

Interreg
Greece-Bulgaria



Action Plan for Social
Entrepreneurship

European Regional Development Fund

**Project: Cross border Action Plan for the Development
and Operation of an Executive Mechanism for the Support
and Promotion of Social Entrepreneurship in the context
of the Social Economy and Social Innovation**

**SOCIAL ECONOMY
SOCIAL ENTREPRENEURSHIP**

Interreg

Greece-Bulgaria



Action Plan for Social
Entrepreneurship

European Regional Development Fund

ACTION PLAN FOR SOCIAL ENTREPRENEURSHIP

СОЦИАЛНА ИКОНОМИКА СОЦИАЛНО ПРЕДПРИЕМАЧЕСТВО
ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ
SOCIAL ECONOMY SOCIAL ENTREPRENEURSHIP

SOFIA, 2019

Съставител: доц.д-р Мария Вълкова
Рецензенти: доц. д-р Владимир Ценков, доц. д-р Мариана Ушева
На корицата: гр. Мелник. Снимка - Васил Марков

Забележка

Всеки автор отговаря за съдържанието, езиковата и техническа редакция на своя материал.

Издателска къща „Св. Георги Победоносец“ ЕООД

Συγγραφέας: Καθ. Μαρία Βάλκοβα
Αναθεωρητές: ο καθηγητής Dr. Vladimir Tsenkov, ο καθηγητής Mariana Usheva
Στο εξώφυλλο: Μέλνικ. Φωτογράφος - Vassil Markov

Σημείωση

Κάθε συγγραφέας είναι υπεύθυνος για το περιεχόμενο, τη γλωσσική και τεχνική επεξεργασία του υλικού του.

Εκδοτικός οίκος “Άγιος Γεώργιος ο Νικηφόρος”

Compiled by: Assoc. Prof. Maria Valkova
Peer Review: Assoc. Prof. Vladimir Tsenkov PhD, Assoc. Prof. Mariana Usheva PhD
On the cover: the town of Melnik. Photo- Vassil Markov

Note

Each author is responsible for the content, linguistic and technical editing of his material.

Publishing House “St. George Victorious” Ltd.

ISBN 978-619-7283-18-1

Този сборник е създаден с финансовата подкрепа на Европейския съюз. Цялата отговорност за съдържанието на сборника се носи от Югозападен университет “Неофит Рилски“ и при никакви обстоятелства не може да се счита, че то отразява официалното становище на Европейския съюз, участващите страни, Управляващия орган и Съвместния секретариат.

Проектът е съфинансиран от Европейския фонд за регионално развитие и от националните фондове на страните, участващи в Програмата за трансгранично сътрудничество ИНТЕРРЕГ V-A Гърция- България 2014-2020.

В сборника са включени материали на гръцки и български изследователи по проблеми, свързани с развитието на социалното предприемачество в Р.Гърция и Р.България с акцент върху граничните региони - област Централна Македония в Гърция и Благоевградска област в България. За да бъде обхваната по-пълно проблематиката, в сборника са включени както текстове, очертаващи теоретичната рамка и уместни научни подходи при разглеждане на социалното предприемачество, форми на предприемачеството като основа на социалното предприемачество, възможности за финансиране и пр., така и анализи на конкретната ситуация в изследваните региони. Разглеждат се възможностите за развитие на социално предприемачество в различни области от икономическия, социален и културен живот.

Втората част от сборника включва материали, представящи добри практики и личния опит на ръководители и участници в социални предприятия.

This proceedings has been produced with the financial assistance of the European Union. The contents of the proceedings are the sole responsibility of the South-West University “Neofit Rilski” and can in no way be taken to reflect the views of the European Union, the participating countries, the Managing Authority and the Joint Secretariat.

The Project is co-funded by the European Regional Development Fund and by national funds of the countries participating in the Interreg V-A “Greece-Bulgaria 2014-2020” Cooperation Programme.

The proceedings includes materials from Greek and Bulgarian researchers on issues related to the development of social entrepreneurship in Greece and Bulgaria with an emphasis on the border regions - the Central Macedonia region in Greece and Blagoevgrad region in Bulgaria. In order to cover the issues more fully, the textbook includes both the theoretical framework and relevant academic approaches to social entrepreneurship, forms of entrepreneurship as the basis of social entrepreneurship, funding opportunities, etc., as well as analyses of the specific situation in the surveyed regions. The opportunities for development of social entrepreneurship in different areas of economic, social and cultural life are considered.

The second part of the proceedings includes materials presenting good practices and personal experiences of managers and participants in social enterprises.

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

Μαρία Βάλκοβα και μια ομάδα

Οικοσύστημα Κοινωνικής Επιχειρηματικότητας / 7

Raya Madgerova

Επιχειρηματικότητα ως κοινωνικοοικονομικό φαινόμενο:
Βασικές θεωρητικές πτυχές και βασικά χαρακτηριστικά / 42

Δεσίσλαβα Στόιλοβα

Χρηματοδότηση της κοινωνικής επιχειρηματικότητας
στη Βουλγαρία / 69

Μαρία Στάντκοβα

Κοινωνική Επιχειρηματικότητα και Ανάπτυξη του Τουρισμού.
Καλές Πρακτικές και Αναπτυξιακό Δυναμικό
στην περιοχή Blagoevgrad / 93

Γεωργί Γεωργίεφ

Εργατικοί-παραγωγικοί συνεταιρισμοί ως θέμα της
κοινωνικής οικονομίας στη Βουλγαρία / 112

Ιωάννης Ταμπακούδης, Δημήτριος Σουμπενιώτης

Κοινωνική Οικονομία / 131

Νικόλαος Podas

Κοινωνική επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα: κατάσταση,
προκλήσεις και προοπτικές / 131

Ελένη Παπαθεοδόσιου

Κοινωνική και αλληλεγγυητική οικονομία. Δημιουργώντας
την επιχείρησή μας / 177

Γκεόργκι Μπασχλίεφ

Δραστηριότητα του Περιφερειακού Συμβουλίου της
παραγωγικών συνεταιρισμών - Μπλαγκόεβγκραντ / 184

Χριστίνα Φωτογράφιση

Τμήμα Ανθρωπιστικών Δραστηριοτήτων και Πολιτισμού
του Δήμου Blagoevgrad - για την υποστήριξη της κοινωνικής
επιχειρηματικότητας / 192

Ρόζεν Γεωργίεφ

Δραστηριότητα του Συλλόγου για την Ευρωπαϊκή Ανάπτυξη του
Βουλγαρικού Χωριού / 196

Μιρέλα Κιούχουκοβα

Πρέπει να συνειδητοποιήσουμε την πίστη μας σε έργα,
όχι μόνο με λόγια / 199

СЪДЪРЖАНИЕ

Мария Вълкова и колектив

Екосистема на социалното предприемачество / 7

Рая Мадгерова

Предприемачеството като социално-икономическо явление:
основни теоретични аспекти и същностни характеристики / 42

Десислава Стоилова

Финансиране на социалното предприемачество
в България / 69

Мария Станкова

Социално предприемачество и туристическо развитие.
Добри практики и потенциал за развитие
в Област Благоевград / 93

Георги Георгиев

ТПК като субект на социална икономика в България / 112

Йоанис Тампакудис, Димитриос Субениотис

Социална икономика / 131

Николас Подас

Социално предприемачество в Гърция: състояние,
предизвикателства и перспективи / 155

Елени Папатеодосиу

Социална и солидарна икономика. Създаването
на нашия бизнес / 177

Георги Башлиев

Дейност на Окръжен съвет на ТПК - Благоевград / 184

Христина Шопова

Отдел Хуманитарни дейности и култура към община
Благоевград - в помощ на социалното предприемачество / 192

Росен Георгиев

Дейност на Асоциация за европейско развитие
на българското село / 196

Мирела Кючукова

Трябва да реализираме вярата си на дела, не само на думи / 199

CONTENT

Maria Valkova and the Author's team

Ecosystem of Social Entrepreneurship / 7

Raya Maderova

Entrepreneurship as a socio-economic phenomenon:
basic theoretical aspects and essential features / 42

Desislava Stoilova

Financing Social Entrepreneurship in Bulgaria / 69

Maria Stankova

Social Entrepreneurship and Tourism Development.
Good Practices and Development Potential
in Blagoevgrad Region / 93

Georgi Georgiev

Labor-productive cooperatives as a subject of the social
economy in Bulgaria / 112

Ioannis Tampakoudis

Analytical Study of the Current Situation / 131

Nicholas Podas

Social Entrepreneurship in Greece: Status,
Challenges and Perspectives / 155

Eleni Papatheodosiou

Social and solidarity economy. Creating our business / 177

Georgi Bashliev

Activity of the Regional Council of TPK - Blagoevgrad / 184

Hristina Shopova

Department of Humanitarian Activities and Culture
of Blagoevgrad municipality - in support of social e
ntrepreneurship / 192

Rossen Georgiev

Activity of the Association for European Development
of the Bulgarian Village / 196

Mirela Kyuchukova

We must realize our faith through work, not just in words / 199

Екосистема на социалното предприемачество

Резюме

В материала е направен опит за системен подход към социалното предприемачество. То се разглежда от една страна като отделна система, но и като елемент от по-широката система от икономически, социални културни и прочие отношения. Взаимното влияние и обвързаност между неговите елементи дава основание да говорим за екосистема на социалното предприемачество. Освен 14-те основни показатели от екосистемата на предприемачеството, дефинирани от Института по предприемачество във Вашингтон *Усет за възможности за бизнес; умения за стартиране на бизнес; отношение към риска; наличие на съществуваща мрежа от контакти в бизнеса; отношение на обществото/или „културна подкрепа“; използване на възможностите за нов бизнес; усвояване на технологии; човешки капитал; конкуренция; иновативни продукти; иновативни процеси; възможност за силен растеж; развитие на външни пазари; рисков капитал* се добавят елементи, свързани с неговия социален аспект – *гражданска активност, доброволчество и дарителство, доверие в НПО, активност на местните общности, манталитетът, публична незабележимост и пр.* Анализът на възможностите за социално предприемачество в България се базира на горните показатели. Използвани са множество вторични данни от български, европейски и световни източници, както и резултати от проведеното от нас теренно изследване. Според основните ни изводи устойчиво развитие на социалното предприемачество е възможно при отчитане на сложните зависимости между елементите в системата и усилия за развитие на всички основни влияещи върху неговото състояние икономически, социални и културни фактори.

Ecosystem of social entrepreneurship

Abstract

The study has attempted a systematic approach to social entrepreneurship. It is seen as a separate system but also as an element of the wider system of economic, social, cultural and other relations. The mutual influence and interdependence between its elements gives grounds to call it the ecosystem of social entrepreneurship. In addition to the 14 key indicators of the Ecosystem of Entrepreneurship / *Opportunity perception; Startup skills; Risk acceptance; Networking; Cultural support; Opportunity startup; Technology absorption; Human capital; Competition; Product innovation; Process innovation; High growth; Internationalization; Risk capital*, are added elements related to its social aspect - *civic activity, volunteering and donation, trust in NGOs, local community activity, mentality, public insight, etc.* The analysis of the opportunities for social entrepreneurship in Bulgaria is based on the above indicators. A large amount of secondary data from Bulgarian, European and world sources are used, but also results from the field survey conducted by us. According to our main conclusions, the sustainable development of social entrepreneurship is possible in taking into account the complex dependencies between the elements of the system and efforts to develop all the major economic, social, cultural and other related factors affecting its state.

* Този текст е част от по-голям материал, включващ резултати от изследване върху социалното предприемачество в Благоевградска област. Автори на изследването са доц.д-р Мария Вълкова, проф.д.н. Йордан Гошев, проф. д.н. Васил Марков, гл.ас-д-р Димитрия Спасова, гл.ас-д-р Антон Генев и ас.д-р Валери Димчев.

Въведение

В последните години терминът „Екосистема на.....“ се налага в обществените и хуманитарни науки по аналогия с природните екосистеми, доколкото много образно показва взаимната обвързаност между елементите в системата на съответното явление, както и неговата зависимост от по-общата система, елемент от която е то самото. При подобен системен подход социалното предприемачество може да се разглежда като система, но и като елемент в по-общата система на икономическите, социални, културни и пр. отношения в обществото. Това дава възможност по-ясно да се идентифицират основните факторни влияния и да се търсят по-ефективни пътища за устойчиво развитие на социалната икономика и социално предприемачество.

Все още не бихме могли да говорим за добри темпове в развитието на социалната икономика и социално предприемачество в България. Сравнителните статистически данни показват, че в периода 2010-2015 г. процентът на платената заетост в социалната икономика у нас е намалял с 1/3 - т.е. прирастът е отрицателен, при това с огромния процент от минус 32,4! Може би това е обща тенденция, или е характерна за държавите от източния блок, присъединили се по-късно към ЕС, които полагат усилия да настигат по-богатите държави с интензивен бизнес и все още нямат ресурс за социално предприемачество? Нищо подобно – ето каква е обективната картина на промените в платената заетост на социалната икономика в държавите от Европейския съюз за периода 2010-2015 г.

Развитие на платената заетост в социалната икономика в Европа

Австрия 31,9 %	Франция 2,3 %	Нидерландия -6,7 %
Белгия -12,7 %	Германия 7,2 %	Полша -38,3 %
България минус 32,4 %	Гърция 0,3 %	Португалия -14,0 %
Хърватия 74,5 %	Унгария 31,7 %	Румъния -16,5 %
Кипър 37,8 %	Ирландия -3,6 %	Словакия 14,9 %
Чешка република 1,8 %	Италия -13,7 %	Словения 51,0 %
Дания -18,7 %	Литва -18,3 %	Испания 9,3 %
Естония 0,5 %	Люксембург 57,3 %	Швеция -61,4 %
Финландия -2,7 %	Малта 43,4 %	Обединено кралство 3,8 %
		ОБЩО ЕС минус 3,6 %

Източник: CIRIEC/ЕИСК

Както се вижда, ако изключим Швеция, България е държавата с най-висок отрицателен прираст от минус 32,4%, като след нея са Дания и Румъния с почти двойно по-нисък отрицателен прираст/-18,7%, -16,5%/ . Същевременно примерно Хърватия е с положителен прираст от 74,5%, Словения с 51,9%, Унгария 31,7%.

И още малко сравнителни данни, които показват незавидната позиция на България за платената заетост в социалната икономика спрямо общата платена заетост: докато за Европейския съюз заетостта в социалната икономика е средно 6,3%, в България тя е над два пъти по-ниска - едва 2,8%. А има държави като Франция с относителен дял на платената заетост от 9,1%, Белгия - 9,0%, Италия - 8,8% и пр.

Както ще видим по-нататък, Глобалният индекс на предприемачество за 2017-2018 г.¹ нарежда България на 69-ма позиция от 137 държави и съответно - на последно място сред страните от ЕС.

Кави са причините за тази не ласкава картина на социалната икономика в България? Въпреки че в последните години се дават немалко средства за нейното развитие, че Министерство на труда и социалната политика разработва и публикува през 2011 г. Национална концепция за социална икономика и на всеки две години се изготвя и реализира План за развитие на социалната икономика /публикувани са планове за 2014-2015 г., 2016 – 2017 г., 2018-2019 г./, че се разгръща активна проектна дейност в тази насока, че през м. май 201 г. излезе с години чаканият проекто-закон за регламентацията на дейността на социалната икономика. По наше мнение съществуват сериозни дефицити, които пречат за развитието на социалната икономика въпреки усилията за нейната подкрепа. Те се очертават ясно при системен подход, при който социалното предприемачество се разглежда като екосистема - в по-широката рамка на цялостното икономическо, социално и културно развитие на България.

Всички елементи от системата на социалната икономика и социалното предприемачество, както и факторите, от които те зависят, са взаимосвързани. Ако искаме да се напредне, е необходимо да се разработи и следва цялостна стратегия за стимулиране и развитие не само на тях, но и на основните фактори от по-широката система, елемент от която са те. Необходимо е постоянно целенасочено внимание и усилия за подобряване на всички тези показатели, за да имаме успех и в тяхното развитие. В противен случай ще се ограничаваме до палиативни грижи с незначителен ефект върху желаното устойчиво развитие на социалната икономика и социално предприемачество.

Екосистема на социалното предприемачество

В зависимост от целта и критериите, с които се подхожда, е възможно да очертаят различни модели на екосистеми на социалната икономика и социалното предприемачество. Тъй като целта ни е да разгледаме най-важните предпоставки и фактори за развитие на социална икономика и социално предприемачество, ще използваме модел, разработен от Института за глобално развитие на предприемачеството със седалище Вашингтон², като към него добавим още няколко показателя, касаещи социалния аспект. Индикаторите по оценяване на най-важните предпоставки за устойчиво развитие на предприемачество в дадена държава се включват в т.нар. GLOBAL ENTREPRENEUR INDEX /GEI/. Той измерва качеството на предприемачеството и степента и дълбочината на подкрепата за екосистемата на предприемачеството. Но тъй като нашата задача е да очертаем най-важните предпоставки за развитие на социалното предприемачество, към индикаторите за предприемачество ще добавим още няколко, отнасящи се до социалната компонента.

Моделът на Института за глобално развитие на предприемачеството включва 14 показателя, които са особено важни за „здравето“ на предприемаческите екосисте-

¹ Global Entrepreneurship Development Institute, Washington D.C. USA всяка година провежда проучване по определени параметри в над 130 държави и определя техния глобален индекс на предприемачество /GLOBAL ENTREPRENEUR INDEX/, показващ равнището на екосистемата на предприемачеството в тях.

² Global Entrepreneurship Development Institute, Washington D.C. USA. GEI измерва качеството на предприемачеството и степента и дълбочината на подкрепата на предприемаческа екосистема. Определени са 14 компоненти, които са важни за здравето на предприемаческите екосистеми, идентифицирани са данни за улавяне на всеки компонент. С помощта на данните се изчисляват три нива от оценките за дадена страна: общият резултат на GEI, оценки за физически лица и за институции.

ми, като са идентифицирани и необходимите данни за улавяне на всеки компонент. С тяхна помощ се изчисляват три равнища на оценка за дадена страна: общият резултат на GEI, оценки за физически лица и за институции.

Конфигурацията на елементите в предприемаческата екосистема на GEI включва следните показатели:

1. **Усет за възможности за бизнес** –показва доколко гражданите имат способността да усещат възможностите за започване на бизнес и дали институциите създават благоприятен климат да се използват тези възможности;

2. **Умения за стартиране на бизнес** – доколко хората притежават уменията, необходими за започване на бизнес, базирайки се на своите възприятия, опит и качество на образованието;

3. **Отношение към риска** – доколко са готови хората да поемат рисковете, свързани със стартиране на бизнес. Също така – в каква степен социалната среда допринася за по-нисък риск при започване на нов бизнес или обратно–допълнителен риск към стартирането на бизнес добавят нестабилните институции ;

4. **Съществуваща мрежа от контакти в бизнес средите** –оценяват се връзките между предприемачите и географската конфигурация на мрежите им за контакти;

5. **Отношение на обществото/или „културна подкрепа“ на предприемачеството** – показва какво е по принцип отношението към предприемачеството в съответната държава, а също – разпространеност на корупцията, която задушават предприемачеството и го превръща в трудна задача - което кара хората да избират други кариерни пътеки;

6. **Използване на възможностите за нов бизнес** - с този показател се изследват мотивите за стартиране на нов бизнес – дали произтичат от свободната възможност да започнат нов бизнес, или хората са принудени за това от външни обстоятелства / напр. необходимост да са спасят от бедността, от липса на доходи за живот/; доколко правителството улеснява избора да се поеме пътят на предприемача;

7. **Усвояване на технологии** –изследва се състоянието на технологичния сектор, неговия обхват и големина, могат ли предприятията бързо да усвояват нови технологии;

8. **Човешки капитал** – показва степента и качеството на специализирани познания, умения и компетентности на предприемачите, доколко владеят тънкостите на бизнеса и се справят добре на пазара;

9. **Конкуренция** - изследва дали предприемачите създават уникални продукти и услуги и могат ли да имат успех с тях на пазара;

10. **Иновативни продукти** - показва готовността на страната да разработва нови, иновативни продукти и да услоява нови технологии;

11. **Иновативни процеси** –доколко предприятията използват нови технологии и имат ли достъп до добре подготвен човешки капитал в полетата STEM;

12. **Възможност за силен растеж** –стремеж на предприятията да растат и доколко притежават стратегически капацитет да постигат този растеж;

13. **Развитие на външни пазари** - изследва на желанието и възможностите на предприятията да навлязат на световните пазари; доколко технологиите, които ползват, дават възможност за производство на нови идеи и продукти, ценени в световен мащаб;

14. **Рисков капитал** - показва доколко предприемачите могат да ползват рисков капитал – това се отнася както за индивиди, така и за институционални инвеститори.³

³ GLOBAL ENTREPRENEUR INDEX 2018 <https://thegedi.org/2018-global-entrepreneurship-index/>

Според резултатите от изследване на GEI за 2018 г. /всъщност измерването на терен е реализирано през 2017 г./, България се класира на 69-то място от общо 137 държави. По-ясна представа за нашата позиция можем да видим при подредбата на държавите в Европа:

Класиране на държавите от Европа съобразно глобалния индекс на предприемачество

№	държава	%	№	държава	%	№	държава	%
1	Швейцария	80	13	Естония	55	25	Гърция	37
2	Великобритания	78	14	Словения	54	26	Унгария	36
3	Дания	74	15	Литва	51	27	Хърватия	34
4	Ирландия	74	16	Полша	50	28	Черна гора	31
5	Швеция	73	17	Португалия	49	29	Македония	29
6	Франция	69	18	Кипър	48	30	България	28
7	Нидерландия	68	19	Испания	45	31	Украина	27
8	Финландия	68	20	Словакия	45	32	Сърбия	26
9	Австрия	68	21	Чехия	43	33	Русия	25
10	Германия	66	22	Италия	41	34	Албания	24
11	Белгия	64	23	Латвия	40	35	Молдова	21
12	Норвегия	57	24	Румъния	38	36	Босна и Херцеговина	21

Източник: <https://thegedi.org/2018-global-entrepreneurship-index/>

Както се вижда от резултатите, България е на 30-то място в Европа и съответно – на последна позиция от държавите-членки на Европейския съюз. Но все пак, за наша радост, бележим видим напредък спрямо показателите ни от предходни години: „Обединеното кралство, България, Италия, Полша и Ирландия подобриха цялостните си резултати по GEI с най-малко 3,5 пункта над техните 2017 GEI резултати, което ги поставя сред първите десет с най-голям растеж в света“⁴.

Важни за нас са резултатите на България при всеки от 14-те показателя. За да имаме база за сравнение, до тях представяме средните резултати за Швейцария – държавата с най-високи резултати в Европа, както и средните резултати за Европа:

Елементи от екосистемата на предприемачеството

	ПОКАЗАТЕЛ	БЪЛГАРИЯ	ШВЕЙЦАРИЯ	ЕВРОПА
1.	Усет за възможности за бизнес	35	78	51
2.	Умения за стартиране на бизнес	33	72	66
3.	Отношение към риска	17	88	48
4.	Наличие на съществуваща мрежа от контакти в бизнеса	63	53	45
5.	Отношение на обществото/или „културна подкрепа“	37	67	51
6.	Използване на възможностите за нов бизнес	11	97	59
7.	Усвояване на технологии	18	100	63
8.	Човешки капитал	9	79	49

⁴ GLOBAL ENTREPRENEUR INDEX 2018 , р. 8

9.	Конкуренция	35	100	49
10.	Иновативни продукти	22	83	57
11.	Иновативни процеси	16	90	58
12.	Възможност за силен растеж	14	88	50
13.	Развитие на външни пазари	4	100	63
14.	Рисков капитал	13	100	53

Източник: <https://thegedi.org/2018-global-entrepreneurship-index/>

Най-ниски са показателите за България при:

№13 - развитие на външни пазари – 4%

№8 - човешки капитал - 9 %

№6 - използване на възможности за нов бизнес - 11%

№11 - иновативни процеси - 16%

№3 - отношение към риска - 17%

За всеки от тези показатели са необходими допълнителни сериозни проучвания – защо сме толкова зле, доколко и как това може това да се промени, какво трябва да се направи и пр. - за съжаление в тези сфери бързи решения няма.

Горните показатели касаят предприемачеството. Без съмнение те влизат в екосистемата на социалното предприемачество. Но заедно с това към тях следва да се добавят още няколко влияещи фактора, обвързани с неговата социална страна, които са особено важни за социалното предприемачество. Ще разгледаме някои от тях- *гражданска активност, доброволчество и дарителство, загриженост и активност за добруването на местната общност, публична забележимост.*

Гражданска активност

Важна основа за развитие на социалната икономика е високата гражданска активност. За съжаление данните, с които разполагаме, ни дават основание да отчитаме ниско равнище на гражданската активност у нас. Според резултатите от изследване, проведено през 2009 г. от Институт „Отворено общество“⁵, на въпроса „Вие лично проявявал/ла ли сте активност в една или повече от долупоменатите области на дейност или организация?“, 93,8% от респондентите отговарят отрицателно. Нещо повече – 82,5% от тях заявяват, че и в бъдеще нямат намерение да се включват в граждански активности, а 10,5% не знаят дали биха го направили - т.е. те предполагат, че нагласите им за неактивност няма да се променят и в бъдеще. Подобни са и резултатите от проведеното в периода 2009 – 2010 г. изследване на гражданската активност /с представителна извадка от 1500 души/⁶.

⁵ CIVIL SOCIETY IN BULGARIA:Has our dream come true? NGOs versus Spontaneous Civic Activism?Comparative research of Central and Eastern European Civil Societies Grant Number CBI_2009_11 (Civil Europe Association) p.49

⁶ Open Society Institute – Sofia (OSI-S) data on Civil Society Index, CIVICUS, surveys conducted February-April 2009. Comparative research of seven CEE countries, entitled “Has our Dream become true” (2009-2011). The research was funded by Trust for Civil Society in CEE and organised and co-ordinated by Civil Europe Association, Hungary.

Според данни от друго изследване на Институт „Отворено общество“⁷ за 2016 г. 18% от респондентите са отбелязали, че са се подписали под различни петиции и едва 5% - че са участвали в инициативи на НПО. Всяка форма на гражданска активност е крачка напред, но за каузата на социалната икономика и социалното предприемачество особено важна е съзидателната активност, свързана с участие за реализация на социално значими за местната общност цели. Все пак се забелязва се известен ръст в годините, доколкото при представително изследване, проведено през 2013 г., 16% от хората споделят за проявена активност.

За успешно развитие на социалното предприемачество е необходимо да има някаква критична маса от хора, които са отворени към граждански инициативи, чувствителност към проблемите в обществото и нагласа за участие при тяхното решаване, за да може социалното предприемачество да се развива по-ускорено. Поради това важна стратегическа задача за развитие на социалната икономика и социално предприемачество е полагане на усилия за активизиране гражданската активност на хората – особено на младежите.

Доброволчество и дарителство

Сериозен ресурс за разширяване, обогатяване, повишаване качеството на гражданската активност и важен фактор за развитие на социалната икономика са доброволчеството и дарителството. В развитите държави от ЕС /а и по света/ доброволчеството е широко разпространена практика в най-разнообразни жизнени сфери. Там, където няма достатъчно ресурси, а има много възможности за разширяване на дейността, които не се реализират поради липса на достатъчно работни ръце, където има потребност от нови, свежи идеи, практики, знания, опит, където има нужда от индивидуална работа с хора, е уместно да се потърси помощта на доброволците

Според данни за Световния дарителски индекс⁸ равнището на дарителството и доброволчеството в България са ниски – България се нарежда чак на 127 място от общо 139 държави. Индексът се базира върху резултатите от три показателя: помощ на непознат, даряване на пари и доброволчество.

Доброволчеството е като спасителен пояс за някои ситуации, свързани със социалните услуги, особено за граничния регион на Благоевградска област, който е с планински релеф, с лоша инфраструктура и много малки селца, в които живеят главно хора в старческа възраст. Там много трудно могат да се осигурят дори обичайните социални услуги. Реалистично погледнато, човешката съпричастност и доброволчеството са може би най-важният механизъм за повишаване качеството на живот на тези хора.

Ниско доверие в неправителствените организации

Образът на неправителствените организации в общественото мнение е по-скоро отрицателен. На въпрос от представително изследване, проведено в периода 2009-

⁷ Представителното емпирично изследване “Активните НПО в България през 2017 г.” е проведено от екип от Институт “Отворено общество”. Методиката на регистрация включва проучване на мнение на активни НПО; мнение на експерти; национално представително изследване на общественото мнение; провеждане на 7 тематични фокус групи и анализ на документи.

⁸ *Световният дарителски индекс на КАФ (CAF World Giving Index)* се основава на данни от Световното проучване на Галъп (Gallup’s World Poll), осъществено сред 146 000 души в 139 страни, които заедно представляват около 95% от населението на света. В България са интервюирани 1000 души в периода 18 май – 4 юли 2016. <https://www.bcause.bg/razvitie-na-srednata/caf-world-giving-index.html>.

2010 г.⁹ „Смятате ли, че гражданските организации биха могли да разрешат някои от изброените по-долу проблеми? Причината за това, според Вас е?“ респондентите отговарят:

1. Мисля, че тези организации се концентрират главно върху себе си - 81.0%
2. Мисля, че те представляват бизнес интереси, а не граждански - 80.6%
3. Не мисля, че тези организации са ефективни - 79.9%
4. Мисля, че тези организации са маша на политическите партии - 73.5%
5. Не знам нищо за дейността на НПО - 51.1%
6. Те представляват чуждестранни интереси - 51.5%
7. Не мисля, че те се занимават с проблеми, които са наистина важни - 49,8%.

Едва ли може да се очаква по-негативен образ на неправителствените организации в очите на хората. Вероятно в част от тези твърдения има истина, но немалка причина за отрицателния образ е непрозрачността, липсата или недостатъчност на информацията и реклама на дейността на НПО, което ги прави институционално и граждански незабележими.

Предприемачески дух

Важен двигател за развитие на социалната икономика е предприемаческият дух – нагласата да се търсят и окриват нови възможности и на тази база – да се създават нови продукти и услуги. Предприемачът е човек от особена порода - той има свобода както в избора на дейността си, така и при начините за нейната реализация, работата му е свързана с голяма доза креативност, иновативност, неопределеност и риск, той изпълнява много функции едновременно, работата му изисква воля, решимост, самообладание, настойчивост и пр. И заедно с това –сетива да усеща проблемите на хората и да е мотивиран да им помага.

Според световно изследване на Галъп от 2009 г. хората от по-слабо развитите европейски държави /от бившия социалистически блок/ далеч по-често твърдят, че ако разполагат с повече пари, биха ги вложили в предприемаческа дейност¹⁰. България е в групата на по-слабо развитите държави, като сред тях е на втора позиция /след Румъния/ по избор на отговора „Ще започна бизнес“. Според нас този резултат не следва да се приема буквално – че ако има финансова възможност, всеки четвърти българин би се занимавал с предприемачество. От особена важност е реалистичната преценка за качеството и възможностите на предприемаческата идея, бизнес климатът, социокултурните традиции и нагласи, подготвеност и компетентност, мотиви и пр. След насилствено прекъсване на всякакво частно предприемачество /при социалистическия режим то беше забранено/, от три десетилетия постепенно се градят основите на нов предприемачески дух у нас.

Иновативност

Иновативността е много важен фактор за развитие на социалното предприемачество, което дава основание авторите на Глобалния индекс на предприемачество /за който стана въпрос по-горе/ да включат в инструментариума си два показателя

⁹ CIVIL SOCIETY IN BULGARIA: NGOs VERSUS SPONTANEOUS CIVIC ACTIVISM? CIVICUS CSI Study data conducted by OSI-Sofia 2008-2010 https://www.researchgate.net/publication/313875044_Civil_society_in_Bulgaria_NGOs_versus_Spontaneous_Activism

¹⁰ <https://news.gallup.com/poll/144413/Few-Americans-Cash-Windfall-Start-Business.aspx>

– иновативни продукти и иновативни процеси. Данните за България и по двата са ниски – 21% при иновативните продукти /при средно за Европа 57%, а за водещата Швейцария – 83%/ и 16% за иновативни процеси /при 58% средно за Европа и 90% за Швейцария/.

Този резултат се потвърждава и от други изследвания. Изследване на ЕВРОСТАТ за 2013 г. показва, че по показател иновативност сме в края на класацията на европейските държави – след нас са само Румъния, Латвия и Полша¹¹.

Според авторите на изследването: „На въпроса защо не са иновативни, около 16.7% от неиновативните предприятия през 2012–2014 г. съобщават, че оценяват важността на иновациите, но че пречките пред иновациите са твърде големи. Преобладаващата част (83,0%) от останалите неиновативни предприятия преценяват, че те просто не разполагат с никаква убедителна причина за необходимост от иновации. 1/6 (15,4%) от неиновативните предприятия в ЕС заявяват, че има ниско ниво на пазарно търсене на иновации и че тази причина е от голямо значение за възпирането им от иновационна дейност през периода 2012–2014 г., а за 52,9% иновативността има средна или ниска степен на значимост (общо 68,3%). Висок дял от неиновативните предприятия посочват значими за тях фактори, които са им попречили да обмислят иновации: 63,0% - че има ниско ниво на конкуренция на пазара (като за 5,1%, тази причина е с висока степен на важност); 61,3% заявяват, че предишните ги възпира опитът от предходни иновации(9,8% са дали тази причина висока степен на важност); 56,8% посочват липсата на идеи (6,7% дават висока степен на важност на тази причина)¹² .

Следователно при усилия да се повиши иновативността в дадена сфера следва да се работи в посока на:

- повишаване пазарните изисквания за иновации;
- поява на добри идеи;
- пазарна конкуренция.

Стопански профил на социалното предприятие

Данни за състоянието на финансирането в стопанските предприятия в България могат да се потърсят в проучванията на НСИ, също - резултатите от изследване „Създаване на национална база данни за социални предприятия в България“¹³. В нашето емпирично изследване оформихме блок въпроси, свързан с финансирането. Според резултатите най-често финансирането на социалните предприятия идва от проекти, които изцяло се финансира, следват даренията, частично финансираните проекти. Най-скромни, но все пак ги има, са приходите от собствена дейност. Резултатите от друг въпрос са сходни: над 50% /от общата съвкупност/ нямат печалба от дейността си, а при онези от тясно социалната сфера процентът е над 70.

Ясно е, че за тази картина има сериозни обективни причини – като правило социалните предприятия се разполагат в пазарни ниши, които са ниско печеливши/в

¹¹ Eurostat Statistics Explained. Innovation statistics. Data from march 2017

¹² Eurostat Statistics Explained. Innovation statistics. Data from march 2017 https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Innovation_statistics&oldid=2121

¹³ Final report for implementation of the project „Establishment of a national database of social enterprises in Bulgaria“ under contract with the European Commission, DG „Enterprise and Industry“ grant activity with several beneficiaries SI2.650082

противан случай те биха се запълвали от бизнеса/; целевите групи, към които са насочени техните продукти и услуги, са с ниски доходи и по-скоро биха се лишавали, отколкото да си позволят по-високи цени; недостатъчна помощ от държавната и местна власт; непрецизирана нормативна уредба и пр. – това са фактори, които бавно и трудно се променят.

Но има и други причини - като например недостатъчна подготвеност и квалификация на кадрите, които се захващат със социално предприемачество, пренебрегване на подготвителния проучвателен етап на пазара и възможните перспективни ниши, непознаване потребностите на целевата група, нереалистични нагласи и мотивация и пр. Ще разгледаме по-долу някои интересни резултати в тази посока от нашето емпирично изследване. То е проведено в периода април – май 2018 г. и включва две части. Първата е върху извадка от общо 274 социални организации от Благоевградска област /153 – в сферата на културата и изкуствата, 48 – в тясно социалната сфера и 73 – в сферата на културния туризъм/. На базата на статистически данни са получени резултати за времето на създаване на организациите, техния тип и статут, разпределение по общини, сфери на дейност, проектна активност и пр. При втората част от изследването методиката на регистрация включва анкетно изследване и интервюта - изследвани са 49 социални организации /17 – работещи в тясно социалната сфера, 19 – в областта на културата и изкуствата и 13 – в сферата на културния туризъм/. Под „тясно социална сфера“ имаме предвид организациите, работещи с хора с увреждания, етнически малцинства, заплашени от социална изолация.

Резултатите от въпроса „Кои бяха първите стъпки, които предприехте, след като решихте да направите НПО?“ /зададен с прилежаща 5-степенна скала с най-висока оценка 5 и най-ниска – 1/, изчислени като среден бал, имат следния вид:

- Направих екип от хора, с които да работя 4,8
- Внимателно проучих как става регистрацията на НПО 4,5
- Опитях се да се запозная по-добре с характеристиките на целевата си група 4,3
- Свързах се с общината и/или с други институции, от които зависи работата ми 4,2
- Потърсих източници за финансиране 4,1
- Запознах се задълбочено с проблемите сферата, в която исках да работя 4
- Погрижих се да намеря помещение, техническо оборудване, мебели 3,6
- Осъществих контакти с други организации, които работят в тази сфера 3,6
- Положих усилия да рекламирам начинанието и дейността си 3,6
- Направих проучване кои други организации работят в тази сфера 3,3
- Направих проучване на пазара – как ще се търсят услугите, които ще предлагам 2,8.

За да стане по-ясна картината, обединихме условно тези данни в 4 по-обобщени групи. Предварителните усилия на бъдещите социални предприемачи са били насочени към:

1. Техническа организация и създаване на екип – проучване за регистрация, помещение, финансиране, екип – общ среден бал 4,25
2. Връзка с организации, работещи в същата сфера – общ среден бал 3,9
3. Реклама – бал 3,6
4. Проучване на пазарната ниша – проучване на социалния проблем, на целевата група, наличния пазар за продукти и услуги за тази услуга – общ среден бал 3,5;

Оказва се, че най-важната предварителна крачка, от която до голяма степен зависи цялото начинание – внимателно проучване и избор на пазарна ниша, набиране на

детайлна информация за бъдещите купувачи и техните потребности се нарежда на последна позиция.

Доброто познаване на целевата група също е много важно за успешността на социалното начинание, за търговския успех и общо за просперитета на организацията. След обобщаване на резултатите от блока въпроси, свързан с познаването на целевата група можем да заключим, че около половината от респондентите добре познават целевата си група, но другата половина имат по-скоро само обща представа за нея.

Недостатъчно познаване на пазара и слаби усилия за детайлно проучване на очакваните потребности на бъдещата целева група – подобни характеристики на бъдещите предприемачи едва ли допринасят за успех на тяхното начинание. В тази връзка представлява интерес моделът на Дж.Кикал и Т.Лайънс¹⁴. В трета глава от своята книга те анализират какво непременно следва да направават онези, които желаят да започнат нов бизнес, преди да предприемат реални действия. Авторите разработват инструмент за оценка социалната ефективност на дадена конкретната идея за стартиране на социално предприятие, който включва анализ на идеята от четири позиции: социално-ценностен потенциал на идеята, нейният пазарен потенциал, потенциалът на конкурентното преимущество и потенциал на устойчивостта. Ето техният модел:

Инструмент за оценка на социалната ефективност на бъдещо социално предприятие

1. Социално-ценностен потенциал		
Критерий	Силна възможност	Слаба възможност
Социална потребност	Услугата или продуктът директно решават дадената потребност	Услугата или продуктът решават опосредствено проблема
Съответствие на мисията	Услугата или продуктът напълно съответстват на мисията	Услугата или продуктът само косвено съответстват на мисията или изобщо не ѝ съответстват
Постижимо влияние	Услугата или продуктът максимално удовлетворяват изявената потребност по измерим начин	Услугата или продуктът удовлетворяват потребността по минимален начин или изобщо не я удовлетворяват
Социална възвръщаемост на инвестицията	Високи стойности на отношението ефективност/разходи	Ниски стойности на отношението ефективност/затрати или дори по-високи стойности на разходите спрямо ефективността
Подкрепа от общността	Общността оценяваа положително продукта или услугата	Услугата или продуктът не се приемат добре от общността
2. Пазарен потенциал		
Потребност или желание на потребителя	Целевият потребител се нуждае от услугата или продукта и иска да ги получи	Целевият потребител е равнодушен към услугата или продукта
Прозорец на възможностите	Прозорецът на възможностите е отворен	Прозорец на възможностите е затворен

¹⁴ Jill Kickul, Thomas Lyons Understanding Social Entrepreneurship: The Relentless Pursuit of Mission in an Ever Changing World, Routledge; 2 edition, 2016 Chapter 3 Recognising Opportunities, p. 41 – 71.

Заинтересованост на инвеститора	Налице са свидетелства за сериозна заинтересованост на филантропи, правителство или частни инвеститори	Липсват свидетелства за сериозна заинтересованост на филантропи, правителство или частни инвеститори
Размер на пазара	Голям пазар	Малък пазар
Постижим дял на пазара	Открит пазар с малка конкуренция или дори нейната липса	Пазар с голяма конкуренция и наличие на стоки - заместители
1. Потенциал на конкурентното преимущество		
Бариели за влизане	Големи, много	Ниски или отсъстват
Възможни партньорства или алианси	Много потенциални партньори	Малко потенциални партньори
Контрол на разходите	Значителен контрол	Незначителен контрол или неговата липса
Убедителна мисия	Достатъчно убедителна, предизвиква всеобщо разбиране	Не много убедителна, не среща съчувствие или одобрение
Управленски екип	Силен и с пълен набор от умения	Непълен набор от умения
2. Потенциал на устойчивостта		
Мощности на проекта	Достатъчно физически ресурси за започване и поддържане на проекта	Недостатъчно физически ресурси за започване и продължаване на проекта
Заинтересованост на инвеститорите	Налице са свидетелства за сериозна финансова заинтересованост на филантропи, правителство или частни инвеститори	Налице са свидетелства за незначителна финансова заинтересованост на филантропи, правителство или частни инвеститори /или пълното ѝ отсъствие/
Способност да се реализира печалба	Висок потенциал за реализиране на печалба от използването/или продажбата на продукта или услугата	Нисък потенциал за реализиране на печалба от използването/или продажбата на продукта или услугата
Убедителна мисия	Достатъчно убедителна; предизвиква широко съдействие	Не много убедителна – малко разбиране или съчувствие

Авторите особено подчертават, че подобна комплексна оценка на идеята трябва да предшества каквито и да е усилия за нейната реализация. Но оценката следва да е максимално обективна, да не се замъглява от „розовите очила“ на желаното; да се видят слабите места на идеята и да се потърсят пътища за тяхното неутрализиране.

Предизвикателства пред социалните предприемачи

Информация за основните трудности, пред които е изправен социалния предприемач от Благоевградския регион получаваме от резултатите на въпроса от нашето изследване „Какви са основните предизвикателства, с които трябва да се справяте в работата си?“ /с прилежаща тристепенна скала с най-висока оценка 3 и най-ниска – 1/. Отговорите на респондентите се нареждат така /доколкото въпросът е важен, ще представим резултата от извадката в тясно социална сфера и при общата съвкупност, както и позициите им/:

Основни затруднения в работата на социалния предприемач

Вид предизвикателство	Среден бал в тясно социалната сфера	позиция	Среден бал в общата съвкупност	позиция
Осигуряване на финансиране	2,5	1	2,3	3-6
Развитие на нови идеи	2,4	2	2,3	3-6
Винаги има риск дали ще успяваме в бъдеще	2,3	3	2,7	2
Реклама и популяризиране дейността на организацията	2, 1	4	1,9	10
Да поддържаме високо темпо на работа, да не ни забравят	2,1	5	2,3	3-6
Хората са бедни, трудно отделят пари за неща, които не са от първа необходимост	2	6	2,2	7-8
Връзкачество, корупция при печелене на проекти и обществени поръчки	2	7	2,7	1-2
Маркетинг и продажба на услугата	1,8	8	2,3	3-6
Бюрокрацията на държавните институции	1,8	9	1,6	11
Трудно се поддържа сплотен и добре работещ екип	1,7	10	2,2	7-8
Този живот е несигурен, което ме уморява	1,4	11	2	9

В тясно социалната сфера финансирането се оказва най-голямото предизвикателство, с което социалните предприемачи трябва да се справят. При общата съвкупност то излиза на 3-6 място. Следва необходимостта да се развият нови идеи – в общата съвкупност това пак е малко по-назад /3-6 позиция/. Рискът дали ще се успява в бъдеще тежи на предприемачите – по бал то се нарежда на трета позиция. Но при общата съвкупност то е на втора с доста по-висок бал /2,7/. Изненадващо необходимостта да се прави реклама се подрежда на предното 4-то място, а в общата съвкупност то е на предпоследно. Около средата на класацията – на 5-то място, е необходимостта да се поддържа високо темпо на работа, а на 6-то -ограничените средства, с които разполагат клиентите им. Във втората част от класацията – като по-малки трудности, излизат необходимостта да се справят с връзкаството /7-ма позиция/, бюрокрацията /9-та позиция/ и общата несигурност на живота /11-та позиция/. Тук са и вътрешните затруднения, свързани с естеството на работата – маркетингът /8-ма позиция/ и екипният дух /10-та позиция/.

Трудности с финансирането, необходимост от нови идеи, рисковете, съпътстващи работата, сложността да се прави качествена реклама, непрекъснато да се поддържа високо темпо на работа – това са основните предизвикателства, пред които се изправят предприемачите от Благоевградска област.

Добро впечатление прави, че излезлите на първите 5 позиции предизвикателства са свързани и зависят от вътрешните усилия и работа на колектива, т.е. това са неща, справянето с които зависи от тях самите - бихме го оценили като вътрешен локус на контрол. Докато външните фактори – ниският стандарт на живот, връзкаството, бюрокрацията, общата несигурност на живота са в края на класацията /външен ло-

кус на контрол/. Вътрешният локус на контрол се свързва с борбеност, енергичност и усилия за справяне с проблемите. Нагласата за вътрешен локус на контрол на социалните предприемачи се потвърждава и при други резултати от изследването.

