcev.

## Pomen pravičnih cen in zavračanje osebnega bogatenja lastnikov

Eden najpomembnejših pogojev za uvrstitev na seznam organizacij s poslanstvom je način ravnanja s presežkom vrednosti. V neoklasični ekonomiji je cilj, da kupec plača čim več, delavec pa prejme čim manj, da se maksimira razlika – dobiček lastnika. V institucionalnih podjetjih, kot so Domel, Dewesoft in Zadruga Dobrina, je ta logika obrnjena.

Pravična cena v teh podjetjih ni nujno najnižja na trgu, temveč cena, ki:

- Zagotavlja dostojno plačilo vsem, ki so sodelovali v procesu (brez izkoriščanja).
- Omogoča reinvestiranje v kakovost in varnost izdelka.
- Ne vsebuje "premije za pohlep", ki bi se stekala v osebno bogastvo lastnika za nakupe luksuznih dobrin, ki nimajo nobene zveze s poslanstvom podjetja.

V podjetjih z razpršenim delavskim lastništvom ali zadružno strukturo se dobiček, ki se ne reinvestira, razdeli med delavce-solastnike kot dividenda ali udeležba pri dobičku. S tem se kupčev denar vrne tistim, ki so izdelek ustvarili, kar krepi njihovo kupno moč in lokalno ekonomijo. To je ključna razlika: potrošnik ne financira osebnega premoženja bogatega lastnika, temveč financira blaginjo celotne organizacijske skupnosti.

# Terminologija in kultura: Sodelavci vs. zaposleni

Besednjak, ki ga podjetje uporablja, je neposreden odraz njegove notranje kulture in spoštovanja do članov organizacije. Podjetja s poslanstvom se zavestno izogibajo besedi "zaposleni" (angl. *employee*), saj ta implicira pasivnost in podrejenost. Namesto tega uporabljajo termine:

- **Sodelavci:** Nakazuje na aktivno vlogo pri doseganju skupnih ciljev. V Lumarju in Dewesoftu je to standarden način naslavljanja, ki krepi občutek pripadnosti ekipi.
- **Člani organizacije:** Pogosto se uporablja v zadrugah (npr. Zadruga Dobrina) in podjetjih z močno institucionalno strukturo (npr. Domel), kjer ima vsak posameznik tudi določeno stopnjo formalne moči ali solastniški status.
- **Partnerji:** Nekatera podjetja (npr. Dewesoft) ta termin uporabljajo za ključne sodelavce, ki so hkrati solastniki, kar poudarja enakovreden odnos med vodstvom in delom.

Ta kultura se odraža tudi v zmanjševanju hierarhičnih razdalj. V institucionalnih podjetjih so vrata direktorjev pogosto odprta, informacije o poslovanju pa so dostopne vsem članom. To vodi v t. i. "psihološko lastništvo", kjer se sodelavci čutijo odgovorne za uspeh ali neuspeh projektov, kar je temelj ekonomske demokracije.

## Trajnostni standardi in certifikacije kot orodje preverjanja

Ker se mnoga podjetja poslužujejo "zelenega zavajanja" (ang. *greenwashing*), so certifikati, kot sta B Corp in Horus, ključni za verifikacijo dejanskega institucionalnega delovanja.

### Globalni certifikat B Corp

B Corp je globalno gibanje podjetij, ki ne želijo biti le najboljša na svetu, temveč najboljša za svet. V slovenskem prostoru so se prva tri B Corp podjetja (GoodPlace, Visit GoodPlace in Sito) predstavila marca 2024. Certifikat zahteva, da podjetje v svojem statutu zapiše odgovornost do vseh deležnikov, ne le do delničarjev. To vključuje strogo preverjanje poštenih plač, enakopravnosti spolov, okoljskega odtisa in transparentnosti vodenja. Leta 2025 in 2026 stopajo v veljavo še strožji standardi (različica 6 oziroma V2), ki zahtevajo nenehno izboljševanje in ne dovoljujejo, da podjetje pokrije slabosti na enem področju (npr. okolje) z dobrimi rezultati na drugem (npr. donacije).