За да се развива социалната икономика е необходимо да се подобряват и външните условия. Какво следва, според респондентите, да направят институциите, за да създадат оптимални условия за работа на социалните предприемачи - отговор ни дават резултатите от въпроса „Според Вас какво трябва да се промени /или усъвършенства/, за да се създадат по-добри условия за работа на социалните организации у нас?“ Той бе зададен с прилежаща тристепенна скала с най-висока оценка 3 и най-ниска 1. Ето резултатите:

Необходимост от подобрения в средата

Твърдение	Социална сфера	позиция	Цялата съвкупност	позиция
Печеленето на проекти да става по обективни критерии, а не чрез връзки	2,9	1	2,5	4
Драстично да се намали корупцията	2,9	2	2,7	2
Да се усъвършенства законодателството, свързано с дейността на социалните предприятия	2,8	3	2,5	3
Да се създадат стимули за формиране на иновативно мислене и нагласи	2,8	4	2,7	1
Да се вдигне стандартът на живот – хората са бедни	2,7	5	2,4	6
Да се положат усилия за повишаване квалификацията на работещите в социалните предприятия	2,6		2,5	5

След като основното финансиране на социалните организации се осъществява с проектна дейност, логично предприемачите на първо място си пожелават печеленето на проекти да става по обективни критерии, а не чрез връзки; да се намали корупцията; да се усъвършенства законодателството, свързано с дейността на социалните предприятия.

Много интересен и важен е резултатът при общата съвкупност – на първа позиция /заедно с намаляването на корупцията/ излиза „Да се създадат стимули за формиране на иновативно мислене и нагласи“. Според нас това е разковничето на успеха не само за социалната, но и за цялата ни икономика, за социалния и културния ни просперитет в условията на постмодерност – и респондентите са наясно с това.

Местните общности

Погледнато в исторически план, активността на местните общности е била решаваща за развитието на култура, образование, местна инфраструктура, за съхраняване и развитие на традиции, ценности и пр. С натиска на процесите на глобализация, урбанизация, нарастнала мобилност, повишаване стандарта на живот, промени в менталитета /по посока индивидуализъм/, специфика на живота в големия град и пр., значимостта на местните общности намалява. Но освен плюсове, тази тенденция има и своята негативна страна – хората губят своите корени, чувството си за принадлежност, ясно изразена културна идентичност и пр.

За радост в последните десетилетия се забелязва връщане на интереса към местните култури, нараства обединяването на хората от местните общности, на много места се проучват и се възраждат традиционни празници и обичаи, организират се инициативи за решаване на общи местни проблеми и пр. Тази тенденция следва всячески да се подкрепя – включително и от социалната икономика и предприемачество.

Но за съжаление у нас все още хората не разпознават в достатъчна степен местните общности като субекти на гражданска активност – едва 26% от респондентите на представително изследване смятат, че местните общности могат да са автентични носители на гражданска активност¹⁵. Социалните организации следва по-категорично да насочат своята активност към решаване на важните за живота на хората проблеми.

Текстовете в нашия Закон за предприятията от социалната и солидарна икономика от 2018 г. са доста кратки и според нас не допринасят за стимулиране на социалното предприемачество във всички социални сфери, вкл. и за развитие на местните общности. Докато в нормативните уредби в тази сфера на редица европейски държави /Франция, Италия, Великобритания, Швеция, Финландия, Полша, Румъния и пр./ изрично се подчертава необходимостта от развитие на социална икономика и социално предприемачество във всички области на човешката дейност, вкл. и за развитие на общностите. Така например в Закона за социалната и солидарна икономика на Франция от 2014 г. социалното предприемачество се определя като: „Начин на предприемачество и икономическо развитие, **приложим за всички области на човешката дейност**“/член 2/ /тук и по-долу курсивът мой – М.В./ Италия: в Законодателен указ за регламентация на социалните предприятия и тяхната дейност от 2017 г., член 2 гласи: „Регламентирани дейности на социалното предприятие: социални и здравни услуги; образование, обучение и професионално обучение; **културни дейности от социален интерес с образователна цел**; въздействия и услуги, насочени към опазване и подобряване условията на околната среда и разумното и рационално използване на ресурсите; въздействия за опазване и подобряване на културното наследство и ландшафт; **университетско и следдипломно образование; научни изследвания от особен обществен интерес; организация и управление на културни, художествени или развлекателни дейности от обществен интерес**; осигуряване на масови комуникации; организиране и управление на туристически културни или религиозни дейности от общ интерес; сътрудничество за развитие; търговска, производствена, образователна и информационна дейност; промоция, представителство, лицензиране на марки, сертифициране, извършено в рамките на или в полза на вериги за доставка на справедлива търговия; дейност, насочена към посрещане на социални, здравни и културни нужди, социално земеделие организиране и управление на любителски спортни дейности и пр.“

Във Великобритания няма специален закон, но можем да се позовем на Програмата за социалните предприятия от 2002 г. Съществуват три основни групи дейности, принадлежащи към социалната икономика:

- традиционните дейности, насочени към хора в неравностойно социално положение и хора с увреждания;

¹⁵ Представителното емпиричното изследване “Активните НПО в България през 2017 г.” е проведено от екип от Институт “Отворено общество”. Методиката на регистрация включва проучване мнението на активни НПО; мнение на експерти; национално представително изследване на общественото мнение; провеждане на 7 тематични фокус групи и анализ на документи.

- дейности, свързани с природозащитни цели – опазване и развитие на околната среда, рециклиране, производство на стоки с ниско равнище на замърсяване на околната среда

- **дейности, свързани с възстановяване и развитие на местните общности**, като тук се отнсят и дейности, свързани с навлизане на информационните технологии, медии, изкуства, консултантска дейност, дизайн, печат и пр. Швеция е държава с много добре развито социално предприемачество /без специален закон/, в която съществуват две основни форми на действие на социалните предприятия:

- Кооперации за социална дейност;

- **Предприятия за развитие на общността.**

В Румъния според Закона за социалната икономика от 2017 г. в социалната икономика се включват дейности, които имат за цел да служат на **обществения интерес, на интересите на дадена общност и/или на нематериалните интереси на отделни лица от уязвими социални групи**. Общественият интерес се определя като всяка дейност в областта на икономиката, културата, изкуствата, обществото, образованието, науката, здравеопазването, спорта, жилищното строителство, опазването на околната среда и традиционните обичаи, насочени към развитие, вкл. и на местните общности.

В полския Закон за извършване на дейност в обществена полза и доброволството и Закон за социалната заетост от 2003 г. са изброени 24 социални сфери, сред които: 10) **дейности, подпомагащи развитието на общностите и местните общности;**

11) наука, обучение, образование и възпитание;

12) разглеждане на забележителности и отпих на деца и младежи;

13) култура, изкуство, защита на културни произведения и традиции;

14) разпространение на физическата култура и спорта;

15) екология и защита на животните и опазване на природното наследство.....;

Убедени сме, че само ако се подходи по подобен широк, открит, мащабен начин към социалната икономика и социалното предприемачество, могат да се постигнат техните конкретни, но и мащабни стратегически цели, а включително и за развитие на местните общности.

Манталитетът

Сред влияещите фактори за развитие на социалното предприемачество следва да се включи и социокултурният климат. Както бе отбелязано по-горе, той е един от 14-те показателя от глобалния индекс на предприемачество – „Отношение на обществото/или „културна подкрепа - индексът за България е 37, средното за Европа – 51, а за Швейцария /водеща в европейската класация/ - 67. Вероятно ниският процент по този показател в немалка степен се дължи на усещането за корупция в България, но няма да се спираме върху това, доколкото е многократно обсъждано. Ще разгледаме накратко втората съставляваща - особеностите на българския манталитет и влиянието му върху развитието на социалното предприемачество.

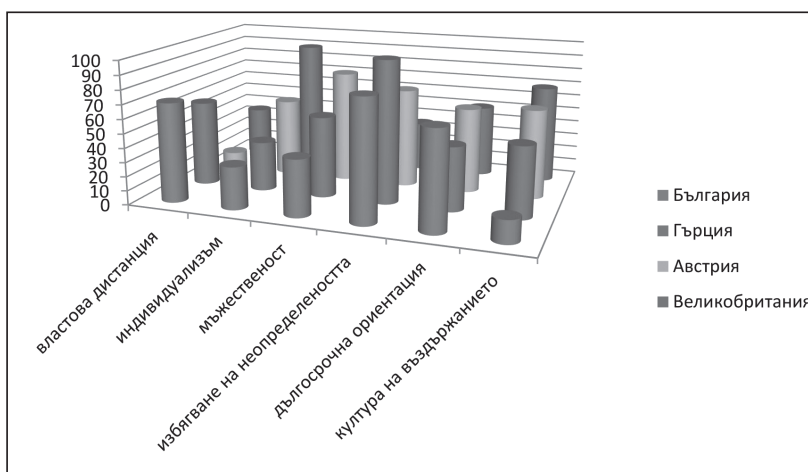
В по-голямата част от изследванията върху връзката между културните характеристики на дадена нация и развитието на предприемачеството /респективно социалното предприемачество в съответната държава се използва моделът на Хеерт Хофстеде за основните типове национални култури. По-долу, следвайки подобен подход, ще

направим допускания за влиянието на някои аспекти от националния ни манталитет върху състоянието и възможностите за развитие на социално предприемачество в България.

Ще използваме типологията на Х. Хофстеде за шестте измерения на културите и съответно – шест културни типологии: разположение на културите по оста висока – ниска властова дистанция; индивидуализъм – колективизъм; мъжествени – женствени култури; култури с високо- съответно с ниско избягване на неопределеността и несигурността; култури с краткосрочна и дългосрочна ориентация; култури на въздържанието и култури на угаждането¹⁶.

Център Хофстеде¹⁷ провежда своето проучване „Culture Compass Survey“ в над 80 държави, сред които и България, и представя сравнителни резултати за шесте основни културни профила. Избрахме 4 европейски държави - България – като обект на изследването ни, Гърция като партньор в проекта, но и като балканска държава с предполагаемо сходен тип културен манталитет, Австрия и Великобритания – за сравнение, като държави от централна и западна Европа с доста по-различен манталитет.

Манталитет по културни типологии



ДЪРЖАВА	Властова дистанция	Индивидуализъм	Мъжественост	Избягване на неопределеността	Дългосрочна ориентация	Култура на въздържанието
България	70	30	40	85	69	16
Гърция	60	35	57	100	45	50
Австрия	11	55	79	70	60	63
Великобритания	35	89	66	35	51	69

¹⁶ Hofstede, G. (1991). Cultures and Organizations: Software of the Mind. London, UK: McGraw-Hill. В текста използваме превода на български език: Култури и организации. Софтуер на ума. С.1 2001; Hofstede, G., Hofstede, G. J. & Minkov, M. (2010). Cultures and Organizations: Software of the Mind (Rev. 3rd ed.). New York: McGraw-Hill.; Dimensionalizing Cultures: The Hofstede Model in Context Geert Hofstede Universities of Maastricht and Tilburg.

¹⁷ The Hofstede centre <https://www.hofstede-insights.com/>

Според горните данни България е страна с колективистична култура, с голяма властова дистанция, сравнително женствена култура, с много високо избягване на неопределеността, със сравнително дългосрочна ориентация, с култура на въздържанието в много голяма степен. По-долу ще потърсим връзка между тези културни особености на българския манталитет и посоката на очакваното им влияние върху нагласите за социално предприемачество у нас.

Колективистичен манталитет

В сферата на работните взаимоотношения колективистичните нагласи се проявяват в няколко основни аспекта /за по-голяма яснота ги представяме в сравнителен план с индивидуалистичните, следвайки анализа на Х.Хофстеде/¹⁸:

Колективистични – индивидуалистични култури

<i>Колективистични култури</i>	<i>Индивидуалистични култури</i>
Отношенията работодател-служител се възприемат от морална гледна точка, подобно на семейни отношения;	Отношенията работодател-служител са договорни и трябва да се основават на взаимна изгода;
Назначенията и повишенията вземат предвид вътрешната група на служителя;	Назначенията и повишенията би трябвало да се основават само на умения и правилник;
Управлението е управление на групи;	Управлението е управление на индивиди;
Отношенията имат предимство пред работата.	Работата има предимство пред отношенията.

Въпросът е доколко принадлежността ни към колективистичните култури допринася/или пречи за развитието на социалното предприемачество? Ето някои изводи от научни изследвания. Първото изследване с автори Кедменец и Страшек¹⁹ ползва емпирични данни от мащабно световно проучване на предприемачеството /включително и на социално-предприемачество/²⁰. Анализът на резултатите води авторите до извода, че този фактор не оказва значимо влияние върху развитие на социално предприемачество.

Малко по-различни са резултатите от изследване на Кр.Хаджиев върху влиянието на колективистичните нагласи в България върху моделите на организация и управление на икономиката: „Българският мениджмънт се намира в колективната част на

¹⁸ Хеерт Хофстеде, Софтуер на ума С., 2001

¹⁹ Irena Kedmenec & Sebastjan Strašek (2017) Are some cultures more favourable for social entrepreneurship than others? In: Economic Research-Ekonomska Istraživanja <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/1331677X.2017.1355251>

²⁰ Global Entrepreneurship Monitor social entrepreneurship study from the year 2009 (Terjesen, Lepoutre, Justo, & Bosma, 2009. Изследвани са 54 държави, разпределени в три групи, според етапа на икономическото си развитие : Factor-Driven Economies /тук са напр. Алжир, Ливан, ОАЕ, Саудитска Арабия и пр./, Efficiency- Driven Economies /Аржентина, Бразилия, Чили, Китай, Сърбия, Русия, Гърция и пр. – вероятно тук бихме отнесли и България/, Innovation-Driven Economies /Белгия, Финландия, Франция, Германия и пр./ . Какво е характерно за всяка от групите: „The factor-driven countries have higher shares of exports of primary goods in their total exports. The efficiency-driven countries base their development mostly on scale-intensity, while the innovation-driven countries produce unique goods and services via sophisticated methods“ Критериите за идентифициране на социалните предприятия са: преобладаване на социална мисия, значението на иновациите; ролята на доходите. Резултатите от това мащабно световно изследване показват, че средният процент на социалните предприятия в държавите от трите групи /с ниско, средно и високо икономическо развитие/ са съответно 1,5; 2,0; 2,5. Изводът: колкото по-развита икономически е една държава днес, в по-голяма степен е развито и социалното ѝ предприемачество. https://www.researchgate.net/publication/48322611_Global_Entrepreneurship_Monitor_2009_Executive_Report

континуума, но с външен локус на контрола и засилени очаквания към организацията, държавата, вътрешния кръг и приятелските отношения. Тази склонност се проявява в дългосрочна обвързаност на индивидите с групата. Иницирането и въвеждането на промени в организационната практика има еволюционен, а не динамичен (революционен) характер. Наличието на силна мотивация към лична изява и проява на инициативност не е обвързана с носенето на отговорност²¹.

Изводът: колективистичният характер на българската култура оказва известно влияние върху модела на организация и управление на икономическите процеси - засилени очаквания към ролята на държавата, външен локус на контрол /т.е. причините за неуспеха се формулират през външни фактори/. Ако трябва да се правят промени, предпочита се това да става постепенно. Личната изява и инициативността не се обвързват с поемането на отговорност /както би било редно/. Но не се очертава ясна зависимост между колективистичния манталитет и развитието на социалното предприемачество.

Голямо властово разстояние

Резултатите от мащабното изследване на Хофстеде от 90-те години на 20-ти век показват, че хората се различават в отношението им към властта – при някои култури е съвсем приемливо, че при онези, които имат властта, идват и парите, и правото; че властимащите живеят в затворени общности, че държавата и законът ги третира различно от останалите, че ползват допълнителни привилегии, очакват

страхопочитание от подчинените си и пр. В други култури подобни нагласи са неприемливи. Върху основата на тези резултати Хофстеде назовава новото културно измерение „властово разстояние“ и съответно – култури с голямо властово разстояние и култури с малко властово разстояние.

Къде е разположена България по тази ос: с получен бал 70 ние сме сред културите с голямо властово разстояние. Ето какво е характерно за тях в сферата на работните отношения²² :

Типове култури според властовото разстояние

<p><i>Култури с голямо властово разстояние</i> Йерархията в организацията отразява екзистенциалното неравенство между тези на върха и тези на дъното; Централизацията е популярна; Големи различия в заплащането между върха и дъното на организацията; Подчинените очакват да им се казва какво да правят; Идеалният шеф е доброжелателен автократ или добър баща; Привилегиите и символите на статуса са и очаквани, и популярни.</p>	<p><i>Култури с малко властово разстояние</i> Йерархията в организациите означава неравенство на ролите и се установява за удобство; Децентрализацията е популярна; Малки различия в заплащането между върха и дъното на организацията; Подчинените очакват с тях да се консултират; Идеалният шеф е изобретателен демократ; На привилегии и символи на статуса се гледа с недоверие.</p>
---	---

Доколко голямата властова дистанция оказва влияние върху социокултурния климат за разширяване на социалното предприемачество в България?

²¹ Кристиан Хаджиев. Мултикултурна бизнес среда – управленски подходи, ценности, тенденции и стереотипи НБУ, стр.14

²² Хофстеде 2001, стр. 49

Резултатите от изследването на Кедменец и Страшек говорят за наличие на обратнопорционална зависимост между властовото разстояние и създаването на подходящ климат за развитие на социалното предприемачество - колкото е по-висок индексът на властово разстояние, толкова в по-малка степен хората са склонни да се занимават със социално предприемачество. Защо е така?

Българите предпочитат йерархичните взаимоотношения на работното място /но и не само там – също и в семейството, в училище, в политиката и държавата/; изказването на мнение, различно от това на началника, не се толерира; работниците и служителите като правило не участват при вземането на решения; централизацията на властта е приемлива и очаквана; работниците не проявяват инициатива, те очакват началникът да им каже какво да правят. Всички тези особености не допринасят за проява на желание и мотивация за иновативност, създаване на социално предприятие и съдействие за неговото развитие и просперитет. Характерното за българския менталитет голямо властово разстояние влияе негативно върху развитието на социалното предприемачество у нас.

Според нас за поддържането на менталитет, свързан с голяма властова дистанция допринася и почти половин вековният социалистически режим в страната, който силно налагаше точно такива отношения. А това подозрително прилича на целенасочено изграждане на менталитет, свързан с т.нар. в социалната психология „придобита безпомощност“.

Няколко са посоките на влияние на културата, свързана с голямо властово разстояние, върху отношението към социалното предприемачество:

- хората от култури с голяма властова дистанция не са склонни да проявяват висока загриженост - както на по-ниско равнище в рамките на работата им, така и за по-глобални проблеми /като защита на природата например/²³, а ядрото на социалното предприемачество е именно това – да си загрижен за общността и да търсиш начини да помагаш;

- друга посока на негативното влияние на голямата властова дистанция е отношението към иновациите – хора от култури с голяма властова дистанция не са склонни да проявяват гъвкавост и да приемат иновационни идеи и практики;

- характерно за тях е и друго /също противоположано на социалното предприемачество/- те имат висока толерантност към социалното неравенство ²⁴.

- и още нещо, установено от Ринглов и Золо²⁵ - голяма властова дистанция като характеристика на менталитета влияе отрицателно на корпоративната отчетност – а това също е вредно за социалното предприемачество.

Изводът – голямата властова дистанция като характеристика на българския мента-

²³ Waldman, D. A., Sully de Luque, M., Washburn, N., House, R. J., Adetoun, B., Barrasa, A., ... Wilderom, C. P. M. (2006). Cultural and leadership predictors of corporate social responsibility values of top management: A GLOBE study of 15 countries. *Journal of International Business Studies*, 37, 823–837. doi:10.1057/palgrave.jibs.8400230 <https://asu.pure.elsevier.com/en/publications/cultural-and-leadership-predictors-of-corporate-social-responsibi>

²⁴ Rinne, T., Steel, G. D., & Fairweather, J. (2012). Hofstede and Shane revisited the role of power distance and individualism in national-level innovation success. *Cross-Cultural Research*, 46, 91–108. <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/1069397111423898>

²⁵ Ringov, D., & Zollo, M. (2007). The impact of national culture on corporate social performance. *Corporate Governance: The international journal of business in society*, 7, 476–485. [https://scholar.google.bg/scholar?q=Ringov,+D.,+%26+Zollo,+M.+\(2007\).+The+impact+of+national&hl=bg&as_sdt=0](https://scholar.google.bg/scholar?q=Ringov,+D.,+%26+Zollo,+M.+(2007).+The+impact+of+national&hl=bg&as_sdt=0)

литет влияе негативно върху развитието на социалната икономика и социално предприемачество. Уместно да се полагат усилия тази страна от нашите нагласи постепенно да се променя.

Женствена култура

По аналогия с обичайно приетите в обществото джендър особености на мъжете и жените, Хофстеде нарича следващата културна опозиция „мъжествени - женствени култури“. Докато за хората от мъжествените култури е характерна борбеност, амбициозност, стремеж към високи постижения и лидерство, състезателен дух, решаване на конфликтите с борба и пр., на женствените култури са присъщи гъвкавост, грижа за слабите, скромност, внимателност и съчувствие, разрешаване на конфликтите с преговори, афинитет към равенството, солидарност и качеството на живота като важна ценност.

България със своя бал от 40 точки се отнася към женствените култури. В сферата на работата разликата между мъжествените и женствените култури се изразява в следното²⁶:

Женствени – мъжествени култури

<p><i>Женствени култури</i> Работи, за да живееш; Мениджърите използват интуицията си и търсят съгласие; Ударение върху равенството, солидарността и качеството на работния живот; Разрешаване на конфликти посредством компромиси и преговори.</p>	<p><i>Мъжествени култури</i> Живей, за да работиш; От мениджърите се очаква да бъдат решителни и да се налагат; Ударение върху справедливостта, надпреварата между колегите и свършената работа; Разрешаване на конфликти посредством борба докрай.</p>
---	---

Има ли зависимост между типа култура по оста женственост-мъжественост и социалното предприемачество? Според резултатите от цитираното изследване на Кедменец и Стрешек, има – социокултурният климат при женствените култури е по-подходящ за развитие на социалното предприемачество. Следователно такива характеристики на нашата „женствена“ култура като грижа за другите, качеството на живот като ценност, позитивно отношение към равенството, солидарността и добрата работна среда, разрешаването на конфликтите с компромиси допринасят за интереса и стимулират социалното предприемачество у нас.

Силно избягване на неопределеността

Животът ни е изтъкан от неопределеност и несигурност, което определено генерира базова тревожност. Културите се различават според чувствителността си към тази базова неопределеност и несигурност на живота и съответно си изработват различни механизми за нейното неутрализиране /доколкото е възможно/.

Ето как се проявяват различията между двата типа култури това в сферата на работата²⁷:

²⁶ Хофстеде 2001:133

²⁷ Хофстеде 2001:174

<p><i>Култури със силноизбягване на несигурността</i> Емоционална потребност от правила, дори ако са неприложими; Времето е пари; Емоционална потребност да си зает; вътрешна потребност от усилена работа. Точността е естествена характеристика; Потискане на нестандартни идеи иповедение;съпротива към нововъведенията; Мотивиране чрез сигурност и зачитане или принадлежност</p>	<p><i>Култури със слабо избягване на несигурността</i> Не бива да има повече правила от абсолютно налжителното; Времето е ориентационна рамка; Чувство за спокойствие при бездействие; усилена работа само когато се налага; Точността трябва да се учи; Понасяне на нови нестандартни идеи и поведение; Мотивиране чрез постижения и зачитане или принадлежност.</p>
---	--

България със своите 85 точки е държава със силно избягване на неопределеността. Това означава, че не обичаме особено промените, отнасяме се доста нетърпимо към необичайно поведение и идеи, новото ни плаши, обичаме да има правила /които обаче нарушаваме /, предпочитаме да сме вечно заети и да работим упорито /имаме поговорка Залудо работи, залудо не стой/, усещането за сигурност е важен елемент от нашата ценностна система. Страхът от провали е силен и ни пречи да поемаме рискове. Неспокойни сме, изживяваме ситуацията на промяна като силно стресови.

Според проучването на Кр. Хаджиев за България, „В работния процес високите стойности на този показател се изразява в напрежение; високи нива на стрес; слаба инициативност; избягване на непознати рискове; нежелание да се работи в екип; отрицателно отношение към промяната; игнориране на обучението, в което липсват категорични формули (като курсове по стратегия, лидерство и работа в екип)“.²⁸

Подобни са изводите на К. Каменов и кол. : „Индивидите в българските организации са програмирани да чувстват, че всичко различно е опасно; имат съпротива към промяната; настроени са песимистично за възможността да повлияят на решенията, взимани от структурата на властта. Разработването на детайлни планове и избягване на риска е основна част от инструментариума на управлението. Фокусът се поставя върху *стратегическото планиране (разполагане на предварително дефинираните стратегически цели във времето)*, а *импровизирането* се възприема като *хаотични действия* в неограничена среда, породени от конюнктура, вместо като *свободни и целенасочени действия в рамките на корпоративната стратегия*.“²⁹

С характерното за нас силно избягване на несигурността можем да очакваме, че не сме склонни да поемаме рискове, да сме ентузиазирани от евентуални промени, да се стремим към иновативност, енергичност и поемане на инициатива – а това са все характеристики на истинското социално предприемачество.

Извод: силното избягване на несигурността като страна от нашия манталитет е силно препятстващ фактор за разгръщане на социално предприемачество у нас.

²⁸ Кристиян Хаджиев Мултикултурна бизнес среда – управленски подходи, ценности, тенденции и стереотипи НБУ <http://eprints.nbu.bg/3100/>

²⁹ Каменов, К., Кр. Хаджиев, Н. Маринова (2005) Управленският процес и екипната дейност., София, НБУ, стр. 125

Дългосрочна ориентация

Присъщо на манталитета на хората от някои култури е да са много спестовни, ценена добродетел при тях е да работят усилено, възможно е да посвещават живота си на възвишени, далечни идеали, опитват се да адаптират традициите към съвременния контекст; за постигане на главните си цели са готови да жертват дори репутацията си. Това е една прагматична култура - Хофстеде я нарича култура с дългосрочна ориентация. В другия край на оста са културите с краткосрочна ориентация - за тях добрата репутацията е най-важното нещо и се пази с всички сили; социалният натиск „да не изоставаме от съседите“ е много силен и в името на това могат да се правят неадекватно големи разходи; очакват се и са желани бързи резултати от работата, тук и сега; личната стабилност е високо ценена; спестяването не е популярно.

В сферата на работните отношения профилът на двата типа култури е следният³⁰:

Култури с дългосрочна и с краткосрочна ориентация

<i>Култури с дългосрочна ориентация</i>	<i>Култури с краткосрочна ориентация</i>
Адаптиране на традицията към съвременния контекст;	Зачитане на традициите;
Зачитане на социалните и статусни задължения в определени граници;	Зачитане на социалните или статусни задължения независимо от цената;
Пестеливост, пестене на ресурсите;	Социален натиск да си вкрак със съседа, дори ако това означава да харчиш повече, отколкото можеш да си позволиш;
Висока квота на спестяванията, фондове на разположение за инвестиции;	Ниска квота на спестяванията, малки суми за инвестиции;
Постоянство при бавни резултати. Желание да се подчиняваш заради определена цел;	Очакване за бързи резултати. Загриженост за запазване на лице;
Желание за зачитане на изискванията на Добродетелта	Желание за притежание на истината

Със своите 69 точки България се разполага в сегмента на прагматичните култури. По преценка на екипа на Х.Хофстеде „в общества с прагматична ориентация хората вярват, че истината зависи в голяма степен от ситуацията, контекста и времето. Те показват способност да адаптират традициите лесно към променените условия, силна склонност към спасяване и инвестиране, пестеливост и постоянство в постигането на резултати“³¹.

Как се отразява умерената ни дългосрочна ориентация и прагматичната насоченост върху бизнеса: „Ефектите върху бизнеса се изразяват в склонност към спестяване и инвестиране на свободните финансови средства. Поведението на мениджмънта се характеризира с постоянство и упоритост в процеса на реализиране на планираните цели, нулева толерантност към противоречията, търсене на абсолютната истина и стабилността при доминиране на потребността от получаване на съгласувана информация“³².

Извод: умерената дългосрочна ориентация оказва по-скоро слабо негативно влияние върху нагласите за социално предприемачество при българите.

³⁰ Хофстеде 2001:242

³¹ <https://www.hofstede-insights.com>

³² Генов, Ю., (2004) Защо толкова малко успяваме, София, Изд. „Класика и стил“, с. 208.

Култура на въздържанието

Културите се различават и по начина, по който се отнасят към /най-общо казано/ удоволствията в живота. Някои култури хората се отнасят позитивно и с разбиране към свободното задоволяване на основни и естествени човешки нужди, носещи радост и и наслада. Други култури се отнасят с голяма строгост и аскетизъм към удоволствията, които хората могат да си позволят и съответно създават санкциониращи социални норми в това отношение. Хората, принадлежащи към първия тип култури, са по-скоро с вътрешен локус на контрол – сами оказват контрол над своя живот и емоции, докато хората от култури на въздържанието регулират тези страни от живота си под въздействието на външни фактори и санкции.

България има много нисък резултат -16, в това измерение, което означава, че характерна за нея е силно въздържаща се култура. Хората от това културно измерение са доста песимистични, склонни към цинизъм. Въздържат се да удовлетворяват /поне явно/ своите желаниа. Не отделят много внимание да прекарат добре и с удоволствие свободното си време. В редките моменти, когато отделят време за себе си - време да се поглезят, правят това със скрито чувство за вина; силно ограничени са в поведението си от социалните норми.

Тук отново ще се позовем на изследването на Кедменец и Страшек . Те обобщават, че:

- хората от култури с присъщ хедонистичен стил на живот по-рядко укриват данъци;
- индексът за растеж при тях е по-висок;
- на хората от тези култури е по-присъщ вътрешен локус на контрол, нагласата, че техният живот зависи от тях самите, докато на хората от култури на въздържанието е присъщ по-скоро външен локус на контрол,

- хората от културите на въздържанието по-често се чувстват безпомощни,
- хората с увреждания от първия тип култури в по-голяма степен живеят с усещане, че могат да контролират социалната си активност, докато от втория не са склонни да се вълечат във функционални активности.

За съжаление присъщата ни ясно изразена култура на въздържанието и външен локус на контрол не допринасят много за изграждане на позитивни нагласи за занимания със социално предприемачество. Що се отнася до нагласите на хората с увреждания за включване в социалния живот, получаваме потвърждения от редица изследвания в България, че голяма част от тях наистина пасивно очакват някой да прояви особени усилия да ги вклюва, самите те нямат усещането, че /съобразно възможностите си, разбира се/ държат живота си в своите ръце.

Изводи

Според резултатите от изследванията особеностите на българския манталитет като социокултурен фактор за развитие на социалното предприемачество можем да приемем, че присъщият на манталитета ни колективизъм /бал 30/ е по-скоро неутрален фактор; женственият характер на културата ни /бал 40/ е подкрепящ каузата на социалното предприемачество фактор; високата властова дистанция /бал 70/ оказва негативно влияние; особено високото избягване на несигурността /бал 85/ е силен негативен фактор; умерено дългосрочната ориентация е по-скоро негативен фактор; културата на въздържанието /бал 16/ е по-скоро негативен фактор.

Но, разбира се, това са относителни неща. Социокултурните показатели действат в синхрон с всички останали фактори. Но е добре да сме наясно с тях, да се събра-

звяваме с тях, да се опитваме да ги контролираме в усилията да намираме най-верните подходи за развитие на социалното предприемачество.

Институционална и публична незабележимост

В България социалната икономика все още е до голяма степен институционално незабележим сектор. Вярно е, че има обективни предпоставки за това - приносът ѝ за икономическото развитие или трудовата заетост все още е минимален; институциите, а и гражданите гледат на нея като сектор, касаещ твърде малка част от гражданите /уязвимите социални групи – хора с увреждания, малцинствени групи, безработни/; тя е сравнително нов сектор, при това без ясни обективни параметри /да не забравяме, че преди да влезе в сила през м.май 2019 г. Законът за социалната и солидарна икономика, за да се отчетат от статистиката, социалните предприятия у нас ако желаеха, се самоопределяха като такива въз основа на няколко критерия/. Важно да се полагат сериозни усилия на всички равнища за излизане от инкогнито-позицията на социалната икономика. Те, според нас, следва да се насочат в няколко стратегически насоки:

А. Популяризиране стратегическа важност на социалната икономика

Основна отличителна черта и важно постижение на съвременната социална икономика е позицията ѝ на свързващо звено между капиталистическия сектор, представящ пазарните отношения и бизнес-интересите от една страна, и публичния сектор – сектора на обществените интереси и обществената ползност – от друга.

Смисълът на социалната икономика изобщо не се ограничава само до помощ на хора, заплашени от социална изолация, тя е израз на глобални обществени процеси и тенденции. Както се подчертава в доклада на Европейския икономически и социален комитет, „Социалната икономика си създава репутация на необходим институт за стабилен и устойчив икономически растеж, по-справедливи доходи и разпределение на богатството, постигане на съответствие между услугите и потребностите, увеличаване на стойността на икономическите дейности, които обслужват обществени нужди, коригиране на неравновесията на пазара на труда и задълбочаване и засилване на икономическата демокрация“³³. Мащабният икономически, социален, културен смисъл на социалната икономика някак се губи /дори и в текста на новия ни Закон за предприятията от социалната и солидарна икономика/, а би следвало всячески да се прокламира и популяризира.

Б. Повишаване гражданското участие при вземане на важни решения на държавно и местно равнище. В Оперативна програма „Развитие на човешките ресурси“ (2014 – 2020) социалната икономика и социалното предприемачество са изведени като отделен инвестиционен приоритет. Ако социалните институции от административния и публичния сектор придобият необходимия публичен авторитет, компетентност, активност, ако базовите им концепции, решения, дейности са актуални, научно подплатени и обществено ангажирани, те могат да се превърнат в значим обществен фактор, чиято дума да се чува при решаването на значими държавни и регионални

³³ СОЦИАЛНАТА ИКОНОМИКА В ЕВРОПЕЙСКИЯ СЪЮЗ Обобщение на доклада, изготвен за Европейския икономически и социален комитет от Международния център за изследвания и информация за публичната икономика, социалната икономика и икономиката на кооперациите (CIRIEC). Автори: Rafael Chaves и José Luis Monzón, , стр. 62

икономически, социални и граждански проблеми. През 2009 г. е обнародван т.нар. Кодекс на добрите практики за гражданско участие в процеса на вземане на решения, одобрен от Конференцията на международните неправителствени организации³⁴. Участието на гражданските организации в процесите на вземане на решения включва застъпничество, информация и осведомяване, експертно мнение и консултации, иновации, предоставяне на услуги, надзорни функции и пр. Необходими са повече усилия за реализацията на тези стратегически задачи.

В. Наболял е проблемът за *участие на социалните организации при обсъждане на въпроси, свързани с трудовите взаимоотношения*. Към момента в комисиите на различни равнища, в които се обсъждат трудови взаимоотношения, участват представители на правителството, на работодателите и на профсъюзите. Крайно време е това да се промени - социалната икономика е част от общата икономика, която засега не впечатлява с обем, но носи характеристики, които следва да са модел за цялата икономика в бъдеще – хуманност, поставяне на човека и неговото добруване в центъра на всички стратегии, интереси и дейности, справедливо разпределение на богатата /без с това да се загърбват бизнес интересите/ и пр. Поради това тя следва на равна нога да бъде представяна на масата на преговорите.

Г. Социалната икономика – фактор при формиране на политиката

За да стане разпознаваема, социалната икономика у нас следва да заеме подобаващо място не само в областта на икономиката, но и там, където се коват новите политики на гражданското общество - в институциите на държавната и местната власт, в образователните, културни, социални и политически институции. Неслучайно Европейският парламент определя социалната икономика като „фундаментален стълб и основа на европейския социален модел“, който включва взаимно подпомагане и консолидация, коопериране, подемане на инициативи от общ интерес, изграждане на ценностна система, съответстваща този модел.

Много важно е поддържане на диалог, сътрудничество и партньорство на местните и държавни структури с гражданските организации в областта – неправителствени организации, сдружения и пр. В осигуряването на достъп и публикуване на цялата информация, която е от обществен интерес, може да се черпи опит от добри практики на други държави. Началото на процеса се свързва с т.нар. Аархуска конвенция³⁵, след това през 2002 г. в своя документ „Общи принципи и минимални стандарти за консултация със заинтересовани страни“ Европейската комисия регламентира участието на граждански организации при вземането на важни решения³⁶.

Д. Необходимост от изграждане на позитивен образ на социалните органи-

³⁴ Кодекс на добрите практики за гражданско участие в процеса на вземане на решения, одобрен от Конференцията на международните неправителствени организации http://www.balkanassist.bg/files/Code_Bulgarian_final.pdf

³⁵ Международно споразумение от 1998 г., свързващо опазването на околната среда с човешките права. Ратифицирано от ЕС и предоставя на гражданите достъп до информация, участие във вземането на решения и достъп до правосъдие по въпроси, свързани с опазването на околната среда.

Носи името на датския град Аархус, където се е състояло подписването. <http://www.unecce.org/env/pp/>

³⁶ COMMUNICATION FROM THE COMMISSION Towards a reinforced culture of consultation and

зации

Гражданските организации, ангажирани в социалната икономика, следва да обръщат особено внимание за изграждане на позитивен образ за себе си и своята дейност в обществото. За съжаление това рядко се случва. Известна е силата на добрата реклама, както и минусите на това едно начинание да не се рекламира - както У. Стюарт находчиво отбелязва "Да правиш бизнес, без да рекламираш, е като да намигаш на момиче в тъмното. Знаеш какво правиш, но никой друг не знае". Като правило днес социалните организации недостатъчно публикуват и рекламират позитивна информация за постиженията си, която постепенно да преобърне общественото мнение в тяхна полза.

За по-бързо излизане от зоната на неразпознаваемост социалните организации следва на своите сайтове да осигуряват открит и свободен достъп до информация за своята дейност, за услугите, които предоставят, планове за работа, добри практики, предстоящи събития, представяне на конкретни казуси и тяхното решаване и пр. Информацията следва да бъде пълна, точна, разбираемо представена, поднесена интересно, своевременно да се допълва, да се представя в различни формати, за да е достъпна до всички. Уебсайтът следва да дава възможност за задаване на въпроси, оплаквания, благодарности от гражданите и осигуряване на компетентни отговори от страна на администрацията.

Междусекторна активност

Социалните организации, които би трябвало да са най-близо до проблемите на хората, следва да отчитат дълбоката взаимосвързаност на всички страни от техния живот. За да е пълноценен животът им, хората се нуждаят от храна, жилище и работа, но и от общуване, забавления, спорт, по-широки интереси, съзидателна активност за общото благо и пр. Ако искаме с грижа, внимание и разбиране да им помагаме, трябва непрекъснато да имаме предвид това широко ветрило от потребности и да съобразяваме своята дейност с него. Но доколкото е невъзможно едно социално предприятие да се нагърби с всички задачи, свързани с осигуряване добро качество на живота на хората от целевите си групи /обикновено то се специализира в 1-2 дейности/, решението според нас е създаване и поддържане на междусекторни връзки между разнообразни социални организации, публични институции и бизнеса. Това би обогатило възможностите за включване в трудовия и социален живот на нуждаещите се от целевите групи, би било от полза за местните общности и пр. На социалните предприятия и организации им „отива“ да инициират подобни контакти и мрежи, доколкото това е в снай-дълбоката им същност - да помагат за по-пълноценен живот на хората.

Има и по-универсални сфери от социалната икономика /разбирана в широк смисъл/, като например сферата на културата и изкуствата, на спорта, на екологията, на културното наследство и културния туризъм и пр., чиято дейност би могла хармонично да допълва проявленията на другите социални сфери. Нямаме предвид индивидуални или спорадични усилия, а създаването на структури, специално насочени към това.

Ако трябва да формулираме тази идея като тип подход, можем да го наречем **хोलистичен подход към целевите групи**. Той не е нещо екзотично, вече е популярен

dialogue - General principles and minimum standards for consultation of interested parties by the Commission

в такива сфери като медицината, психологията, педагогиката, екологията, мениджмънта и пр. В държавите от Европейския съюз подобно сътрудничество се реализира от години³⁷.

Култура и изкуства

При проучване на възможностите за подобряване качеството на живот на хората напоследък особено се подчертава значимостта на т.нар. „меки локационни фактори“ - по-хармонична жилищна среда, по-наситен и разнообразен културен и социален живот, осигуряване на възможности за добро образование, подходящи форми за „живо“ общуване между хората, формиране на нагласи и желание за активна почивка и прекарване на свободното време и пр. Доколкото обикновено в литературата по социалната икономика за социално предприемачество в сферата на културата и изкуствата изобщо не се говори, или те силно се подценяват като фактор за подобряване и хармонизиране цялостния начин на живот на хората, ще си позволим по-обстойна защита в тяхна полза.

Културата има важна мисия - да съдейства за формиране на националната културна идентичност на гражданите от региона; да съхранява и възпроизвежда регионалната културна специфика; да съдейства за изграждане на интелектуалния и културен потенциал на общността; да повишава културната компетентност на хората; да допринася за взаимното опознаване и разбирателство между хората от различни етноси, религии, социални прослойки и пр.; да е спойката за социална интеграция, солидарност, взаимно разбиране и взаимопомощ; да съдейства за преодоляване на предразсъдъците от всякакво естество – към различните от нас по етнически или религиозен признак, социална прослойка, хуманно отношение към хората, нуждаещи се от помощ; да обединява общността, съдейства за намаляване отчуждението между хората; културата е най-тясно свързана с усещането за благосъстояние и щастие.

Напредъкът в сферата на културата оказва съществено влияние върху развитието на такива важни за цялостното развитие на социалното предприемачество фактори като засилване на социалната съпричастност, взаимопомощ и чувство за отговорност към общността; повишаване на социалното сближаване; развитие на способността за креативност и иновации; повишена усетливост към нуждите на обществото като цяло и конкретно на местните общности; готовност за поемане на риск, водени от социално значими цели; развитие на образованието; повишаване на благосъстоянието; нарастване на гражданското участие и повишаване на активността и пр.

В тази рамка осигуряването на възможности за богат и разнообразен културен живот на хората от Благоевградска област чрез стимулиране на социалните предприятя от сферата на културата и изкуствата, придобива особена значимост. Културните празници, тържества, чествания, събития са мощен социален и културен интегратор, допринасят за изграждане и развитие на жизнени общности, участват при формиране културната идентичност на хората от региона, при подходяща организация засилват гражданската активност и допринасят за изграждане на иновативно мислещи хора, представят и разпространяват значими обществени каузи и пр.

Социалното предприемачество в културната сфера в Благоевградския регион е обвързано с по-общи и по-конкретни цели, насочени към:

³⁷ Десетки примери за добри практики в това отношение могат да се намерят в COOPERATIVES EUROPE ANNUAL REPORT 2.pdf

- Намаляване на диспропорциите в достъпа до култура;
- Подобряване на културната инфраструктура;
- Развитие на креативните индустрии в Благоевградския регион;
- Създаване на условия за развитие на културния туризъм, съхранение и социализация на материалното и нематериално културно наследство;
- Устойчиво развитие на региона; повишаване неговата привлекателност – както за живеена, така и за инвеститори и туристи;
- Създаване на нови работни места;
- Принос за икономическия растеж и нарастване на БВП.

Ясното осъзнаване важноста на социалната икономика в сферата на културата и изкуствата и детайлното познаване на проблемите в тази област би допринесло за по-ускореното ѝ цялостно развитие.

Данните показват, че по брой работещи в културния сектор като процент от работещото население, България е по-скоро в третата част от низходящата подредба на страните от ЕС³⁸. Известно е, че сериозна тенденция на пазара на труда днес е нарастване дела на временната заетост. В ЕС около 16% от работните места в културната сфера са временни, като напр. в Испания този дял е дори 30%. Но за България, Румъния и Ирландия тази тенденция като че ли не важи – при тях едва около 3% от работните места са със статут на временната заетост. Подобна уседналост вероятно не стимулира особено постоянен стремеж за подобряване качеството на работата, разширяване на дейността, въвеждане на иновативни практики и пр. Тук се очертава важна ниша за социалното предприемачество с неговата гъвкавост, иновативност, висока ефективност.

Социалното предприемачество има широко поле за дейност във всички сфери на културата и изкуствата в Благоевградска област, доколкото като общо състояние културният живот е с около 1/3 по-неинтензивен от средното за страната.

Би било уместно да се създават и промотират нови, иновативни културни форми - по-атрактивни, забавни и въздействащи в желана насока, привличащи повече участници, синтетични изкуства, по-интензивно използване на информационни комуникативни технологии, в чиито свят реално са потопени младите хора днес; разполагане на арт форми в нетрадиционни пространства – вкл. и улични атракции и ателиета, арт инсталации и пр.; смесване на форми, включващи изкуство + образование; култура + екология; култура + здраве и пр. Много подходяща форма е използването на състезателно, конкурсно начало, младите хора обичат да се състезават -като се обяви състезание за нещо в сферата на културата, особено с награди /не задължително парични/, могат да бъдат привлечени деца от училища, читалища, детски градини, спортни клубове, граждани.

Необходими са целенасочени усилия за привличане на **нови публики** от различни социални и културни слоеве, което предполага задълбочено обмисляне и разработване на последователна комплексна стратегия за намиране на действени подходи в тази насока. При всички случаи е уместно специално да се канят хората от целевите групи на социалните организации - хора с увреждания, заплашени от социална изолация и пр., да се подготви програма за повишаване на интереса и приобщаване на младите хора към културните събития.

От пасивни наблюдатели в активни участници. Много популярни са форми и методи, допринасящи за превръщане на публиката от пасивен в активен участник в

³⁸ Тук и по-долу всички статистически данни са взети от ЕВРОСТАТ за периода 2009 – 2015 г.

събитието. Публиката е готова за активно съучастие и при подходящ подход би го приела с отворени обятия. Добре е още при планирането на дейността да се предвидят стимулиращите зрителското съучастие елементи и те да се използват максимално. Съществуват и богати нови форми за привличане и активно съучастие на публиката /вкл. игри, състезания, флашмоб пр./, които могат да се използват интензивно. А ако се използват и възможностите на социалните мрежи за организиране на хората, събиране, провеждане на популярни събития, ефектът би бил многопосочен и значим. Ефектът на активизиране на широк кръг от участници от различни социални слоеве би могъл да се разшири и да се използва не само при самото представление, но и при всички етапи от подготовката и провеждането на културното събитие - още при етапа на планиране, през дизайна, организацията и реализация на цялостния замисъл. Добре би било за всеки етап да се търси максимално широко сътрудничество с хора от различни институции и организации, с различна етническа, културна, социална принадлежност. Още при подготовката ще се имат предвид целевите групи, към които е насочено събитието – техните потребности, нагласи и очаквания. Т.е. ще се използват т.нар. парципативни технологии, включващи също адекватно предварително информизиране на обществеността, създаване на дискуссионни форуми, блогове в Интернет, обсъждащи начинанието и пр. Така колкото повече хора се почувстват съпричастни, активни участници в подготовката на събитието, толкова повече би се мултиплицирал културният, социален и граждански ефект на събитието.

Културен туризъм

В Благоевградския регион има сериозни възможности за развитие на социално предприемачество в сферата на културния туризъм. В зависимост от надморската височина, релефа и местоположението, териториите на област Благоевград попадат в три климатични области: преходно-континентална (на север), преходно-средиземноморска (на юг) и планинска област. Водното богатство на Благоевградска област се формира от двете главни речни артерии Струма и Места и техните многобройни притоци от карстови извори в Пирин и Славянка и над 160 циркусни езера в Пирин и Рила. В областта има над 230 топли и студени минерални извора, като общият им дебит представлява 40% от дебита на минералните извори в страната. Те са чудесна предпоставка за изграждане на мрежа от модерни лечебно-оздравителни комплекси и плувни бази, за развитие на туризма като цяло.

Югозападните български земи притежават също забележително като мащаби и културно-историческа стойност културно наследство. Значителна част от него днес е социализирана и представлява един добър ресурс за развитието на културния туризъм в региона. Друга, немалка част подлежи на социализиране в бъдеще, което допълнително би засилило възможностите на Югозападна България за развитието на културния туризъм тук. Тези възможности се засилват особено от перспективите за съчетаване на културния туризъм с традиционно добре развития тук зимен, планински и ски-туризъм. Сред паметниците на материалното културно наследство в региона определено водещо място и като стойност, и като интерес от страна на туристическия поток има Рилският манастир. Разположен е на десния бряг в горното течение на Рилска река – Рила планина. Манастирът е най-голямото религиозно светилище на българите. Основан е в X век от св. Иван Рилски, приеман за най-големия небесен закрилник на българския народ. Манастирът е обект на мощно поклонническо

движение през Средновековието, Възраждането и до наши дни. В съвременния си вид е изграден основно през Възраждането. Заради изключителната си архитектурна, художествена и историческа стойност, Рилският манастир е обявен за паметник на Световното културно наследство – паметник на ЮНЕСКО.

Другият значим християнски манастир от Югозападна България е Роженският манастир. Разположен е в западните поли на Пирин, край с. Рожен. Най-голям интерес представлява манастирската църква, която е богато декорирана и съхранява високохудожествени образци на късно-средновековната и възрожденската монументална живопис, иконопис и художествена дърворезба. Недалеч от с. Рожен и Роженския манастир се намира град Мелник. Днес той е известен като най-малкият град на България с население едва от 200 души. Градът е със статут на национален архитектурен резерват, в който са запазени, консервирани и частично реставрирани редица паметници на средновековната и възрожденската българска култова и гражданска архитектура. Те представляват забележителен ресурс за развитието на културни туризъм тук. Част от представителните паметници на възрожденската жилищна архитектура днес функционират като своеобразни сканзени, предлагайки на туристите и местна кухня и дегустации на местни вина, което следва да отбележим като добра практика от сферата на туризма в региона.

Сравнително по-малко познати като ресурс за развитието на културния туризъм в региона на Югозападна България са импозантните и изключителни като културно-историческа стойност мегалитни светилища на древните траки. На първо място трябва да се поставят тези, до които има пряк достъп чрез съвременния автомобилен транспорт. Добър пример в това отношение са мегалитните светилища „Градището“, край с. Долно Дряново, община Гърмен. Светилището е едно от най-големите мегалитни свети места в Тракия със съхранени материални и нематериални свидетелства за култа по обезсмъртяването в Древна Тракия.

Важно място в културното наследство на Югозападна България заемат античните градове, които са частично проучени и в различна степен социализирани за нуждите на културния туризъм. На първо място като пример следва да се посочи римският град Никополис ад Нестум /при съвременния град Гоце Делчев/. В своята южна и югоизточната част градът е добре проучен по археологически път. След дълъг период на застои археологическите проучвания са подновени, а разкритите до този момент паметници са достъпни за туристите благодарение на реализираните от община Гърмен европейски проекти. Друг добър пример за успешно проучване и социализиране на античен паметник е античният град при съвременния град Сандански. Античното му име не е известно. Градът възниква тук във връзка с топлите минерални извори и се превръща в един от значимите антични центрове в региона на Средна Струма. В резултат на усилията на общината и привлечени значителни европейски средства за проучването и социализирането на културното наследство, днес могат да се видят експонирани редица антични сгради, подови мозайки и пр. Другият голям античен град на Средна Струма е Хераклея Синтика, разположен в подножието на планината Кожух. Археологическите проучвания тук бяха подновени едва през последните години. Социализацията на паметника предстои.

През последните 15-тина години Община Благоевград заедно с Регионалния исторически музей-Благоевград направиха усилия за проучването и социализирането на паметниците от римската епоха в общината. Проучена беше цялостно по архео-

логически път голяма късноантична сграда край с. Дренково. Към него следва да се добави и новооткритото и проучвано понастоящем римско селище „Скаптопара“ попадащо в трасето на автомагистрала „Струма“. Пример за добре поддържан и социализиран значим материален паметник на културата в региона е Самуиловата крепост на територията на община Петрич. За съжаление далеч не може да се каже същото за много добре социализираната в миналото средновековна крепост „Момина кула“ на Средна Места – община Гоце Делчев. Паметникът представлява една от най-добре запазените средновековни крепости у нас.

Друг голям ресурс за развитието на културния туризъм в региона на Югозападна България представляват архитектурните резервати. Сред тях като водещ пример следва да се посочи архитектурно-историческият резерват Вароша в Благоевград. Разположен в сърцето на областния град, архитектурният ансамбъл от традиционни възрожденски жилищни сгради е добре поддържан. Вписан е в съвременния културен живот – къщите функционират като художествени ателиета, сгради на Детския център по изкуствата, битови заведения, хотели, сувенирни магазини, музеи и пр. По близък начин изглежда и функционира историческият център на град Банско със съхранената, реставрирана и добре поддържана традиционна жилищна архитектура, пресъздаваща атмосферата на града през Възраждането, при това добре вписана в съвременния обществен и културен живот. Далеч не толкова добре изглеждат нещата с архитектурните резервати с. с. Ковачевица /община Гърмен/ и с. Долен /община Сатовча/, разположени в Западните Родопи. В тях са съхранени и реставрирани уникални паметници на представителната жилищна и църковна архитектура в Родопите от Възраждането. На фона на невероятно красивия планински пейзаж, тези паметници представляват безценен ресурс за развитието на културния туризъм в региона на Югозападна България, както и на социалното предприемачество в тази област.

В последните години поради оттеглянето на практика на държавата, включително и като контрол върху състоянието на паметниците на културата, вече сме загубили няколко уникални архитектурни паметника на традиционната българска родопска къща. Тук социалното предприемачество като една по-гъвкава и свързана с бизнеса стопанска и социална система би могло също да помогне за преодоляването на иначе изглеждащите непреодолими проблеми сас съхраняването на паметниците. Интересен и положителен пример е архитектурният резерват с. Делчево, община Гоце Делчев. Заради близостта си до града, селището и до днес е живо и паметниците на културата се поддържат в добър вид. Традиционният фестивал на Еньовден, организиран и поддържан от община Гоце Делчев, засилва допълнително туристическия интерес към този автентичен български архитектурен резерват от епохата на Възраждането.

Близък по характер е и архитектурният резерват с. Пирин, община Сандански. Селището представлява уникален и неоченим ресурс за развитие на културния туризъм в региона - както с архитектурата на традиционната пиринска къща, така и със съхранения си автентичен фолклор. Отдалечеността му от общинския център и липсата на работа за местното население води до бързото обезлюдяване на селището, до изоставянето на уникални архитектурни образци, редица от които вече са полуразрушени или неизбежно ще се разрушат в бъдеще.

Значим ресурс за развитието на културния туризъм в Югозападна България представляват музеите в региона. В тях се съхраняват и експонират недвижимите памет-

ници на културата. Регионът на Югозападна България притежава добре развита музейна мрежа. В област Благоевград функционират 7 музея, регистрирани по Закона за културното наследство: Регионален исторически музей – Благоевград; Банско /4 музейни комплекса/ ; в Белица – исторически музей; в гр. Гоце Делчев – исторически музей; в гр. Петрич – градски музей; в Разлог – исторически музей; в гр. Сандански – археологически музей.

Данните от Националния статистически институт сочат, че като богатство на музейните фондове, брой посещения и количество музейни експерти регион Благоевград стои добре на националната музейна карта, което е свидетелство за интерес към културното наследство на региона и добро условие за развитието на културния туризъм, както и на социалното предприемачество.

Добра стъпка в тази посока е и създаването на специална Програма за устойчиво развитие на туризма в община Благоевград за периода 2015 – 2019 г., чиято основна цел е „... утвърждаването на Благоевград като модерна туристическа дестинация със свой облик и място на туристическата карта на България и Европа“. Особено ценна стъпка е SWOT анализът за състоянието на културния туризъм в община Благоевград. Като силни страни в него са посочени Архитектурният комплекс Вароша в Благоевград, църквата „Въведение Богородично“, РИМ Благоевград, близостта до развити туристически обекти като Рилски и Роженски манастир и пр. Като слаби страни - липсата на финансиране на културно-историческите дейности по Закона за туризма, липса на статистически данни за туристо-потока в Благоевград, остарял сграден фонд, фондохранилища и експозиции в РИМ -Благоевград, липса на единен координационен център за развитие на музеен туризъм и пр. Сред възможностите за развитие са посочени: разработване и предлагане на туристически атракции, подготовка на кадри в областта на екскурзоводското обслужване, ситуиране на сувенирни центрове край туристическите обекти. Разработване на подобен SWOT анализ би бил полезен и за всички общини в регион Благоевград.

Развитието на социално предприемачество в сферата на културния туризъм несъмнено би повишило интереса на чуждестранни и български туристи и би подобрило показателите за туристопотока в Благоевградския регион. Това би подобрило и нашите културни показатели - по посещение на т.нар .културни забележителности - исторически паметници, музеи, художествени галерии и архитектурни обекти, гражданите на ЕС са сравнително по-активни от българите. Ако при нас процентът на посещаващите културни забележителности е 28, за Германия и Чехия той е два пъти по-висок. Но спрямо съседите ни – Гърция, Турция и Румъния, българите проявяват малко по-силен интерес към паметниците на културата /средно с около 5-8%/. Как се променя във времето този интерес? В повечето държави се забелязва неговият, но все пак ръст на броя на посещенията, в България е налице обратна тенденция /поне до 2011г./ - от 30% през 2007 г., през 2011 той намалява до 28%. Може би е време да се разчупят, обогатят, „оцветят“ в съвременна тоналност традиционните форми на музейно представяне – за да се вписват в съвременния начин на живот и вкусове на хората.

Развитието на социално предприемачество в сферата на културния туризъм в Благоевградския регион в немалка степен се влияе и от геополитически фактори. Отварянето на границите с Р Гърция след присъединяването ни към ЕС дава нови, неизползвани досега възможности за създаване на общи културни маршрути, включващи водещи културни дестинации от Югозападна България и Егейска Гърция.

Кратки биографични данни

Мария Вълкова е доцент към Факултета по изкуствата, ЮЗУ „Неофит Рилски“. Научните ѝ интереси са в областта на социалните взаимодействия, култура и личност, психология на личността и пр. Има публикувани 4 книги, над 20 студии и статии. Участва в 3 проекта по европейски програми, на 2 от които е ръководител.

Йордан Гошев е професор в ЮЗУ „Неофит Рилски“, доктор на науките. Декан на Факултета по изкуствата към ЮЗУ „Неофит Рилски“ и ръководител на катедра Музика. Автор на 3 симфонии и над 20 други музикални произведения, Лауреат на национални и международни конкурси по композиция. Има издадени 5 учебника и редица други издания - печатни и върху CD. Участва в 3 проекта по европейски програми, като на един от тях е ръководител.

Васил Марков –преподавател по културно наследство и културен туризъм в специалностите към катедра Културология. Заместник декан на Факултета по изкуствата към ЮЗУ „Неофит Рилски“. Има публикувани 10 научни монографии и над 80 студии и статии в областта на културното наследство и културния туризъм. Автор е на 2 учебника. Участва в 4 проекта по европейски програми, на 1 от които е ръководител, в 2 национални проекта и в 19 университетски проекта, на които е ръководител.

Димитрия Спасова е главен асистент в ЮЗУ „Неофит Рилски“. Тя защитава докторска дисертация през 2010 г. Преподавател по теория и история на културата, културно наследство и културен туризъм в катедра „Културология“ към Факултет по изкуствата. Автор на 1 монография и статии в областта на културното наследство. Участва в 4 европейски и множество университетски научно-изследователски проекти.

Антон Генов е главен асистент в ЮЗУ „Неофит Рилски“. Защитава докторска дисертация през 2010 г. Участва в множество конференции и проекти по европейски и университетски програми. Научните му интереси се в областта на древни култури, тракология, фолклор, културно наследство и др.

Ас-д-р Валери Димчев- завършва НУФИ – Широка лъка и АМТИИ Пловдив. Защитава ОНС „доктор“ в ЮЗУ „Неофит Рилски“ през 2018, преподавател. Автор е на множество пиеси за тамбура и аранжimenti на народни песни.

Maria Valkova is Associate Professor at the Faculty of Arts, SWU“Neofit Rilski“. Her academic interests are in the field of social interactions, culture and personality and personality psychology. She has published 4 books, over 20 studies and articles, participated in three projects in European programs, being a project manager for two of them. E-mail: m.v.valkova@abv.bg

Yordan Goshev is a professor at SWU „Neofit Rilski“, Doctor of Science. Dean of the Faculty of Arts at SWU „Neofit Rilski“ and Head of the Department of Music. Author of 3 symphonies and over 20 other musical works, Laureate of national and international competitions in composition. There have been published 5 textbooks and a number of other publications - printed and on CD. He has participated in three projects in European programs, being a project manager for one of them. E-mail: yordan_goshev@abv.bg

Vassil Markov is a professor at SWU „Neofit Rilski“, Doctor of Science. lecturer in cultural heritage and cultural tourism in the specialties of the Department of Cultural Studies. Deputy Dean of the Faculty of Arts of South-West University „Neofit Rilski“. He has published 10 academic monographs and over 80 studies and articles on cultural heritage and cultural tourism. Author of two textbooks. He has participated in 4 projects in European programs, one of which as a manager, two national projects and 19 university projects, for which he was a project manager.

E-mail: ve22@abv.bg

Dimitria Spassova is Chief Assistent at SWU „Neofit Rilski“. She holds a PhD at SWU „Neofit Rilski“ gained in 2010, and is a lecturer in theory and history of culture, heritage and cultural tourism. Author of one monograph and articles in the field of cultural heritage. She has participated in 4 European and many university research projects. E-mail: dimitria_@abv.bg

Anton Genov is Chief Assistent at SWU „Neofit Rilski“. He holds a PhD at SWU „Neofit Rilski“ gained in 2017. He participated in numerous conferences and projects in European and university programs. His academic interests are in the field of ancient cultures, tracology, folklore, cultural heritage, etc. E-mail: vikingttt@abv.bg

Prof. **Valeri Dimchev** is Assistent at SWU „Neofit Rilski“. He graduated at AMTII Plovdiv. He holds a PhD at SWU „Neofit Rilski“ gained in 2018, and is now a lecturer. He is the author of numerous pieces of tambourine and arrangements of folk songs. .

E-mail: valeridimchev@gmail.com

**Предприемачеството като социално-икономическо явление:
основни теоретични аспекти и същностни характеристики**

Резюме

Настоящата статия има за цел да представи теоретичните концепции за предприемачеството и неговите съществени характеристики.

В статията се разглеждат основните научни тенденции в теорията на предприемачеството и възгледите на редица учени от началото на създаването на икономическата теория като цялостна наука и до днес. на. Анализират се концепциите за предприемачеството на А. Маршал, Дж. Шумпетер, Л. фон Мизес, П. Дракър и други изследователи на това явление. Разкрива се същността на понятията „предприемачество“ и „предприемачески дух“ и се извеждат основните характеристики и функции на предприемачите. Разглеждат се видовете предприемачество, като се обръща особено внимание на социалното предприемачество като специална форма, обединяваща социални и икономически цели, насочени към решаване на важни социални проблеми и създаване на социална добавена стойност.

Като предпоставка за успешен бизнес, въпросът за предприемаческите компетенции се повдига чрез изследване на тези на класиката на теорията за предприемачеството и учението на някои съвременни учени. Представен е моделът на Европейската комисия за обучение и компетентност за предприемачество. Определен е комплексът от знания, умения и опит, изисквани от съвременните предприемачи.

Направени са заключения, че предприемачеството трябва да се разглежда предимно в контекста на икономическото развитие на обществото и че правилните условия и среда са от особено значение за изпълнението на неговата социално-икономическа роля.

**Entrepreneurship as a socio-economic phenomenon:
basic theoretical aspects and essential features**

Abstract

This paper aims to present the theoretical concepts of entrepreneurship and its essential characteristics.

The thesis examines the main scientific trends in the theory of entrepreneurship and the views of a number of scientists from the beginning of the creation of the economic theory as a complete science to this day. The concepts of entrepreneurship of J.B. Say, A. Marshall, J. Schumpeter, L. von Mises, P. Drucker, and other researchers of this phenomenon are analyzed. The essence of the concepts of “entrepreneurship” and “entrepreneurial spirit” is revealed and the main characteristics and functions of the entrepreneurs are derived. The types of entrepreneurship are considered, with particular attention being paid to social entrepreneurship as a special form, uniting social and economic goals, aimed at solving important social problems and creating social added value.

As a prerequisite for a successful business, the issue of entrepreneurial competences is raised by examining the theses of the classics of entrepreneurship theory and the teachings of some modern scholars. The European Commission Model for Training and Competence for Entrepreneurship is presented. The complex of knowledge, skills and experience required of modern entrepreneurs is determined.

The conclusions have been made that entrepreneurship should be seen primarily in the context of the economic development of society and that the right conditions and environment are of particular importance for the fulfillment of its socio-economic role to have.

Key words: entrepreneurship, theoretical approaches to entrepreneurship, entrepreneurial spirit, characteristics of entrepreneurs, entrepreneurial functions, types of entrepreneurship, social entrepreneurship, entrepreneurial competencies

Въведение

Ролята на предприемачеството нараства непрекъснато в съвременната пазарна икономика. Неговият потенциал способства за създаването на нови предприятия, трансфер на нови технологии, внедряване на научни разработки, увеличаване на трудовата заетост, нарастване на националния доход и за решаване на редица други важни социални и икономически проблеми.¹ То е предпоставка за „повишаване на материалния и духовния потенциал на обществото, създава благоприятна почва за практическа реализация на способностите и таланта на всеки индивид“.¹ Същевременно според Л. Търоу без предприемачи икономиките обедняват и отслабват, старото не иска да си отиде, а новото не може да навлезе². Най-общо предприемачеството се определя като гръбнак на икономиката, основен двигател на икономическото развитие и “ключ на новата икономика”.

По тези причини предприемаческата проблематика вълнува еднакво теоретичната мисъл, както през 16-17 век, когато започва изграждането на икономическата теория като цялостна наука, така и днес. Интересът към нея е продиктуван от особените характеристики на това явление и ролята му в икономическите и социалните процеси. Стремешът на учените от различни области на науката да обяснят какво представлява то и в какво се изразява неговата значимост за обществено-икономическите процеси се претворява в постепенното изграждане на научнообоснована и непрекъснато развиваща се теория за предприемачеството.

Целта на настоящата разработка е да представи теоретичните постановки за предприемачеството и неговите същностни характеристики. За нейното реализиране са проучени и анализирани вижданията на учени от началото на създаването на теорията за предприемачеството до нашето съвремие.

1. Научни направления в теорията за предприемачеството

Предприемачеството като социално-икономическо явление се разглежда от позициите на икономиката, социологията, психологията, мениджмънта и други науки. Формираните възгледи отразяват многообразието на проблемите, свързани с неговото проявление. Теорията за предприемачеството се развива в контекста на фундаменталните проблеми на икономиката. Тя е част от икономическата теория, но заедно с това е съществен елемент от научните изследвания и на други социални и хуманитарни науки, защото третира не само икономически, но и социални, психологически и управленски проблеми на предприемачеството³.

Икономическата наука разглежда икономическите функции на предприемачеството, влиянието на външната среда и бизнес климата върху него, поведението на предприемача, предприемаческите ресурси, иновационните процеси, формирането на предприемаческия доход и печалба, икономическите отношения между предприемачите в условията на пазарно стопанство, взаимодействието между субектите на предприемаческия бизнес и др.⁴

¹ Яковлев, Г. А., 2010, Организация предпринимательской деятельности, изд. ИНФРА-М, М., с. 3

² Търоу, Л., 2000, Изграждане на благосъстояние. Новите правила за хората, компаниите и нациите в икономиката, основаваща се на познанието, изд. “Весела Люцканова”, С., с. 118

³ Мадгерова, Р., 2013, Икономически и социални измерения на предприемачеството, УИ „Неофит Рилски“, Благоевград, с. 6

⁴ Виж по-подробно Мадгерова, Р., 2013, Икономически и социални измерения на предприемачеството, УИ „Неофит Рилски“, Благоевград, с. 8

Психологията изучава мотивацията на предприемача, личностните му характеристики, неговото поведение, предприемачески потенциал и иновационно мислене, умението му да общува и да решава конфликтите, породени в процеса на общуването, екипността в предприемаческата дейност.⁵

Социологията разглежда социално-културната роля на предприемачеството, социално-демографския профил на предприемачите, жизнения им стил и очаквания и др.⁶

Науката за мениджмънта фокусира вниманието върху управленски въпроси на предприемаческата дейност, свързани с повишаване на ефективността, управленските функции на предприемачите, поставянето на цели, предприемаческите стратегии и др.⁷

На основата на възгледите на представителите на различните науки са обособени следните основни направления: икономическо, социокултурно, емпирично и личностно-поведенческо.

Икономическо направление. Макар че предприемачески практики съществуват още в древността, едва в 18 век за пръв път в научна разработка се употребява терминът „предприемач“ и се дава определение на явлението „предприемачество“. В това направление са обособени две концепции:

▲ епистемиологична концепция, която акцентира върху знанието и откривателската роля на предприемача;

▲ концепция за предприемаческата фирма, с основен представител М. Кейсън, който си поставя за цел „да създаде теория за фирмата, обяснена чрез предприемачеството“.⁸

Социокултурно направление. То включва няколко теоретични концепции: етно-религиозна концепция, концепция на межкултурните различия, вътрешно-национална културна концепция и социологическа концепция.

Етнорелигиозната концепция разглежда влиянието на религиозните фактори върху развитието на предприемачеството. Концепцията за межкултурните различия разкрива ролята на предприемачеството в транснационалните корпорации, проблема за ефективното им функциониране в условията на различни национални култури и зависимостта на предприемаческата активност от националните и културни особености. Вътрешнонационалната културна концепция изучава влиянието на спецификата на националните културни фактори върху предприемачеството. Социологическата концепция акцентира върху необходимостта от подходящи социално-културни условия за създаването и растежа на предприемаческата икономика.⁹

Емпирично направление. Направлението, чийто основен представител е П. Дракър, интегрира теоретичните концепции и практиката, като дава отговор на практически въпроси на предприемачеството, обогатява знанието за предприемаческия бизнес и насочва вниманието към действието.¹⁰

Личностноповеденческо направление. Учените от това направление разглеждат особеностите на компетенциите и поведението на предприемача, продиктувано от

⁵ Пак там, с. 8-9

⁶ Пак там, с. 9

⁷ Пак там, с. 8-9

⁸ Casson, M., An Entrepreneurial Theory of the Firm, WP, University of Redding, 1998, p. 2, <http://www.druid.dk/conferences/summer1998/conf-papers/casson.pdf>

⁹ Виж по-подробно: Коев, Й., Предприемачеството, 2007, ИК „СТЕНО“, Варна, с. 34-39

¹⁰ Мадгерова, Р., 2013, Икономически и социални измерения на предприемачеството, УИ „Неофит Рилски“, Благоевград, с. 11

неговите личностни качества и проявяващо се в неговите конкретни действия. В него са обособени два аспекта – изучаване на отделни черти на личността на предприемача и изучаване на предприемаческия потенциал.¹¹

2. Развитие на теорията за предприемачеството

Принос за развитието на теорията за предприемачеството имат редица учени. За пръв път терминът „ предприемач“ се въвежда от Р. Кантилон през 1725 г. в труда „Очерк за природата и търговията въобще“¹². Кантилон разкрива, че предприемачеството е икономическа дейност, която се осъществява в условията на постоянен риск и поради това основната предприемаческа функция е поемането на риск, който се проявява в условията на неопределеност при купуване по определени цени и продаване по неизвестни цени. На тази основа предприемачът е стопански субект, който поема отговорността за рисковете, произтичащи от неясния изход за осъществяваната от него икономическа дейност¹³.

През 1776 г. Адам Смит разкрива условията, необходими за осъществяването на свободната стопанска инициатива - свобода на индивида в стопанската му дейност и неограничена конкуренция¹⁴ и макар и да не използва терминът „предприемач“, за да обозначи стопанския субект, разкрива ролята на лицата, които управляват или използват капитала и рисковете, които те поемат.

Теорията за предприемачеството започва да се формира като цялостна концепция в началото на 19 век. Основно значение за това има трудът на френския икономист Жан Батист Сей (1803 г.) „Трактат по политическа икономия“, в който се разкрива същността и за пръв път се определят мястото и ролята на предприемача в икономическото развитие. Ж. Б. Сей разглежда предприемача като лице, което е готово да рискува в производствената дейност, имащо активна роля в създаването на продукта, организирането на производството, използването, съединяването и комбинирането на производствените фактори с цел получаване на по-добри резултати, търсенето на нови производствени методи, осигуряването на капитал и работна ръка.

В края на 19 век английският икономист Алфред Маршал в своя труд „Принципи на политическата икономия“ (публикуван през 1890 г.) към дефинираните до момента фактори за производството земя, труд и капитал прибавя знанието и организацията, подчертавайки, че те съставляват „значителна част от капитала“, а предприемачеството се явява движещата сила на организацията.¹⁵ Маршал разкрива значението на разширяването на знанията и засилването на деловата предприемчивост. Като важна част от предприемаческата дейност той определя управлението на работната сила, а към функциите на предприемачите отнася главно управлението на предприятието и поемането на риск. Според него предприемачите създават нови продукти и подобряват организацията на производството. Те трябва да могат да прогнозираат промените в търсенето и предлагането и така да управляват производството, че да

¹¹ Виж по-подробно Мадгерова, Р., 2013, Икономически и социални измерения на предприемачеството, УИ „Неофит Рилски“, Благоевград, с. 11

¹² Цитираният научен труд е издаден за пръв път през 1755 г. във Франция.

¹³ Richard Cantillon -http://economicus.ru/cgi-ise/gallery/frame_rightn.pl?type=in&links=./in/kantilion/brief/kantilion_b1.txt&img=brief.gif&name=kantilion

¹⁴ Виж Смит, А., 2010, Богатството на народите, ИК „Пата“, С., с. 653

¹⁵ Маршалл, А., 1983, Принципы политической экономии, I ч., изд. „Прогресс“, М., с. 208

се осигурява „най-голям ефект в удовлетворяването на човешките потребности.“¹⁶ Рискът, с който се сблъскват всички предприемачи, А. Маршал определя като предприемачески риск (*trade risks*).¹⁷ Той разглежда предприемаческите качества като предпоставка за успеха или неуспеха на бизнеса¹⁸ и определя като особено важни способността за предвиждане на бъдещето, организаторските умения, творчеството, умението за изучаване на тенденциите на пазара, за усъвършенстване на организацията на дейността и за избиране и назначаване на персонала на длъжности, съобразени с неговата квалификация.¹⁹

Предприемаческата дейност се определя като четвърти фактор на производството и от Джон Бейтс Кларк. Според него предприемачеството е динамичен фактор, координиращ производствените фактори с оглед задоволяването на човешки потребности и усъвършенстването на производствения процес²⁰. Той посочва, че предприемаческата дейност е предпоставка за получаване на печалба от капиталиста и че свободната конкуренция се стреми да даде на предприемача това, което се създава с координиращата функция²¹. С това Кларк определя нова функция на предприемача – координатор на производството, който съединява производствените фактори.

Върху съвременните възгледи за предприемачеството са оказали и продължават да оказват влияние теоретичните постановки на Йозеф Шумпетер. Той разглежда предприемачеството като деен социално-икономически феномен и двигател на прогреса и издига идеята за предприемача като новатор.²² Основната негова идея за предприемачеството е, че то е новаторство и цялата предприемаческа дейност е свързана с това.²³ Според него главното в предприемачеството е иновацията, която е основен фактор на икономическия прогрес, способства за проявление на нов тип конкуренция, по-действена от ценовата, а нововъведенията на предприемачите на базата на използването на нови комбинации, налагат промени в пазарите и влияят върху развитието на икономиката и икономическия растеж.²⁴

В концепцията на Шумпетер предприемачите се определят като „движеща сила на реорганизацията на икономическия живот на основата на по-голяма частностанпанска целесъобразност“, революционери в икономиката и инициатори на социална и политическа революция. Като основни фактори за развитие на предприемачеството Шумпетер посочва състоянието на стопанско-политическата среда, която предопределя начините за прилагане на нови комбинации и мотивацията за предприемаческа дейност, организационно-стопанското новаторство и икономическата свобода (без намесата на държавата в предприемаческата дейност).²⁵

¹⁶ Пак там с.376- 378; 382

¹⁷ Пак там, с. 297

¹⁸ Пак там, с. 396-399

¹⁹ Пак там, с.366-367

²⁰ Clark, J. B., [1899] 1954, , The Distribution of Wealth. In: Source Readings in Economic Thought, Ed. by P. C. Newman, A. D. Gayer, M. H. Spencer, N. Y.: W.W.Northon, p. 196

²¹ Виж: Горфинкель, В., Я., В.А. Швандар, Е.М. Купряков и др., 1997, Курс предпринимателства, изд. ЮНИТИ, Москва, <http://www.bibliotekar.ru/biznes-39/index.htm>

²² Виж Шумпетер, И. А., 1982, Теория икономического развития, изд. Прогресс, М. (първо издание 1911 г.)

²³ Мадгерова, Р., 2013, Икономически и социални измерения на предприемачеството, УИ „Неофит Рилски“, Благоевград, с. 65

²⁴ Пак там, с. 58

²⁵ Шумпетер И.А., 1982, Теория икономического развития. Прогресс, М., с. 189

Необходимо е да се отчете и приноса на Лудвиг фон Мизес за обогатяването на теорията за предприемачеството. Счита се, че той е създал „един от най-добрите теоретични модели на предприемачеството.“²⁶ Мизес разглежда предприемачите като агенти на развитието. Той разкрива действияния характер на предприемачеството, като посочва, че то е насочено към промяна и целта на предприемаческите дейности е „да адаптират производствените процеси към ново състояние.“²⁷ Според Мизес в термина „предприемач“ се съдържа определена функция, която „не е конкретна характеристика на специална група или класа хора; тя е вътрешно присъща на всяко действие и лежи на раменете на всеки деятел“ и този термин „означава: действащ човек, разглеждан единствено от гледната точка на несигурността, присъща на всяко действие.“²⁸ Или, предприемачеството може да съществува само в динамичната пазарна икономика, в която „всеки деятел винаги е предприемач и спекулант.“²⁹ Мизес посочва, че пазарното стопанство е единственото, което под влияние на конкуренцията поражда истинска свобода и е важна среда за съществуването на предприемачеството, изтъквайки, че в пазарната икономика винаги ще има предприемачи.³⁰ Концепцията на Мизес насочва вниманието към връзката на предприемача с пазара, удовлетворяването на потребностите на потребителите и поведението на потребителите като определящ фактор за състоянието на предприятието.³¹ Той подчертава, че предприемачите са хора, които първи осъзнават разликата между това, което се прави и това, което може да бъде направено и на тази база те са движещата сила на пазарния процес и като такава управляват всички икономически процеси в пазарното общество.³² Мизес въвежда в понятийния апарат термина „предприемач-пионер“. По този начин той характеризира „тези, които са по-инициативни, по-авантюристично настроени и с по-бързо око от тълпата“ и които се отличават от останалите предприемачи по своя неспокоен дух и желанието да извлекат възможно най-големи печалби. Тези качества тласкат непрекъснато предприемачите-пионери към нововъведения и подобрения и са движеща сила на пазара.³³ Мизес определя стремежът към печалба като основна функция на предприемача и движеща сила в пазарната икономика.³⁴ В тази връзка той подчертава значението на максималното удовлетворяване на потребителите, приспособяването на предприемаческите „планове към пазарната ситуация“ и по-доброто разбиране на условията, които ще съществуват на пазара в бъдеще³⁵ за извличането на печалба. Както и останалите учени, той разглежда и предприемаческият риск, като посочва, че предприемачът „рисува да загуби средствата си“ и затова се стреми да предотврати или намали финансовите и политическите рискове – финансовите чрез „създаване на резерв за покритие на случайните загуби“,

²⁶ Коев, Й., 2007, *Предприемачеството*, ИК „СТЕНО“, Варна, с. 23

²⁷ Мизес, Л., ф., 2011, *Човешкото действие*. Трактат по икономика, ИК „МАК“, С., Четвърто прераб. изд., с. 321-322 (първо издание 1949 г.)

²⁸ Пак там, с. 280

²⁹ Пак там, с.280

³⁰ Пак там, с. 308-312

³¹ Виж по-подробно Мадгерова, Р., 2013, *Икономически и социални измерения на предприемачеството*, УИ „Неофит Рилски“, Благоевград, с. 75

³² Мизес, Л., ф., 2011, *Човешкото действие*. Трактат по икономика, ИК „МАК“, С., Четвърто прераб. изд., с. 352; 359

³³ Пак там, с. 283

³⁴ Пак там, с. 324

³⁵ Пак там, с. 315

а политическите на базата на доброто познаване на своята работа чрез навременно предвиждане на политическите опасности.³⁶

Проблемът за предприемачеството има своето място и в съвременните теоретични разработки. Всепризнат е приносът на Питър Дракър за развитието на теорията и практиката на предприемачеството. Съвременните изследователи на предприемачеството го определят като „най-влиятелен автор, водещ изследовател и авторитет в областта на мениджмънта“ и за „баща на предприемачеството“.³⁷ Дракър разглежда предприемачеството в тясна и неотменима връзка с новаторството, развитието и промяната и определя нововъведението като функция на предприемачеството. Той подчертава, че новаторството и предприемачеството са целенасочени задачи и систематична работа, които е необходимо да бъдат организирани, важна част от ръководната дейност, изразяващи се чрез конкретните действия и поведение, а не чрез отличителните черти и психологията на предприемачите, а предприемачът-новатор следва да търси благоприятните възможности и да ги използва в своя изгода³⁸. Той подчертава важната роля на знанието за реализирането на предприемаческата и новаторската дейност, като изтъква, че за предприемача то е средство³⁹. А промяната той разглежда като необходимост за предприемачите, поради което те винаги я търсят, „реагират на нея и я експлоатират като възможност.“⁴⁰

Дракър определя предприемачът като човек, който открива свой собствен нов малък бизнес. Но условието да бъде този бизнес предприемачески е предприемачите да правят неща, които не са извършвани до момента, да представят нещо ново, да прилагат „управленски подходи и управленски методи (питайки какво е „ценно“ за клиента), стандартизирайки „продукта“, проектирайки производствения процес и използваните инструменти, подчинявайки обучението на персонала на резултатите от анализа на работата, която трябва да бъде направена“, да създават нов пазар, нови клиенти, нова потребност, да създават и удовлетворяват ново потребителско търсене.⁴¹

Заедно с това обаче, той посочва, че предприемачество съществува и в големите предприятия - „предприятието не е нужно да бъде малко и ново, за да е предприемаческо“, „предприемачеството се практикува и от големи и често стари предприятия“, но те са предприемачески поради „специфичните характеристики, различаващи се от размера и растежа.“⁴² Според него в практиката съществува „вътрешнофирмено предприемачество“, като предприемачи са мениджърите на различните отдели.

Дракър въвежда понятията предприемаческа икономика, предприемаческо управление и предприемаческо общество. Според него „появата на предприемаческата икономика в определена степен е както културно и психологическо, така и икономическо или технологическо явление. Но каквито и да са причините, резултатите преди всичко са икономически.“⁴³ Предприемаческото управление той определя като различно от съществуващото, което обаче „трябва да бъде систематизирано, организирано, целенасочено упра-

³⁶ Пак там, с. 281

³⁷ Годоров, К., 2011, Бизнес предприемачество. Част I. Основи. Създаване на нов бизнес, изд. БАР-МП, С., с. 217

³⁸ Дракър, П., 1992, Новаторство и предприемачество. изд. „Хр. Ботев“, С., с. 3; 37 (първо издание 1985 г.)

³⁹ Пак там, с. 4-5

⁴⁰ Пак там, с. 39

⁴¹ Пак там, с. 31

⁴² Пак там с. 32-33

⁴³ Пак там, с. 24

вление“, „отделните предприемачи да бъдат подготвени за решения, свързани с тяхната собствена роля и техните собствени задължения“, а мениджърите да бъдат жадни за нови неща.⁴⁴ А когато става дума за управление на новосъздадено предприятие, предприемачът трябва да се придържа към четири изисквания, определени от Дракръ по следния начин: фокусиране върху пазара; финансова прогноза и планиране на паричните потоци и на капитала, необходим за бъдещи периоди; изграждане на екип от висши управленци и решение относно собствената роля на предприемача, областта на работа и взаимоотношенията.⁴⁵ Дракръ доказва, че новаторството и предприемачеството са необходими и трябва да станат обединителна сила за развитието на предприемаческото общество, в което не само стопанските предприятия, но и обслужващите институции трябва да бъдат предприемачески.⁴⁶ Той разкрива областите, в които предприемаческото общество се нуждае от социално новаторство – грижа за преподготовка на „излишните работници“ и „системно отстраняване на негодните политики и остарелите институции за обществени услуги“ и в този смисъл поставя на вниманието въпроса за ролята на образователната система за непрекъснатата подготовка на индивидите през целия живот.⁴⁷

В постановките на П. Дракръ съществено място заемат идеите за знанието и обучението на предприемачите. Предприемачеството се научава и затова „всеки, който притежава способността да приема решения, може да се научи да бъде предприемач и да се държи като предприемач.“⁴⁸ За успешното реализиране на предприемачеството и новаторството според Дракръ е необходимо да се търсят и използват благоприятните възможности.

Както и останалите автори, П. Дракръ отчита рисковете в предприемаческата дейност, но счита, че предприемачеството е по-малко рисковано от оптимизацията.

Дракръ формулира четири основни предприемачески стратегии, водещи към успешен бизнес, а именно „Най-бърз с най-голямото“, „Бий ги там, където ги няма“, „Екологични ниши“ и „Изменящи се ценностни характеристики“. Както Дракръ посочва, целта на първите три стратегии е да се приложи нововъведение, докато що се отнася до последната стратегия, самата тя е нововъведение, тъй като чрез нея се променят ценността, полезността и икономическите характеристики на продуктите и се създават клиенти.⁴⁹

Научните възгледи на изследователите на предприемачеството от различни епохи и школи са оказали и продължават да оказват влияние върху развитието на теорията за предприемачеството. Те са важен фактор за формирането на стройна научна концепция за предприемачеството и източник на знания и идеи за практическото реализиране на предприемаческата дейност. Те „отразяват многообразието и проявлението на различни негови характеристики, характерът му на икономическо явление, вид икономическа активност в условията на пазарното стопанство, но и на социално и културно явление, отразено в трудовете на изследователи от различни области на науката - икономисти, социолози, психолози, културолози и др.“⁵⁰

⁴⁴ Пак там, с. 185; 195

⁴⁵ Пак там, с. 244

⁴⁶ Пак там, с. 327-328

⁴⁷ Пак там, с. 332-335; 341; 343

⁴⁸ Пак там, с. 36-37

⁴⁹ Пак там, с. 269-325

⁵⁰ Мадгерова, Р., 2013, Икономически и социални измерения на предприемачеството, УИ „Неофит Рилски“, Благоевград, с. 169-170

3. Понятието „предприемачество“

Предприемачеството е икономическа дейност, макар че има разнообразни проявление от социално, психологическо, културно и друго естество. Във връзка с това П. Дракър подчертава: „Вярно е, че появата на предприемаческата икономика в определена степен е както културно и психологическо, така и икономическо или технологическо явление. Но каквито и да са причините, резултатите преди всичко са икономически.“⁵¹

Предприемачеството е сложно и многоаспектно явление, което се проявява чрез конкретните действия на отделни индивиди със специфични характеристики, в резултат от които настъпват определени икономически и социални промени. То има действителен характер и на тази база води до промяна.⁵² Според Яковлев то повишава материалния и духовния потенциал на обществото и създава благоприятна почва за практическа реализация на способностите и таланта на всеки индивид. Негова основа е частната собственост, а двигател на развитието му е конкуренцията. Отличителните му черти са свобода в избора на насоките и методите на дейност и самостоятелност в приемането на решения.⁵³

Предприемачеството е форма на проявление на обществено-икономическите отношения в условията на пазарната икономика. То е главната движеща сила на икономическите процеси и един от основните фактори за растеж в условията на непрекъснато засилваща се конкуренция и глобализация.⁵⁴ К. Тодоров разкрива, че предприемачеството като двигател на съвременното социално-икономическото развитие се явява първопричина за редица процеси и събития⁵⁵.

Катализатор на предприемаческата дейност е икономическата активност на определена категория икономически субекти – предприемачите. Те способстват за развитието на пазарните отношения и конкуренцията. Тяхната цел е постигането на печалба в резултат от предлагането на пазара на продукти, удовлетворяващи потребителското търсене.

К. Тодоров посочва, че термините предприемачество и предприемач произтичат от френските думи *entreprendre* (предприемам нещо) и *entrepreneur* (посредник или откривател на възможности). Според него основната идея, заложена в понятието е, че предприемачът е човек, който организира и управлява дадено бизнес начинание (някаква общественополезна дейност) и поема голяма част от свързания с това риск⁵⁶.

Американският изследовател на предприемачеството М. Гордън подчертава: “Предприемачеството не е някаква мистерия. То се заключава в стремежа да правите нещата по-добре, да съумеете да спечелите клиентите и накрая да получите възнаграждения за успеха си”⁵⁷. Той счита, че предприемачеството е събирателно от три фактора – нагласа, действия и процес, които се изразяват в следното:

⁵¹ Дракър, П., 1992, Новаторство и предприемачество. изд. ”Хр. Ботев”, С., с. 24

⁵² Мадгерова, Р., 2013, Икономически и социални измерения на предприемачеството, УИ „Неофит Рилски“, Благоевград, с. 171

⁵³ Яковлев, Г. А., 2010, Организация предпринимательской деятельности, изд. ИНФРА-М, с. 3

⁵⁴ Мадгерова, Р., 2011, Аспекти на предприемачеството в малкия и средния бизнес в България, Проблеми на предприемачеството, сб. научни статии, УИ „Н. Рилски“, Благоевград, с. 3

⁵⁵ Тодоров, К., 2011, Бизнес предприемачество, ч. I. Основи. Създаване на нов бизнес, изд. БАРМП, С., с. 18

⁵⁶ Пак там, с. 23

⁵⁷ Гордън, М., 2008, Предприемачество 101. Как да превърнем идеите си в машина за пари., изд. Локус Пъблишинг ЕООД, С., с. 12

▲ Нагласата се състои в непрекъснато търсене на нови идеи и оглеждане за иновации, правене на по-доброто, добавяне, създаване и изобретяване, и най-вече предлагане на уникална стойност за всички клиенти и акционери.

▲ Действията се изразяват чрез изключителната активност на предприемачите като личности, преследването на възможности и готовността им да преместват планини и да пресушават морета, за да постигат целите; предприемаческият процес е динамичен, продължителен и начин на живеене.