### Slovenska nagrada Horus

Nagrada Horus, ki jo podeljuje inštitut IRDO, je najstarejša slovenska nagrada za družbeno odgovornost. Njen pomen je v tem, da je prilagojena specifičnostim slovenskega trga in spodbuja strateški pristop. Prejemniki, kot so Nova KBM (danes OTP), GateHub, Lumar in Lidl, morajo dokazati celovitost svojega delovanja skozi celo leto, ne le skozi enkratne projekte. Posebej pomembna je mladinska nagrada Adrastos, ki spodbuja mlade k razvijanju projektov s poslanstvom, kar zagotavlja prihodnost institucionalne miselnosti v Sloveniji.

## Vloga Inštituta za ekonomsko demokracijo (IED)

Inštitut za ekonomsko demokracijo, ki ga vodi dr. Tej Gonza, je ključni akter pri sistemskem uvajanju organizacij s poslanstvom v Sloveniji. Njihovo delo temelji na prepričanju, da je lastništvo podjetja najmočnejše orodje za zmanjševanje neenakosti in povečanje produktivnosti. IED izvaja več ključnih programov:

1. **Vodnik Solastnik.si:** Spletna platforma in svetovalna storitev, ki podjetjem pomaga pri prehodu v delavsko lastništvo. Sodelujejo s strokovnjaki za finance in pravo, da bi bili ti prehodi čim bolj tekoči in davčno ugodni.
2. **Model sloESOP:** Inovativna prilagoditev ameriškega ESOP modela, ki uporablja zadrugo za kolektivno lastništvo. Ta model je bil predstavljen v več kot 20 državah po svetu kot primer dobre prakse.
3. **Zakonodajne iniciative:** IED je bil ključen pri pripravi Zakona o lastniški zadrugi delavcev (2026), ki končno nudi zakonsko podlago in finančne spodbude za podjetja, ki želijo zaposlene vključiti v lastništvo.
4. **Izobraževanje za finančno pismenost:** Ker solastništvo zahteva razumevanje bilanc in

poslovnih procesov, IED izvaja programe za zaposlene, da ti postanejo informirani in odgovorni solastniki.

## Družbeni vpliv in vloga potrošnika: Pogled Zveze potrošnikov Slovenije

Institucionalna podjetja so ključna tudi za zaščito interesov potrošnikov. Zveza potrošnikov Slovenije (ZPS) opozarja na pomen preglednosti cen in kakovosti. V organizacijah s poslanstvom so potrošniki dejansko partnerji. Na primer, Zadruga Dobrina omogoča potrošnikom neposreden stik s pridelovalci, kar gradi zaupanje, ki ga v neoklasičnih supermarketih ni. Potrošniki imajo v institucionalni ekonomiji moč, da s svojo izbiro nagradijo podjetja, ki:

- Ne izkoriščajo delovne sile (fair work).
- Vlagajo v razvoj izdelkov, ki trajajo dlje in so popravljivi (preprečevanje načrtovanega zastaranja).
- Ohranjajo pravične cene tudi v času inflacije, namesto da bi to izkoristila za povečanje marž (pohlepna inflacija).

## Zaključek: Prihodnost organizacij s poslanstvom v Sloveniji

Slovenija se nahaja v edinstvenem položaju, kjer lahko postane evropsko središče za institucionalno ekonomijo in ekonomsko demokracijo. Uspešni primeri, kot so Domel, Dewesoft, Lumar, Zadruga Dobrina in Etiketa, dokazujejo, da podjetja, ki v središče postavijo poslanstvo in ljudi, niso le bolj humana, temveč tudi bolj odporna na gospodarska nihanja.

Ta podjetja so presegla neoklasično razumevanje podjetništva kot orodja za bogatenje lastnikov. Namesto tega delujejo kot integralni del družbe, kjer:

1. **Lastništvo služi skupnosti:** Kapital se reinvestira v razvoj in blaginjo sodelavcev.
2. **Sodelavci so cenjeni člani:** Ekonomska demokracija nadomešča hierarhično podrejenost.
3. **Potrošniki so partnerji:** Pravične cene in trajnostni izdelki gradijo dolgoročno zaupanje.
4. **Dobiček je sredstvo, ne cilj:** Primarno vodilo je uresničevanje poslanstva, ki izboljšuje svet.