▲ Процесът се ръководи от самите предприемачи. В него се включват: търсене на идеи непрекъснато и навсякъде; отсяване на истинската възможност между хилядите идеи; изграждане и подсилване на екипа; откриване и управление на нужните ресурси, без значение дали са на предприемача или не; разработване на стратегията по такъв начин, че да се привличат клиентите и да се осигуряват стабилни продажби и печалба; разработване на подробен бизнес план; преценка на рисковете; ръководене на начинанието⁵⁸.

В научната литература предприемачеството се определя още като:

▲ „Инициативна дейност на стопански субекти, свързана с новаторско използване на имуществото, паричните средства и други ресурси с цел достигане на търговски или друг успех на основата на съчетаването на личната изгода с обществената полза“.⁵⁹

▲ Свободна стопанска дейност в различни сфери на дейност, осъществявана от субектите на пазарните отношения с цел удовлетворяване на потребностите на конкретните потребители и обществото от стоки или услуги и получаване на печалба (доход), необходима за саморазвитие на собствената дейност и обезпечаване на финансовите задължения пред бюджетните и други стопански субекти⁶⁰;

▲ Рискова дейност и принципно нов тип стопанисване, базиращо се на иновационното поведение на собствениците на предприятия, на уменията да намират и използват идеите, да ги възплъщават в конкретни предприемачески проекти⁶¹;

▲ Процес на създаване на нови стоки и услуги, притежаващи ценност за потребителите, процес на удовлетворяване на постоянно растящите потребности, процес, осъществяван на основата на постоянното комбиниране на факторите на производството, ефективното използване на ресурсите за достигане на най-добрите резултати⁶².

▲ Дейност, която се осъществява от частни лица, предприятия или организации по производството, оказването на услуги или придобиването и продажбата на стоки срещу други стоки или пари с взаимна изгода на заинтересованите лица или предприятия, организации.⁶³

На основата на научните теории и разгледаните определения може да се направи изводът, че предприемачеството е целенасочена съзидателна стопанска дейност, активизираща инициативността, творчеството, новаторството, най-доброто използ-

⁵⁸ Пак там, с. 28-29

⁵⁹ Яковлев, Г. А., 2010, Организация предпринимательской деятельности, изд. ИНФРА-М, М., с. 4-5

⁶⁰ Лапуста, М. Г., А. Г. Поршнева, Ю. Л. Старостин, Л. Г. Скамай, 2000, Предпринимательство, изд. „ИНФРА – М“, М., <http://lawdiss.org.ua/books/268.doc.html>

⁶¹ Пак там

⁶² Пак там

⁶³ Горфинкель, В.Я., В.А.Швандар, Е.М. Купряков и др., 1997, Курс предпринимательства, изд. ЮНИТИ, <http://www.bibliotekar.ru/biznes-39/index.htm>

ване на ресурсите и благоприятните възможности за удовлетворяване на икономическите интереси на стопанските субекти независимо от възможните рискове.⁶⁴ То е комплексен и сложен социално-икономически феномен, различаващ се по своите отличителни характеристики от обикновения бизнес.⁶⁵ То е „дейност, присъща на отделни икономически активни и иновативни индивиди за организиране и насочване на икономическите ресурси, целенасочено и систематично търсене и внедряване на новостите и използване на благоприятните възможности за развитие на бизнес, водещ до икономически растеж и печалби независимо от рисковете.“⁶⁶

4. Предприемачески дух

Когато става дума за предприемачество неминуемо като важен фактор за успех се извежда необходимостта от наличието на предприемачески дух. За пръв път през 1911 г. категорията „предприемачески дух“ се разглежда и обяснява научно от В. Зомбарт. Според него елементите на предприемаческия дух са „готовността да се рискува, духовната свобода, богатството на идеите, волята и настойчивостта, уменията хората да се обединяват за съвместна работа, убедителността, способността да се завоюва доверие, склонността към подчинение на целия живот на предприемача на интересите на неговото дело.“⁶⁷ Той обвързва предприемаческата функция с предприемаческия дух.

Някои от характеристиките на предприемаческия дух са предприемчивост, инициативност, креативност, иновативност, съзидателност, въображение, стремеж към успех, състезателен дух, бдителност, търсене на благоприятните възможности, склонност към непрекъснати промени, отговорност към собствения труд, готовност за непрекъснато учене и саморазвитие, нов начин на мислене и отношение към света.

5. Кой е предприемач?

От значение за по-пълното изясняване на проблема е да се даде отговор на въпроса може ли всеки, който се занимава с бизнес, да се счита за предприемач. Изследователите на предприемачеството дават различни отговори, които се допълват и на тази основа може да се получи цялостна картина, характеризираща предприемача. Така например според класиците предприемачите са тези, които рискуват, но и тези, които осъществяват нови комбинации на производствените фактори, активно участват в пазарните процеси, като виждат връзката на бизнеса с пазара, предвиждат неговата динамика, прогнозираят бъдещото търсене, удовлетворяват желанията на потребителите и съобразяват производството с тях. Те са организатори на производството, умеят да управляват, планират, проявяват бдителност и реагират на възможностите.

В съвременната научна литература също се разглежда този въпрос. Например П. Дракър посочва, че предприемач е всеки, който стартира свой малък бизнес, но и всеки, който създава иновации и ги използва в своя бизнес, който прави нещо, което не е из-

⁶⁴ Виж по-подробно Мадгерова, Р., 2013, Икономически и социални измерения на предприемачеството, УИ „Неофит Рилски“, Благоевград, с. 177

⁶⁵ Пак там, с. 179

⁶⁶ Мадгерова, Р., 2004, Предприемачество и малък бизнес в туризма. Особенности, проблеми, решение, изд. „Интеллект А“, С., с. 13

⁶⁷ Виж: Зомбарт, В., 1994, Буржуа, изд. “Наука”, М., с. 45-49

вършвано до момента от друг. Но за да бъде наистина предприемачески, предприемачите трябва да правят неща, които не са извършвани до момента, да представят нещо ново, да прилагат „управленски подходи и управленски методи (питайки какво е „ценно“ за клиента), стандартизирайки „продукта“, проектирайки производствения процес и използваните инструменти, подчинявайки обучението на персонала на резултатите от анализа на работата, която трябва да бъде направена“, да създават нов пазар, нови клиенти, нова потребност, ново потребителско търсене, като го удовлетворяват. *Предприемачите „създават нещо ново, нещо различно, те изменят или преобразуват ценности.“*⁶⁸

Според Л. Търоу предприемачите са “проводници на промяната”.⁶⁹ По същия начин като „агент на промяната“ характеризира предприемача и М. Кейсън⁷⁰, а М. Гордън счита, че предприемачите търсят нови идеи и нови предизвикателства, като е необходимо да добавят уникална стойност към идеята.⁷¹

6. Характеристики на предприемачите

Характерните черти на предприемачите са предмет на изучаване още от класиците на предприемаческата теория. Така например френският изследовател Ж. Бодо (1797 г.) определя като необходима черта на предприемача притежаването на особен интелект, който да му позволява бързо да оценява многообразната информация и да използва най-новите за своето време достижения и знания.⁷²

Като важни черти на предприемача, Ж. Б. Сей посочва необходимостта предприемачът да бъде състоятелен, известен със своя здрав ум и благоразумие, да обича реда и честността, да притежава постоянство, да познава хората, да разбира обкръжаващите обстоятелства, да умее вярно да оценява важността на продукта и средствата за производство, да привлича за работа голям брой хора, да привлича потребители, да се стреми към ред и спестовност, да притежава талант да управлява, вярно да води своите сметки, да умее да преодолява много препятствия и безпокойства, да поправя много неуспехи, да изобретява нови методи за производство, да бъде ловък и др.⁷³

А. Маршал извежда като особено важни качества на предприемачите способността за предвиждане и умението да изучават пазарните тенденции, да разкриват къде се открива възможност за пазарна реализация на новата стока, организаторски умения, творчество, умения за изучаване на тенденциите на пазара, за усъвършенстване на организацията на дейността, за управление на персонала и контрол на дейностите, за реализиране в „последователност и единство“ на идеята за посоката на развитието на предприятието.⁷⁴ Според него предприемачът трябва да бъде изключително енергичен, гъвкав, инициативен, настойчив, тактичен, да има способността да се възползва

⁶⁸ Виж Дракър, П., 1985, Новаторство и предприемачество, изд. „Христо Ботев“, С., с. 31-32

⁶⁹ Търоу, Л., 2000, Изграждане на благосъстояние. Новите правила за хората, компаниите и нациите в икономиката, основаваща се на познанието, изд. “Весела Люцканова”, С., с. 107

⁷⁰ Casson, Mark C., 2003, The Entrepreneur: An Economic Theory, Second Edition, Edward Elgar Publishing Limited, Glensanda House, Montpellier Parade, Cheltenham, Massachusetts, USA, p. 21, <http://www.vietnamica.net/op/wp-content/uploads/2010/09/The-Entrepreneur-An-Economic-Theory.pdf>

⁷¹ Гордън, М., 2008, Предприемачество 101. Как да превърнем идеите си в машина за пари, изд. Локус Пъблишинг ЕООД, С., с. 29

⁷² Виж Лапуста, М. Г., А. Г. Поршнева, Ю. Л. Старостин, Л. Г. Скамай, 2000, Предприемателство, ИНФРА-М, М., <http://lawdiss.org.ua/books/268.doc.html>

⁷³ Жан-Батист Сэй. «Трактат по политической экономии» <http://finfree.narod.ru/jan.htm>

⁷⁴ Маршалл, А., 1983, Принципы политической экономии, I ч., изд. „Прогресс“, М., с.366-367, 382

от всички съвременни средства за придобиване на знания⁷⁵, както и да притежава специални качества, необходими за осъществяване на делови връзки и да поема риска, свързан с изпълнението на функциите.⁷⁶ Много важно условие за успеха на бизнеса според Маршал е личните качества на предприемача да съответстват и да са на нивото на съответните мащаби на производството и той в продължение на много години да съхрани свежестта на ума, гъвкавостта и инициативността, настойчивостта и тактът.⁷⁷

М. Вебер счита, че за управлението на бизнеса са необходими специални знания, професионализъм и компетентност. Изхождайки от етичните норми на протестантството, той формулира качествата, които трябва да притежава предприемача, а именно: управленски умения, целенасоченост, пълна преданост на своето дело, силен характер, предпазливост и едновременно с това решителност, съдържаност, скромност, аскетичност, умереност, упоритост, на тях са чужди показния разкош, разточителството и упойването от властта.⁷⁸

Интересни идеи за характеристиките на предприемача има и В. Зомбарт. Той подчертава необходимостта от такива качества, като готовност да се рискува, духовна свобода, богатство на идеите, воля, настойчивост, умение за обединяване на хората за съвместна работа, убедителност, способност за завоюване на доверие, склонност към подчинение на целия живот на предприемача на интересите на неговото дело⁷⁹. По негово мнение предприемачът трябва да е завоевател, организатор и търговец, да бъде обхванат от жажда за действие, страст към парите и стремеж към получаване на печалба, да „завоюва света“ и да има власт, да се наслаждава на „пълнотата на живота“⁸⁰. Той определя предприемача като обобщен израз на „изобретателя, учения, организатора, търговеца и завоевателя“.

Й. Шумпетер характеризира предприемача като новатор, който рискува без да се интересува от възможните компенсации за приложените усилия. Той се труди безспирно, тъй като не може иначе, ръководейки се от девиза „plus ultra“ (още повече).⁸¹ Важни характеристики на предприемачите според него са особен поглед към нещата, способност да вървят напред сами, въздействието им върху другите хора и умението им да ги ръководят. Предприемачите по мнението на Шумпетер са революционери в икономиката, инициатори на социална и политическа революция, те са инициативни, авторитетни и притежават дарба за предвиждане.

Дж. М. Кейнс също разглежда качествата на предприемача. Той посочва, че предприемачът е предпазлив и пестелив стопанин, независим и предприемчив⁸², стреми се към ликвидност и към по-добро, финансово благоразумен е и проявява грижа за престижа на фирмата.⁸³

Л. фон Мизес определя предприемачите като хора с големи способности, по-схва-

⁷⁵ Пак там, с. 368-369

⁷⁶ Пак там, с. 376-377

⁷⁷ Пак там, 368-369

⁷⁸ Вебер, М. Протестантская этика и дух капитализма, <http://www.kara-murza.ru/books/Veber/index.html> (първо издание 1905 г.)

⁷⁹ Виж: Зомбарт, В., 1994, Буржуа, изд. „Наука“, М., с. 45-49 (първо издание 1913 г.)

⁸⁰ Пак там, с. 68

⁸¹ Шумпетер И.А., 1982, Теория экономического развития. Прогресс, М., с. 192

⁸² Кейнс, Дж. М., 1993, Общая теория за заетостта, лихвата и парите, ИК „Хр. Ботев“, С., с. 182 (първо издание 1936 г.)

⁸³ Пак там, с. 128

тливи, по-далновидни, по-инициативни и предприемчиви от останалите, превъзхождащи основната маса по силата на своя ум и енергичност, лидери по пътя към материалното развитие, движеща сила на пазарния процес⁸⁴, умеещи да предвиждат с точност бъдещите събития, да обръщат внимание на предполагаемото бъдещо състояние на пазара⁸⁵, да прогнозираят бъдещото търсене на потребителите и да съобразяват производството с него⁸⁵, притежаващи технологични способности⁸⁶. По-инициативните и притежаващите неспокоен дух и желание за извличане на възможно най-големи печалби Мизес нарича предприемачи-пионери.⁸⁷

Интересно е виждането на И. Кирцнер за характерните черти на предприемачите. Той определя предприемачът като активен участник с ключова роля в пазарните процеси, гарант за нормалното им протичане, предусещащ търсенето и предлагането, проявяващ бдителност към по-рано незабелязани изменения в обстоятелствата, реагиращ на възможностите, иноватор, арбитър, човек, който преценява и взема решения.⁸⁸

М. Кейсън изразява становище, че успешните предприемачи имат добра преценка при вземането на решения за рискови иновации. Важни предприемачески качества, определени от него, са самопознанието (знание на основните цели), въображението, практическите знания, аналитичната способност, уменията за търсене, предвидливостта и далновидността, изчислителните и комуникационните умения⁸⁹, уменията за делегиране и организационните умения, компетентността, знанието, оптимизма, честността и упорития труд, убедителността в набирането на средства и проникателността в преговорите с клиенти и доставчици.⁹⁰

Значение за разбирането на характеристиките на съвременните предприемачи имат и постановките на П. Дракър. Според тях предприемачът е новатор, който създава нов пазар, нови клиенти, нова потребност и ново потребителско търсене. Той прилага управленски подходи и методи, проявява систематичност и целенасоченост, бдителен е за случващото се около него и се възползва от благоприятните възможности⁹¹.

Като проводници на промяната, поемащи риска, организатори и извършители, предприемчиви и съзидателни личности дефинира предприемачите американският учен Л. Търоу⁹², а М. Гордън разглежда качествата на предприемачите в тясна връзка с търсенето на нови идеи и нови предизвикателства, които обвързва със стойността им за клиентите и печалбата.⁹³ Гордън отбелязва изключителната им активност⁹⁴, пълно отдаване и неуморно преследване на поставената цел, тяхната воля, умения

⁸⁴ Мизес, Л., ф., 2011, Човешкото действие. Трактат по икономика, ИК „МаК“, С., Четвърто прераб. изд., с. 352; 359 (първо издание 1949 г.)

⁸⁵ Пак там, с. 370

⁸⁶ Пак там, с. 317

⁸⁷ Пак там, с. 283

⁸⁸ Кирцнер, И., 2010, Конкуренция и предприемачество, изд. „Социум“, Челябинск, с. 10, 86

⁸⁹ Casson, Mark C., 2003, The Entrepreneur: An Economic Theory, Second Edition, Edward Elgar Publishing Limited, Glensanda House, Montpellier Parade, Cheltenham, Massachusetts, USA, p. 25, <http://www.vietnamica.net/op/wp-content/uploads/2010/09/The-Entrepreneur-An-Economic-Theory.pdf>

⁹⁰ Пак там, с.30; 38-39; 40-41

⁹¹ Дракър, П., 1992, Новаторство и предприемачество. изд. "Хр. Ботев", С., с. 3; 31

⁹² Търоу, Л., 2000, Изграждане на благосъстояние, изд. "Весела Люцканова, С., с. 108

⁹³ Гордън, М., 2008, Предприемачество 101. Как да превърнем идеите си в машина за пари, изд. Локус Пбблишинг ЕООД, С., с. 25-27; 37

⁹⁴ Пак там, с. 37; 98

и познания.⁹⁵ Като важни качества той изтъква наличието на желание, страст, способност да работят неуморно и умно, да поемат добре пресметнати рискове, да се развиват, приспособяват, да вземат правилни решения и никога да не се отказват, да променят, разгръщат, пренасочват и допълват своята идея, така че тя да донесе максимален успех.⁹⁶

Характеристики на съвременните предприемачи са представени и в българската научна литература. Така например Д. Дойков изтъква, че предприемачът е иноватор, създател, който осъзнава и открива възможностите, като ги превръща в работещи и продаващи се идеи, който поема рисковете⁹⁷. Той е активен катализатор на промените в световния бизнес, независим мислител, по-различен от останалите, личност, предприемаща индивидуална инициатива и консолидираща наличните ресурси, мениджър с опит, стремящ се към автономия⁹⁸. Заедно с това той притежава конкурентоспособност, агресивност, целенасоченост и надеждност, креативност, навременност в действията и преследва висока печалба.⁹⁹ Предприемачът открива неефективността на пазарната структура, променя нещата в своя полза и печели от това.¹⁰⁰

Й. Коев от своя страна посочва като условие за предприемаческия успех притежаването на такива качества, като комбинативност, наблюдателност, аналитичност и будност¹⁰¹. Към предприемаческите качества той отнася още самоорганизираност, самодисциплина, готовност за пътуване, готовност за продължителен работен ден и работа без почивни дни, готовност за поемане на риск, способност за вземане на бързи решения, за работа под напрежение, знания в областта на бизнеса, умения за работа с хората¹⁰².

На основата на представените качества, изведени от класиците на теорията за предприемачеството и съвременните изследователи, може да се направи следното обобщение:

- ▲ Предприемачите са създатели на новото. С цел осигуряване на конкурентоспособност на бизнеса, те съзнателно, целенасочено, систематично и активно проявяват бдителност, търсят и прилагат новости.

- ▲ Внедрявайки нововъведения, те поемат рисковете, свързани с тях.

- ▲ Предприемачите съумяват да откриват съевременно благоприятните възможности за своя бизнес и да ги използват в своя изгода.

- ▲ Те изучават, оценяват, анализират и активизират ресурсите, необходими за осъществяването на дейността, като създават организация за оптималното и високо-ефективното им използване.

- ▲ Те са инициативни и активни и на тази база се създава възможност за получаване на съответна печалба за вложения труд и поетите рискове.

- ▲ Предприемачите проявяват самостоятелност и независимост по отношение избора на предмета на стопанската дейност и приемането на решения за нейното организиране.

⁹⁵ Пак там, с. 31

⁹⁶ Пак там, с. 98-99

⁹⁷ Дойков, Д., 2001, *Предприемачество*, изд. НБУ, С.; Дойков, Д., *Предприемачество и предприемачески проекти*, изд. НБУ, С., 2007, с. 5

⁹⁸ Пак там, с. 5

⁹⁹ Пак там, с. 5; 6; 23

¹⁰⁰ Пак там, с. 29

¹⁰¹ Коев, Й., 2007, *Предприемачеството*, ИК "СТЕНО", Варна, с. 158

¹⁰² Пак там, с. 154

▲ Те са склонни към постоянен упорит труд и пълно себеотдаване, самооценка и признаване на грешките.

▲ Предприемачите са творчески и съзидателни личности, оптимисти за развитието на своя бизнес.

▲ Те умеят да поемат и оценяват правилно рисковете, бързо да вземат решения, да се стабилизират бързо след неуспех.

▲ Те изпитват потребност да реализират постижения.

7. Функции на предприемачеството

Предприемаческата функция е „ключова категория на теорията на предприемачеството.“¹⁰³ Функциите на предприемачите са тясно свързани със социално-икономическите отношения, в които те встъпват при реализацията на своите цели и оказват влияние върху процеса на производството на материални и духовни блага и удовлетворяването на обществените потребности.¹⁰⁴

Проблемът за предприемаческите функции стои на вниманието на учените още от създаването на теорията за предприемачеството. Те извеждат богато разнообразие от предприемачески функции, започвайки от поемането на риск, определено от Р. Кантлон като основна функция, и формирайки „един многообразен комплекс от функции, с чиято помощ предприемачеството днес се характеризира като сложно социално-икономическо явление.“¹⁰⁵

Основните предприемачески функции са:

▲ **Икономическа.** Тази функция се предопределя от ролята на предприемаческите субекти (предприятия и предприемачи), като пазарни субекти.¹⁰⁶ Тя се реализира съобразно конкретните въздействия на законите на пазарната икономика и в условията на конкуренция. Във връзка с пазарните реалности И. Кирцнер определя, че предприемачите имат за задача да намират и използват изгодните възможности в условията на конкуренция¹⁰⁷. Чрез икономическата функция се реализира главната цел на всеки бизнес - получаване на печалба от произведените и предложени за продажба продукти (стоки или услуги) посредством удовлетворяване на пазарните потребности. Според Мизес печалбата е “движещата сила в пазарната икономика”¹⁰⁸ и поради това той ѝ отрежда ролята на основна функция на предприемача.

Тази функция е свързана с проучване и осигуряване на пазар на произведените стоки и услуги и създаване на нови пазарни възможности.

▲ **Ресурсна.** Реализацията на ресурсната функция предполага осигуряването на най-целесъобразно комбиниране и влагане на ресурсите в стопанската дейност,

¹⁰³ Рубин, Ю. Б., 2011, Курс професионального предпринимательства, 11-е изд., перераб. и доп., изд. Московская финансово-промышленная академия, М., с. 35

¹⁰⁴ Мадгерова, Р., 2013, Икономически и социални измерения на предприемачеството, УИ “Неофит Рилски“, Благоевград, с. 183-184

¹⁰⁵ Баранова, А. Ю., 2011, Организация предпринимательской деятельности в сфере туризма, изд. „ИНФРА-М“, М., с. 53; Арустамов, Э. А., А. Н. Пахомкин, Т. П. Митрофанова, 2010, Организация предпринимательской деятельности, изд. “Дашков и К“, М., с.184

¹⁰⁶ Пак там, с. 53

¹⁰⁷ Кирцнер, И., 2010, Конкуренция и предпринимательство, изд. „Социум“, Челябинск, с. 36

¹⁰⁸ Мизес, Л., ф., 2011, Човешкото действие. Трактат по икономика, ИК „МаК“, С., Четвърто прераб. изд., с. 324

включително и „ефективно използване както на възобновяемите, така и на ограничените ресурси“¹⁰⁹. Ресурсната функция се разглежда още от Ж. Б. Сей, във връзка с ролята на предприемача за съединяване и комбиниране на производствените фактори. Според А. Маршал функцията на предприемача е да избира фактори на производството, най-добре отговарящи на неговите цели и да заменя една комбинация от фактори с друга по-евтина, което е предпоставка за повишаване на общата ефективност на производството.¹¹⁰ Съединяването на производствените фактори в съчетание с координацията на производството се определя като важна предприемаческа функция и от Дж. Б. Кларк¹¹¹, а Л. фон Мизес разглежда ресурсната функция във връзка с определянето на сферите за най-изгодно прилагане на производствените фактори от гледна точка на печалбата.¹¹²

Ресурсната функция е от основно значение за предприемаческия бизнес, като се има предвид оскъдността на икономическите ресурси. Изпълнението на тази функция е определящ фактор за постигането на висока ефективност в дейността.

▲ **Новаторска** Новаторската функция се свързва с процеса на развитие на новите идеи, осъществяване на опитно-конструкторски разработки, създаване на нови стоки, предоставяне на нови услуги и др.¹¹³, както и с „осъществяване на нови комбинации“, които встъпват като „активен елемент“ на предприемачеството. Още в началото на 20 в. Йозеф Шумпетер посочва, че предприемаческата функция се състои в реализиране на нововъведения, революционизиране на производството чрез използване на изобретения или разнообразни възможности и определя 5 вида иновации, които правят предприемачите - по отношение на продуктите, производствените методи, източниците на суровини, организацията на бизнеса и пазарите.¹¹⁴ Той подчертава, че предприемачи са тези стопански субекти, чиито функции са осъществяване на нови комбинации и са негов активен елемент¹¹⁵

П. Дракър посочва, че предприемачът има новаторска, преобразуваща и дезорганизираща роля и поради това той определя нововъведението като негова функция. Във връзка с това той подчертава, че новаторството е специфичен инструмент на предприемачите, „средството, с помощта на което те използват в свой интерес изменението като благоприятна възможност за осъществяване на различна стопанска дейност или за оказване на услуги.“¹¹⁶

Важен фактор за проявлението на иновационната функция в условията на пазарното стопанство и глобалните икономически процеси е стремежът към непрекъснато нарастване на конкурентоспособността. С тази функция се свързват още творчеството и съзидателността на предприемачите.

¹⁰⁹ Арустамов, Э. А., А. Н. Пахомкин, Т. П. Митрофанова, 2010, Организация предпринимательской деятельности, изд. „Дашков и К“, М., с. 13

¹¹⁰ Пак там, с.40

¹¹¹ Clark, J. B., [1899] 1954, The Distribution of Wealth. In: Source Readings in Economic Thought, Ed. by P. C. Newman, A. D. Gayer, M. H. Spencer, N. Y.: W.W.Northon, p. 196

¹¹² Мизес, Л., ф., 2011, Човешкото действие. Трактат по икономика, ИК „МаК“, С., Четвърто прераб. изд., с. 324

¹¹³ Арустамов, Э. А., А. Н. Пахомкин, Т. П. Митрофанова, 2010, Организация предпринимательской деятельности, изд. „Дашков и К“, М., с. 13

¹¹⁴ Шумпетер И.А., 1982, Теория экономического развития. Прогресс, М., с.146 – 153

¹¹⁵ Пак там, с.153

¹¹⁶ Виж по-подробно: Дракър, П., 1985, Новаторство и предприемачество”, изд. „Христо Ботев“, С., с. 30

▲ **Организационна.** Тази функция се състои в приемането от предприемачите на самостоятелни решения за организацията и диверсификацията на собствената работа, внедряването на вътрешнофирменото предприемачество, формирането на предприемаческото управление, създаването на сложни предприемачески структури, изменението на стратегията за дейността на предприемаческата фирма, внедряване на нови форми и методи на организация на производството и т.н.

Съчетанието на икономическата, организаторската и ресурсната функции изразява целта на предприемаческата дейност – получаване на печалба на базата на най-добрата организация на усилия и ресурси и удовлетворяване на пазарните потребности. Формирането на печалба означава предприемачът да се проявява като стопанин на своето предприятие, да умее да организира, координира и управлява дейностите, да оптимизира използването на ресурсите и да мобилизира усилията на персонала, да намира благоприятните възможности за своя бизнес и да прилага новостите, които ще доведат до постигането на целта.¹¹⁷

▲ **Управленска.** Осъществяването на управленската функция е предпоставка за практическата реализация на предприемаческата идея и за организирането на изпълнението ѝ, то позволява постигането на висока ефективност в стопанската дейност и повишаване на нейната конкурентоспособност. Ж. Бодо отрежда на предприемачите изпълнението на управленските функции планиране, контролиране и организиране на дейността.¹¹⁸ Активната роля на предприемача при управлението и организацията на производството се отчита и от К. Маркс.¹¹⁹ А. Маршал също отнася към функциите на предприемачите главно управлението на предприятието.¹²⁰ Той обвързва тясно управленската функция с необходимостта от съобразяване с пазарните тенденции и потребности. Тази функция се изразява в обмисляне на най-сложните и жизнено важни проблеми на предприятието, изучаване на най-общите тенденции на пазарите и усъвършенстване на организацията на отношенията и връзките в и извън него.¹²¹ Мизес пък обръща по-специално внимание на контролната функция, считайки, че управленската функция е подчинена на предприемаческата и управлението трябва да се повери на мениджърите. Запазвайки за себе си контролната функция, предприемачът може да контролира средствата за производство, което определя финансовия резултат от неговата дейност.¹²² Реализирайки управленската функция предприемачът взема решения, за което М. Кейсън посочва, че те заедно с координацията са от значение за правилното изразходване и подобряване на разпределението на ограничените ресурси.¹²³

Реализирането на управленската функция от предприемачите е особено важно,

¹¹⁷ Мадгерова, Р., 2013, Икономически и социални измерения на предприемачеството, УИ „Неофит Рилски“, Благоевградс. 188

¹¹⁸ Виж Лапуста, М. Г., А. Г. Поршнев, Ю. Л. Старостин, Л. Г. Скамай, 2000, Предприемачество, ИНФРА-М, М., <http://lawdiss.org.ua/books/268.doc.html>

¹¹⁹ Маркс, К., 1990, Капиталът, т. 3, изд. „Партиздат, С., с. 428; 431

¹²⁰ Маршалл, А., 1983, Принципы политической экономии, I ч., изд. „Прогресс“, М., с. 376; 378

¹²¹ Пак там, с. 366-367

¹²² Мизес, Л., ф., Човешкото действие. Трактат по икономика, ИК „МаК“, 2011, С., Четвърто прераб. изд., с. 330-331

¹²³ Casson, Mark C., 2003, The Entrepreneur: An Economic Theory, Second Edition, Edward Elgar Publishing Limited, Glensanda House, Montpellier Parade, Cheltenham, Massachusetts, USA, p. 30, <http://www.vietnamica.net/op/wp-content/uploads/2010/09/The-Entrepreneur-An-Economic-Theory.pdf>

когато става дума за малките фирми, при които предприемачите трябва да бъдат и мениджъри. То е предпоставка за организирането на изпълнението и практическата реализация на предприемаческата идея, за постигането на висока ефективност в стопанската дейност и за повишаване на конкурентоспособността. Наличието на управленски умения и реализацията на управленски функции е важна съставна част от предприемаческия процес, основна характеристика на добрите предприемачи.¹²⁴

▲ **Социална.** Освен икономическо, предприемачеството има и социално значение. То е важен фактор за решаване на социални проблеми. Предприемачеството се свързва със „съхранение на икономическото и социалното равновесие на базата на реализацията и развитието на предприемаческия потенциал на населението.¹²⁵ Това означава, че реализацията на социалната му функция се изразява във възможността всеки дееспособен индивид да бъде собственик на своето предприятие и в него да гради кариера, проявявайки своя талант и организаторски, предприемачески и творчески способности, да подобрява своето благосъстояние, да способства за увеличаване на броя на самонаетите лица. Според някои автори така се формира нова обществена прослойка, включваща предприемчиви индивиди, ориентирани към самостоятелна стопанско-икономическа дейност, способни да създават собствената работа, да преодоляват съпротивлението на средата и да постигат поставените цели¹²⁶.

Заедно с това реализацията на социалната функция на предприемачеството влияе върху пазара на труда. С растежа на бизнеса се създават предпоставки за нарастване броя на наетите лица, увеличава се заетостта и намалява безработицата. Други положителни ефекти са осигуряване средства за съществуване и развитие на личността, повишаване доходите на населението, постигане на социална стабилност, повишаване на приходите за държавата чрез данъчното облагане, намаляване на социалните разходи на обществото.

8. Видове предприемачество

В научната литература предприемачеството се класифицира по различни признаци – форма на собственост, брой на участниците, териториална принадлежност, размер на предприятието и др.

В зависимост от формата на собственост се различават предприемачество в частния сектор, в публичния сектор, както и смесена форма на предприемачество.

Когато предприятието принадлежи на един собственик, предприемачеството се определя като индивидуално.

Според големината на бизнеса то е предприемачество в малкия бизнес (в микро-, малките и средните предприятия) и корпоративно предприемачество (в големите предприятия).

Ако се има предвид предмета на дейност, се различават следните видове предприемачество:

¹²⁴ Виж Мадгерова, Р., 2013, Икономически и социални измерения на предприемачеството, УИ „Неофит Рилски“, Благоевград, с. 190

¹²⁵ Иванова, Л. Н., 2004, Малое предпринимательство и занятость, изд. Наука, М., с. 13

¹²⁶ Аранова, А. Ю., 2011, Организация предпринимательской деятельности в сфере туризма, изд. „ИНФРА-М“, М., с. 54; Арустамов, Э. А., А. Н. Пахомкин, Т. П. Митрофанова, 2010, Организация предпринимательской деятельности, изд. „Дашков и К“, М., с. 14

- ▲ производствено предприемачество (производство на продукти за потребление);
- ▲ търговско предприемачество (пазарна реализация на произведените продукти);
- ▲ предприемачество в областта на образованието, културата, изкуството, здравеопазването, социалните дейности и др.;

▲ предприемачество в областта на консултантските услуги (специализирани услуги, насочени към подпомагане на дейността на предприятията, организациите, институциите в различни области – например по отношение на усъвършенстване на управлението, стратегиите за развитие, оптимизация на организационната структура, изследването на отделни аспекти на качеството на продукцията, подбора и обучението на кадрите и т.н.);

- ▲ предприемачество в областта на транспорта и съобщенията;
- ▲ предприемачество в областта на информационните технологии и т.н.
- ▲ финансово предприемачество (банки, фондови борси, застрахователни агенции, лизингови компании и др.);

В зависимост от главната цел и отношението към печалбата предприемачеството е:

- ▲ бизнес предприемачество – насочено към печалба;
- ▲ социално предприемачество – насочено към постигане на социален ефект и решаване на социални проблеми в полза на общности, общини, институции, училища, организации и др.

В научната литература предприемачеството се дели също на женско, младежко, малцинствено/етническо предприемачество, фамилно, трансгранично и др.¹²⁷

Всеки от посочените видове предприемачество се отличава с характерните си черти и има своето място, роля и конкретен принос в обществено-икономическите отношения.

9. Социално предприемачество

Социалното предприемачество се различава съществено от традиционния бизнес по своите цели и форми на организация и провеждане. То е насочено към решаване на социални проблеми чрез използване на предприемаческите принципи на организиране, създаване и управление на социално предприятие.¹²⁸ То се реализира чрез дейността на социалните предприятия, а също и чрез доброволна нестопанска дейност в неправителствения сектор, необвързана с цел получаване на печалба. В българското законодателство социалното предприемачество се определя като „форма на предприемачество, която съвместява стопанска дейност с преследването на социални цели, в резултат на което се произвежда социална добавена стойност“¹²⁹

Социалното предприятие е „ключов елемент от европейския социален модел.“¹³⁰ То реализира едновременно социални и икономически цели. Съгласно Закона за

¹²⁷ Тодоров, К., 2011, Бизнес предприемачество. Част I. Основи. Стартиране на нов бизнес, изд. БАРМП, С., с. 36

¹²⁸ Тодоров, К., 2011, Бизнес предприемачество. Част I. Основи. Стартиране на нов бизнес, изд. БАРМП, С., с. 37

¹²⁹ Закон за предприятията на социалната и солидарна икономика, Допълнителни разпоредби, § 1, т.6, ДВ, бр.91 от 2 Ноември 2018 г., изм. ДВ. бр.17 от 26 Февруари 2019 г., изм. и доп. ДВ. бр.24 от 22 Март 2019 г.

¹³⁰ Становище на Европейския икономически и социален комитет относно „Социално предприемачество и социално предприятие“ (проучвателно становище), Брюксел, 2011, с. 1

предприятията на социалната и солидарна икономика социалните цели са свързани с подкрепа на заетостта, социалното включване, повишаването на жизнения стандарт, подобряването на достъпа до образование и професионалната квалификация и защитата на правата на хора в неравностойно положение и социално уязвими групи лица, както и за подобряване средата на живот чрез опазване на околната среда и биоразнообразието и в подкрепа на екологичния баланс.¹³¹

Предприемачеството в неправителствения сектор се характеризира със силно развито доброволчество за реализиране на различни социални, благотворителни, екологични и други социално-значими инициативи.

Средата за проявление на този специфичен вид предприемачество е социалната икономика. Тя предоставя услуги и социални придобивки, осигурява нови работни места, развива етични стандарти, лоялна конкуренция и търговия, насърчава фирмите да изграждат ценности, взаимопомощ и доверие в обществото, способства за изграждане на по-стабилно и справедливо общество.¹³²

Субекти на социалната икономика са кооперации, юридически лица с нестопанска цел за осъществяване на общественополезна дейност и социални предприятия.¹³³ Част от социалната икономика са и всички видове предприятия, които имат социални цели: неправителствени организации, асоциации, фондации, центрове за социални услуги, местни самоподпомагачи се предприятия или групи, социални, благотворителни, екологични и друг тип инициативи, взаимоспомагателни дружества, сдружения, различни типове мрежи и др.

Социалните предприятия имат задължение да осъществяват социална дейност, която произвежда социална добавена стойност, повече от 50 на сто от положителния счетоводен финансов резултат след данъчно облагане да се изразходва за осъществяване на социална дейност или цел и да осигуряват заетост на социално уязвими групи лица.¹³⁴

Според Европейския икономически и социален комитет (2011 г.) социалното предприятие притежава следните характеристики:

- ▲ предимно социални цели и социални ползи в интерес на обществото;
- ▲ дейност предимно с нестопанска цел, като излишъците основно се реинвестират, а не се разпределят сред частни акционери или собственици;
- ▲ производство на стоки и услуги (често от общ интерес), нерядко със силен елемент на социална иновация;
- ▲ извършване на дейност като независим субект със силен елемент на участие и съвместно вземане на решения (от служители, потребители, членове), управление и демокрация (представителна или открита);
- ▲ често произлиза от или е свързано с дадена организация на гражданското общество.¹³⁵

¹³¹ Виж по-подробно: Закон за предприятията на социалната и солидарна икономика, Допълнителни разпоредби, § 1, т. 8; чл. 7, т. 4, ДВ, бр.91 от 2 Ноември 2018 г., изм. ДВ. бр.17 от 26 Февруари 2019 г., изм. и доп. ДВ. бр.24 от 22 Март 2019 г.

¹³² Тодоров, К., 2011, Бизнес предприемачество. Част I. Основи. Стартиране на нов бизнес, изд. БАР-МП, С., с. 37

¹³³ Закон за предприятията на социалната и солидарна икономика, чл. 5, ДВ, бр.91 от 2 Ноември 2018 г., изм. ДВ. бр.17 от 26 Февруари 2019 г., изм. и доп. ДВ. бр.24 от 22 Март 2019 г.

¹³⁴ Пак там

¹³⁵ Становище на Европейския икономически и социален комитет относно „Социално предприемачество и социално предприятие“ (проучвателно становище), Брюксел, 2011, с. 4-5

Основният принцип на този тип предприятия и организации е социалната отговорност. Сферите на тяхната дейност са здравни услуги, обучение и образователни услуги, осигуряване на трудова заетост на представители на социално уязвими групи, интегриране на пазара на труда на социално уязвими групи, подкрепа на групи в неравностойно положение (чрез предоставяне на лични услуги), развитие на не-облагодетелствани райони чрез създаване на социални предприятия), решаване на екологични проблеми и много други социалнозначими области.

Формите на реализация на социалното предприемачество са: производство на стоки и услуги; дарителство и милосърдие; реализиране на социални проекти за подпомагане на различни общности, общини, образователни, здравни, социални и други институции и граждански организации; доброволна нестопанска дейност в неправителствения сектор, която не е свързана с цел печалба и др.

Главната фигура в предприемаческата дейност е социалният предприемач. Той притежава всички отличителни белези на предприемача в бизнес организациите, но заедно с това от него се изискват също и следните характерни черти:

- ▲ да отстоява мисията и ценностите на социалната икономика;
- ▲ да има ясно виждане за бъдещето, да представя разбираеми, въодушевяващи и етични идеи;
- ▲ да бъде инициативен, предприемчив и новатор, да търси и въвежда социални иновации;
- ▲ да бъде мениджър и лидер и да убеждава и приобщава другите към идеите си;
- ▲ да умее да организира и въодушевява хората за осъществяване на социални промени, като им внушава доверие и оптимизъм;
- ▲ да умее да работи в екип, да ангажира за каузата голям кръг от хора и да си сътрудничи с държавни и други институции за постигане на целите;
- ▲ да бъде отговорен към ангажираните сътрудници, целевите групи и други заинтересовани участници и страни в извършваните дейности и за постигането на поставените цели;
- ▲ да умее да работи в мрежа.

10. Предприемачески компетенции

Предприемаческите компетенции са ключ към осъществяването на успешен бизнес. Те са определени от Европейската комисия като една от осемте ключови компетенции, които трябва да се формират още в училище.

Компетенциите се разглеждат като съвкупност от знания, умения, личностни нагласи и поведение на личността за постигане на резултати в дадена област.¹³⁶ В Европейската квалификационна рамка за учене през целия живот компетентността е дефинирана като „доказана способност за използване на знания, умения и личностни, социални и/или методологически дадености в работни или учебни ситуации и в професионално и личностно развитие.“¹³⁷

Компетенциите се развиват чрез учене и натрупване на опит. В този смисъл е

¹³⁶ McClelland, D.C., 1973, Testing for competence rather than intelligence, American Psychologist

¹³⁷ European Qualification Framework for Life-long Learning, European Commission, Education and Culture, Luxembourg: Department of official publications of the European Union 2009, https://ec.europa.eu/ploteus/sites/eac-efq/files/broch_bg.pdf

необходимо да се отчита, че знанията и уменията трябва да се разглеждат като един от най-съществените съвременни ресурси на предприемачеството.¹³⁸ Технологичната промяна изисква предприемачите да притежават висока квалификация, а „траен дългосрочен конкурентоспособен напредък е възможен единствено при напредък в квалификацията, образованието и познанието.“¹³⁹

Поради особената значимост, въпросът за предприемаческите компетенции се поставя още от теоретичните-класици, които обръщат специално внимание на знанията и подготовката на предприемача. В тази връзка в теоретичните концепции „се утвърждава тезата, че предприемачите трябва да притежават определени знания и умения и да проявяват конкретно поведение, за да могат да ръководят успешно своя бизнес.“¹⁴⁰ Така например френският изследовател Ж. Бодо още през 1797 г. посочва, че предприемачът трябва да усвоява непрекъснато нови знания, за да може да развива предприятието, на което е собственик.¹⁴¹

А. Маршал също отрежда съществена роля на знанието на предприемача, определяйки го като един от основните производствени фактори, най-мошен двигател на производството, а притежаването на „дълбоко знание за всички особености на своя отрасъл“ според него е важна отличителна черта и задължение на всеки индустриалец.¹⁴²

В съвременните теории също намира отражение въпросът за предприемаческите знания и умения. М. Кейсън подчертава, че предприемачът трябва да бъде компетентен, да има необходимите познания¹⁴³ и че „образователните квалификации са много важни за намаляване на ограниченията, наложени от липсата на лично богатство.“¹⁴⁴ Той определя като особено важни практическите знания и различни умения за извършване на определени дейности¹⁴⁵ и разкрива, че качествата, които не са вродени, „могат да бъдат подобрени чрез обучение или просто чрез придобиване на опит“.¹⁴⁶ П. Дракър разглежда знанието като източник на новаторството, а новото знание като „суперзвезда“ на предприемачеството.¹⁴⁷

М. Гордън също застъпва тезата, че предприемачеството се усвоява и се основава на знанието и уменията. Той определя 11 особено важни предприемачески умения, които могат да бъдат усвоени и усъвършенствани. Към тях се отнасят: пре-

¹³⁸ Madgerova R. H., Kyurova V.V., Atanasova A. V., 2017, Research on the entrepreneurial competencies and education needs for creating and managing a private business / [Online] // Economic Processes Management: International Scientific E-Journal, No 3, http://epm.fem.sumdu.edu.ua/download/2017_3/epm2017_3_4.pdf, ISSN 2311-6293

¹³⁹ Търоу, Л., 2000, Изграждане на благосъстояние, изд. „Весела Люцканова, С., с. 111

¹⁴⁰ Madgerova R. H., Kyurova V.V., Atanasova A. V., 2017, Research on the entrepreneurial competencies and education needs for creating and managing a private business / [Online] // Economic Processes Management: International Scientific E-Journal, No 3, http://epm.fem.sumdu.edu.ua/download/2017_3/epm2017_3_4.pdf

¹⁴¹ Виж по-подробно Лапуста, М. Г., А. Г. Поршнев, Ю. Л. Старостин, Л. Г. Скамай, 2000, Предприемателство, ИНФРА-М, М., <http://lawdiss.org.ua/books/268.doc.html>

¹⁴² Маршалл, А., 1983, Принципы политической экономии, I ч., изд. „Прогресс“, М., с. 382

¹⁴³ Casson, Mark C., 2003, The Entrepreneur: An Economic Theory, Second Edition, Edward Elgar Publishing Limited, Glensanda House, Montpellier Parade, Cheltenham, Massachusetts, USA, p. 38-39, <http://www.vietnamica.net/op/wp-content/uploads/2010/09/The-Entrepreneur-An-Economic-Theory.pdf>

¹⁴⁴ Пак там, с. 208; 237-238

¹⁴⁵ Casson, Mark C., 2003, The Entrepreneur: An Economic Theory, Second Edition, Edward Elgar Publishing Limited, Glensanda House, Montpellier Parade, Cheltenham, Massachusetts, USA, p. 25, <http://www.vietnamica.net/op/wp-content/uploads/2010/09/The-Entrepreneur-An-Economic-Theory.pdf>

¹⁴⁶ Пак там, с. 20

¹⁴⁷ Дракър, П., 1992, Новаторство и предприемачество. изд. „Хр. Ботев“, С., с. 141

ценяване на настоящата ситуация (предприемачът трябва да изостри сетивата си, да наблюдава, събира информация и разбира моментната ситуация вътре във фирмата и извън нея, което е важно за вземане на правилни решения), преследване на дръзките идеи, неударжимост (успешно завършване на всеки проект), ясни преговори с нагласата за печеливш изход и за двете страни, разрешаване на проблемите, вземане на правилни решения, раждане на идеи, активизиране на мощни ресурси, ефективно общуване, решителни действия, почтителност в бизнеса.¹⁴⁸

Обучението и подготовката за предприемаческа дейност и формирането на необходимите компетенции е не само една от основните цели на Европейския съюз, но и „жизнено важен компонент на редица политики, разработени с цел подпомагане развитието на по-широка, по-стабилна и изпълнена с енергия основа за малките предприятия.“¹⁴⁹ В първия принцип на Законодателния акт за малките предприятия в Европа („Small Business Act for Europe“) се издига идеята, че в страните – членки на Европейския съюз предприемачеството трябва да се включи в учебните планове като основно умение.¹⁵⁰ Европейската комисия определя следните основни положителни резултати, които биха се получили от обучението за предприемаческа дейност:

- ▲ изграждане на предприемаческо мислене сред младите граждани на Европа;
- ▲ увеличаване на броя на стартиращите и успешно функциониращи предприятия;
- ▲ повишаване на растежа и иновациите в малките и средни предприятия и по този начин увеличаване на възможностите за осигуряване на заетост в средносрочен план;
- ▲ изграждане на по-творческа и иновационна нагласа сред населението на Европа;
- ▲ подпомагане на развитието на социално сближаване и гражданско самосъзнание вследствие на изграждането на увереност в собствените способности, независимост и приспособимост;
- ▲ обща промяна към по-добро разбиране на бизнеса и предприемачите;
- ▲ по-положително отношение на повече хора към предприемачеството;
- ▲ гражданите да дадат своя положителен принос в обществото чрез по-активна гражданска позиция.¹⁵¹

Моделът на Европейската комисия за обучение и формиране на компетенции за предприемаческа дейност съчетава знанията, уменията и личните качества и нагласи, чрез които трябва да се постигне превръщане на идеите в действие, развитие на творчеството, иновациите и поемане на рискове (фиг. 1).

Моделът описва следните знания, необходими за осъществяването на предприемаческата дейност: разбиране на икономиката и света на трудовата дейност, способ-

¹⁴⁸ Гордън, М., 2008, *Предприемачество* 101. Как да превърнем идеите си в машина за пари, изд. Локус Пъблишинг ЕООД, С., с.33-37

¹⁴⁹ Изграждане на предприемаческо мислене и компетентности в ЕС, наръчник на ЕК, изд. ЕК, 2012, с. 14, (поредица наръчници Как да подкрепим политиката за МСП с помощта на структурните фондове), http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/promotingentrepreneurship/index_en.htm

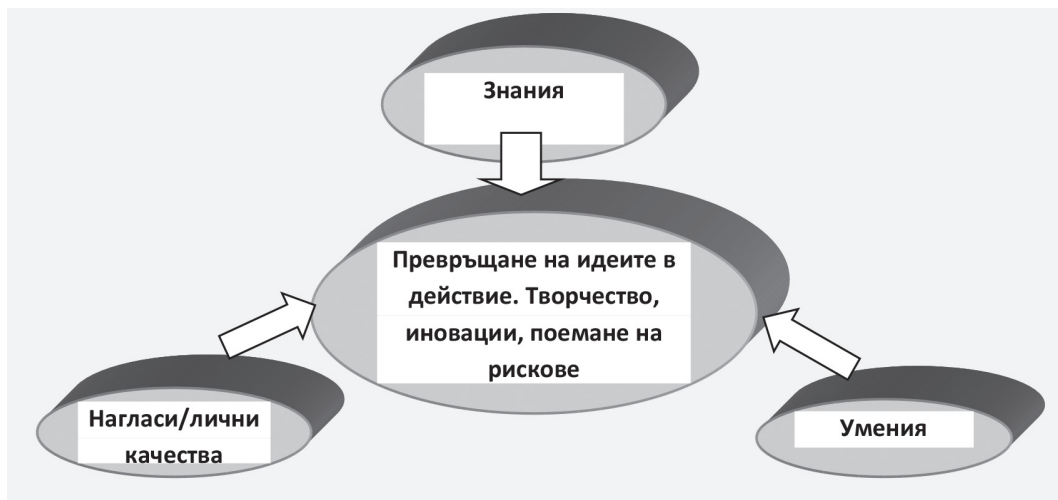
¹⁵⁰ Small Business Act за Европа, Съобщение на Комисията до Съвета, Европейския парламент, Европейския икономически и социален комитет и Комитета на регионите, Комисия на европейските общности, Брюксел, 25.6.2008, с.5; 6; 8; 19, <http://www.mi.government.bg/bg/themes/small-business-act-11-285>

¹⁵¹ Изграждане на предприемаческо мислене и компетентности в ЕС, наръчник на ЕК, изд. ЕК, 2012, с. 14-15, (поредица наръчници Как да подкрепим политиката за МСП с помощта на структурните фондове), http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/promotingentrepreneurship/index_en.htm

ност за откриване на благоприятните възможности, разбиране на етиката в бизнеса, разбиране на начините и процесите на стартиране на предприятия (напр. производство, управление, маркетинг).¹⁵²

Към уменията, които трябва да се формират, се отнасят самоинициативност в работата и умение за работа в екип, умение да се откриват и оценяват силните и слабите страни, оценка на риска, планиране и управление на проекти, управление на финансите, водене на преговори и представителство.¹⁵³

Нагласите и личните качества включват инициативност, проактивност, независимост, упоритост, творчество, иновации, мотивация за постигане на целите, отговорност (вкл. социална отговорност/гражданска позиция) и лидерство.¹⁵⁴



Фигура 1. Модел на предприемачески компетенции

Източник: Мадгерова, Р., 2013, Икономически и социални измерения на предприемачеството, УИ „Неофит Рилски“, Благоевград, с. 216.

Адаптирано по: Изграждане на предприемаческо мислене и компетентности в ЕС, наръчник на ЕК, изд. ЕК, 2012, http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/promotingentrepreneurship/index_en.htm, с.15

Формирането на компетенциите следва да бъде насочено към предизвикване на активно предприемаческо действие. Затова според нас предприемачите трябва да притежават широк комплекс от специализирани знания за предметната област на конкретния бизнес, развитието на техниката и технологиите в областта на бизнеса, както и икономически, управленски, психологически, юридически и други теоретични и практически знания.

Важно значение имат също и уменията за извеждане и оценяване на тенденциите в развитието на средата и влиянието на нейните фактори, вземане на управленски решения, прогнозиране, планиране и осъществяване на контрол, организиране на производството, пласмент и продажба на продуктите, прилагане на иновативни подходи

¹⁵² Пак там, с. 15

¹⁵³ Пак там, с. 15

¹⁵⁴ Пак там, с. 15

и внедряване на иновации, определяне на конкурентните предимства, поемане на рисковете в условията на неопределеност, формулиране на стратегическите приоритети и цели на бизнеса, комуникативност, водене на преговори, работа с персонала, формиране на екип, убеждаване и мотивиране, поддържане и развитие на човешките ресурси, делегиране на права и др.

Предприемачите трябва да придобият опит за практическо използване на достиженията в съответния отрасъл, прилагане на инструментите на стратегическото, тактическото и оперативното управление, поставяне на цели и разработване на бизнес план, маркетингови проучвания за установяване на пазарните потребности, правилно разпределяне на ресурсите на бизнеса и др.¹⁵⁵

От изложеното е видно, че предприемачеството като интегрална професионална дейност налага необходимостта от специална подготовка, включваща „целия спектър на знания във всички области на специфичния бизнес, теоретични и практически знания, свързани с предприемаческите функции и практически умения за поведение в конкурентна среда.“¹⁵⁶

Заклучение

Независимо от множеството измерения на предприемачеството и фокусирането на различните научни течения върху икономическите, социологическите, психологическите или управленските му аспекти, то следва да се разглежда главно в контекста на икономическото развитие на обществото.

Особено важно значение за реализирането на социално-икономическата роля на предприемачеството в условията на пазарната икономика и глобализацията на бизнес процесите има наличието на подходящи условия и среда, в които да се извяват талантът, инициативността и иновативността на предприемачите. Развитието на икономиката и благоприятните условия са предпоставка за нарастване на предприемаческите възможности, разгръщане на предприемаческата дейност и включване на нови участници в икономическите процеси.

За да могат предприемачите успешно да реализират своите функции и да допринасят за растежа на своя бизнес и за развитието на обществото, са особено важни не само техните лични качества, но и квалификацията и компетенциите им.

¹⁵⁵ Виж по-подробно: Мадгерова, Р., 2013, Икономически и социални измерения на предприемачеството, УИ „Неофит Рилски“, Благоевград, с. 218-219; Madgerova R. H., Kyurova V.V., Atanasova A. V., 2017, Research on the entrepreneurial competencies and education needs for creating and managing a private business / [Online] // Economic Processes Management: International Scientific E-Journal, No 3, http://epm.fem.sumdu.edu.ua/download/2017_3/epm2017_3_4.pdf

¹⁵⁶ Мадгерова, Р., 2013, Икономически и социални измерения на предприемачеството, УИ „Неофит Рилски“, Благоевград, с. 220

Кратка биографична справка

Проф.д-р Рая Мадгерова завършва висше образование във ВИИ „К. Маркс”, спец. „Икономика на транспорта”. Защишава докторска дисертация през 1986 г. От 1999 г.и понастоящем е преподавател в ЮЗУ „Неофит Рилски“, като от 2013 г. е професор. Има над 80 публикации. В периода 2007 – 2015 г. е заместник-ректор по магистърски програми, продължаващо обучение и акредитация. Участва в 9 проекта по европейски програми, като е ръководител на 4 от тях; член е на научните колективи на 4 проекта по национални програми и е ръководител на 12 проекта по университетски програми. Области на професионален интерес - предприемачество, малък бизнес, мениджмънт.

Raya Maderova is a professor at the Southwestern University “Neofit Rilski”. She graduated from University “K. Marx “, specialty” Transport Economics “. and gained a PhD in 1986. Since 1999 she has been an associate professor at the Southwestern University “Neofit Rilski” and since 2013 a professor. She has over 80 publications. Between 2007 and 2015 she was Deputy Rector of Master’s Programs, Continuing Education and Accreditation. Prof. Madgerova participated in nine projects in European programs, being the Project manager of four of them; she is a member of the academic teams for four projects under national programs and a project manager of 12 projects in university programs. Areas of professional interest include entrepreneurship, small business, management.

E-mail: raya_madgerova@swu.bg

Финансиране на социалното предприемачество в България

Резюме

Основна цел на настоящото изследване е да анализира предпоставките за развитие на социалното предприемачество в България, като разгледа нормативната регламентация и възможностите за финансиране на социалните предприятия. В разработката са представени същността, специфичните особености и правно-организационните форми на основните видове социални предприятия, съгласно действащото българско законодателство, последователно са разгледани възможностите за финансиране на социалните предприятия в България посредством приходи от стопанска дейност, национално бюджетно финансиране, проектно финансиране, дарения, кредитиране. Анализирани са данъчните облагане на социалните предприятия, с акцент върху предлаганите данъчни облекчения и преференции. Основните изводи от изследването са, че действащото българско законодателство дава добра основа за стопанска и обществена дейност със социален ефект. Редица данъчни облекчения, които се прилагат в корпоративната икономика, са пряко приложими и по отношение на предприятията и организациите на социалната и солидарна икономика. В допълнение, законодателството предвижда и редица преференции за насърчаване на социалното предприемачество.

Същевременно, предвидените данъчни и други финансови и нефинансови стимули са недостатъчни, за да се съзри реалното развитие на социалното предприемачество в България. Прави впечатление, че по-голямата част от мерките на съществуващата политика за стимулиране на социалното предприемачество в България са насочени предимно към хората с увреждания. В тази връзка е необходимо да се разработят стимули за цялата палитра от социални предприятия, включително и за такива, работещи в полза на лица от други уязвими групи. Друг недостатък на провежданата политика е, че усилията са насочени предимно към насърчаване на корпоративната социална отговорност. Препоръчително е да се регламентирант по-сериозни стимули за участието на физическите лица при финансиране (например чрез дарения) на субектите на социалната и солидарна икономика.

Financing of the Social Entrepreneurship in Bulgaria

Abstract

The main objective of this study is to analyze the prerequisites for the development of social entrepreneurship in Bulgaria, considering the normative regulation and financing opportunities for social enterprises. The study presents the essence, features and legal forms of the main types of social enterprises, according to the current Bulgarian legislation. Special attention is paid to the opportunities for financing of social enterprises in Bulgaria through business income, national and local budgets, projects, donations, and lending. Taxation of social enterprises is analyzed, with an emphasis on the tax incentives and preferences. The main conclusion is that Bulgarian legislation provides a good basis for economic and social activity with a social effect. A number of tax incentives that apply to the corporate economy are directly applicable to companies and organizations of the social and solidarity economy. In addition, the legislation also provides for a number of preferences, intended to promote the social entrepreneurship.

At the same time, the envisaged tax and other financial and non-financial incentives are insufficient to encourage the real development of social entrepreneurship in Bulgaria. It is noteworthy, that the bulk of the measures of the existing policy for stimulating social entrepreneurship in Bulgaria are directed mainly to people with disabilities. In this respect, it is necessary to develop incentives for the whole range of social enterprises, including those working for the benefit of persons from other vulnerable groups. Another drawback of the current policy is that the efforts are mainly aimed

at promoting corporate social responsibility. It is recommendable to regulate more substantial incentives for individuals to participate in funding (for example through donations) to the companies and organizations of the social and solidarity economy.

1. Въведение

Националната концепция за социална икономика определя социалната икономика като събирателно понятие, с което се акцентира върху прекия социален ефект от дейността на предприятия или организации, които са учредени със социална цел и целенасочено организират своята дейност, за да постигат такъв резултат.¹ Социалната икономика е едновременно част от реалната икономика и част от гражданското общество, в която физически и юридически лица, сдружения на доброволци или други организирани субекти осъществяват стопанска дейност в обществена полза и реинвестират печалба за постигане на социални цели.

В рамките на социалната икономика се създава устойчив бизнес модел, който не се окачествява по размера и сферите на дейност, а посредством зачитането на общи принципи и ценности (мобилизиране и коопериране на ресурси, солидарност, отговорност, доверие и взаимопомощ). Като се основава на трудово интензивни технологии, поставя обществената полза преди печалбата и предлага по-ниски цени за социално значими продукти, социалната икономика увеличава жизнените шансове и води до по-равномерно разпределение на националния доход.

Социалната икономика заема специфично пространство между държавата (с нейните защитни механизми) и пазара (с неговата икономическа ефективност и насоченост към печалба, основана на капитал). Предприятията на социалната икономика се управляват като бизнес, произвеждат стоки и услуги за пазарната икономика и насочват част от своите ресурси за осъществяването на социални цели.

Социалното предприемачество е стопанска дейност, която съчетава възможностите на пазара със социалните каузи, като в центъра са хората и техните нужди. Счита се, че за да бъде определена като „социална“, предприемаческата дейност трябва да има ясно изразен социален ефект спрямо лица от уязвими социални групи, като например подобряване на жизненото им равнище, осигуряване на заетост, предоставяне на услуги или други форми на пряка подкрепа, с краен резултат активното им социално включване. Националната концепция за социална икономика дефинира социалното предприемачество като „стопанска дейност, насочена изцяло към създаване, експлоатация и развитие на социални предприятия“,² а Законът за предприятията на социалната и солидарна икономика определя социалното предприемачество като форма на предприемачество, която съвместява стопанска дейност с преследването на социални цели, в резултат на което се произвежда социална добавена стойност.³

Социалното предприятие се развива в специфичен, местен контекст и представлява основната икономическа единица на социалната икономика. Социалните пред-

¹ Министерство на труда и социалната политика. Национална концепция за социална икономика. София, 2011 г. <http://seconomy.mlsp.government.bg/>

² Министерство на труда и социалната политика. Национална концепция за социална икономика. София, 2011 г. <http://seconomy.mlsp.government.bg/>

³ Закон за предприятията на социалната и солидарна икономика, обн. ДВ, бр.91 от 02.11.2018 г., в сила от 02.05.2019 г., Допълнителни разпоредби, § 1, т.6

приятия се позиционират между частния сектор и публичния сектор. Ключовите отличителни характеристики на тези предприятия са социалните цели, съчетани с предприемаческия потенциал на частния сектор.

Основна цел на настоящото изследване е да анализира предпоставките за развитие на социалното предприемачество в България, като разгледа нормативната регламентация и възможностите за финансиране на социалното предприемачество. Разработката е структурирана както следва: част втора представя същността и специфичните особености на основните видове социални предприятия, съгласно действащото българско законодателство, части трета и четвърта разглеждат съответно правно-организационната форма и възможностите за финансиране на социалните предприятия в България, част пета анализира данъчното облагане на социалните предприятия, с акцент върху предлаганите данъчни облекчения и преференции, а в заключението са синтезирани основните изводи от изследването.

2. Нормативна регламентация на социалното предприемачество в България

Българското законодателство дълги години не предлагаше ясна нормативна дефиниция на социалното предприятие. В наличните литературни и информационни източници редица автори предлагат различни определения, в които посочват някои от основните характеристики на социалното предприятие. Така например, често се посочва, че социално предприятие е организация, която извършва устойчива стопанска дейност в името на социална кауза.⁴ Успешното социално предприятие е дефинирано като функциониращо предприятие със социална кауза, което генерира приходи от своята дейност и има положителен финансов резултат, самостоятелно е при вземането на решения, не зависи изцяло от външно финансиране, има ясна перспектива за развитие и постига социалните си цели.⁵ Счита се, че социалните предприятия трябва да имат ясна социална мисия, да създават по-голямата част от доходите си чрез стопанска дейност, да реинвестират по-голямата част от своята печалба за реализиране на социални цели, да бъдат самостоятелни, независими от държавата, отговорни и прозрачни.⁶

Също така, едно предприятие се определя като социално само ако извършваната от него стопанска дейност е с ясно изразен и траен социален ефект спрямо лица от уязвими социални групи, като им предоставя подкрепа с цел преодоляване на социалната им изолация. Ето защо често се посочва, че еднократното предоставяне на финансова или нефинансова помощ на лица от социално уязвими групи или предоставянето на еднократна услуга не могат да бъдат определени като дейност на социалното предприятие.⁷ Основните уязвими групи, в полза на които най-често работят социалните предприятия са хора с увреждания, хора от етнически малцинствени групи, хора в предпензионна и пенсионна възраст, самотни родители, многодетни май-

⁴ Михайлов, С., Социални предприятия в България (доклад), Форум „Социални предприятия в България“, София, 2014 г.

⁵ Стефанова, М., Финансиране на социалните предприятия в България (доклад), Конференция „Партньорство за социални предприятия в България“, София, 24 март 2014 г.

⁶ Social Enterprise UK. Practical Guides. What makes a social enterprise a social enterprise?

⁷ Български център за нестопанско право (БЦНП), Какво е социално предприятие?, София, 2005 г, стр. 4-5

ки, трайно безработни, страдащи от различни зависимости, бивши затворници, деца, лишени от родителски грижи, други лица в неравностойно положение.⁸

През 2014 г. в доклад на Европейската комисия⁹ е предложена обобщена дефиниция на социалното предприятие, като са определени основните условия, които една организация трябва да изпълни, за да бъде категоризирана като социално предприятие. Съгласно тези условия, организацията трябва:

- да извършва икономическа дейност, т.е. да се занимава с непрекъсната дейност по производство и/или търговия на стоки и/или услуги;
- да преследва ясна социална цел, т.е. цел, която е от полза за обществото;
- да има определени лимити за разпределение на печалбите и/или активите, за да се даде приоритет на социалната цел пред реализирането на печалба;
- да бъде независима, т.е. да е налице организационна автономност от държавата и другите традиционни бизнес организации;
- да има приобщаващо управление, т.е. да се характеризира с демократичен процес на вземане на решения.

Едва в края на 2018 г. в България е приет Закон за предприятията на социалната и солидарна икономика, който регулира статута и дейността на социалните предприятия. Законът определя **социалното предприятие** като предприятие, което независимо от правно-организационната си форма има за предмет на дейност производство на стоки или предоставяне на услуги, като съчетава икономически резултати със социални цели, постига измерима, положителна социална добавена стойност, управлява се прозрачно с участието на членовете, работниците или служителите при вземане на управленски решения, осъществява своята икономическа дейност, като част от средносписъчния брой на персонала са лица от уязвими групи (подробно изброени в чл.7, т.4) и/или като печалбата преимуществено се разходва за осъществяване на социална дейност и/или социална цел съгласно учредителния договор или устав.¹⁰

Съгласно закона, субекти на социалната и солидарна икономика са кооперациите, юридическите лица с нестопанска цел за осъществяване на общественнополезна дейност и социалните предприятия. Социалните предприятия са класифицирани в клас А и клас А+, като класификацията не зависи от правно-организационната им форма, а от осъществяваната дейност, начина на управление, начина на разходване на печалбата и наетите лица.

Законът определя като **социално предприятие клас А** всяко социално предприятие, което отговаря на три от посочените по-долу четири законови условия, т.е. изпълнява едновременно първото, второто и третото условие или първото второто и четвъртото условие:

- Предприятието осъществява социална дейност, която произвежда социална добавена стойност, определена съгласно методика, издадена от министъра на труда и социалната политика.
- Предприятието се управлява прозрачно с участие на членовете, работниците или

⁸ Министерство на труда и социалната политика. Национална концепция за социална икономика. София, 2011 г. <http://seconomy.mlsp.government.bg/>

⁹ European Commission, A map of social enterprises and their eco-systems in Europe: Executive Summary, A report submitted by ICF Consulting Services, 2014, p.2

¹⁰ Закон за предприятията на социалната и солидарна икономика, обн. ДВ, бр.91 от 02.11.2018 г., в сила от 02.05.2019 г., Допълнителни разпоредби, § 1, т.5

служителите при вземане на решения по установена в учредителния договор, устава или друг устройствен документ процедура.

- Положителният счетоводен финансов резултат на предприятието след данъчно облагане за последния отчетен период се разходва повече от 50% и не по-малко от 7500 лв. за осъществяване на социална дейност или цел.

- Не по-малко от 30% и не по-малко от три лица от наетите в предприятието са лица от уязвими социални групи, подробно изброени в закона.

Така например, лица от уязвими социални групи са хора с трайни увреждания; продължително безработни лица; лица до 29-годишна възраст, които нямат предходен професионален опит; безработни лица над 55 г.; лица, които отглеждат деца с трайни увреждания; лица, изтърпели наказание лишаване от свобода за срок, не по-кратък от 5 г.; лица със зависимост към алкохол или наркотични вещества, преминали успешно лечебна или психосоциална рехабилитационна програма; бездомни лица; чужденци, получили закрила в Република България; лица, получили статут на специална закрила по реда на Закона за борба с трафика на хора; лица, пострадали от домашно насилие и др.

Социално предприятие клас А+ е всяко предприятие, което отговаря на условията за социално предприятие клас А, както и на поне едно от следните допълнителни условия:

- Социалната добавена стойност се осъществява изцяло в административните граници на общини, които за предходната година имат равнище на безработица, равно или по-високо от средното за страната.

- Положителният счетоводен финансов резултат на предприятието след данъчно облагане се разходва повече от 50% и не по-малко от 75 000 лв. за осъществяване на социална дейност.

- Най-малко 30% от наетите са лица от уязвими социални групи (подробно изброени в чл. 7, т. 4) и са работили без прекъсване в предприятието през последните 6 месеца.

3. Правно-организационна форма на социалните предприятия

Социалните предприятия могат да съществуват под различна правно-организационна форма. В България съществува многообразие от предприятия и организации, които попадат в сектора на социалната икономика: специализирани предприятия и кооперации на хора с увреждания, общински предприятия, кооперации, юридически лица с нестопанска цел (сдружения и фондации), търговски дружества (включително и такива, регистрирани от юридически лица с нестопанска цел) и др. В крайна сметка целта на социалното предприятие е да се осигури баланс между икономическата ефикасност и социалните цели, като се даде превес не на правната форма, под която ще бъде организирано социалното предприятие, а на целите, които си поставя и ефекта от дейността, който се стреми да постигне.

Юридическите лица с нестопанска цел (ЮЛНЦ) са сдружения и фондации,¹¹ които могат да извършват стопанска дейност. Същевременно, Законът за юридическите лица с нестопанска цел поставя някои изисквания към стопанската

¹¹ Закон за юридическите лица с нестопанска цел (ЗЮЛНЦ), обн. ДВ, бр. 81 от 6.10.2000 г., в сила от 01.01.2001 г., чл.1(2).

дейност на ЮЛНЦ – тази дейност трябва да бъде допълнителна, да бъде свързана с предмета на основната дейност, за която са регистрирани, да е регламентирана в устава или учредителния акт, да не се разпределя печалба, приходите от тази дейност да се използват за постигане на определените в устава или учредителния акт цели.¹² Юридическите лица с нестопанска цел могат да се самоопределят (с устава или учредителния акт) като организации за осъществяване на дейност в обществена или в частна полза. Определянето за осъществяване на общественнополезна дейност е неотменяемо след вписването на това обстоятелство в регистъра за юридическите лица с нестопанска цел, воден от Агенцията по вписванията към министъра на правосъдието.¹³

В Националната концепция за социална икономика¹⁴ изрично са посочени като социални предприятия регистрираните по Закона за юридическите лица с нестопанска цел (ЗЮЛНЦ) неправителствени организации, които развиват стопанска дейност с изразен социален ефект спрямо лица от уязвимите групи, като например подобряване на жизненото им равнище, осигуряване на заетост, предоставяне на услуги и други форми на пряка подкрепа, чийто краен резултат е активното им социално включване. Въпреки трудностите за създаване и развитие на социални предприятия в България е налице тенденция за използване на капацитета на нестопанските организации за създаване на заетост и интеграция на хора в неравностойно положение, за социално включване и предоставяне на социални услуги.

В някои случаи **търговски дружества, регистрирани по Търговския закон** (събирателни дружества, командитни дружества, дружества с ограничена отговорност, акционерни дружества), които са стартирали дейността си с частни ресурси, могат да работят за социални каузи. Много често юридическите лица с нестопанска цел учредяват търговско дружество (например еднолично дружество с ограничена отговорност), като използват прихода от стопанската дейност на търговското дружество, за да финансират социалните си цели. Общинските търговски дружества (ЕООД, ЕАД), както и публично-частните партньорства също могат да бъдат социални предприятия, ако водеща за дейността им е социалната кауза.

Трябва да се посочи, че в българското законодателство са предвидени задължения за всички предприятия, относно назначаване на хора с увреждания. Така например, Кодексът на труда (чл.315)¹⁵ задължава всеки работодател с повече от 50 работници и служители да определя ежегодно работни места, подходящи за трудоустрояване от 4% до 10% от общия брой на работниците и служителите, в зависимост от икономическата дейност.¹⁶ Друга разпоредба на Кодекса на труда (чл.316) задължава работодателите с повече от 300 работници и служители да създават цехове и други звена за работа на лица с трайно намалена работоспособност, дейността на които се планира и отчита отделно, а за работниците и служителите в тях се установяват специфични правила за нормиране, отчитане и заплащане на труда.

¹² Закон за юридическите лица с нестопанска цел (ЗЮЛНЦ), обн. ДВ, бр. 81 от 6.10.2000 г., в сила от 01.01.2001 г., чл.3, ал.3, 4, 5 и 6.

¹³ Търговски регистър и регистър на ЮЛНЦ, <https://public.brra.bg/>

¹⁴ Министерство на труда и социалната политика. Национална концепция за социална икономика. София, 2011 г. <http://seconomy.mlsp.government.bg/>

¹⁵ Кодекс на труда, обн. ДВ, бр. 26 от 01.04.1986 г., в сила от 01.01.1987 г.

¹⁶ Конкретната квота по икономически дейности се определя от министъра на труда и социалната политика и министъра на здравеопазването.

Съгласно Закона за хората с увреждания (чл.38, ал.1),¹⁷ с цел гарантиране на заетостта на хората с трайни увреждания в обичайна работна среда, всички работодатели следва да назначават работници и служители с трайни увреждания съгласно квота:

- работодатели с 50 до 99 работници и служители - едно лице с трайни увреждания;
- работодатели със 100 и повече работници и служители – 2% от средносписъчния си състав.

Същевременно работодателят е длъжен да пригоди работното място към нуждите на човека с увреждане при неговото наемане, при необходимост, в зависимост от вида и степента на увреждането. Трябва да се има предвид, че работните места, определени по реда на Кодекса на труда (чл.315) не се взимат предвид при отчитане изпълнението на посочената квота, регламентирана от Закона за хората с увреждания.

Работодателите се освобождават от задължението да назначават работници и служители с трайни увреждания при наличие на специфични фактори в работната среда, възпрепятстващи наемане на хора с трайни увреждания, както и при липса на хора с трайни увреждания, насочени от дирекции „Бюро по труда“, като наличието на тези обстоятелства се удостоверява от Изпълнителна агенция „Главна инспекция по труда“.

Също така, работодателите могат да се освободят от задължението да назначават лица с увреждания, като прилагат алтернативни мерки – закупуват от специализирани предприятия или кооперации и/или директно от хора с увреждания, осъществяващи самостоятелна стопанска дейност, и/или от социални предприятия клас А и клас А+, произвежданите или търгуваните от тях стоки, или предоставяните от тях услуги, за периода на неизпълнение на квотата. Месечният размер на средствата за закупуване на стоките или за ползване на услугите следва да бъде не по-малък от двукратния месечен размер на минималната работна заплата, установена за страната за съответната календарна година, за всяко незаето работно място за човек с трайно увреждане.¹⁸

Освен това, при неизпълнение на задължението да назначава работници и служители с трайни увреждания, работодателят дължи ежемесечно компенсационна вноска в размер на 30% от минималната работна заплата за страната за всяко незаето работно място за човек с трайно увреждане.

През периода 2005-2018 г. **специализираните предприятия и кооперации на хора с увреждания** са регламентирани със Закона за интеграция на хора с увреждания (чл.28, ал.1),¹⁹ който от началото на 2019 г. е отменен от влезлия в сила Закон за хората с увреждания.²⁰ Съгласно Закона за хората с увреждания (чл.48, ал.1), специализирани предприятия и кооперации на хора с увреждания са тези, които отговарят на следните четири условия:

- регистрирани са по Търговския закон²¹ или по Закона за кооперациите²²;
- произвеждат стоки или извършват услуги;
- имат относителен дял на хората с трайни увреждания, както следва:

¹⁷ Закон за хората с увреждания, обн. ДВ, бр. 105 от 18.12.2018 г., в сила от 01.01.2019 г.

¹⁸ Правилник за прилагане на Закона за хората с увреждания, обн. ДВ, бр.27 от 02.04.2019 г., в сила от 01.04.2019 г., чл.30, 31 и 32.

¹⁹ Закон за интеграция на хората с увреждания, обн. ДВ, бр. 81 от 17.09.2004г., в сила от 01.01.2005 г., отменен с § 2 от преходните и заключителните разпоредби на Закона за хората с увреждания, ДВ, бр.105 от 18.12.2018 г., в сила от 01.01.2019 г.

²⁰ Закон за хората с увреждания, обн. ДВ, бр. 105 от 18.12.2018 г., в сила от 01.01.2019 г.

²¹ Търговски закон, обн. ДВ, бр.48 от 18.06.1991 г., в сила от 01.07.1991 г.

²² Закон за кооперациите, обн. ДВ бр.113 от 28.12.1999 г.

а) за специализирани предприятия и кооперации за слепи и слабовиждащи лица - не по-малко от 20 на сто от списъчния брой на персонала;

б) за специализирани предприятия и кооперации на лица с увреден слух - не по-малко от 30 на сто от списъчния брой на персонала;

в) за специализирани предприятия и кооперации на лица с други увреждания - не по-малко от 30 на сто от списъчния брой на персонала;

г) за специализирани предприятия и кооперации на лица с интелектуални затруднения или психични разстройства - не по-малко от 20 на сто от списъчния брой на персонала;

• вписани са в публичния регистър на специализираните предприятия и кооперации на хората с увреждания.²³

Специализираните предприятия и кооперации са основните и предпочитани работодатели за хората с увреждания, които се чувстват физически и морално защитени в специализирана работна среда. От гледна точка на формата на собственост, специализираните предприятия могат да бъдат държавни, общински, със смесена собственост, частни или кооперативни. От правна гледна точка могат да бъдат акционерни дружества и дружества с ограничена отговорност (включително еднолични), еднолични търговци, събирателни дружества, командитни дружества или кооперации. Специализирани предприятия и кооперации са например държавните и общинските предприятия за хора с увреждания,²⁴ кооперациите за хора с увреждания, специализираните предприятия за незрящи и слабовиждащи лица, специализираните предприятия за лица с увреден слух, микро, малки и средни предприятия за хора с увреждания (в това число и фирми, регистрирани от предприемчиви лица с увреждания с цел започване на самостоятелен бизнес), трудово-лечебните бази, които осигуряват трудова терапия на пациенти от здравните заведения и болници, центровете за защитена заетост.

Специализираните предприятия и кооперации за хора с увреждания са най-традиционните форми на социални предприятия в България. Голяма част от тях са създадени през 50-те и 60-те години на миналия век и след драстичния спад на заетите, производството и броя на предприятията от началото на прехода, демонстрират устойчиво развитие през последните двадесет години. Типичен пример за устойчиво развиващи се социални предприятия са ТПКИ „Добруджанка” – Силистра, ПКИ „Райна Княгиня” – Панагюрище, Кооперация „Черноморка” – Бургас, ТПКИ „Родина“ - Варна, „Виктория“ - София, които показват стабилно участие на вътрешния и външния пазар и от средни по размер преди 30 години, сега са сред най-големите в страната специализирани предприятия и кооперации за хора с увреждания.

Към момента в регистъра, поддържан от Агенцията на хората с увреждания²⁵ са регистрирани 241 специализирани предприятия и кооперации за хора с увреждания. Шивашкото производство заема най-голям дял от цялостната дейност на специализираните предприятия и кооперации – около 70% от социалните предприятия се зани-

²³ Агенция за хората с увреждания, Регистър на специализираните предприятия и кооперации на хора с увреждания, <https://ahu.mlsp.government.bg/portal/se/>

²⁴ Съгласно чл.316 от Кодекса на труда, Министрите, ръководителите на другите ведомства и общинските съвети са длъжни да създават специализирани държавни (общински) предприятия за работа на лица с трайно намалена работоспособност.

²⁵ Регистър на специализираните предприятия и кооперации на хора с увреждания, <https://ahu.mlsp.government.bg/portal/se/>

мават с производство на дамска, мъжка и детска конфекция, работни и униформени облекла, предпазни облекла, спортни екипи, ловни облекла, спално и постелъчно бельо и др. Други направления, в които специализираните предприятия и кооперации развиват дейност са производство на пластмасови изделия, на картонени опаковки, полиграфически и книговезки услуги, парфюмерия, билкова козметика, графичен дизайн и реклама, приложно изкуство, сувенири, украшения, поздравителни картички, предоставяне на комунално-битови услуги, производство на електрически изделия за бита и промишлеността, производството на филтри за вентилационни и климатични инсталации, филтри за двигатели с вътрешно горене, ХЕПА филтри и др.

От регистрираните специализирани предприятия и кооперации около 20% са малки предприятия, 25% са средни и около 45% са микро предприятия. Големите предприятия са свързани чрез един собственик, като например предприятията от системата на Съюзите на глухите и Съюза на слепите в България. Те формират 10 % от общия брой на специализираните предприятия и кооперации.

4. Финансиране на социалните предприятия в България

Социалното предприятие е бизнес, който предлага решение на социален проблем, ето защо от първостепенно значение за социалните предприятия е подкрепата за значими социални каузи, постигането на положително, измеримо социално въздействие, а не генерирането на максимална печалба. Същевременно социалното предприятие може и трябва да реализира приходи и да формира печалба, докато служи на социална кауза, защото по-голямата част от печалбата на социалните предприятия се инвестира обратно в социалната дейност, с цел финансова подкрепа на мисията на организацията.²⁶

Както управлението, така и финансирането на социалното предприятие до известна степен зависи от правно-организационната форма, под която предприятието извършва дейността си, като целта е да се осигури баланс между икономическата ефективност и социалните цели.

Социалните предприятия могат да използват различни възможности за финансиране, като например:

- Приходи, реализирани от стопанската им дейност;
- Национално или общинско бюджетно финансиране;
- Проектно финансиране (безвъзмездно или смесено);
- Дарения;
- Кредитиране

4.1. Приходи, реализирани от стопанска дейност на социалните предприятия

Финансовата самостоятелност е основната предпоставка за устойчивост на социалното предприятие, ето защо на първо място сред източниците на финансиране се поставят собствените приходи, реализирани от стопанска дейност. Налице са редица примери, при които функциониращи социални предприятия изпадат в неплатежоспособност, поради значителна финансова зависимост от публични средства, от проектно финансиране, което е неустойчиво, доколкото е ограничено във времето, а про-

²⁶ ИДЕА, PONT GROUP, Как да създадем социално предприятие?, Варна, 2017 г., стр.9

цесът на кандидатстване е с непредвидим резултат, или от донори, които във всеки момент могат да редуцират или прекратят финансирането. Ето защо, за устойчивото социално предприятие е много важно да реализира приходи и печалби от стопанската си дейност, които да използва за финансиране на социалните си цели и дейности.

4.2. Национално бюджетно финансиране

Публичните средства във всяка една държава са ограничени и трябва да се изразходват рационално и ефективно. В тази връзка възниква въпроса: защо държавата трябва да подкрепя социалните предприятия?

Социалното предприятие позволява обединяването на икономически и социални цели, което в крайна сметка намира израз в осигуряване на подкрепа на уязвимите групи. Ето защо, чрез подкрепа за социалните предприятия, държавата прилага лесен и финансово ефективен начин за развитие на социалната си политика. Извършваната от социалното предприятие стопанска дейност е ресурс, който може да разтовари държавата от част от разходите за социална дейност. Освен това се счита, че подкрепата за социалните предприятия допринася за по-голяма ефективност на мерките за преодоляване на социалната изолация на групи в неравностойно положение.

Законът за хората с увреждания²⁷ и Правилникът за приложението му²⁸ предвиждат три основни възможности за национално финансиране по проекти и програми за насърчаване на стопанската инициатива в интерес на хората с увреждания:

- работодател, съответно орган по назначаване, може да кандидатства за финансиране по националната програма за заетост на хората с увреждания;
- финансиране на програми и проекти за започване и развитие на самостоятелна стопанска дейност на хората с увреждания;
- финансиране по целеви проекти и програми на специализираните предприятия и кооперации на хората с увреждания.

Финансиране по национална програма за заетост на хората с увреждания

Агенцията за хората с увреждания към Министерството на труда и социалната политика може да финансира **работодател** (съответно орган по назначаване), по национална програма за заетост на хората с увреждания за:

- осигуряване на достъп до работното място за човек с трайно увреждане;
- приспособяване и/или оборудване на работното място за човек с трайно увреждане;
- квалификация и преквалификация, обучение за професионално и служебно развитие;
- други дейности.

Националната програма за заетост на хората с увреждания се утвърждава със заповед от Министъра на труда и социалната политика, с цел създаване на условия за заетост на хората с трайни увреждания, насърчаване и подпомагане на работодателите да ги наемат на работа и за повишаване на тяхната пригодност за заетост. Националната програма се изпълнява на проектен принцип в рамките на одобрените бюджетни средства за съответната година.

²⁷ Закон за хората с увреждания, обн. ДВ, бр. 105 от 18.12.2018 г., в сила от 01.01.2019 г., чл.44, 45, 46, 47

²⁸ Правилник за прилагане на Закона за хората с увреждания, обн. ДВ, бр.27 от 02.04.2019 г., в сила от 01.04.2019 г., чл.33, 34, 35, 36, 37.

Работодателят може да кандидатства за финансиране на проектен принцип съобразно условията и процедурата за кандидатстване и подбор на работодатели, обявена на интернет страницата на Агенцията за хората с увреждания,²⁹ в срок до 31 март на всяка календарна година. Работодател, който е получил финансиране е задължен да наеме на работа хора с трайни увреждания за срок, не по-кратък от три години след получаване на финансирането. Същевременно работодателят ползва средства от държавния бюджет за 30% от внесените осигурителни вноски за държавното обществено осигуряване, задължителното здравно осигуряване и допълнителното задължително пенсионно осигуряване за наетите хора.

Финансиране на програми и проекти за започване и развитие на самостоятелна стопанска дейност на хората с увреждания

Изпълнителният директор на Агенцията за хората с увреждания утвърждава програми и проекти за започване и развитие на самостоятелна стопанска дейност на хората с увреждания, заедно с методика за тяхното финансиране. Хората с увреждания могат да кандидатстват с проектни предложения за финансиране за започване и развитие на самостоятелна стопанска дейност, ако отговарят на следните общи условия: не ползват преференции по чл. 49 от Закона за насърчаване на заетостта (т.е. предоставени средства за разходи за започване на самостоятелна стопанска дейност като микропредприятие по одобрен бизнес проект);³⁰ нямат изискуеми публични задължения към държавата или общините; не получават средства от други източници за финансиране за същите допустими разходи и за същата цел. Процедурата за кандидатстване с проектни предложения се открива със заповед на Изпълнителния директор на Агенцията за хората с увреждания, с която се определя и състава на комисията за оценка и класиране на проектните предложения.

Финансиране по целеви проекти и програми на специализираните предприятия и кооперации на хората с увреждания

Агенцията за хората с увреждания може да финансира специализираните предприятия и кооперации на хора с увреждания по целеви проекти и програми, които се утвърждават от изпълнителния директор на агенцията, заедно с методика за тяхното финансиране. Специализираните предприятия и кооперации на хората с увреждания могат да кандидатстват за финансиране по целеви проекти и програми, ако отговарят на следните общи условия:

- вписани са в публичния регистър на специализираните предприятия и кооперации на хората с увреждания;³¹
- нямат изискуеми публични задължения;
- общият размер на получените държавни помощи не надхвърля левовата равностойност на 200 000 евро за период от три бюджетни години (двете предходни и текущата бюджетна година);
- не са получавали средства от други източници на финансиране за същите допустими разходи и за същата цел.

²⁹ Агенция за хората с увреждания, <https://ahu.mlsp.government.bg/home/>

³⁰ Закон за насърчаване на заетостта, обн. ДВ, бр. 112 от 29.12.2001 г., в сила от 01.01.2002 г.

³¹ Агенция за хората с увреждания, Регистър на специализираните предприятия и кооперации на и за хора с увреждания, <https://ahu.mlsp.government.bg/portal/se/>

4.3. Кредитиране на социалните предприятия

В България все още няма специализирани програми, предоставяни от частни банкови и небанкови институции за кредитиране на социалните предприятия. Ето защо, социалните предприятия могат да използват кредитните продукти, предназначени за всички предприятия. Първата стъпка при вземане на решение за ползване на кредит, е предварителното много добро проучване на условията, при които банките отпускат кредити за стартиране, текущо или инвестиционно финансиране на стопанската дейност. Всяка банка или друга финансова институция обикновено изисква гарантиране връщането на получения заем чрез обезпечение или поръчителство. Възможностите за получаване на банков кредит за стартиране на дейността на социалното предприятие до известна степен зависят и от правно-организационната му форма, като, при равни други условия, шансовете за получаване на кредит чрез търговско дружество са по-големи, в сравнение с възможностите на нестопанската организация.

През последните пет години, условията на банките за отпускане на кредити стават все по-благоприятни, като мерките по паричната политика, прилагани от БНБ подпомагат достъпа до финансиране, особено за малки и средни предприятия. Лихвените проценти по новоотпуснатите кредити за предприятия през периода 2014-2018 г. следват плавна тенденция към понижаване, като към края на периода възлизат на 3.2% за кредитите в левове, 2.9% за кредитите в евро и 4.4% за кредитите в долари.³²

4.4. Финансиране на социалните предприятия по програми на ЕС

Една от основните цели на Стратегията на ЕС „Европа 2020“³³ за интелигентен, устойчив и приобщаващ растеж, е развитието на социалното предприемачество и утвърждаването му като бизнес модел, който генерира социална стойност, допринася за постигането на интелигентен и устойчив растеж и същевременно спомага за намаляване на бедността и социалното изключване. Поради тази причина, през настоящия програмен период 2014-2020 г. по редица европейски програми са отпуснати средства за финансиране на социалното предприемачество.

Така например, към **Програмата на Европейския съюз за заетост и социални иновации (EU Programme for Employment and Social Innovation - EaSI)**³⁴ съществува ос „Микрофинансиране и социално предприемачество“, която подкрепя действията в два тематични раздела: (1) микрокредитиране на уязвими групи и микропредприятия; и (2) социално предприемачество. Основните цели на оста „Микрофинансиране и социално предприемачество“ са както следва:

- Повишаване на достъпността и наличността на микрофинансиране за уязвими групи, които искат да създадат или развият собствен бизнес, и микропредприятия.
- Изграждане на институционалния капацитет на доставчиците на микрокредитиране.

³² БНБ, Икономически преглед, бр.4/2018 г., с.36-37

³³ Стратегия на ЕС „Европа 2020“. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/enALL/?uri=CELEX%3A52010DC2020>

³⁴ Програма на Европейския съюз за заетост и социални иновации (EU Programme for Employment and Social Innovation - EaSI), <https://ec.europa.eu/social/main.jsp?catId=1081>

- Подпомагане на развитието на социални предприятия, по-специално чрез предоставяне на достъп до финансиране.