Z uveljavitvijo nove zakonodaje leta 2026 in naraščajočo močjo inštitutov, kot je IED, se pričakuje, da se bo število takšnih podjetij v Sloveniji v prihodnjem desetletju podvojilo. To ne bo le izboljšalo ekonomske slike države, temveč bo ključno prispevalo k bolj pravični, vključujoči in trajnostni družbi za vse njene državljane. Potrošniki, delavci in država morajo ta prehod aktivno podpirati, saj so organizacije s poslanstvom edini realni odgovor na izzive 21. stoletja.

### Works cited

1. Svet OsP – Paradim, <https://paradim.si/svet-osp/> 2. A short introduction to the European Employee Stock Ownership ..., <https://ied.si/gradiva/a-short-introduction-to-the-european-employee-stock-ownership-plan-esop/> 3. Prihaja Esop: ko zaposleni delajo tudi za dobiček - Money-How, <https://money-how.si/podcast/prihaja-esop-ko-zaposleni-delajo-tudi-za-dobicek/> 4. B Corp new standards 2025: phased certification, mandatory impact topics, and what it means for your business - Nexio Projects, <https://nexioprojects.com/navigating-the-new-b-corp-certification-what-has-changed-and-why-it-matters/> 5. Minimalna plača - SKEI Slovenije, [https://skei.si/uploads/skei3/public/\\_custom/Minimalna\\_plaa-1.xlsx](https://skei.si/uploads/skei3/public/_custom/Minimalna_plaa-1.xlsx) 6. Nagrajenci – HORUS, <https://www.horus.si/nagrajenci/> 7. Lumar že drugič prejel prestižno nagrado :: Klub slovenskih podjetnikov - SBC, <https://www.sbc.si/novice/2024/12/lumar-ze-drugic-prejel-prestizno-nagrado> 8. B-Corp certifikat: Vrhunski standard za družbeno odgovorno podjetništvo | Moja Cula - Prijazna Zero Waste spletna trgovina, <https://www.mojacula.si/b-corp-certifikat-vrhunski-standard-za-druzbeno-odgovorno-podjetnistvo/> 9. B Corp, <https://www.bcorporation.net/> 10. ESF+ Study on Workers' Buyout SLOVENIA - fi-compass, [https://www.fi-compass.eu/sites/default/files/publications/ESF%2BCountry\\_Report\\_Slovenia\\_RTW.pdf](https://www.fi-compass.eu/sites/default/files/publications/ESF%2BCountry_Report_Slovenia_RTW.pdf) 11. Iz kakšne snovi so zadruga? Razprava o zadružni lastnini, pravilih in skupnosti, <https://ckz.si/docs/publications/journals/271/271-041-063.pdf> 12. Predlog za ureditev ESOP zakonodaje - Inštitut za ekonomsko demokracijo - IED, <https://ied.si/wp-content/uploads/2024/09/analiza-stanja-esop.pdf> 13. Prvi slovenski B Corp Summit - Zelena

Slovenija, <https://www.zelenaslovenija.si/novice/prvi-slovenski-b-corp-summit/> 14. zbornik2024-predstavitev projekta - horus.si, <https://www.horus.si/zbornik2024-predstavitev-projekta/> 15. Odprt razpis za Slovensko nagrado za družbeno odgovornost in trajnostni razvoj - HORUS 2024 - ZDS, <https://www.zds.si/sl/o-zds/novice/odprt-razpis-za-slovensko-nagrado-za-druzbeno-odgovornost-horus-2024/> 16. Podelitev nagrad HORUS in ADRASTOS 2024 - Zelena Slovenija, <https://www.zelenaslovenija.si/novice/podelitev-nagrad-horus-in-adrastos-2024/>