Финансирането се предоставя под формата на гаранция, чрез която заинтересованите доставчици на микрокредитиране и инвеститорите в социални предприятия имат възможност да предоставят услугите си на предприемачи, които иначе не биха финансирани поради съображения, свързани с риска. Кандидатстването за гаранции по Програмата на ЕС за заетост и социални иновации става в отговор на покана за изразяване на интерес, публикувана на уебсайта на Европейския инвестиционен фонд³⁵. Могат да кандидатстват обществени и частни органи на национално, регионално или местно равнище, предоставящи микрокредити за физически лица и микропредприятия и/или финансиране за социални предприятия в тези страни.

С други думи, по Програмата за заетост и социални иновации, Европейската комисиция не финансира пряко предприемачи или социални предприятия, но дава възможност на избрани доставчици на микрокредити и инвеститори в социални предприятия в ЕС да увеличат предоставяното финансиране.

През програмния период 2014-2020 г. социалното предприемачество в България се финансира по **Оперативна програма „Развитие на човешките ресурси“ (ОП РЧР)**, **Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“ (ОПИК)** и **Оперативна програма „Инициатива за малки и средни предприятия“ (ОП ИМСП)**.

Подкрепа за социалното предприемачество по **ОП „Развитие на човешките ресурси“ (ОП РЧР)**³⁶ се предоставя по Приоритетна ос 2 „Намаляване на бедността и насърчаване на социалното включване“ и по-конкретно в рамките на процедура „Развитие на социалното предприемачество“. Основна цел на процедурата е да се улесни достъпа до заетост и да се осигури подкрепа за социалното включване на уязвими групи чрез създаване на подходящи условия за тяхната професионална интеграция в сферата на социалната икономика. Допустими кандидати са социални предприятия, работодатели, специализирани предприятия на хора с увреждания, кооперации на хора с увреждания, общини и райони на общини, доставчици на социални услуги и неправителствени организации.

Дейностите, които кандидатите трябва да заложат в проектите си предложения, следва да са насочени към осигуряване на подкрепа за създаване на нови и разширяване дейността на вече съществуващи социални предприятия, специализирани предприятия и кооперации на хора с увреждания, във връзка с осигуряване на заетост посредством:

- психологическо подпомагане и мотивиране на лица от уязвимите групи за включване в заетост;
- социална и професионална интеграция на представители на уязвимите групи в сектора на социалната икономика;
- предоставяне на обучения на лицата, за които е осигурена заетост в социалните предприятия, специализираните предприятия и кооперациите на хора с увреждания;
- осигуряване на наставник от работодателя за новонаети лица;
- оборудване на новосъздадените работни места и тяхното адаптиране за лица

³⁵ Европейски инвестиционен фонд. https://www.eif.org/what_we_do/microfinance/easi/index.htm

³⁶ Оперативна програма „Развитие на човешките ресурси“ 2014-2020 г., съфинансирана от Европейския социален фонд, <https://esf.bg/>

с увреждания и/или извършване на ремонт във връзка с дейността на социалното предприятие;

- предоставяне на обучения за повишаване ефективността на управление на социалните предприятия, специализираните предприятия и кооперациите на хора с увреждания;

- подкрепа за осигуряване на заетост за период до 12 месеца;

- проучване на търсенето и възможностите за пазарна реализация на изработваните стоки и предоставяните услуги;

- социален маркетинг и популяризиране на социалната икономика и социалното предприемачество.

Проектите, финансирани по процедурата „Развитие на социалното предприемачество“ задължително се изпълняват на територията на Република България. Предоставяната безвъзмездна финансова помощ е в размер от 50 000 лв. до 391 166 лв., като не се изисква съфинансиране от кандидатите и партньорите по проекта. Към края на юни 2019 г. по Приоритетна ос 2 „Намаляване на бедността и насърчаване на социалното включване“ са финансирани 882 проекта на обща стойност 560.4 млн. лв., от които 113,8 млн. лв. са насочени директно за насърчаване и развитие на социалното предприемачество.³⁷

Подкрепата за социалното предприемачество в рамките на **ОП „Иновации и конкурентоспособност“ (ОПИК) 2014-2020 г.**³⁸ е предвидена по Приоритетна ос 2 „Предприемачество и капацитет за растеж на МСП“, инвестиционен приоритет 2.1 „Достъп до финансиране в подкрепа на предприемачеството“. Изпълнението на дейностите, заложили в това приоритетно направление, е насочено към постигане на положителен ефект по отношение на устойчивостта на новосъздадените предприятия. Подкрепят се следните дейности:

- Финансови инструменти в подкрепа на предприемачеството, включително финансови инструменти, комбинирани с безвъзмездна финансова помощ.

- Насърчаване на предприемаческите идеи в области, свързани с европейски и регионални предизвикателства.

Предвид особено значимостта за Европейския съюз на определени специфични области³⁹, свързани с европейските и регионални предизвикателства, подкрепа получават предприятия в специфични сфери, например творчески и културни индустрии, предприятия, разработващи нови продукти и услуги, свързани със застаряване на населението, полагане на грижи и здравеопазване, в т.ч. социално предприемачество. Предвижда се и подкрепа на идеи, които ще се реализират от жени-предприемачи, стартиращи предприятия – лица до 29 годишна възраст и за лица на възраст над 50 г., стартиращи собствен бизнес. Очакваният принос от финансираните дейности е осигуряване на подкрепа за развитие на нови предприятия и конкурентоспособност на съществуващи предприятия, създаване на нови работни места и устойчивост на работните места в предприятията.

Допустими кандидати са стартиращи и съществуващи предприятия в определе-

³⁷ Информационна система за управление и наблюдение на Структурните инструменти на ЕС в България (ИСУН 2020). <https://eumis2020.government.bg>

³⁸ ОП „Иновации и конкурентоспособност“ 2014-2020 г., съфинансирана от Европейския фонд за регионално развитие, <http://www.opcompetitiveness.bg/index.php>

³⁹ Творчески и културни индустрии, здравеопазване, дейности, свързани със застаряване на населението, съгласно параграф (8) от преамбюл на Регламент 1301/2013.

ните в Националната стратегия за насърчаване на малките и средни предприятия⁴⁰ сектори (добивна промишленост, преработвателна промишленост, услуги), както и предприятия, развиващи своята дейност в областта на културните и творческите индустрии, развиващи нови продукти и услуги, свързани със застаряването на населението, полагане на грижи и здравеопазване, социално предприемачество и др.

Съгласно изискванията на обявените до момента процедури, заявената безвъзмездна финансова помощ следва да е от 50 000 лв. до 200 000 лв., а максималният интензитет на помощта е 80%. Към края на юни 2019 г. по Приоритетна ос 2 „Предприемачество и капацитет за растеж на МСП“ са договорени 847,6 млн. лв, от които за достъп до финансиране и насърчаване на предприемачеството са насочени 298,8 млн. лв.⁴¹

ОП „Инициатива за малки и средни предприятия“ (ОП ИМСП)⁴² е съвместна програма на Европейската комисия и групата на Европейската инвестиционна банка за финансови инструменти за малки и средни предприятия (МСП) през програмнен период 2014-2020 г. ОП ИМСП допълва ОПИК в областта на достъпа до финансиране за МСП. Единствената приоритетна ос на програмата е ПО 1 „Подобряване на достъпа до дългово финансиране за МСП в България“. Основна цел на програмата е подпомагане на предприятията чрез улесняване на достъпа до финансиране, което да доведе до увеличаване на икономическия растеж и създаване на работни места. Програмата е разработена в съответствие с прилагането на „Инициативата за МСП“ в Европа.

Бюджетът на оперативната програма е в размер на 199,5 млн. евро, които се осигуряват от ЕС, по линия на Европейския фонд за регионално развитие. В рамките на „Инициативата за МСП“ в България се предлага усъвършенстван гаранционен продукт, покриващ 60% от кредитния риск за всеки кредит на МСП, без таван на загубите в кредитния портфейл. Евентуалните загуби в създадения портфейл от ново финансиране се покриват от издаваните от Европейския инвестиционен фонд (ЕИФ)⁴³ гаранции до 60% на ниво индивидуален кредит, като поне 20% от кредитния риск се покрива от банката-кредитор.

За изпълнението на финансовия инструмент ЕИФ избира един или повече финансови посредници – публични или частни кредитни и финансови институции с национално покритие на територията на България, с които сключва оперативни споразумения. В края на 2016 г. ЕИФ подписа оперативни споразумения с десет финансови посредника - Обединена българска банка, Райфайзенбанк България, УниКредит Булбанк, Прокредит банк, СИБАНК, Сосиете Женерал Експресбанк, Банка ДСК, Пощенска банка, Дойче Лизинг България и Банка Пиреос, които реално са стартирали отдаването на заеми на малки и средни предприятия.

Финансовите посредници осъществяват подбора на крайните получатели, които следва да бъдат действащи малки и средни предприятия, като се изключват секторите селско стопанство, хазарт, тютюневи изделия, алкохол и др. Отпускат се кредити за

⁴⁰ Национална стратегия за насърчаване на МСП в България 2014-2020 (НСНМСП), приета с Решение № 37 на Министерския съвет на Република България от 23 януари 2014 г.

⁴¹ Информационна система за управление и наблюдение на Структурните инструменти на ЕС в България (ИСУН 2020). <https://eumis2020.government.bg>

⁴² ОП „Инициатива за малки и средни предприятия“ 2014-2020 г. http://www.opcompetitiveness.bg/module3.php?menu_id=376

⁴³ Европейски инвестиционен фонд (ЕИФ). <https://www.eif.org/>

инвестиции в материални и нематериални активи, както и за оборотни средства. Допустими са само нови бизнес кредити, изключва се рефинансиране на стари кредитни задължения. Срокът на кредита следва да е не по-малък от 24 месеца и не по-дълъг от 12 години, а максималната сума на кредита е до 5 млн. евро. Подробности за условията и начините за кандидатстване се предоставят от избраните финансови посредници.

Програмите за териториално сътрудничество (ПТС)⁴⁴ също предлагат възможности за финансиране в подкрепа на социалното предприемачество.

Програмата за трансгранично сътрудничество ИНТЕРРЕГ V-A „Гърция - България 2014-2020“⁴⁵ подкрепя социалното предприемачество, основно посредством Приоритетна ос 4 „Трансграничен регион с висока степен на социално приобщаване“.

Програмата включва тематични цели и инвестиционни приоритети, по които могат да кандидатстват национални, регионални и местни власти, стопански камари, професионални организации, агенции за регионално развитие, неправителствени организации, университети и изследователски центрове, а основните целеви групи са новосъздадени малки и средни предприятия (до 3 г. от създаването им), включително кооперативи, самонаети лица, социални предприятия, потенциални предприемачи. Такава например е тематична цел 3 „Повишаване конкурентоспособността на малките и средни предприятия“, конкретизирана в инвестиционен приоритет 3а „Насърчаване на предприемачеството, по-специално чрез улесняване на икономическото използване на нови идеи и насърчаване на създаването на нови фирми, включително чрез бизнес инкубатори“ и инвестиционен приоритет 3д „Подкрепа на капацитета на МСП да се развият на регионални, национални и международни пазари и да се ангажират с иновационни процеси“.

В допълнение, социалните предприятия могат да кандидатстват за финансиране по тематична цел 9 „Насърчаване на социалното включване, борба с бедността и всякаква дискриминация“, инвестиционен приоритет 9с „Предоставяне на подкрепа за социалните предприятия“. Специфичната цел на този инвестиционен приоритет е увеличаване на социалното предприемачество в трансграничния регион, а очакваните резултати са растеж на съществуващите и развитие на нови социални предприятия, повишаване на заетостта в социалните предприятия, увеличаване на предоставяните социални услуги в трансграничните райони с лоши социално-икономически показатели (бедност, безработица и др.).

Основните дейности, които се финансират по инвестиционен приоритет 9с „Предоставяне на подкрепа за социалните предприятия“ са както следва:

- Подпомагане създаването и функционирането на социални предприятия, които предоставят иновативни решения и популяризират пазара на труда и социалните услуги сред населението от трансграничния регион.
- Подпомагане на социалния „франчайзинг“, в т.ч. обмяна на бизнес модели между социални предприятия.
- Популяризиране на социалното предприемачество, представяне и съвместно ап-

⁴⁴ Програми за териториално сътрудничество. <https://www.mrrb.bg/bg/infrastruktura-i-programi/programi-za-teritorialno-sutrudnichestvo-2014-2020/>

⁴⁵ Програма за трансгранично сътрудничество ИНТЕРРЕГ V-A „Гърция - България 2014-2020“. <https://interreg.gr/en/>, <http://www.greece-bulgaria.eu/>

робиране на добри практики от социални предприятия, бизнес консултации, разработване на методологии и провеждане на съвместни изследвания с цел мониторинг и оценка на приноса на социалната икономика за постигане на социално и териториално сближаване в трансграничния регион и др.

Областите, включени в трансграничния регион са Благоевград, Хасково, Смолян и Кърджали от българска страна, както и Еврос, Ксанти, Родопи, Драма, Кавала, Солун и Серес от гръцка страна.

Програмата за трансгранично сътрудничество ИНТЕРРЕГ – ИПП „България – Македония 2014-2020“⁴⁶ предоставя финансиране за развитие на социалното предприемачество по Приоритетна ос 3 „Конкурентоспособност“, специфична цел 3.1. „Повишаване на конкурентоспособността на регионалния бизнес“. В резултат от изпълнението на мерките и дейностите, финансирани по приоритетната ос се очаква повишаване на капацитета на публичния и частния сектор за развитие на бизнеса чрез насърчаване на предприемачеството и сътрудничеството за обмен на нови идеи, умения и технологии и насърчаване създаването на нови фирми.

Основните дейности, които се финансират по приоритетната ос са както следва:

- Подкрепа за съществуващи или за създаване на нови социални предприятия.
- Подкрепа за съвместни стартиращи фирми и инициативи за самостоятелна заетост (особено за млади хора и жени).
- Подкрепа за развитието на трансгранични бизнес кълстери.
- Обмен на опит и добри практики за стимулиране на икономическото развитие на региона.
- Създаване на мрежи за повишаване на заетостта на младите хора, жените и уязвими и/или маргинализирани групи.

Регионите, които обхваща програмата са областите Кюстендил и Благоевград на територията на България и Североизточен, Източен и Югоизточен планов регион в Македония. Кандидати по програмата могат да бъдат национални, регионални и местни власти, публични организации, стопански камари, бизнес асоциации, агенции за регионално развитие, неправителствени организации, организации с нестопанска цел и др. Всеки проект трябва да включва поне по един партньор от всяка страна на трансграничния регион, като максималният брой на партньорите е пет. Проектите са с продължителност от 8 до 15 месеца, като в рамките на един проект се предоставя безвъзмездна финансова помощ в размер от 50 000 евро до 120 000 евро.

В рамките на **Програмата за трансгранично сътрудничество „Балкани – Средиземно море“ 2014-2020**⁴⁷ и по-конкретно по Приоритетна ос 1 „Предприемачество и иновации“ се подпомага изграждането на мрежи за сътрудничество между социални предприемачи от региона, с цел утвърждаване на този икономически сектор и създаване на устойчиви работни места. По програмата могат да кандидатстват национални, регионални и местни власти, организации, управлявани от публичното право, организации с нестопанска цел от България, Гърция, Кипър, Албания и Македония.

Основните дейности, които се финансират по Приоритетна ос 1 „Предприемачество и иновации“ са както следва:

⁴⁶ Програма за трансгранично сътрудничество ИНТЕРРЕГ – ИПП „България – Македония 2014-2020“. <http://www.ipa-cbc-007.eu/>

⁴⁷ Програма за трансгранично сътрудничество „Балкани – Средиземно море“ 2014-2020. <http://www.interreg-balkanmed.eu/>

- Създаване на клъстери, инкубатори и мрежи за бизнес сътрудничество за подобряване на транснационалната конкурентоспособност.
- Съвместно разработване и трансфер на технологични и нетехнологични решения, икономическо и социално развитие, прилагане на нови бизнес модели.
- Бенчмаркинг, рационализация и преориентиране на инструменти или процеси за насърчаване на бизнес, социални, „зелени“ и цифрови иновации.
- Съвместно организиране на схеми за обучение за насърчаване на предприемаческата култура (включително и социално предприемачество).
- Транснационални мрежи за менторство и обучение на предприемачи.

В проектите, финансирани по програмата задължително трябва да участват минимум три и максимум осем партньора от поне три различни държави, като поне един партньор е от страна-членка на ЕС. Предоставяната безвъзмездна финансова помощ е в размер от 0,5 до 1 млн. евро, като нито един от партньорите по проекта не може да концентрира повече от 35% от бюджета, а партньорите от една държава не могат да концентрират повече от 50% от бюджета на проекта.

В останалите териториални програми социалното предприемачество не е изнесено като отделен приоритет, но за сметка на това включването на отделни социални целеви групи е приоритизирано при оценката на проекти. Така например, по *Програмата за трансгранично сътрудничество ИНТЕРРЕГ - ИПП „България - Сърбия 2014-2020“*⁴⁸, Приоритетна ос 2 „Младежи“ се финансират проекти в подкрепа на младежкото предприемачество. *Програмата за транснационално сътрудничество „Дунав“ 2014-2020*⁴⁹ и по-конкретно Приоритетна ос 1 „Иновативен и социално ангажиран Дунавски регион“ има за специфична цел увеличаване на уменията и знанията за бизнес и социалните иновации, като един от основните приоритети е интеграцията на хората в неравностойно положение. *Програмата за междурегионално сътрудничество ИНТЕРРЕГ Европа 2014-2020*⁵⁰ подпомага малки и средни предприятия във всички етапи от техния жизнен цикъл с финансиране по Приоритетна ос 2 „Конкурентоспособност на малките и средните предприятия (МСП)“.

5. Данъчно облагане на социалните предприятия

Действащото българско законодателство дава добра основа за стопанска и обществена дейност със социален ефект. Редица данъчни облекчения, които се прилагат в корпоративната икономика, са пряко приложими и по отношение на предприятията и организациите от социалната и солидарна икономика. В допълнение, законодателството предвижда и някои по-специални преференции за насърчаване на социалното предприемачество.

Режимът на данъчно облагане и приложимите данъчни облекчения зависят от правно-организационната форма на социалните предприятия. Всички субекти на социалната икономика (юридически лица с нестопанска цел, кооперации, специализирани предприятия на хора с увреждания, социални предприятия) подлежат на

⁴⁸ Програма за трансгранично сътрудничество ИНТЕРРЕГ - ИПП „България - Сърбия 2014-2020“. <http://www.ipacbc-bgrs.eu/>

⁴⁹ Програма за транснационално сътрудничество „Дунав“ 2014-2020. <http://www.interreg-danube.eu/>

⁵⁰ Програма за междурегионално сътрудничество ИНТЕРРЕГ ЕВРОПА 2014-2020. <https://www.interregeurope.eu/>

облагане с корпоративен данък за реализираната печалба от стопанската си дейност по реда на Закона за корпоративното подоходно облагане (ЗКПО).⁵¹ Също така, приложими към тяхната дейност са данъка върху разходите, данъка върху дивиденди и ликвидационни дялове и данъка върху добавената стойност.

Корпоративен подоходен данък се дължи за печалбата, реализирана при осъществяване на стопанска дейност, както и от отдаване под наем на движимо и недвижимо имущество. Данъчната ставка е в размер на 10% от данъчната печалба на юридическите лица за съответната данъчна година. Данъчно задължените лица подават годишна данъчна декларация за данъчния финансов резултат и дължимия годишен корпоративен данък, както и годишен отчет за дейността, в срок до 31 март на следващата година в териториалната дирекция на Националната агенция за приходите. В същият срок се внася и дължимия данък.

С **данък върху разходите** се облагат представителните разходи, свързани с дейността и социалните разходи, предоставени в натура на работници, служители и лица, наети по договор за управление и контрол. Този данък се прилага например за социалните разходи, направени от социалното предприятие в качеството му на работодател по отношение на неговите работници или служители. Данъчно задължени лица за данъка върху представителните разходи са лицата, които подлежат на облагане с корпоративен данък, а данъчно задължени лица за данъка върху социалните разходи са всички работодатели или възложители по договори за управление и контрол, т.е. социалните предприятия, независимо от правно-организационната си форма подлежат на облагане с данък върху разходите. Данъчната ставка на данъка върху разходите е в размер на 10% от начислените разходи. Данъкът върху разходите се декларира с годишната данъчна декларация, подавана от данъчно задълженото лице и се внася в срок до 31 март на следващата година. Данъкът върху разходите е регламентиран в Част 4 от Закона за корпоративното подоходно облагане (ЗКПО).

Данъкът върху дивиденди и ликвидационни дялове, удържан при източника е окончателен данък, който се отнася за реализираните доходи от осъществяването на т. нар. непряка стопанска дейност. Данъкът е приложим например, когато социалното предприятие е обособено в отделно търговско дружество и юридическото лице с нестопанска цел получава дивиденди или ликвидационни дялове за участието си в него. Съгласно закона (ЗКПО, чл.194), с данък при източника се облагат дивидентите и ликвидационните дялове, разпределени от местни юридически лица в полза на: чуждестранни юридически лица и местни юридически лица, които не са търговци, включително на общини. Данъкът е окончателен и се удържа от юридическите лица, които разпределят дивиденди или ликвидационни дялове. Данъчната ставка е в размер на 5% от брутния размер на разпределените дивиденди, съответно от разликата между пазарната цена и документално доказаната цена на придобиване на акциите или дяловете (при разпределяне на ликвидационни дялове).

Според Закона за данък върху добавената стойност (ЗДДС),⁵² задължението за начисляване на **данък върху добавената стойност** (ДДС) се отнася до всички лица, извършващи независима икономическа дейност, без значение от целите и резултатите от нея. Независима икономическа дейност, по смисъла на закона, е дейността на производители, търговци и лица, предоставящи услуги, упражняването на свободна

⁵¹ Закон за корпоративното подоходно облагане, обн., ДВ, бр. 105 от 2006 г., в сила от 01.01.2007 г.

⁵² Закон за данък върху добавената стойност, обн. ДВ, бр.63 от 4 Август 2006 г., в сила от 01.01.2007 г.

професия, както и всяка дейност, осъществявана редовно или по занятие срещу възнаграждение, включително експлоатацията на материално и нематериално имущество с цел получаване на редовен доход от него. В този смисъл, дейността, извършвана от социалните предприятия също се счита за независима икономическа дейност, независимо от правно-организационната им форма.

За целите на облагането с данък върху добавената стойност се предвижда регистрационен режим пред Националната агенция за приходите, която създава и поддържа специален регистър. Всяко данъчно задължено лице с облагаем оборот 50 000 лв. или повече за период не по-дълъг от последните 12 последователни месеца подлежи на задължителна регистрация. Ако лицето не отговаря на условията за задължителна регистрация, то има право да се регистрира по избор.

При изчисляването на облагаемия оборот за задължителна регистрация, социалните предприятия трябва да имат предвид, че от началото на 2020 г., извършването на социални услуги по Закона за социалните услуги⁵³ е определено като освободена доставка (т.е. не се включва в облагаемия оборот). Социалните услуги са дейности за подкрепа на лицата за превенция и/или преодоляване на социалното изключване, реализиране на права, подобряване качеството на живот. Тези услуги се основават на социална работа, индивидуален подход и индивидуална оценка на потребностите. Основните видове социални услуги, изброени в Закона за социалните услуги (чл. 15) са информиране и консултиране, застъпничество и посредничество, общностна работа, терапия и рехабилитация, обучение за придобиване на умения, подкрепа за придобиване на трудови умения, дневна грижа, резидентна грижа, осигуряване на подслон, асистентска подкрепа.

Механизмът на облагане с ДДС е както следва. Всяко регистрирано по ЗДДС лице е длъжно да начисли и внесе в бюджета данък в размер на 20% върху извършените облагаеми доставки на стоки и услуги, които се включва в платената от купувача цена. Същевременно лицето има право да приспадне ДДС, което е платило при закупуване на стоки и услуги. В крайна сметка, данъчната тежест се понася от крайните потребители на стоките и услугите, но разчитането с бюджета се извършва от регистрираните по ЗДДС лица.

Същевременно българското законодателство предвижда редица данъчни и други облекчения, насочени към поощряване и стимулиране на развитието на социалното предприемачество.

Данъчни облекчения при дарение

Данъчните облекчения за **корпоративни дарители** включват предвидената в закона възможност (ЗКПО, чл.31, ал.1) да намалят с до 10% положителния си счетоводен финансов резултат (счетоводната печалба) в процеса на формиране на данъчна печалба, когато разходите за дарения са направени в полза на:

- здравни и лечебни заведения, комуни за лечение на наркозависими, както и на наркозависими лица за тяхното лечение;
- специализирани предприятия или кооперации на хора с увреждания, в полза на Агенцията за хората с увреждания, на хора с увреждания, както и за технически помощни средства за тях;
- юридически лица с нестопанска цел със статут в обществена полза;
- социални предприятия, вписани в регистъра на социалните предприятия, за осъществяване на социалната им дейност и/или за постигане на социалните им цели;

⁵³ Закон за социалните услуги, обн. ДВ, бр.24 от 22.03.2019 г., в сила от 01.01.2020 г.

- други, изброени в закона субекти.

Данъчните облекчения за дарители – **физически лица**, направили дарения в полза на социални предприятия, са възможни по реда на Закона за данъците върху доходите на физическите лица (ЗДДФЛ).⁵⁴ Според този закон физическите лица могат да приспадат до 5% от своя облагаем доход (включително от дейност като едноличен търговец) при дарения, направени в полза на:

- здравни и лечебни заведения, комуни за лечение на наркозависими;
- специализирани предприятия или кооперации на хората с увреждания, както и в полза на Агенцията за хората с увреждания;
- юридически лица с нестопанска цел със статут в обществена полза;
- други, изброени в закона субекти.

Сериозен пропуск в действащото законодателство е, че дарителите – физически лица, за разлика от корпоративните дарители, не могат да ползват данъчни облекчения при дарения, направени в полза на социални предприятия.

Законът за местните данъци и такси (ЗМДТ)⁵⁵ предвижда възможност за освобождаване на юридическите лица с нестопанска цел от задължението за заплащане на местен данък върху придобиване на имущество, получено по дарение. Съгласно чл.48 (1) се освобождават от данък даренията за юридическите лица с нестопанска цел, които получават субсидии от централния бюджет, както и юридическите лица с нестопанска цел със статут в обществена полза за получените и предоставените дарения.

Данъчни преференции за специализираните предприятия и кооперации на хора с увреждания

Специализираните предприятия и кооперации на хората с увреждания ползват пълно или частично преотстъпване на дължимия корпоративен подоходен данък. Корпоративният данък се преотстъпва изцяло на юридическите лица - специализирани предприятия или кооперации, които към 31 декември на съответната година са членове на национално представителните организации на хора с увреждания и в които най-малко:

- 20% от общия брой на персонала са незрящи и слабо виждащи хора, или
- 30% от общия брой на персонала са хора с увреден слух, или
- 50% от общия брой на персонала са хора с други увреждания.

Когато не са изпълнени посочените изисквания за броя на наетите лица, корпоративният данък се преотстъпва пропорционално на броя на хората с увреждания или трудоустроените лица към общия брой на персонала. Преотстъпване на корпоративен данък е правото на данъчно задълженото лице да не внася данъка в държавния бюджет, но е допустимо само когато преотстъпеният данък се разходва изцяло за интеграция на хората с увреждания или за поддържане и разкриване на работни места за трудоустроени лица в следващите две години. Планирането, разходването и отчитането на средствата се извършват с наредби на националните организации на и за хора с увреждания, съгласувано с министъра на финансите.

Освен това, Законът за хората с увреждания (чл.50, ал.1) предвижда, че на специализираните предприятия и кооперации на хората с увреждания и трудово-лечебните

⁵⁴ Закон за данъците върху доходите на физическите лица, обн. ДВ. бр.95 от 24.11.2006 г., в сила от 01.01.2007 г.

⁵⁵ Закон за местните данъци и такси, обн. ДВ. бр.117 от 10.12.1997 г., в сила от 01.01.1998 г.

бази се възстановяват 50% от дължимите осигурителни вноски за държавното обществено осигуряване, задължително здравно осигуряване и допълнително задължително пенсионно осигуряване на работещите по трудово правоотношение лица. Възстановените средства задължително трябва да се използват за инвестиции, рехабилитация и социална интеграция на хората с трайни увреждания и подкрепящия ги персонал.

Данъчно стимулиране на предприятията при наемане на безработни лица от уязвими групи

Съгласно Закона за корпоративното подоходно облагане (чл.177, ал.1) данъчно задължено лице има право да намали счетоводния си финансов резултат при определяне на данъчния финансов резултат, когато е наело лице по трудово правоотношение за не по-малко от 12 последователни месеца и към момента на наемането му лицето е:

- регистрирано като безработно за повече от една година, или
- регистрирано безработно лице на възраст над 50 години, или
- безработно лице с намалена работоспособност.

Намалението се извършва с изплатените суми за трудово възнаграждение и вносите за сметка на работодателя вноски за фондовете на държавното обществено осигуряване и НЗОК за първите 12 месеца от наемането на лицето.

Стимулиране на социалните предприятия чрез „позитивна“ дискриминация

Една от най-честите мерки, които се използват за стимулиране на социалната икономика в развитите държави, са тези, свързани с т.нар. „позитивна“ дискриминация. В българското законодателство има различни примери за позитивна дискриминация, но най-много хипотези, отнасящи се до дейността на социалните предприятия като субекти, които участват в стопанския оборот, са предвидени в Закона за обществените поръчки.⁵⁶ Така например, в чл.12 от този закон са регламентирани т.нар. „запазени обществени поръчки“.

Според закона, Министерският съвет по предложение на министъра на труда и социалната политика определя с решения:

- списък на стоките и услугите, които са предназначени за възлагане на специализирани предприятия или кооперации на хора с увреждания или за стопански субекти, чиято основна цел е социалното и професионалното интегриране на хора с увреждания или на хора в неравностойно положение;
- програми за създаване на защитени работни места, в рамките на които възложителите имат право да запазят поръчки.

При изготвяне на списъка и определянето на програмите се вземат предвид провежданите национални политики, изпълняваните стратегии и програми, както и капацитетните възможности и номенклатурата на стоките и услугите, предоставяни от изпълнителите (т.е. специализираните предприятия и кооперации на хора с увреждания, стопанските субекти, чиято основна цел е социалното и професионалното интегриране на хора с увреждания или хора в неравностойно положение), като при необходимост списъкът и програмите се актуализират. Списъкът и програмите се оповестяват чрез интернет страницата на Агенцията по обществени поръчки.

Възложителят е длъжен да посочи, че поръчката е запазена в обявлението, с което се оповестява откриването на процедура за възлагане на обществена поръчка. При възлагане на запазените обществени поръчки могат да участват лица, при условие че

⁵⁶ Закон за обществените поръчки, обн. ДВ, бр.13 от 16.02.2016 г., в сила от 15.04.2016 г.

най-малко 30% от списъчния им състав е от хора с увреждания или в неравностойно положение. Когато кандидати за изпълнители са специализирани предприятия или кооперации на хора с увреждания, те трябва да са регистрирани като такива най-малко три години преди датата на откриване на конкретната процедура за възлагане на обществена поръчка.

Специализирани предприятия или кооперации на хора с увреждания могат да участват в обществена поръчка, при условие че могат да изпълнят най-малко 80% от нейния предмет със собствени машини, съоръжения и човешки ресурс или с подизпълнители, които също са специализирани предприятия или кооперации на хора с увреждания. В процедура за възлагане на запазена поръчка могат да участват и други заинтересовани лица, но офертите им се разглеждат само ако няма допуснати оферти на специализирани предприятия или кооперации на хора с увреждания, или стопански субекти, чиято основна цел е социалното и професионалното интегриране на хора с увреждания или хора в неравностойно положение.

6. Заключение

В заключение следва да посочим, че действащото българско законодателство дава добра основа за стопанска и обществена дейност със социален ефект. Редица данъчни облекчения, които се прилагат в корпоративната икономика, са пряко приложими и по отношение на предприятията и организациите на социалната и солидарна икономика. В допълнение, законодателството предвижда и редица преференции за насърчаване на социалното предприемачество.

Същевременно, предвидените данъчни и други финансови и нефинансови стимули са недостатъчни, за да се насърчи реалното развитие на социалното предприемачество в България. Прави впечатление, че по-голямата част от мерките на съществуващата политика за стимулиране на социалното предприемачество в България са насочени предимно към хората с увреждания. В тази връзка е необходимо да се разработят стимули за цялата палитра от социални предприятия, включително и за такива, работещи в полза на лица от други уязвими групи. Друг недостатък на провежданата политика е, че усилията са насочени предимно към насърчаване на корпоративната социална отговорност. Препоръчително е да се регламентират по-сериозни стимули за участието на физическите лица при финансиране (например чрез дарения) на субектите на социалната и солидарна икономика.

Кратки биографични данни

Десислава Стоилова завършва магистърска степен по специалност “Финанси” в ЮЗУ “Неофит Рилски” – Благоевград през ноември 1999 г., а от декември същата година е назначена като асистент в катедра “Финанси и отчетност” на Стопанския факултет. През октомври 2006 г. след успешно защитен дисертационен труд, посветен на проблемите на общинското облигационно финансиране, ѝ е присъдена образователната и научна степен “доктор”, а през октомври 2010 г. и научното звание „доцент“ по научната специалност „Финанси, парично обръщение, кредит и застраховка“.

Като преподавател и научен работник Десислава Стоилова проявява специален интерес към проблемите на публичните и корпоративните финанси. В периода 2003 - 2019 г. е провела шест специализации в чужбина, съответно към Централноевропейския университет (Будапеща, Унгария), Изследователски институт Метрополитън (Будапеща, Унгария), Институт по труда (Солун, Гърция), Академия Истрополитана НОВА (Братислава, Словакия), Международна академия за управление на конфликти (Вашингтон, САЩ) и Института на Световната банка (Вашингтон, САЩ), където сътрудничи като консултант по проблемите на фискалната децентрализация. Десислава Стоилова участва активно в национални и международни научни и образователни проекти, изнася лекции в престижни университети, автор е на редица публикации, насочени към предлагане на иновативни решения в областта на публичните и корпоративните финанси.

Desislava Stoilova is an associate professor at the SWU „Neofit Rilski“. She holds a Master’s degree in Finance at SWU „Neofit Rilski“ and PhD on the problems of municipal debt financing, obtained in 2006. Since 2010 she has been an associate professor in the specialty „Finance, Money, Credit and Insurance“.

As a lecturer and researcher, Desislava Stoilova has a special interest in the problems of public and corporate finance. Between 2003 and 2019 she has held six specializations abroad, respectively, at the Central European University (Budapest, Hungary), Metropolitan Research Institute (Budapest, Hungary), Labor Institute (Thessaloniki, Greece), Istropolitana Nova Academy (Bratislava, Slovakia), The International Academy for Conflict Management (Washington, USA) and the World Bank Institute (Washington, USA), where he collaborates as a consultant on fiscal decentralization issues. Desislava Stoilova is actively involved in national and international academic and educational projects. She lectures at prestigious universities and is the author of a number of publications aimed at offering innovative solutions in the field of public and corporate finance.

E-mail: dstoilova@swu.bg

Социално предприемачество и туристическо развитие.

Добри практики и потенциал за развитие в Област Благоевград

Резюме

Социалното предприемачество и потенциалът му като нова форма и култура на правене на бизнес, който да е социално отговорен и ориентиран към постигане на собствени социални цели, но и едновременно с това икономически ефикасен и ефективен, са поставени във фокуса на внимание в настоящото изследване. Прецизирайки проучвания обхват, разработката има своята конкретика и пространствена насоченост, проучвайки Област Благоевград и нейните географски, демографски, социо-културни, икономически и пр. особености, създаващи важни предпоставки за икономическо развитие във връзка с туризма.

Определено, вниманието, насочено към социалното предприемачество е преднамерено и има за цел да анализира моментното му състояние в Благоевградска област, като се опре на новата нормативна рамка, действаща от началото на м. май 2019 г. в България и съществуващи добри практики, за да изведе някои специфични възможности за развитие в сферата на туризма в региона. В методологично отношение се използва изследователски инструментариум на системния и прагматичния подход, както и на SWOT анализа. Най-общо са изследвани и анализирани нормативни документи и данни, както и добри практики, свързани с дейността на социалните предприятия, с акцент върху Област Благоевград. Очертано е и едно съществено ограничение, а именно липсата на достатъчно данни за съпоставими времеви периоди. Възможността за обобщаване на констатациите също представлява ограничение за настоящото изследване, както и социалния характер на изследвания процес, който не може да бъде пренебрегнат.

Social Entrepreneurship and Tourism Development.

Good practices and development potential in Blagoevgrad Province

Abstract

The present study focuses on social entrepreneurship and its potential as a new form and culture of doing business that is socially responsible and oriented towards achieving its own social goals, being at the same time economically efficient and effective. Of course, the development has its specificity and spatial orientation, exploring Blagoevgrad Province and its geographic, demographic, socio-cultural, economic, etc. characteristics, creating important preconditions for economic development in relation to tourism.

It should be noted that the focus on social entrepreneurship is intentional and aims to analyze its current situation in Blagoevgrad Province, referring on the new regulatory framework in force in Bulgaria since early May 2019 and on the existing good practices, in order to outline some specific opportunities for development in the field of tourism in the region. The methodology is provided with the systemic and pragmatic approaches as well as uses the SWOT analysis as research tool. In general, normative documents and data, as well as good practices related to the activity of social enterprises, with emphasis on Blagoevgrad Province, have been investigated and analyzed. There is also a significant limitation, namely the lack of sufficient data for comparable time periods. The possibility of generalizing the findings is also a limitation for the present study as well as the social nature of the research process that cannot be ignored.

Въведение

Пространствената обусловеност на Област Благоевград в географско отношение, концентрацията на населението и специфичните демографски особености, потенциалът за производство, заедно с добре развитата транспортна и съобщителна мрежа и наличието на разнообразни туристически ресурси са важни предпоставки за икономическото ѝ развитие. С него е свързан и един специфичен аспект, на който през последните няколко години се отделя особено внимание, а именно - възможностите и потенциалът на социалното предприемачество като нова форма и култура на правене на бизнес, който да е социално отговорен и ориентиран към постигане на собствени социални цели, но и едновременно с това икономически ефикасен и ефективен. Фокусирайки се върху социалното предприемачество, настоящото изследване има за цел да анализира моментното му състояние в Благоевградска област, като се опре на новата нормативна рамка, действаща от началото на м. май 2019 г. в България и добрите практики, за да изведе някои специфични възможности за развитие в сферата на туризма в региона. В методологично отношение се бори с изследователския, системния и прагматичния подход, както и с инструментариума на SWOT анализа. Най-общо са изследвани и анализирани нормативни документи и данни, както и добри практики, свързани с дейността на социалните предприятия, с акцент върху област Благоевград. Очертано е и едно съществено ограничение, а именно липсата на достатъчно данни за съпоставими времеви периоди. Възможността за обобщаване на констатациите също представлява ограничение за настоящото изследване, както и социалният характер на изследвания процес, който не може да бъде пренебрегнат.

Обобщен регионален профил на област Благоевград

Област Благоевград е ситуирана в Югозападната част от територията на Република България. Граничи с Република Гърция на юг и с Република Северна Македония на запад, както и с областите Кюстендил, Софийска, Пазарджик и Смолян. В прилежащата ѝ територия попадат голяма част от българските планини – Рила, Пирин, Огражден, Малашевска и Влахина планини, югозападните части от Родопите и пр. Тук се разположени най-високите върхове в България - Мусала /2925м/ и Вихрен /2914м/ и двата най-големи национални парка в България – “Рила” и ”Пирин”, както и множество природни резервати.

Област Благоевград е на трето място по брой общини в страната - общо 14 общини: Банско, Белица, Благоевград, Гоце Делчев, Гърмен, Кресна, Петрич, Разлог, Сандански, Сатовча, Симитли, Струмјани, Хаджидимово и Якоруда, с 281 населени места. Територията на областта е 6 449,5 кв. км и представлява 5,8 % от територията на страната. Населението към 2016 г. е 311 576¹ (при 323 552 души при преброяването от 2011 г.² и 341 245 жители, установени при предходното преброяване). Приблизително 1/5 от него е съсредоточено в Община Благоевград. Друга голяма община с население от 50 000 до 100 000 души е и Община Петрич (57 006 души). С население от 30 000 до 50 000 души са общини Сандански и Гоце Делчев. Делът на градското население в областта е сравнително нисък – 60% при 73% в страната, но гъстотата на жителите на урбанизираните територии е чувствително по-висока – 2 318 души на кв. км при 1 537 души на кв. км в страната.

¹ Регионални профили 2017, Област Благоевград, https://www.regionalprofiles.bg/var/docs/profiles_2017/Blagoevgrad_2017.pdf

² Преброяване 2011, <http://www.nsi.bg/sites/default/files/files/pressreleases/Census2011final.pdf>.

В териториалния обхват на област Благоевград няма настъпили изменения за периода 2005-2018 г. Областта запазва границите си и не променя принадлежността си към Югозападния район (NUTS 2)³ – фиг. 1.



Фигура 1. Позициониране на Благоевградска област като административна единица на картата на България

* Източник: http://www.aenergy.bitie-foundation.com/downloads/Oценка_na_potenciala_na_VEI_Blagoevgradska_oblast.pdf,

Във физико-географско отношение разглежданата територия се отличава с определено разнообразие. Релефът е с подчертан планински характер и е предопределящ за социално-икономическото, селищното и инфраструктурното развитие. Област Благоевград е богата на водни ресурси, биомаса, геотермални, водни и други енергийни ресурси⁴.

По данни, изведени при регионалното профилиране на административните единици в България⁵, Област Благоевград показва добро развитие в условията, които предоставя за бизнеса, качеството на образованието и демографското развитие на населението. На този фон обаче благосъстоянието на живеещите в област Благоевград макар и да нараства, остава под средните стойности за страната. При заетостта

³ Областна стратегия за регионално развитие на област Благоевград 2014 – 2020 година, file:///D:/Downloads/OSR_Blagoevgrad_2014_2020(1).pdf

⁴ Оценка на потенциала на ВЕИ Благоевградска област, достъпна на адрес: http://www.aenergy.bitie-foundation.com/downloads/Oценка_na_potenciala_na_VEI_Blagoevgradska_oblast.pdf

⁵ Регионални профили 2017, Област Благоевград, https://www.regionalprofiles.bg/var/docs/profiles_2017/Blagoevgrad_2017.pdf

се установява увеличение, а при безработицата - намаление, което обаче се дължи не на разкриване на нови работни места, а преди всичко на по-ниска икономическа активност на населението⁶. В същото време през последните седем години в сферата на инфраструктурата и здравеопазването в областта се изпитват трудности и не се предоставят качествени услуги. Усеща се липса на лекари от водещи специалности; леглата в болниците са сравнително малко⁷.

Област Благоевград все още е сред областите със сравнително *благоприятна възрастова структура и относително добри образователни условия и ниво*. Индикаторът *коэффициент на заетост на населението във възрастовите групи от 15 до 64 години* обаче е със стойности, които намаляват. Към 2016 г. това намаление е с 1100 души, като е съпроводено от сходна низходяща тенденция по отношение на населението на възраст 25–64 години с висше образование. В областта към края на 2016 г. то вече е 19,4 %, значително под средното ниво за страната от 27,7 %.

Констатацията в регионалния профил за Област Благоевград е, че независимо че в региона се намират водещи за страната висши училища, на практика след завършване на образование повечето младежи се реализират другаде. От друга страна, *образователната структура на работоспособното население* търпи и положителна промяна, дължаща се на бързо намаляващия дял на населението с основно и по-ниско образование, въпреки че той все още е по-висок от средния за страната⁸.

Социално-икономическият профил на област Благоевград (фиг. 2) разкрива детайлна картина на ситуацията в региона. Изследван като тенденция за близо десетгодишен период, Брутният вътрешен продукт на човек от населението в област Благоевград очертава изоставаща тенденция. През 2009 г. *БВП на човек от населението* е с една трета под средния за страната, като най-близо до средните стойности е през 2003 г. (82 % от средния), след което по този показател областта започва да изостава. През 2010 г. възлиза на 6 001 лв. на човек⁹. Към 2016 г. е 8 290 лв., също като при Област Варна, но по-малко от Софийска област, където сумата на едно лице е 13 203 лв.

При все това, Област Благоевград остава на едно от водещите места по този показател, което се обяснява със силните позиции на сектори като туризъм, шивашка промишленост, транспорт, преработваща промишленост и др. Наличието на два големи университета създава допълнителна заетост. Областта обаче е с по-ниски от средните за страната *чуждестранни преки инвестиции в нефинансовия сектор на човек от средногодишното население* (с натрупване) – едва 1 556 лв. за 2016 г. (при 5 611 лв. и 3 777 лв. за областите София и Варна). На този фон, *средният доход на домакинство* през 2016 г. леко се покачва, което се обяснява до известна степен с доходи от изплатени суми по оперативни програми на общините на човек, които нарастват.

Гъстотата на пътната мрежа в Област Благоевград е сред най-ниските в страната и се обуславя от високопланинския релеф и липсата на средства за изграждане на повече общински пътища. През областта все още не е завършен проектираният магистрален път „Струма“. Очакванията са цялостното изграждане на магистралата да стимулира развитието на икономиката в региона. Над 60 % от пътищата в областта са тре-

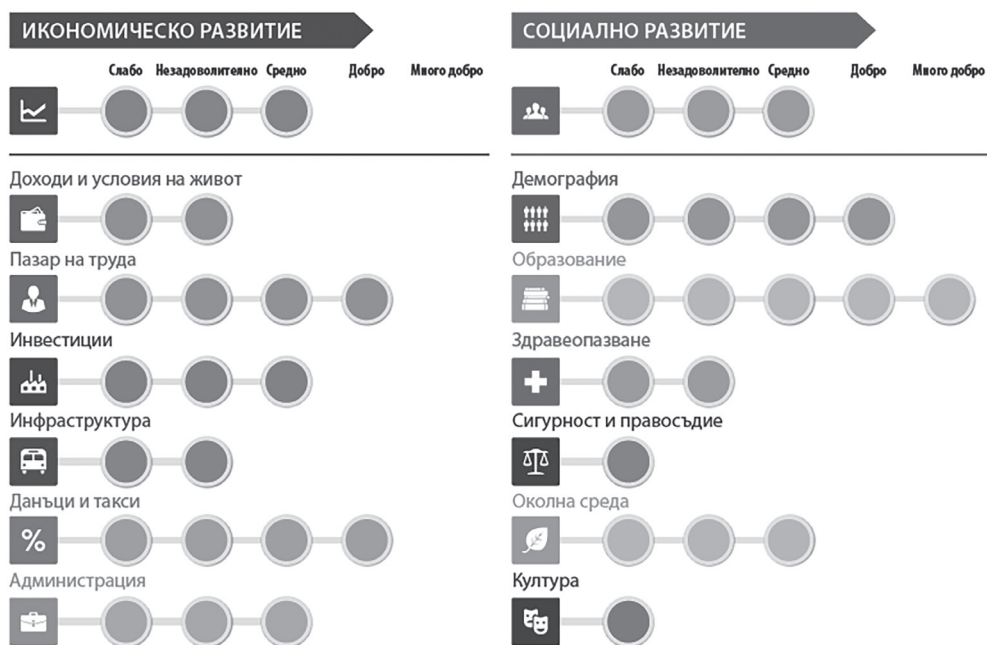
⁶ Цит. изт., с.17

⁷ Пак там, с.17

⁸ Регионални профили 2017, Област Благоевград, https://www.regionalprofiles.bg/var/docs/profiles_2017/Blagoevgrad_2017.pdf

⁹ Регионален план за развитие на Югозападен район за периода 2014-2020 г., с. 18

токласни, около 23 % - второкласни, и 13 % - първокласни. Особеностите на релефа са също и причина за изключително ниската гъстота на жп линии. В областта има само 162 км жп линии, от които над 60 % са електрифицирани. Така особеностите на релефа предпоставят неравномерното обслужване на територията с жп транспорт, което изисква ефективното му допълване и координация с автомобилния транспорт. Реконструираната и електрифицирана жп линия София-Благоевград-Кулата осигурява качеството на обслужването в прилежащите общини от областта. Железопътните гари имат свободен капацитет, което е добра предпоставка за привличане на товари¹⁰. Област Благоевград е свързана с две от съседките си чрез четири ГКПП: с Македония при ГКПП Станке Лисичково и ГКПП Златарево; и с Гърция при ГКПП Кулата (железопътна и пътна връзка) и ГКПП Илинден. Планирано е към 2020 г. изграждане на допълнителни ГКПП: с Македония при Симитли и Пехчево, Струмяни и Берово и Черната скала; с Гърция: при Аврен и Митриски¹¹.



Фигура 2. Социално-икономически профил на област Благоевград

*Източник: Регионални профили 2017, Област Благоевград, https://www.regionalprofiles.bg/var/docs/profiles_2017/Blagoevgrad_2017.pdf

От приоритетно значение за Област Благоевград е поддържането на общинската пътна мрежа, реконструкцията и рехабилитацията на пътищата от II-ри и III-ти клас, както и доизграждането и рехабилитацията на пътната мрежа в периферната южна и

¹⁰ Регионални профили 2017, Област Благоевград, https://www.regionalprofiles.bg/var/docs/profiles_2017/Blagoevgrad_2017.pdf

¹¹ Регионален план за развитие на Югозападен район за периода 2014-2020 г., с. 40

западна част на областта и във водосбора на р. Места¹². В инфраструктурната обезпеченост на региона се включват още ВиК, ТБО, ИКТ, газоснабдителна и енергийна инфраструктури. Подобно на пътната инфраструктура, ВиК секторът е друг значим приоритет за областта, като се има предвид, че е с по-нисък дял спрямо средния за страната (от 99 %) за водоснабдено население – 95,5 %, както и остаряла и амортизирана водопроводна мрежа.

В плановете документи и регионалните профили се отбелязва, че към 2016 г. в Област Благоевград има дванадесет болнични заведения, което гарантира средната за страната осигуреност на човек от населението¹³. Въпреки нарастването на броя преминали хора през болничните заведения, в последните десет години по този показател областта е на ниски за страната нива. В гр. Благоевград здравното обслужване на населението се осъществява от многопрофилна болница за активно лечение, която е с областно значение. На територията на гр. Гоце Делчев се намира 1 лечебно заведение за болнична помощ; общинска болница има и в гр. Сандански, гр. Петрич, гр. Разлог и в някои от другите по-големи населени места.

След 2011 г. в Област Благоевград се наблюдава увеличение на вредните емисии. Стойностите обаче остават много под средното за страната ниво. За това допринасят планинският релеф, известно технологично обновление и закриване на някои неефективни и замърсяващи производства. През зимния период в областта замърсяването нараства, като причина за това са емисиите от битовото отопление¹⁴. В периода 2010-2011 г. са актуализирани общинските програми за управление на качеството на атмосферния въздух и са включени допълнителни мерки и дейности за подобряване на състоянието на атмосферния въздух чрез премахване на съответните причини/замърсители. Отчита се обаче, че реализираното е недостатъчно за постигането на нормите за качество на атмосферния въздух (както в случая на Община Благоевград)¹⁵. Разбира се, трябва да се отчете фактът, че отоплителните навици на населението, което традиционно ползва твърди горива, са трайни и определено влошават стойностите през зимните месеци. Откриват се данни, които за 2016 г. сочат, че стойността на индикатора емисии на вредни вещества в атмосферата е 9.7 и постъпателно намалява в периода след 2012 г.

Икономически параметри на Област Благоевград

В икономиката на Благоевградска област се развиват с различен темп почти всички икономически сектори. Усреднените ставки на разглежданите местни данъци и такси в общините в Област Благоевград като цяло са по-ниски от средните за страната¹⁶. Това, както и определяните като бързи и качествени административни услуги, прави Благоевград една от най-добрите области за бизнес в страната. Тя е една

¹² Данни от Областна стратегия за регионално развитие на област Благоевград 2014 – 2020 година, file:///D:/Downloads/OSR_Blagoevgrad_2014_2020(1).pdf, с. 117

¹³ Данни на НСИ

¹⁴ Съгласно Директива 2006/32/ЕО за енергийна ефективност при крайното потребление и енергийните услуги, всички страни – членки на Европейския съюз следва да постигнат спестяване на горива и енергии до деветата година от прилагането на Директивата (2016 г.) в размер на 9 % от усреднената стойност на крайното енергийно потребление за периода 2001-2005 г. или 7 291 GWh за България.

¹⁵ Регионален план за развитие на Югозападен район за периода 2014-2020 г., с. 53

¹⁶ Регионални профили 2017, Област Благоевград, https://www.regionalprofiles.bg/var/docs/profiles_2017/Blagoevgrad_2017.pdf

от малкото, в които бизнесът оценява по-скоро положително големината на местния пазар и качеството на местната инфраструктура. Въпреки това обаче, сериозни инвестиции за последните години не се регистрират. Областта е едва на осмо място по привличане на преки чуждестранни инвестиции¹⁷.

В Област Благоевград добре развити или с потенциал за развитие са: хранително – вкусова промишленост; преработка на тютюн и производство на тютюневи изделия; текстилна и шивашка промишленост; дърводобив, дървообработване и мебелна промишленост; туризъм¹⁸. Високотехнологичните производства и икономическите дейности, базирани на нови знания, са слабо развити¹⁹. Добивът на въглища /кафяви и лигнитни/ и на строителни материали имат важно стопанско значение, също както и наличната в горските масиви разнообразна дървесина, осигуряваща функционирането на дърводобивната и дървопреработващата промишленост.

Като цяло, обработваемата земя в региона е с качества и състав на почвата, които в съчетание със съществуващото климатично разнообразие, предпоставят развитието на селското стопанство и осигуряването на селскостопанска продукция, която да се използва за развитие на хранително–вкусовата промишленост. И макар промишлеността да заема значимо място в стопанските дейности на областта, икономическата структура като цяло е слабо диверсифицирана, а производителността на труда е ниска.

По данни на Националния статистически институт през 2017 г. в Област Благоевград са функционирали общо 21 547 нефинансови предприятия, което е 2.5 % повече от 2016 г. Преобладават микропредприятията (до 9 заети) – 93.5 % от общия брой. Малките предприятия (от 10 до 49 заети) са 5.5 %, средните предприятия (от 50 до 249 заети) – 0.9 % и големите предприятия (над 250 заети) – 0.1 % от всички нефинансови предприятия в областта. Микропредприятията са произвели 36.0% от продукцията за областта, малките предприятия – 24.3%, средните – 17.8% и големите – 21.9%. От общия брой предприятия 70.7% декларират краен финансов резултат за 2017 г. печалба от 486 млн. лв., което с 5.4% повече в сравнение с 2016 г. Предприятията със загуба са 17.9%, а предприятията с нулев финансов резултат – 11.4%²⁰.

В Област Благоевград към момента има регистрирани също 234 социални предприятия. Данните са на национална база данни на МТСП за социалните предприятия в България, реализирана по проект „Създаване на национална база данни на МТСП за социалните предприятия в България“ на Министерството на труда и социалната политика, Националния статистически институт, Централния кооперативен съюз и Агенцията за социално подпомагане²¹.

Аналитичният инструмент на сайта на националната база данни за социалните предприятия позволява да се изведе справка под формата на кръгова диаграма, представяща дяловете на социалните предприятия в Област Благоевград по общини.

¹⁷ Област Благоевград е на 8 място по привличане на преки чуждестранни инвестиции, <http://www.banker.bg/upravlennie-i-biznes/read/oblast-blageovgrad-e-na-8-miasto-po-privlichane-na-preki-chujdestranni-investicii>

¹⁸ Анализ на регионалната икономика и възможности за развитие на област Благоевград, октомври 2011 г., http://bgonair.bg/public/files/pdf/Blageovgrad_Economic_Overview_2011.pdf

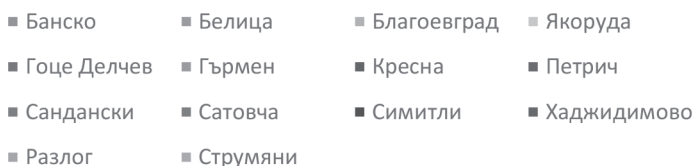
¹⁹ Областна стратегия за регионално развитие на област Благоевград 2014 – 2020 година, www.strategy.bg/FileHandler.ashx?fileId=5873, pdf, с. 12

²⁰ <http://www.nsi.bg/tsb/category>

²¹ Брой социални предприятия по области, <http://seconomy.mlsp.government.bg/db/bg/map-bg-2>

Критериите, с които се извършва филтрирането, са основна икономическа дейност (КИД – 2008) и организационна форма на предприятието. Избирайки втория, се генерират две опции, които следва да се визуализират като диаграми – за предприятията с нестопанска цел, определени се като социални предприятия и за нефинансовите предприятия, определени се като социални предприятия. Към момента на изготвяне на изследването (м. юни 2019 г.), на сайта се генерира единствено обобщена информация за броя и процентното съотношение на социалните предприятия, които за Област Благоевград са представени на фиг. 3 и табл. 1.

Брой социални предприятия



Фигура 3. Социални предприятия по общини за Област Благоевград

*Източник: систематизация на автора по данни на <http://seconomy.mlsp.government.bg/db/bg/map-bg-2>

Таблица 1. Дялове на социалните предприятия по общини за Област Благоевград

Общини	Процентен дял социални предприятия
Банско	3.8
Белица	2.1
Благоевград	25.6
Якоруда	4.3
Гоце Делчев	7.7
Гърмен	3.4
Кресна	5.1
Петрич	17.9
Сандански	9.4
Сатовча	3.4
Симитли	5.1
Хаджидимово	1.7
Разлог	7.3
Струмяни	3.0

*Източник: систематизация на автора по данни на <http://seconomy.mlsp.government.bg/db/bg/map-bg-2>

В общ план, социалните предприятия в Благоевградска област функционират в разнообразни сфери на стопанската дейност, включително за производство на всякакви стоки и за предоставянето на различни услуги.

Едно добре познато предприятие за хората от гр. Благоевград е ТПКИ „Рила“ – Благоевград. То е социално предприятие, което дава възможност за труд на хора с увреждания с основна дейност - шивашко производство. Произвежда облекла за българския и чуждия пазар, но и извършва и други дейности за хората от града - книговежни услуги и др.²²

Подобен тип предприятия са и:

ТПКИ „Антон Попов“, гр. Петрич - кооперация, която осигурява работа за хората с увреждания в гр. Петрич. Изработва плетиво, основно на ишлеме, а също така и опаковки от хартия. Над 50 % от персонала на кооперацията са хора с увреждания. Предприятието работи по спечелени обществени поръчки и участва в конкурсите на Агенцията за хора с увреждания, като печели бизнес и социални проекти. Чрез тях се обновяват оборудването и технологиите и се подобряват условията на труд за работещите.

ТПКИ „Ат. Тешовски“, гр. Гоце Делчев – кооперация, осигуряваща работа на хора с увреждания в гр. Гоце Делчев, с основна дейност - шивачество.

ПКИ „Георги Казепов“, гр. Сандански - кооперация, осигуряваща работа за хора с увреждания в Сандански, с основна дейност производство на различни видове опаковки от полиетилен и хартия²³.

Други, действащи на територията на Област Благоевград социални предприятия са СНЦ „Сбъднати мечти“ – Благоевград – „Фризьорски салон“, създаден с финансиране по ОП Развитие на човешките ресурси 2007 – 2013 г. в периода 2009 – 2011 г.; СНЦ „Шанс“ – Разлог – „Защитена работилница“, създадена с финансиране по ОП Развитие на човешките ресурси 2007 – 2013 г. в периода 2010 – 2011 г.; СНЦ „Емпатия“ – Гоце Делчев – производство на разсад и цветя в периода 2010 – 2011 г. и обществена пералня в периода 2012 – 2013 г., също финансирани по ОП Развитие на човешките ресурси 2007 – 2013 г.; както и Сатовча – „Работилница по озеленяване и благоустройство“ (финансирана по ОП Развитие на човешките ресурси в периода 2012 – 2013 г.) и Кресна – „Озеленяване, административни услуги за населението“ финансирани по ОП „Развитие на човешките ресурси в периода 2012 – 2013 г.“²⁴

Правни форми на социалните предприятия

Социалното предприемачество е добре познато понятие в повечето европейски страни и в САЩ. Социалните предприятия в тези държави осъществяват значим дял от дейностите в социалната сфера, като съчетават генерирането на приходи от извършването на стопанска дейност и постигането на определен социален ефект. Социалното предприемачество е уникално с това, че позволява обединяването на икономически и социални цели в едно, което позволява провеждане на ефективна социална политика и осигурява ефективна подкрепа за социално уязвимите групи на обществото в най-широк смисъл²⁵.

Социалните предприятия функционират в сложна и проблемна среда като се из-

²² СОЦИАЛНО ПРЕДПРИЕМАЧЕСТВО В ОБЛАСТ БЛАГОЕВГРАД, <http://www.esc.bg/bg/presentations-news/category/21?download=250>

²³ Цит. изт.

²⁴ Цит. изт.

²⁵ Социално предприемачество и контрол на социалните услуги в България и в Европейския Съюз, http://bcnl.org/uploadfiles/documents/publikacii/predpriemachestvo_i_kontrol.pdf

правят пред значими обществени проблеми и следва да използват специфични, иновативни и устойчиви бизнес модели. Те трябва балансират между финансови отговорности и социално въздействие като координират потребностите, интересите и отговорностите на множество заинтересовани страни, включително инвеститори, служители, регулаторни органи, потребители и др. бенефициенти²⁶.

Разбира се, социалното предприемачество и предприятия като цяло се развиват в определена нормативна среда. Правното регламентиране на основните постановки във връзка с тях, поставени на ниво европейски документи обаче показват, че няма общовалидна дефиниция. При все това, могат да бъдат изведени няколко общи принципа, а именно²⁷:

1. Социалното предприятие си поставя нестопански (социално значими) цели;
2. Дейността, която извършва, е икономическа (стопанска) по своя характер;
3. Реализираната печалба отива за постигане на социални цели. Цялата или поне по-голямата част от реализираната печалба от дейността на предприятието се реинвестира отново в самата дейност.

4. Налице е институционална независимост и вътрешно самоуправление. Социалните предприятия са институционално независими от органите на държавна власт на централно и местно ниво, като тази характеристика се извежда от ключовия елемент – да се управляват по предприемачески, отчетен и прозрачен начин.

Отчитайки значимостта и ролята на социалните предприятия, ЕС отделя все повече бюджетни средства за конкретни мерки за подкрепа на социалните предприятия. Само бюджетът на Програмата за заетост и социална иновация до 2020 г. възлиза на 920 милиона евро²⁸. 21 % от този бюджет е предназначен за ос „Микрофинансиране и социално предприемачество“, в рамките на която се подкрепя и развитието на социални предприятия. Тази Програма действа наред с останалите инструменти на ЕС за предоставяне на финансиране в тази област като Европейския социален фонд, фондовете за подкрепа на социални предприятия и др.

В България законовите основи за развитие на социално предприемачество са поставени през 2011 г., когато е приет първият стратегически документ, рзглеждащ въпросите на социалното предприемачество – Националната концепция за социална икономика. Въпреки ясната визия, че този сектор следва да се подкрепи, в Плана за нейното прилагане липсва яснота за това как да се развият секторните политики,

²⁶ Доклад „СОЦИАЛНОТО ПРЕДПРИЕМАЧЕСТВО КАТО ВЪЗМОЖНОСТ ЗА ОБЕЗКУРАЖЕНИТЕ МЛАДИ ХОРА?“, АНАЛИЗ НА СРЕДАТА ЗА РАЗВИТИЕ НА СОЦИАЛНО ПРЕДПРИЕМАЧЕСТВО В ПОДКРЕПА НА МЛАДИ ХОРА, КОИТО НЕ УЧАТ, НЕ РАБОТЯТ И НЕ СЕ ОБУЧАВАТ В ОБЛАСТИТЕ ШУМЕН, СЛИВЕН, МОНТАНА, УНИЦЕФ София, 2016 г., http://bcnl.org/uploadfiles/documents/analyses/bcni_analysis_final.pdf

²⁷ Проучвателно Становище на Европейския икономически и социален комитет, (INT/589); 25.10.2011 Communication from the Commission: Social Business Initiative; 23.05.2012 Opinion of the European Economic and Social Committee (INT/606) българска версия; 22.07.2013 Regulation 346/2013 on European Social Entrepreneurship Funds (EuSEF) – в т. 12-14 от Преамбюла, както и в чл. 3, т. d, където са посочени характеристиките на предприятията, които биха могли да се възползват от финансиране на Европейските фондове за социално предприемачество.; 06.10.2011; Регламент 1296/2013 на Европейския парламент и на Съвета от 11.12.2013 относно Програма на Европейския съюз за заетост и социални иновации и за изменение на Решение 283/2010/ ЕС за създаване на Европейски механизъм за микрофинансиране за трудова заетост и социално приобщаване „Прогрес“; Commission Proposal for a Regulation on a European Union Programme for Social Change and Innovation; 02.2013 Guide to Social Innovation

²⁸ чл. 5 от Регламент 1296/2013

така че социалното предприемачество да разгърне потенциала си и да се постигнат устойчиви резултати.

През 2018 г. в страната е приет Закон за предприятията на социалната и солидарна икономика, в сила от 03.05.2019 г., Обн. ДВ. бр.91 от 2 Ноември 2018 г.²⁹ С него ясно се задава механизмът на социалната и солидарната икономика, изграждани на основата на реципрочност и солидарност, и създаващи условия за нарастваща взаимосвързаност между индивидуалните и колективните интереси.

В Доклада за цялостната предварителна оценка на въздействието на Законопроект на Министерския съвет на Закон за предприятията на социалната и солидарна икономика се отбелязва, че „Социалната и солидарна икономика е форма на предприемачество, подчинено на следните принципи³⁰: (1) преимущество на социалните пред икономическите цели; (2) коопериране в обществена полза; (3) прозрачно управление; (4) самостоятелност от публичната власт; (5) участие на членовете и/или работниците при взимане на решения.

Законът за предприятията на социалната и солидарна икономика дава определение за социалното предприятие. В чл. 5 са определени субектите на социалната и солидарна икономика, а именно: кооперациите, юридическите лица с нестопанска цел за осъществяване на общественополезна дейност и социалните предприятия.

Чл. 6 конкретизира социалните предприятия като клас А и клас А+. Според (чл. 7) *Социално предприятие клас А е всяко социално предприятие, независимо от правноорганизационната му форма, което отговаря на условията по т. 1, 2 и 3 или по т. 1, 2 и 4 на закона, а именно:*

1. осъществява социална дейност, която произвежда социална добавена стойност, определена съгласно методика, издадена от министъра на труда и социалната политика;

2. управлява се прозрачно с участие на членовете, работниците или служителите при вземане на решения по установена в учредителния договор, устава или друг устройствен документ процедура;

3. положителният счетоводен финансов резултат на предприятието след данъчно облагане за последния отчетен период се разходва повече от 50 на сто и не по-малко от 7500 лв. за осъществяване на социална дейност или цел;

4. не по-малко от 30 на сто и не по-малко от три лица от наетите в предприятието към датата на възникването на трудовото правоотношение са:

а) хора с трайни увреждания;

б) продължително безработни лица, които имат право на месечна социална помощ съгласно Закона за социално подпомагане и правилника за прилагането му;

в) лица до 29-годишна възраст, които нямат преходен професионален опит;

г) лица, настанени извън семейството по реда на чл. 26 от Закона за закрила на детето, включително след прекратяване на настаняването им;

д) безработни лица над 55 години, които са регистрирани в дирекция „Бюро по труда“;

²⁹ Закон за предприятията на социалната и солидарна икономика, <https://lex.bg/bg/laws/ldoc/2137187968>

³⁰ Д О К Л А Д ЗА ЦЯЛОСТНА ПРЕДВАРИТЕЛНА ОЦЕНКА НА ВЪЗДЕЙСТВИЕТО НА Законопроект на Министерския съвет на Закон за предприятията на социалната и солидарна икономика

е) лица, които отглеждат деца с трайни увреждания и получават помощи по чл. 8д от Закона за семейни помощи за деца;

ж) лица, изтърпели наказание лишаване от свобода за срок, не по-кратък от 5 години, ако краят на наказанието е настъпил през последните три години от постъпването на работа;

з) лица със зависимост към алкохол или наркотични вещества, преминали успешно лечебна или психосоциална рехабилитационна програма през последните две години преди постъпването на работа, което се удостоверява чрез документ, издаден от лицата, при които е проведено лечението или психосоциалната рехабилитация;

и) бездомни лица по смисъла на § 1, т. 1 от допълнителните разпоредби;

к) чужденци, получили закрила в Република България по реда на Закона за убежището и бежанците през последните три години от постъпването им на работа;

л) лица, получили статут на специална закрила по реда на Закона за борба с трафика на хора;

м) лица, пострадали от домашно насилие по смисъла на Закона за защита от домашното насилие.

В чл. 8 се постановява, че Социално предприятие клас А+ е всяко предприятие, независимо от правноорганизационната му форма, което отговаря на всички условия по чл. 7 или на условията за социално предприятие клас А и на едно от следните допълнителни условия:

1. социалната добавена стойност се осъществява изцяло в административните граници на общини, които за предходната година имат равнище на безработица, равно или по-високо от средното за страната спрямо наличните статистически данни към датата на подаването на заявлението;

2. положителният счетоводен финансов резултат на предприятието след данъчно облагане се разходва повече от 50 на сто и не по-малко от 75 000 лв. за осъществяване на социална дейност;

3. най-малко 30 от наетите са лица по чл. 7, т. 4 и са работили без прекъсване в предприятието през последните 6 месеца.

Изискванията за социалните предприятия по чл. 7, т. 3 и чл. 8, т. 2 се смятат за изпълнени и когато положителният счетоводен финансов резултат на предприятието след данъчно облагане е реинвестиран в самото предприятие, ако основната му дейност е социална по смисъла на закона (чл. 9).

При вече налична правна рамка, в България предстоят дейности по насърчаване на социалното предприемачество. Част от тях са вече планирани в периода 2014-2020 г. като средства в рамките на две оперативни програми³¹ за финансиране на социални предприемачески инициативи. Остава обаче неясна хипотезата, доколко на практика те ще поощрят устойчиви модели и инициативи, ако не бъдат създадени добри регулаторни условия за развитие. Факт е, че от 2012 г. се събира статистическа информация за действащи социални предприятия в България. През 2013 г. НСИ включва определение за социално предприятие и насочващи критерии към своите респонденти, с оглед на това дали се самоопределят като социално предприятие или не. И в същото време, нарочно разработеният сайт с националната база данни на МТСП за социалните предприятия в България, черпещ данни от НСИ, все още не функционира адекватно (както бе установено при опит за аналитично извеждане на данните), с кое-

³¹ ОПРЧР и ОПИК.

то се затруднява работата по анализа на състоянието на сектора. И това определено е значимо ограничение в опита на настоящото изследване да установи състоянието на социалното предприемачество в Област Благоевград.

SWOT анализ на предприемаческия потенциал за община Благоевград

Въздействието на силите на околната среда може да създаде благоприятни или неблагоприятни възможности и заплахи за стартиране и развитие. Ето защо една от важните задачи за предприемачите е да ги опознаят и проучат³². За да се оцени потенциалът за малките и средни предприятия, преобладаващи в Област Благоевград и най-приемливи като форма за социално предприемачество, може да се приложи подходът на SWOT анализ. За целта, като база за анализ може да послужи изнесената публично достъпна информация в плановете за развитие на областно и общинско ниво³³. Тъй като Благоевград е общината с най-много социални предприятия, анализът се фокусира върху нея.

В документа „Общински план за развитие на Община Благоевград, 2014-2020 г.“ се представя анализ на силните и слабите страни, на възможностите и заплахите и се посочва, че стратегическото развитие на територията следва да се основава на подобряване на социално-икономическите условия, включително и на подобряване качеството на образованието и създаване на благоприятна среда за реализация на младото поколение³⁴. Част от мерките са свързани и с обучение и квалификация на възрастни, на трайно безработни и на други лица от групите в неравностойно положение на пазара на труда и провеждане на активна политика в пазара на труда.

Концентрирайки се върху представения в Общинския план за развитие на Община Благоевград в периода 2014-2020 г. SWOT анализ се установява, че той правилно отчита явните слабости по отношение на предприемаческия потенциал и ги определя като: недостатъчни местни финансови възможности за реализиране на инвестиционни проекти, неадекватност на малките предприятия към изискванията на европейските стандарти, недобре развити системи за третиране на отпадъците и липса на публично-частни партньорства. Анализът разкрива също така широк набор от потенциални възможности, особено в сферата на услугите и трансграничното партньорство. Подчертава се ефектът от изграждането на автомагистрала „Струма“, повишаването конкурентоспособността на човешкия ресурс (при наличието на два университета и два колежа), както и непосредствените ползи от реализиране възможностите на общинския център за предприемане на активни действия за привличане на нови инвестиции за създаване на зони за бърз икономически растеж³⁵.

На този фон, изследването на условията на функциониране на малките и средни предприятия всъщност показва, че слабостите на територията като цяло се превръщат в слабости за предприемаческия потенциал и рефлектират върху конкурентоспо-

³² Madgerova, Raya; Kyurova, Vyara; Atanasova, Anny y Koyundzhiyska-Davidkova Blagovesta. Study of the business environment for the development of youth entrepreneurship in Bulgaria. Theoretical and practical aspects. Revista Inclusiones Vol: 6 num Especial Enero-Marzo (2019): 90-104.

³³ План за развитие на община Благоевград за периода 2004 – 2013 година, с. 9; План за развитие на община Благоевград за периода 2007 – 2013 година; Областна стратегия за регионално развитие на област с административен център Благоевград за периода 2005–2015 г. - <http://www.bl.government.bg>

³⁴ Общински план за развитие на Община Благоевград, 2014-2020 г., с. 24, <http://bsa.bg/assets/Database/blagoevgrad.pdf>, с. 126

³⁵ цит. изт., с. 106

способността на предприятията от малък и среден мащаб. Преди всичко в стратегически, отколкото в оперативен план. Така, още на пръв поглед се открояват недостатъчния размер на финансовите средства, слабите мениджмънт и маркетинг, липсата на стандарти и гаранции за качество, инертност и силна зависимост от външни фактори.

От друга страна, силните страни на община Благоевград и малките и средни предприятия по територията ѝ се асоциират главно с гъвкавост и способност да се предложат продукти, отчитащи динамиката в пазарната конюнктура. Малките и средни предприятия са бързо адаптивни и с неголеми разходи могат да идентифицират печеливши пазарни ниши, да установят техните потребности, очаквания и изисквания, да направят опит да отговорят на тези специализирани нужди. Неголемият мащаб на предприятията също така позволява предприемачите да осъществяват пряк контрол върху дейността, както и да поддържат бързи и ефективни управленски реакции към външните предизвикателства. Опростената организационна структура на малките и средни предприятия осигурява ефективен контрол върху процеса на предоставяне на услуги и прави възможно индивидуализирането на обслужването. В допълнителна степен живите традиции, природните и културните ресурси, както и местните хора са значителен актив. За да се интензифицира местният потенциал обаче, малките и средни предприятия, както и бъдещите предприемачи трябва да бъдат подпомогнати от браншови организации и публичната власт.

Това предложение повдига въпроса за една друга необходимост – от поставянето на акцент от малките и средни предприятия върху характера на взаимоотношенията им с потребителите, доставчиците, служителите, конкурентите и разбира се, всички останали икономически участници. Индивидуалното отношение, коректните бизнес партньорства и сделки, както и отговорното отношение към заетите могат да индуцират лоялност, така важна за постигането на устойчивост в извършваната дейност. Фактът, че в при подобни стопански структури ангажираността на семейството с бизнеса е висока, позволява поддържането на висока гъвкавост и ефективност при вземането на решения. За съжаление обаче, същото това обстоятелство е причина да се позволяват случаи на нерегламентирани трудови практики, които се пренасят и към останалите служители извън семейството. При все това, силната обвързаност на членовете на семейството с осъществяваната дейност допринася за постоянно стимулиране на личния интерес към постигане и поддържане на максимално съответствие между търсене и предлагане.

Фокусирайки се върху икономическата активност по територията на Община Благоевград и Благоевградска област, впечатление прави широкото „ветрило“ на икономическите дейности, при което почти всички от присъщите на националното стопанство сектори, са застъпени. Както бе отбелязано, значимо място в областната икономика заема промишлеността. В общо реализирания продукт в Благоевградска област тя формира 49,7 % . В индустрията са ангажирани 30,5 % от всички заети лица в областта. Сред перспективните сектори, с висок експортен потенциал се откроява хранително-вкусовата промишленост, чиито фирми формират преобладаващата заетост. Основна е специализацията в областта на преработката на животновъдна продукция, преработка и консервиране на плодове и зеленчуци, производство на тютюн и алкохолни изделия.

В Община Благоевград е развита и шивашката промишленост, с преобладаващо малки и микрофирми. Работят също и утвърдени предприятия като „Струматекс“ АД,

„Струма Стил“, „Прима ФР“ ЕООД, ТПК „Рила“, ТПК „Нов свят“, които са големи фирми по смисъла на Закона за малките и средните предприятия. Характерно за този сектор е присъствието на чужди инвеститори (предимно гръцки). Крайните изделия се търсят в страната и чужбина и представляват предимно памучни прежди и тъкани, работно и униформено облекло, дамска и мъжка конфекция, трикотаж³⁶.

Важен сегмент от микрофирми в Община Благоевград е формиран в сферата на дърводобива, дървообработването и мебелната промишленост. Стопанското значение на тези предприятия е голямо. Те се ползват от местни суровини и изнасят продукцията си в чужбина. Макар и не всички да достигат изискванията за качество на европейския пазар, суровини, полуготова и готова продукция се изнася главно за Гърция и Турция. Мебелите имат пазар във Великобритания, Холандия, Германия, Дания.

Електронната и електротехническа промишленост бележат траен спад в общината. Основните причини се дължат на свиването на пазарите, липсата на инвестиции и нови мениджърски умения и ноу-хау. Основните продукти, произвеждани на територията на общината са изделия за износ, главно за страните от Европейския съюз, Близкия изток и Балканите. Дейността на големите предприятия се допълва от активна работа на по-малки фирми, които, като подизпълнители, произвеждат отделни компоненти.

Развитието на селскостопанските дейности и свързаните с тях сектори в Община Благоевград се стимулира от благоприятните природни и климатични дадености на територията. Най-голям дял в структурата на обработваемата земя заемат площите със зърнените култури, следвани от тези на техническите култури и зеленчуците. В общината има изградени няколко големи оранжерии, в които се отглеждат пресни зеленчуци за прясна консумация. В последните години се отчита чувствително намаляване на площите, заети с тютюн. Развито е и животновъдството – главно говедовъдство и овцевъдство. Преобладават дребните стопанства с неголям брой животни. В Благоевград има свинеферма и няколко ферми за производство на краве мляко.

Основна икономическа дейност е и туризмът. Прекрасната природа в Рила планина и по долината на р. Струма, съществуващите условия и инфраструктура за практикуване на ски спортове, както и наличието на исторически музей и запазен възрожденски квартал в областния център, се явяват сериозен потенциал за развитието му. В допълнителна степен за това допринасят подходящите климатични характеристики, благоприятстващи отдиха и рекреацията. Като цяло туристическите възможности все още не са устойчиво оползотворени. При все че се развива културно-исторически, балнеологичен, спа и уелнес туризъм, планински и ски туризъм, на територията на общината могат да се разкрият нови възможности, които да предизвикат интерес.

На този фон, за съжаление, липсва детайлна информация, която да даде поглед върху дела на предприятията по икономически дейности, определили се като социални, както в Община Благоевград, така също и в Област Благоевград. От тук, опитът за задълбочен анализ на секторните състояния и възможни или наблюдавани тенденции е нереализируем. Ето защо, изследването предлага някой собствени предложения във връзка с възможностите за развитие на социални предприятия в сектора на туризма, като се основава на опита и познанията на автора в областта.

³⁶ Общински план за развитие на Община Благоевград, 2014-2020 г., с. 24, <http://bsa.bg/assets/Database/blagoevgrad.pdf>

Социално предприемачество в туризма

В България по данни на НСИ, в икономически сектор Хотелиерство и ресторантьорство функционират 269 социални предприятия, от които 159 са предприятия с печалба³⁷. В сектор Култура, спорт и развлечения броят на социалните предприятия за страната е 23, 15 от които реализират печалба. За Област Благоевград не се открива достоверна и официално потвърдена от НСИ информация за броя на социалните предприятия в двата посочени икономически сектора, които са част от индустрията на туризма. Имайки предвид данните за страната като цяло обаче, може да се направи изводът, че в свързаните с туризма сектори интерес за разкриване на социални предприятия има: от една страна това е видно от броя на хотелиерските и ресторантьорски предприятия, а от друга – от незапълнената все още ниша в сектора на културата, спорта и развлеченията при едва 23 предприятия за цялата страна.

Връщайки се към Област Благоевград трябва да се подчертае, че дребното предприемачество, определяно като едно от стратегическите направления за борба с бедността³⁸ и с други социални проблеми, се оказва най-подходящо както за развитието на туризма, така и във връзка със социалното предприемачество. Изследването на потенциала за малките и средни предприятия, които да са свързани със социалното предприемачество в съответния регион (обмислян като туристическа дестинация) отново е пряко обвързан със слабостите на територията, които като цяло се превръщат в слабости на дестинацията и рефлектират върху конкурентоспособността на туристическите предприятия от малък и среден мащаб. От друга страна, живите традиции, природните и културните ресурси, както и местните хора са значителен актив за туризма.

В това отношение може да бъде забелязана и най-голямата възможност за реализиране на социалните предприятия: за да опознаят туристите местния потенциал, могат да се създадат партньорства между публичната власт и съществуващи или възникващи социални предприятия, които биха могли да предложат изработване на автентичен сувенирен, хранителен или информационен продукт. Установяването в делови отношения при доверие и работа в партньорства и социална ангажираност, улесняват налагането на високи качествени стандарти и намиране на нови пътища за представяне на продукта на пазара. В резултат, подобно сътрудничество би носило само ползи, увеличавайки степента на удовлетвореност на българските и чуждестранни гости от престоя, както и би повишило социалната отговорност сред общността.

Може да се твърди, че социалното предприемачество в туризма е добра практика както за бизнеса, така и общността³⁹. При все това, въпреки нарастващите доказателства за ползите от социалните предприятия и партньорства в сектора на туризма, подходът не е без предизвикателства. Изследване, проведено в Канада показва, че независимо от трудностите за количествено остойностяване на ползите за общността, те могат да бъдат косвено определени с помощта на методологията за социална въз-

³⁷ Източник: НСИ, <http://seconomy.mlsp.government.bg/db/bg/nsi-report-nf-sectors>

³⁸ Маджерова, Р., Кюрова, В. (2014). Дефиниране, характеристики и проблеми на семейния бизнес, Икономика и управление, год. X, №2, сс. 97-105, <http://em.swu.bg/images/SpisanieIkonomikaupload/SpisanieIkonomika2014/DEFINITION%20CHARACTERISTICS%20AND%20PROBLEMS%20OF%20FAMILY%20BUSINESS.pdf>

³⁹ Aurora Dawn Reinke, Why tourism social entrepreneurs are good for business and community 08/03/2018, <https://www.travindy.com/2018/03/why-tourism-social-entrepreneurs-are-good-for-business-and-community/>

върщаемост на инвестициите⁴⁰. С него се установява, че за всеки \$⁴¹ 1, инвестиран в социално предприятие, очакваната възвращаемост от \$⁴² 4.13 в полза на общността⁴³. Впечатляваща възвръщаемост от над 300 %, включваща по-ниски разходи за здравеопазване, намалена зависимост от социални услуги (за жилища, храна и т.н.), по-ниска престъпност, както и други аспекти. Най-значим обаче е индиректният ефект, оказан върху подобряването на качеството на живот.

В подкрепа на подобни констатации и резултати могат да бъдат приведени интересни добри практики на социално предприемачество, свързано с туризма:

Добра практика 1: Mealshare, Канада⁴⁴

Социална инициатива, с мисия да сложи край на глада. Целта на екипа е да допринесе за намаляване дела на световния процент на недохранени деца. Mealshare си партнира с най-добрите ресторанти в Канада и поставя логото си до някои от местните ястия, представени в менюто. Когато клиент поръчва от тях, той получава избраните ястия, но също така и осигурява по едно хранене на младежи в нужда. Няма допълнителни разходи или действия за клиента. В резултат, когато партньорски ресторант продава от менюто ястия с логото на Mealshare, той има финансов принос за инициативата: Mealshare предоставя по-голямата част от тези средства на партньорска благотворителна организация за закупуване и предоставяне на едно хранене на нуждаещ се младеж.

Mealshare има поне един местен благотворителен партньор във всеки град, в който оперира, както и си партнира на международно ниво с благотворителната организация Save the Children.

Mealshare се стреми да гарантира, че храната, която осигурява, е катализатор за дългосрочна системна промяна, и която в резултат стимулира образованието и/или включва семействата в риск в нови програми, които могат да променят живота им.

Добра практика 2: Село Козичино и работилница за традиционна лимонада⁴⁵

По информация на сайта Успелите, интересен пример дава Пандура Радева от с. Козичино, Община Поморие, Област Бургас. Пандура Радева е уредила в къщата си богата етнографска сбирка от семейни ценности, свързани с местната етнографска група на ваяците. Жената пази историята на рода и селото си и произвежда лимонада по стара семейна рецепта - традиция, предавана през четири поколения. Всъщност, с развитието на селски туризъм в региона на Община Поморие и в село Козичино се създава добра възможност за запазване и популяризиране на културното наследство едновременно с ангажиране на местната общност и стимулиране на икономическата активност, както и със съживяване на интереса към района.

Добра практика 3: MUSES PIERION - традиционни тестени изделия и сладкиши, Катерини, Гърция⁴⁶

⁴⁰ Social Return on Investment methodology (SROI)

⁴¹ USA

⁴² USA

⁴³ Ernst & Young LLP. (2017). Social impact of hiring target employee group individuals. Retrieved from <http://www.atira.bc.ca/sites/default/files/APMI%20Social%20Impact%20Report%20-%20July%202017.pdf>

⁴⁴ <https://mealshare.ca/en/press-kit/>

⁴⁵ Примерът е на Гавраил Гавраилов, редовен докторант по социология в ПУ "Паисий Хилендарски", Социално предприемачество и селски туризъм в България (2017). <http://uspelite.bg/sotsialno-predpriemachestvo-i-selski-turizam-v-balgariya-parva-chast-1?page=2>

⁴⁶ <http://musespierion.gr/>

Социално-кооперативните предприятия „Muses Pierion“ са създадени през 2011 г. като инициатива на 20 безработни жени и 10 жени доброволци за предприемане на дейст-вия срещу икономическата криза, използвайки „оръжия“ като сътрудничество, иновации и солидарност. Те си поставят за цел да насърчат социалното подпомагане чрез произ-водство на стоки или предоставяне на колективни социални услуги, като оползотворят печалбите за създаване на повече работни места и разширяване на бизнеса. Основните продукти на социалната кооперация „Muses Pierion“ са традиционни макаронени изде-лия, традиционни конфитюри и сладкиши. Дейността ѝ е ориентирана към създаване на работни места за безработни жени в производството на домашно приготвени и тради-ционни продукти, популяризиране и комерсиализация на местни селскостопански кул-тури (киви, ягоди, череша и др.), подкрепа на местния туризъм и местната икономика⁴⁷.

Заклучение

Връщайки се към Област Благоевград, трябва да се подчертае, че наличните турист-ически ресурси, инфра и супер структура, и съществуващи предимствата, подпомага-щи дейностите в областта на туризма (културата, спорта и развлеченията), трябва да се използват по-активно, основавайки се разнообразие от партньорства, именно и във връзка със социалните предприятия. Важно е те да бъдат ясно идентифицирани като брой, дял и принадлежност по икономически сектори. Важно е също така за преодо-ляване на съществуващите ограничения да се разработят информационни програми, които да популяризират възможностите за социално предприемачество във връзка с туризма, културата, развлеченията и спорта, и които да насочват вниманието на заинте-ресованите към конкретиката на потенциалните дейности или партньорства.

Всеки един от описаните по-горе примери би могъл да бъде добра практика и за Област Благоевград. Особено показателно е, когато бъдат отнесени до предлага-нето на традиционни ястия, напитки и на местни сувенири. Благоевград например не разполага със свой отличителен сувенир. Не би ли било възможно да се потърси решение чрез инициране на партньорство между публичния сектор и някои со-циални предприятия в тази посока; или да се създаде ново такова за целта? Има и друг аспект: за всяка туристическа дестинация е необходимо да се поддържа активно радио и телевизионно присъствие чрез документални предавания и филми. В това отношение също могат да се иницират партньорства, още повече че в разглежданата територия има няколко висши училища, чиито студентите биха могли да бъдат при-влечени като доброволци в съвместни програми с други младежи, които са социално изключени или в неравностойно, като създават филми за региона.

В така очертаната картина обаче, приоритетно значение има установяването на ключовите предизвикателства по отношение на информацията за социалните пред-приятия и инкубацията на инициативи. Примери за социални предприятия в рамките на туризма има както от чужбина, така и от България; много са и съществуващите възможности. Ето защо онова, което е от значение за постигане на устойчиви, ефек-тивни и ефикасни резултати в бъдеще, е създаването на центрове за иновации и под-крепа, насочени специално към социалното предприемачество в сектора на туризма.

⁴⁷ 50 вдъхновяващи примера за социално предприемачество и жени предприемачи, Електронна книга с добри практики, изготвена в рамките на проект Open Mind – геймифицирана платформа и отво-рен онлайн курс по социално предприемачество за жени и обучаеми от различни специалности, с. 18, http://open-mind-project.eu/wp-content/uploads/2018/03/Open-Mind_E-book_BG.pdf

Кратка биографична справка

Доц. д-р Мария Станкова е завършила Стопанския факултет на ЮЗУ „Неофит Рилски“ – Благоевград. През 2001 г. защитава докторска дисертация в сферата на туризма в УНСС – София. От 2006 г. и понастоящем е доцент в Стопанския факултет към ЮЗУ „Неофит Рилски“. Провежда специализации в Технологичен образователен институт на Централна Македония, Гърция; в Екологичен университет, Икономически факултет, Букурещ, Румъния; в Academia Istropolitana Nova – Словакия и във Факултета по Туризм и Хотелиерски мениджмънт, Опатия - Хърватска. Владее френски, английски, румънски и хърватски езици. **Мария Станкова** е доцент в Стопански факултет към ЮЗУ „Неофит Рилски“. Тя завършва Стопанския факултет на ЮЗУ „Неофит Рилски“ – Благоевград. През 2001 г. защитава докторска дисертация в сферата на туризма в УНСС – София. От 2006 г. и понастоящем е доцент в Стопанския факултет към ЮЗУ „Неофит Рилски“. Провежда специализации в Технологичен образователен институт на Централна Македония, Гърция; в Екологичен университет, Икономически факултет, Букурещ, Румъния; в Academia Istropolitana Nova – Словакия и във Факултета по Туризм и Хотелиерски мениджмънт, Опатия - Хърватска. Владее френски, английски, румънски и хърватски езици

Maria Stankova is Associate Professor at the Faculty of Economics at the SWU “Neofit Rilski”. She graduated in Faculty of Economics at SWU “Neofit Rilski”. – Blagoevgrad. In 2001 she gained a PhD in the field of tourism at UNWE - Sofia. Since 2006 she has been an Associate Professor at the Faculty of Economics at Southwestern University “Neofit Rilski”. Prof. Stankova has studied at the Technological Educational Institute of Central Macedonia, Greece; in Ecological University, Faculty of Economics, Bucharest, Romania; in Academia Istropolitana Nova - Slovakia and at the Faculty of Tourism and Hotel Management, Opatija - Croatia. She speaks French, English, Romanian and Croatian. Email: mzlstan@yahoo.com

Трудово-производителните кооперации като субект на социалната икономика в България

Резюме

Социалната икономика е актуална тема за световната научна общественост с подчертана значимост през последните две десетилетия, основана както на специфичните промени в социално-икономическата и геополитическата действителност, така и с навлизането в етап на „ранна зрялост“ на местните общности по отношение на устойчивостта на човешкото развитие. В световен мащаб субектите на социалната икономика демонстрират динамична вариативност и разнообразие на форми, концепции, финансиране и стратегия. В Европа, люлката на социалното предприемачество, се отчитат специфични регионални нюанси в генезиса и целепологането на субектите на социалната икономика. Интересен от научно-практическа гледна точка и недостатъчно изследван е проблема за развитието на социалната икономика и нейните субекти на Балканския полуостров. В този смисъл настоящият доклад представя опит да бъде синтезирано познанието за природата на социалната икономика, нейните субекти и по-специално на трудово-производителните кооперации и характерните особености на българското им проявление.

Labor-productive cooperatives as a subject of the social economy in Bulgaria

Abstract

The social economy is an up-to-date theme for the global science. It is with a marked significance over the last two decades, based on both the specific changes in socio-economic and geopolitical realities. The entry into “early maturity” of local communities regarding the sustainability of human development are a part of the process. Globally, social economy actors showcase dynamic variability and diversity of forms, concepts, funding and strategy. In Europe, the cradle of social entrepreneurship has specific regional nuances in the genesis and purpose of social economy actors. Interesting from a scientific and practical point of view and insufficiently explored is the problem of the development of the social economy and its subjects on the Balkan peninsula. In this respect, the present report presents an attempt to synthesize the knowledge of the nature of the social economy, its subjects and in particular the worker producers’ cooperatives and the characteristics of their Bulgarian manifestation.

Увод

В настоящия доклад авторът си поставя за цел да изясни съдържателния обхват на социалната икономика, да представи българския ѝ облик, да анализира трудово-производителните кооперации като неин субект.

Социалната икономика е осезаема, но трудна за определяне, доколкото е еднакво застъпена в икономическия и социалния живот, а това прави „неточни“ наличните специализирани инструменти, поради което резултатите често изглеждат бледи и неубедителни.

За да се проникне в тази интригуваща и несъмнено перспективна област на човешкото развитие, авторът възприема по-широко изложение на съдържателния обхват на социалната икономика. Разширено представено, познанието за този икономически сектор разкрива по-ясно своите особености, което би било от полза на всеки, решил да се задълбочи в него.

Развитието на икономическата система през последните години ясно очертава нарушаването на баланса между публичния (социалния) интерес и частния. Стремжът на бизнес организациите към максимизиране на тяхната печалба (като иконо-

мически принцип) преодолява ограниченията на пазарното търсене в качеството му на регулиращ пазарен механизъм. Това става възможно посредством съвременните постижения на маркетинга и научно-техническия прогрес, изразени в способността на бизнес субектите не само да търсят, анализират и предлагат продукт, основан на пазарното търсене, но и да култивират пазари или да създават нови такива.

От една страна тази политика в контекста на икономическата система има компенсираща функция по отношение на:

- свръхпроизводството;
- задоволеното пазарно търсене;
- изравнените конкурентни сили на отделните бизнес субекти;
- масовия достъп до информация.

От друга страна посочената агресивна политика на бизнес организациите се развива в областта на пазарно действие на потребителите (в качеството им на пазарен субект), като по този начин нарушава естествения баланс „потребителско търсене – пазарно предлагане“. В същото време процесът се развива в условията на неолиберално намалена сила в регулиращата функция на държавата, която следва да балансира равновесието между пазарните субекти, като защитава интересите на потребителите.

В научната литература широко е разисквана темата за недостатъците на пазарните механизми. Това аргументира необходимостта да бъде изведен резултатът от естествените трансформационни процеси, базирани на тези недостатъци, а именно формирането на икономически механизми, целящи тяхното коригиране.

Един от най-съществените коригиращи механизми е възникването на икономически субекти, които се отдалечават в целите си от увеличаването на капитала, основано на максимизиране на печалбата. Тяхната съвкупност съставлява нов, т.нар. „трети“ икономически сектор¹. Дейността на неговите субекти е насочена в посока разрешаване на социални проблеми, останали извън обсега на публичния интерес и интереса на частния сектор. Значимостта на постигнатите резултати от третия сектор за икономиката и обществото аргументира определянето му с термина „социална икономика“.

Независимо от своята обусловеност от съвременната икономическа реалност, понятието „социална икономика“ има почти двувековна история, като за периода на своето съществуване то претърпява редица промени в теоретичната си същност.

В икономическата литература се приема, че терминът „социална икономика“ е въведен от френския либерален икономист Шарл Дюноайе, който публикува през 1830 г. своя „Трактат за социалната икономика“². В този труд Дюноайе защитава етичния подход в икономиката, с което поставя началото на т.нар. „Школа на социалните икономисти“ във Франция. В този начален период социалната икономика като икономически термин се ограничава от либералните схващания за ненамесата на държавата в икономиката и специфичния ефект върху икономическата теория, който създава зараждащия се по това време капитализъм. Така, макар школата на социалните икономисти във Франция да е повлияна от анализите на Т. Р. Малтус и С.

¹ Третият икономически сектор се обуславя от дейността на частни икономически субекти, чиито цели не са свързани с увеличаване на капитала (за разлика от частния сектор) а използват пазарни начини и капитал за преодоляване на идентифицирани дефицити в качеството на живот на местната общност или обществото като цяло – б.а.

² DESROCHE H., Pour un traité d'économie sociale, CIEM, Paris, 1983

дъо Сисмонди³, етичните норми в икономиката биват адресирани към съвместяване на морала с икономиката чрез внасяне на морал в поведението на отделния човек.

През втората половина на 19^{-ти} век в световната икономика се наблюдава особено явление, което повлиява промяната на социалната икономика в съдържателен аспект. През 1844 г. в Рочдейл, Англия се основава кооперация от 28 работници, записали в устава си набор от принципи, които по-късно се възприемат от различните видове кооперации и дават основание през 1895 г. в Лондон да бъде основан Международния кооперативен съюз (МКС). Тези принципи (представени по-долу в изложението) налагат различен поглед върху етиката в икономическата система. Те формират схващането, че демократичното управление на производството и справедливото⁴ определяне на цените, неагресивния подход към останалите участници на пазара⁵ може да им осигури устойчиво и справедливо съществуване.

Появата на кооперациите като икономическо явление дава основание на Джон Стюарт Мил и Леон Валрас да преориентират понятието социална икономика чрез отчитане на ефекта от действащите кооперации и взаимоспомагателни дружества върху икономическата система.⁶

В своя труд „Принципи на политическата икономия“⁷ Мил подлага на критичен анализ преимуществата и недостатъците на работническите кооперации. Резултатите от неговия анализ му дават основание да призове научната общественост към по-задълбочени изследвания, а световната икономическа общност - към насърчаване създаването на такива предприятия заради икономическите и морални ползи, които те осигуряват.

На свой ред Валрас⁸ застъпва тезата за коригиращата функция, която кооперациите изпълняват в икономическата система по онова време, функция, която се осъществява без да намалява ролята на капитала, а чрез въвеждането на определяното от него „демократично начало“ в производствения процес. Именно трудът на Валрас „Изследване на социалната икономика: теория на разпределението на социалното богатство“⁹ разграничава теоретичния подход към социалната икономика от първоначалния, реализиран от школата на френските социални икономисти¹⁰. Социалната икономика се превръща едновременно в част от икономическата наука и икономическа сфера на дейност, реализирана от набиращите сила кооперации и взаимоспомагателни дружества.

Всъщност, именно кооперациите и взаимоспомагателните дружества могат да

³ Т. Р. Малтус и С. дъо Сисмонди отбелязват наличие на недостатъци на пазара, които могат да доведат до дисбаланс, а също внасят критичен поглед върху действителния предмет на икономиката, като според Сисмонди това е човекът, а не богатството. – б.а.

⁴ с оглед нуждите от възпроизводство на кооперацията.

⁵ подход, който по-късно ордолибералистите в Германия ще интерпретират като състезателен принцип на конкуренция, при който всеки участник в пазара трябва да се грижи за личния си икономически интерес до толкова, че това да не вреди на пазара (възприеман като инфраструктура).

⁶ MONZÓN, J.L., Cooperativismo y Economía Social: perspectiva histórica, Revista de economía pública, social y cooperativa, № 44, CIRIECESPAÑA, 2003

⁷ Taylor, M., The 1848 Revolutions and the British Empire, Past & Present №166, Oxford University Press, Oxford, 2000

⁸ DEMOUSTIER, D., L'économie sociale et solidaire. S'associer pour entreprendre autrement, Alternatives économiques/Syros, Paris, 2001

⁹ Трудът е публикуван в Лозана през 1896 г.

¹⁰ Тази школа се отъждествява с модела на Ф. Льо Пле.

бъдат адресирани като основни проявители на социалната икономика като дейност. Техните ценности и възприетите от тях принципи до голяма степен отразяват съвременното разбиране на социалната икономика като цяло.

Въпреки нарасналото проявление на социалната икономика през първата третина на 20^{-ти} век, тя не заема значима роля в модела на икономически растеж, основан главно на частния капитал и публичния сектор. Господства схващането за „социалната държава“, като регулатор на вече признатите социални несъвършенства в икономическия баланс. Възприема се, че икономическата система се коригира от правителството, синдикатите и съюзите на работодателите. Така на основата на кейнсианския модел¹¹ се осъществява пакет от държавни политики, целящи преразпределението на доходите, разпределение на ресурсите и антициклични политики.

През втората половина на миналия век ордолибералистите извеждат в Западна Германия кейнсианския модел до теоретичния подход за социалното пазарно стопанство, при което при запазена коригираща пазарните недостатъци роля на държавата, в частния сектор се въвеждат християнските етични норми, целящи допълнителен коригиращ ефект¹².

В същото време в Източна Европа се развиват централизирани планови икономики, които не допускат друг участник на пазара освен държавата. Изключение е допуснатото единствено за кооперациите, чийто принципи и ценности първоначално са отнесени като съставни на политическата идеология. Освен идеологическите подбуди, това решение може да се интерпретира и като своеобразно признание за ролята на кооперациите в икономическата система. Например в България през 1934 г. са регистрирани 5000 кооперации, а благодарение на кооперациите през 1952 г. България е една от първите държави, сменили следвоенната купонна система. Показателен е и фактът, че в периода до 1975 г. над 50% от населението се обслужва от кооперативна търговия.

Укрепването на системите на смесената икономика на Западния свят (възприета в цяла Европа след краха на източноевропейския икономически модел) не пречи на развитието на кооперациите и другите носители на социалната икономика да помагат за справянето с обществено значими проблеми като цикличната безработица или неравнопоставеното положение на потребителите от отдалечени или слабонаселени географски райони при получаване на пазарни или публични стоки и услуги. Въпреки това силно изявената роля на държавата в процеса по хармонизиране между икономическия растеж и социалната система потиска развитието на социалната икономика. Едва в последната четвърт на миналия век с настъпването на кризата на социалната държава и системите на смесената икономика в някои европейски страни се

¹¹ Кейнсианският модел поставя главен акцент върху факторите на растежа, свързани със съвкупното търсене - откроява значението на цялата съвкупност и на отделните елементи на съвкупните разходи. Те се подразделят на автономни и индуцирани според критерия за липсата или наличието на зависимост от текущото равнище и изменение на БВП. Тези две групи съвкупни разходи имат специфичен потенциал за регулиране със средствата на макроикономическата политика, а с това и за въздействие върху растежа. Изследвани в динамичните им проявления, те позволяват да се разкрият основните разходни източници на нарастването на БВП. За постигането на равновесен икономически растеж съществена роля се отдава на размера и динамиката на автономните съвкупни разходи, сред които предимно на инвестициите в частния и в държавния сектор на икономиката - вж. Примова, В. Икономическият растеж и конюнктурният цикъл в кейнсианските модели, Икономическа мисъл 5, София, 2011.

¹² Леонидов, А. Ордолиберализъм: Социално пазарно стопанство: Трансформация, Лик, 2000

забелязва възобновяване на интереса към социалната икономика. Във фокуса отново попадат икономическите модели на кооперациите и взаимоспомагателните дружества, към които се добавя социалният ефект от дейността на фондациите – всички те като алтернатива на моделите на капиталистическия и публичния сектор.

Този процес се обуславя от нарастващите трудности в справянето с такива големи проблеми като продължителната безработица, социалната изолация, благосъстоянието в селските и западните градски райони, здравеопазването, образованието, качеството на живот на пенсионерите, устойчивия растеж и др. Това са социални потребности, които остават извън обсега или са в недостатъчна степен осигурени от дейността на публичния и частния сектор, потребности, които все по-трудно могат да бъдат задоволявани от саморегулиращите се пазари или от традиционната макроикономическа политика.

Нараства научния интерес към социалната икономика, като се провеждат мащабни научни изследвания, които отчитат значителният ѝ ръст. Наблюдава се и увеличаване броя на организациите от социалната икономика, които произвеждат т. нар. „социални“ или „публични“ блага като трудова и социална интеграция, социални услуги и домашен патронаж. Опирайки се на принципите за коопериране и сдружаване, приемайки кооперативните ценности, тези организации са признати като „социални предприятия“ в много европейски страни (Италия, Португалия, Белгия, Франция, Испания и др.).

Значимостта на социалната икономика се признава и отчетливо се наблюдава в цяла Европа, като по данни на Европейската комисия¹³:

- в социалната икономика на Европа оперират над 2 мил. организации или 10% от всички бизнес организации в 27-те държави-членки на ЕС;

- повече от 11 милиона души са заети в този икономически сектор (около 6% от заетите лица във всички икономически сектори);

- 160 милиона от населението на Европа членува в организации от социалната икономика;

- през 2015 г. активна стопанска дейност развиват 207 хил. кооперации. Те оперират във всяка икономическа област и са особено изявиени в селското стопанство, финансовото посредничество продажбите на едро, жилищното строителство - под формата на работнически кооперации в промишлената сфера, строителството и услугите. Тези кооперации включват в състава си 108 мил. членове и осигуряват пряка заетост на 4,7 мил. души;

- взаимоспомагателните организации в областта на здравеопазването осигуряват здравни услуги на над 120 млн. души, а тези, опериращи в застрахователния сектор, притежават 24% пазарен дял през същата година;

- сдруженията през 2015 г. осигуряват заетост на 8,6 млн. души, като генерират 4% от БВП, а техни членове са 50% от гражданите на ЕС.

Всички тези измерители определят значимостта на социалната икономика в съвременния икономически модел.

От друга страна ролята на социалната икономика се подсилва от специфичните синергични въздействия, които могат да бъдат наблюдавани конкретно при осъществяването на дейност от трудово-производителните кооперации¹⁴. Те едновременно осигуря-

¹³ Социалната икономика в ЕС - http://ec.europa.eu/growth/sectors/social-economy_en

¹⁴ По-назад в изложението се извеждат спецификите на този вид субекти на социалната икономика.

ват заетост и допринасят за формирането на публични средства, които се насочват чрез държавните социални политики към разрешаване на проблеми в социалната сфера.

Съвременното определение за социална икономика води началото си от 70-те години на миналия век, когато организациите, представляващи кооперациите, взаимоспомагателните дружества и сдруженията във Франция създават Национален комитет за взаимодействие в областта на взаимоспомагателните, кооперативните дейности и дейностите по сдружаване (CNLAMCA). Тази организация приема през 1980 г. документ озаглавен „Харта на социалната икономика“¹⁵. В него се определя социалната икономика като съвкупност от организации, които не са част от публичния сектор, които извършват дейността си по демократичен начин, чиито членове имат равни права и задължения и които прилагат специфичен режим на собственост и разпределение на печалбата, като използват излишъците за разрастването си и за подобряване на услугите, които предоставят на своите членове и на обществото.

През 1990 г. в Белгия, в доклад на Социално-икономическия съвет на Валония (CWES)¹⁶ се определя сектора на социалната икономика като част от икономиката, която се състои от частни организации с четири общи характеристики:

- „1) целта им е да служат на членовете на общността, а не да реализират печалба;
- 2) имат независимо управление;
- 3) процесът на вземане на решения в тях е демократичен;
- 4) при разпределянето на приходите в тях отделният човек и работната сила се ползват с предимство пред капитала“.

В резюмето на доклада на Международния център за изследвания и информация относно публичната, социалната и кооперативната икономика (CIRIEC) за резултатите от проучването „Социалната икономика в Европейския съюз“, направено за Европейския икономически и социален комитет¹⁷, се предлага следната дефиниция за социална икономика:

„Социалната икономика се състои от:

- съвкупността от частни, формално организирани независими предприятия, в които свободно може да се участва, създадени за да отговорят на нуждите на своите членове чрез пазарното си участие, като произвеждат стоки и предоставят услуги, застраховат и финансират;

- предприятия, в които вземането на решения и разпределянето на печалбата не са пряко свързани с капитала или внесените от всеки член вноски (такси);

- всеки член на които разполага с един глас в процеса на вземане на решения.

В социалната икономика се включват и частни формално организирани независими предприятия, в които свободно може да се членува и които произвеждат непазарни услуги за домакинствата и чиито излишъци, ако има такива, не могат да бъдат усвоявани от икономическите агенти, които са ги създали, които ги контролират или финансират.“

¹⁵ <http://www.ess-bretagne.org/images/stories/Documentation/charte>, Харта на социалната икономика 1980

¹⁶ Meredith, M. & Quiroz Niño, C. (Coords.), Arando, S., Coelho, L.S., Silva, M.F. & Villafuerte Pezo, A.M., Enhancing Studies and Practice of the Social and Solidarity Economy, A Reference Handbook, York St John-Erasmus Social and Solidarity Economy Consortium, 2015 - <https://www.yorksj.ac.uk/media/content-assets/social-economy/documents/Chap-3-EN-v1.2.pdf>

¹⁷ <http://www.eesc.europa.eu/resources/docs/qe-31-12-784-en-c.pdf>, Социалната икономика в Европейския съюз, доклад на Европейския икономически и социален комитет. Глава 3, т.3.2. Стр.17

Най-новото определение на понятието „социална икономика“ е изведено на 10 април 2002 г. (с редакция от 20.08.2007 г.)¹⁸ от „Постоянната европейска конференция за кооперациите, взаимоспомагателните дружества, сдруженията и фондациите“ (СЕР-СМАФ): „Социалната икономика:

- се основава на принципите на солидарност и индивидуално участие в процеса на активно гражданство;
- генерира висококачествени работни места и по-добро качество на живот и предлага рамка, подходяща за нови форми на предприемачество и работа;
- играе важна роля в местното развитие и социалното сближаване;
- е социално отговорна;
- е фактор на демокрацията;
- допринася за стабилността и плурализма на икономическите пазари;
- отговаря на приоритетите и стратегическите цели на Европейския съюз: социално сближаване, пълна заетост и борба с бедността, демокрация на участието, по-добро управление, устойчиво развитие ...“

Франция е първата страна в Европа, която на национално равнище регламентира политически и правно социалната икономика чрез постановление от декември 1981 г., с което се създава „Съвместна делегация на министерствата по въпросите на социалната икономика“¹⁹.

През 2009 г. Европейският парламент приема „Резолюция на Европейския парламент от 19 февруари 2009 г. относно социалната икономика (2008/2250(INI))“²⁰, която доведе до определянето на Социалната икономика като приоритет за развитието на икономиката в Европа.

През 2011 г. Испания приема „Закон за социалната икономика“²¹.

Към момента освен Испания, нормативни актове, касаещи социалната икономика са приели Белгия, Ирландия, Италия, Португалия, Швеция, Финландия, Гърция, Нидерландия, Дания, Чешка република, Унгария, Латвия, Литва, Полша и Обединеното кралство. Сред тях Испания, Гърция, Белгия, Португалия и Полша регламентират социалната икономика в специален закон, а останалите държави са приели законодателни актове, регламентиращи социалното предприятие, като субект на социалната икономика.

В същото време липсва значим напредък по отношение на реалното отчитане на ролята на социалната икономика, а именно статистическото отчитане на икономическите резултати на нейните субекти.

Двете най-разпространени системи на националните сметки са „Системата от национални сметки на ООН“ (СНС 1993) и Европейската система от национални и регионални сметки (ESA 1995 или ESA95). Системата на ООН установява правилата за водене на националните сметки на всички страни в света, докато ESA95 се прилага за всички страни членки на ЕС, като е напълно синхронизирана със системата на ООН.

Всички организации отчитат статистически своите икономически показатели, организирани в пет институционални сектора:

¹⁸ http://www.amice-eu.org/userfiles/file/2007_08_20_EN_SE_charter.pdf, Social Economy Charter

¹⁹ DESROCHE, H. *Histoires d'économies sociales, Alternatives*, Syros-coll, Paris, 1991

²⁰ <http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?pubRef=-//EP//TEXT+TA+P6-TA-2009-0062+0+DOC+XML+V0//BG>, Резолюция на Европейския парламент от 19 февруари 2009 г. относно социалната икономика

²¹ CHAVES, R., PEREZ DE URALDE, J.M. *La economía social y la cooperación al desarrollo. Una perspectiva internacional*, Universidad de Valencia, Valence, 2012

- 1) нефинансови предприятия (S11);
- 2) финансови предприятия (S12);
- 3) държавно управление (S13);
- 4) домакинства (като потребители и предприемачи) (S14);
- 5) организации с нестопанска цел, обслужващи домакинствата (S15).

Позовавайки се на посочените по-горе в изложението определения за социална икономика, при този начин на статистическо отчитане се установява своеобразно „разсейване“ на субектите на социалната икономика, разпределяйки ги в петте институционални принципа. В този смисъл при отчитане изложените дотук тенденции се установява несъответствие в политиката на статистическо отчитане. За преодоляването на тази трудност Европейската комисия подготви „Наръчник за изготвяне на сателитните сметки на фирми от социалната икономика: за кооперации и взаимоспомагателни дружества“. Фактите показват, че до началото на 2017 г. въз основа на този наръчник единствено в Испания, Белгия, Сърбия и Македония са изготвили сателитни сметки.²²

„Постоянната европейска конференция за кооперациите, взаимоспомагателните дружества, сдруженията и фондациите“ предлага обобщаващото определение на субектите на социалната икономика, като възприема, че: Правната форма, която може да приеме субектът в социалната икономика, варира в зависимост от съответното национално законодателство²³. Тези предприятия обаче се отличават от капиталовите дружества по специфични характеристики и по-специално:

- превъзходството на индивида и социалната цел над капитала;
- доброволно и отворено членство;
- демократичен контрол от страна на членовете;
- комбинацията от интереси на членовете/потребителите и/или общия интерес;
- защита и прилагане на принципа на солидарност и отговорност;
- автономно управление и независимост от държавните органи;
- основният излишък се използва за постигане на целите на устойчиво развитие, услуги от интерес за членовете или от общ интерес.

Според възприетото определение за социална икономика и характеристиките на субектите на социалната икономика (по-долу в изложението) могат да бъдат определени два подсектора:

- пазарен или стопански;
- непазарен.

В пазарния подсектор на социалната икономика попадат кооперациите и взаимоспомагателните дружества, докато в непазарния – сдружения и фондации. Разнородните проявления в аспекта на правната им форма или методите им на управление очертава следните общи характеристики, валидни за субектите на социалната икономика и от двата подсектора:

- те са частни, т.е. не са част от публичния сектор, нито са контролирани от него;
- те имат официална, правно регламентирана структура, т.е. обикновено те са юридически лица;

²² <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/BG/TXT/?uri=CELEX%3A52009IE1454>, Изказване, относно прогрес на въвеждане на сателитни сметки за социалната икономика в ЕС, достъпно на 17.06.2017г.

²³ PROMOTING MUTUAL & COOPERATIVE INSURANCE AND MUTUALITY, Good practices vis-à-vis staff, member-policyholders and society, [http://www.amice-eu.org/userfiles/file/Publications/AMICE%20\(2017\)%20Good%20practices%20vis-à-vis%20staff,%20member-policyholders%20and%20society.pdf](http://www.amice-eu.org/userfiles/file/Publications/AMICE%20(2017)%20Good%20practices%20vis-à-vis%20staff,%20member-policyholders%20and%20society.pdf)

• решенията в тях се вземат независимо, което означава, че имат пълното право да избират и освобождават своите органи на управление и да контролират и организират всички свои дейности;

• членството в тях е свободно, т.е. присъединяването към тях не е задължително;

• разпределянето на печалбата и излишъците между членовете потребители, ако се прави разпределение, не се прави пропорционално на капитала или вноските на членовете, а в зависимост от техните дейности или сделки с организацията;

• те извършват същинска икономическа дейност, за да задоволяват потребностите на отделни лица, домакинства или семейства. Затова организациите на социалната икономика се наричат организации на хората, а не на капитала. Те работят с капитал и други непарични ресурси, но не за капитала.

• те са демократични организации. С изключение на някои доброволни организации, които предоставят непазарни услуги на домакинствата, организациите от първо ниво или първи ред на социалната икономика обикновено прилагат принципа „един човек – един глас“ при вземане на решенията си, независимо от капитала и вноските, които членовете правят. Те винаги прилагат демократична процедура на вземане на решения с участието на всички. Организациите на другите нива също се управляват демократично. Членовете имат мнозинство или изключителен контрол върху правомощията за вземане на решенията.

Въпреки това субектите от пазарния подсектор на социалната икономика притежават характерни отличителни черти:

• те са създадени с цел задоволяване на потребностите на своите членове чрез прилагане на принципа на самопомощ, т.е. това са предприятия, чиито членове и потребителите на резултатите от съответната им дейност обикновено съвпадат;

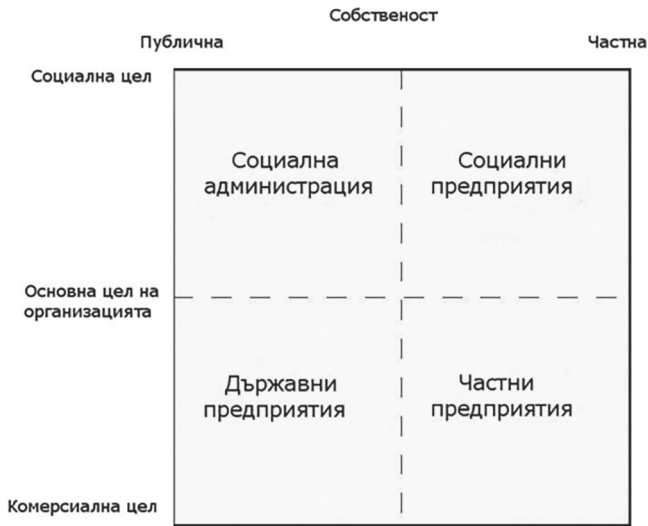
• предприятията от социалната икономика са пазарни производители, което означава, че продукцията им е предназначена основно за продажба на пазара на значителни от икономическа гледна точка цени. ESA 95 приема кооперациите, взаимоспомагателните дружества, холдинговите дружества, другите подобни предприятия и организациите с нестопанска цел, които ги обслужват, за пазарни производители;

• въпреки че е възможно те да разпределят печалба или излишъци между своите членове потребители, това разпределение не е пропорционално на капитала или на вноските, които членовете правят, а е в зависимост от сделките на членовете с организацията.

От гледна точка на пазарната насоченост на субектите на социалната икономика могат да бъдат разграничени две групи: произвеждащи продукт или предлагащи услуги с комерсиална стойност и такива, чиито продукти и услуги не са пазарно ориентирани (Фиг.1). И двете групи икономически субекти използват източници на капитал от частния сектор.

По вертикалната ос на Фиг. 1. са разположени основните цели на икономическите субекти: комерсиални или социални, а по хоризонталната ос - източникът на техния капитал: публичен или частен.

Като най-характерни представители на икономическите субекти, предлагащи непазарно ориентирани стоки и услуги, могат да бъдат определени неправителствените организации с нестопанска цел, включително благотворителни дружества, чиято основна цел е преодоляване на конкретни социални проблеми.



Фиг. 1. Икономически субекти, включени в социалната икономика

Източник: Авторова разработка

Пазарно ориентирани субекти на социалната икономика комбинират социалните си цели с комерсиални пазарни интеракции. Такива са първите взаимоспомагателните организации и кооперациите. Основаването им е базирано на ниската покупателна способност на група потребители, което ги възпрепятства да се включат равностойно на пазара. В изключително кратък времеви период кооперациите формират конкретни принципи на управление²⁴, които в съчетание с особените им бизнес цели ги превръщат в първите (неосновани на религиозна принадлежност) социални бизнес субекти в икономическата система, а именно:

- доброволно и отговорно членство;
- демократично управление на членовете;
- икономическо участие на членовете;
- автономност и независимост;
- образование, обучение, информация;
- сътрудничество между кооперациите и грижа за общността.

Независимо от възприетото в България нормативно определение за социални предприятия, в настоящия материал авторът възприема разбирането за субекти на социалната икономика, заложено в Националната концепция за социална икономика, която в съответствие с актуалните международни теоретични подходи ги интерпретира с термина „социални предприятия“. В концепцията са изведени някои основни разбирания, свързани със социалните предприятия .

Разнообразните правни форми, в които могат да развият дейност социалните

²⁴ Кооперативните принципи са регламентирани с Декларацията за кооперативна идентичност на Международния кооперативен съюз от 1995 г.

предприятия, налагат изработване на механизъм за тяхната идентификация. В концепцията са заложиени критерии за идентификация на субектите в социалната икономика, които се придържат към индикаторите на Европейския парламент за определяне на стопанските и хуманитарни дейности като част от социалната икономика.

В концепцията е възприет потенциалът за наличие на други, неустановени към момента на нейното създаване, индикатори. С оглед на това се приема, че посочените допринасят за разпознаваемостта на социалните предприятия и дейности сред стопанските субекти от реалната икономика, но не бива да се възприемат като абсолютни, тъй като могат също така да препятстват тяхната дейност и развитие.

Основан на задълбоченото и пространно разбиране, заложиено в Националната концепция за социална икономика, авторът се придържа към следното свое разбиране за същността на социалните предприятия: Възприема като отправна точка основните индикатори за тяхната идентификация, предложени от „Постоянната европейска конференция за кооперациите, взаимоспомагателните дружества, сдруженията и фондациите“, но приема, че същите следва да се допълнят с:

- за социалните предприятия водещ принцип е разбирането, че изпълняването на основната им дейност, която реализира социалната им функция, трябва да бъде първостепенна цел;

- разпределянето на печалба сред инвеститорите е допустимо като второстепенна цел при последователно спазване на следните условия:

1. Резултатът от стопанската дейност се трансформира в „икономия“, като най-напред се намалява с отчисления за следните или подобни целеви фондове:

- „Устойчиво развитие“ (предназначен за реинвестиции в основната дейност, модернизация и развитие);

- Фонд „Резерви“;

- „Социален фонд“ (в полза на заетите в социалното предприятие лица и член-кооператорите, в случай, че то е регистрирано като кооперация);

- „Иновации, научно-изследователска и развойна дейност“;

- „Развитие на човешките ресурси“ (за повишаване на квалификацията на заетите лица, реализация на стажантски програми, подбор на кадри и др.);

- „Взаимоспомагателен фонд“;

- „Развитие на местната общност“ (за реализиране на микропроекти по задоволяване на социални потребности в местната общност);

- „Развитие на социалната икономика“ (целеви фонд за инвестиране в обучителни програми, включително в задължителния образователен курс, целящи разяснение на принципите, ценностите и ролята на социалната икономика, както и промотиране на различни бизнес модели за реализация на социални предприятия).

2. Така трансформираният стопански резултат се интерпретира като икономия, която може да бъде насочена в три посоки:

- реинвестиране в основната дейност или:

- с решение на управителния орган на социалното предприятие излишъкът може да се инвестира в друго социално предприятие;

- формира данъчна основа, която след облагане се разбира като „излишък“, който е обект на разпределение между инвеститорите в социалното предприятие.

Изведени от световната практика, взаимоспомагателните дружества като субект на социалната икономика не са регламентирани в българското законодателство. По-

добна дейност може да се счита, че изпълняват взаимоспомагателните каси, които могат да бъдат учредявани съгласно Закона за кооперациите по решение на Управителния съвет на кооперацията в полза на член-кооператорите.

В този смисъл българската практика „губи“ ценен носител на социалното предприемачество, който е незаменим елемент в екосистемата на социалната икономика. Системната функция на взаимоспомагателните дружества е да генерират необходимия за развитието на социалната икономика инвестиционен ресурс с етичен характер. Без този ресурс е непълноценно развитието на останалите субекти и социалната икономика като цяло.

В България са развити основно два субекта на социалната икономика: фондации и неправителствени организации с нестопанска цел (като представители на нестопанските субекти) и кооперациите (като представители на стопанските субекти на социалната икономика).

Според основните си цели, кооперацията служи като средство за осигуряване на достоен живот, за професионална изява и реализация, за развитие на личността. Капиталът се възприема като средство за постигане на тези цели, а неговото увеличаване се отнася към нарастващите потребности на членовете на организацията от средства за тяхното постигане. В този смисъл класическото възприятие за печалбата се трансформира в разбирането ѝ като „икономия“ – икономия от нуждата всеки член да добавя към капитала лични средства, за да бъдат постигнати целите на организацията. Други съществени различия на кооперациите от „класическите“ бизнес организации са техните форма на управление и маркетингов подход.

В световен мащаб са известни множество разновидности на кооперациите, сред които основните видове могат да се синтезират, както следва:

Жилищни кооперации

Този вид кооперации си поставя за цел да обедини ресурсите на своите член-кооператори, като по този начин им позволи да построят или придобият собствените си жилища на по-добра от пазарната цена.

Потребителни кооперации

Потребителните кооперации обединяват усилията за задоволяване на обичайните продоволствени нужди на потребителите в един географски район. Като представител на най-стария кооперативен бизнес модел, потребителните кооперации функционират чрез набиране на капитал за разкриване на търговски обект (най-често за хранителни и битови стоки), като самите те се явяват основни клиенти на обекта. В бизнес модела е заложена представата, че ще се постигне на първо място икономия от мащаба чрез едровото закупуване на стоките и на второ - цените, на които ще бъдат закупвани стоките, ще бъдат формирани чрез добавяне на реалните разходи за издръжка на обекта и минимална печалба. Заложена печалба се реинвестира за увеличаване на оборотните средства до достигане на критичен минимум, след който на годишна база могат да се изплащат дивиденди на член-кооператорите.

Този бизнес модел в оригиналния си вид развива изключително бързо кооперативните магазини, като налага необходимостта от осигуряване на складови пространства за съхранение на закупваните в нарастващи обеми стоки. Тези нараснали нужди провокират създаването на друг устойчив кооперативен бизнес модел:

Снабдителни кооперации

Тази разновидност на кооперациите е от второ ниво. В нея не участват членове –

физически лица, а членуват потребителни кооперативи. В първообраза си този вид кооперативи обединяват нуждите на отделните кооперативни магазини за получаване на допълнителна икономия от мащаба. Снабдителните кооперативи се грижат също за съхранението на закупените количества стоки до момента на необходимост на кооперативния магазин да се снабди с тях.

Съвременните разновидности на този кооперативен модел са многообразни, но сред тях изпъкват два интригуващи и резултатни модела, реализирани в САЩ.

При първия модел се обединяват учебни заведения от един географски район, за да доставят обичайните за дейността си консумативи или конкретни услуги (в това число експертни) при установена социална потребност. Управлението в този случай се реализира от управителен съвет (или в зависимост от избраната форма на правна регистрация – борд на директорите), в който всеки участник е представен и решението се взимат на демократичен принцип.

Втората разновидност на модела е интересно погранично негово проявление, при което образователни институции от даден географски регион се кооперират с представители на местната власт и жители на общността, за да осигурят по-добри условия за висше образование на учениците от тази общност. Тези подобрени условия се реализират посредством няколко инструмента:

- сключване на квотно споразумение с университети, с което се реализира чрез икономия от мащаба намаление на разходите за обучение;
- чрез привличане в кооператива на бизнес организации и фондации се учредяват студентски стипендии;
- чрез договаряне с кредитни институции се осигуряват преференциални условия за студентски заеми;
- привличането на жилищни кооперативи или фондации към структурата дава възможност за намаляване на наемните цени за пребиваване и т.н.

Особеното на този модел е, че в управителното му тяло се включват представители на всички икономически сектори и физически лица от общността.

В процеса по задоволяване на социалните потребности възникват и друг вид кооперации, формиращи бизнес модел с решаващо значение за много голяма част от населението:

Кооперации за услуги

Кооперациите за услуги оперират в различни бизнес сектори, като според предмета си на дейност биват енергийни (за доставка на енергийни ресурси, включително тяхното производство), телекомуникационни, за осигуряване на здравно обслужване или образование и други. Основната им концепция е отговор на конкретни социални потребности, които се изразяват в невъзможността да бъдат осигурени услуги в съответното направление чрез публичния или бизнес икономически сектор. Най-често се касае за обслужване на изостанали градски райони или отдалечени и малки населени места.

При този кооперативен бизнес модел членовете на местната общност-потребител обединяват усилия и ресурси за учредяване на кооперация за услуги, като, възползвайки се от частични преференции, осигурени от публичната власт, договаряйки преференциални условия с частния сектор и привличайки инвеститори от нестопанския сектор, реализират липсващи услуги за своята общност.

За разлика от снабдителните кооперации, в сферата на образованието те са носител на крайния вид на услугата, т.е. формират за своя сметка образователни ин-

ституции и осъществяват сами обучение. Често това начинание се подпомага от привличането на частни или публични образователни институции, които осигуряват преподаватели и/или образователни стандарти, програми и лиценз за кооперативната образователна структура.

Друг вид кооперации със широко приложение в световен мащаб са:

Земеделските кооперации

Те притежават голямо разнообразие на вариации в основния модел, който се изразява в комасиране на отделните обработваеми площи на членовете на кооперацията и тяхната съвместна обработка, с което се намаляват разходите за инвестиции и поддръжка на машинен парк, човешки и експертни ресурси.

Особена разновидност представляват кооперациите за горско стопанство. Техният максимално развит бизнес модел обхваща кооперация от второ ниво, в която членуват кооперации с разнороден предмет на дейност и общи логистични потоци. Такива са кооперации за стопанисване на горски масиви, които се грижат за репродукцията и поддръжката на горските стопанства; кооперациите за дърводобив, както и тези за дървопреработка; кооперации за осигуряване на механизация и нейната поддръжка; производителни кооперации, използващи дървен материал като суровина; земеделски кооперации (които са потребител на торовите деривати на горското стопанство и дървообработката, наред с продукти на дървопреработвателната промишленост като щайги, палети и др.); потребителни кооперативи за осигуряване на дърва за огрев или с търговски обекти, предлагащи дървени изделия и др.

Кооперативно банкиране (кредитни кооперативи)

Този особен вид кооперации осигуряват финансови услуги както за членовете си, така и за населението. Възникнали по модела на Райфайзен, към момента те се отнасят към т.нар. бизнес сектор на етичните финансови институции. Основен принцип при този модел е формирането на лихви в съответствие с реалните разходи на организацията, като в много случаи се наблюдава тенденция на реинвестиране на формираната печалба в дейността под формата на допълнително намаление на лихвената тежест за кредитите на членовете на кооперацията.

Кредитните кооперативи са основен източник на финансови инструменти за финансиране развитието на нови и съществуващи кооперативи, като сред тях има значителни по постигнати резултати организации, като френската Креди Агрикол и австрийската Райфайзен.

Социални кооперации

Социалните кооперации дължат своето сериозно развитие на италианския кооперативен опит. Италия е една от водещите държави по отношение на развитие на нормативната база и отношението на централната и местна власт към кооперативната концепция, прилагайки я интензивно в практиката.

В РБългария се развиват потребителни, земеделски и трудово-производителни кооперации, като трудово-производителните кооперации могат да осъществяват различни дейности. Сред многообразието на подвидове, според автора, една определена разновидност може да бъде определена като специфична, погранична форма, а именно: *трудова-производителните кооперации* притежават едновременно възможността да задоволяват социални потребности на местната общност чрез осигуряване на заетост, както и да осъществяват стопанска дейност. Тези специфични особености, наред с изяснената роля и значение на кооперациите за развитието на социалната

икономика, аргументират насочването на фокуса на този материал именно върху тях.

В България дефиниция за съдържателния обхват на понятието „кооперация” е дадена в чл. 1 на Закона за кооперациите (ЗК), където е записано: „Кооперацията е сдружение на физически лица с променлив капитал и с променлив брой членове, които чрез взаимопомощ и сътрудничество осъществяват търговска дейност за задоволяване на техни икономически, социални и културни интереси“. Така определена, кооперацията е частно некапиталово дружество.

Кооперацията е вид търговец по смисъла на Търговския закон, но не се счита за търговско дружество.

Правната уредба на кооперациите е регламентирана в ЗК, който се явява основен закон, а второстепенните са Търговски закон (ТЗ) и Закон за задълженията и договорите (ЗЗД).

Членствените правоотношения на кооператорите са сходни с тези при търговските дружества. Всеки, който е навършил 16 г., може да стане член-кооператор, като не съществува законова пречка за участие в повече от една кооперация. При възникване на кооперацията е налице първично членствено правоотношение. Във вече възникнала кооперация дадено лице може да стане член с подаване на молба. На първото заседание на управителния съвет (УС) молбата се разглежда и се гласува решение, което подлежи на одобрение от ОС. Счита се, че членството възниква след решението на управителния съвет. Членството се прекратява: с напускане; с изключване; със смъртта на член-кооператор; с ликвидация. След приключване на финансовата година, независимо от основанието за прекратяване на членството, член-кооператорът може да получи своята вноска. Този имуществен дял може да се получи в рамките на общата погасителна давност. При производителните кооперации член-кооператорите могат да бъдат изключени от кооперацията – на база решение на ОС, но УС може да отстрани член-кооператор до произнасяне на ОС.

Правата и задълженията на член-кооператорите се делят на:

Имуществени права:

- а) Право на част от печалбата;
- б) Право на имуществен дял, който при прекратяване на кооперацията се равнява на ликвидационен дял. При производителната кооперация има право и на трудово възнаграждение по КТ.

Неимуществени права:

а) Управителни. Тези права на член-кооператорите са изключително близки до тези на сдружник в едно търговско дружество, като обхващат следните правомощия:

- участие в ОС;
- право на глас в ОС – като всеки член-кооператор има един глас независимо от размера на дяловата му вноска;
- активно и пасивно избирателно право;

б) Контролни – всеки член-кооператор може да иска обяснение от органите на кооперацията във връзка с дейността ѝ;

в) Защитни:

- отмяна на незаконосъобразни и противоуставни решения и действия на ОС и останалите органи, като компетентен е районният съд;
- защита от неправомерни действия на членовете на кооперацията – чрез ОС;
- социално и здравно осигуряване.

г) Допълнителни. При производствените кооперации. Според КТ могат да включват и получаване на трудово възнаграждение.

Имуществени задължения:

- внасянето на вноски.

Неимуществени задължения:

- да спазва устава и да изпълнява решенията на органите на кооперацията;
- да съдейства за постигане целите на кооперацията;
- задължение за лоялност – подчиняване действията на всеки член на целите на общността;

- въздържане от конкурентна дейност и др.

Управлението на кооперацията се провежда чрез следните органи:

- Общо събрание;
- Управителен съвет;
- Контролен съвет(КС);
- Председателят на УС, който има алтернатива - изпълнителен директор;
- Комисии;
- Комитети;
- Помощни органи.

ОС се третира като върховен орган и бива: Редовно ОС или Извънредно ОС.

В състава на ОС влизат всички член-кооператори (съответно пълномощници). Компетентността на ОС, което е еквивалент на събрание на пълномощниците обхваща:

- изменя и допълва устава (няма права да приема устав).
- избира членове на УС и КС;
- решава въпроси относно членство на кооперацията в кооперативни съюзи;
- одобрява отчета на УС;
- взема решение относно разпореждане с недвижимите имоти на кооперацията;
- взема решение за преобразуване и прекратяване на кооперацията и др.

Всички въпроси, които не влизат в компетентността на останалите органи на кооперацията, са от компетентността на ОС (остатъчна компетентност).

ОС се свиква чрез писмена покана от: УС, КС или от 1/3 от членовете на кооперацията. Предвиден е спадащ кворум. Решенията на ОС се взимат с обикновено мнозинство, като в устава може да се предвиди квалифицирано мнозинство за определени случаи, но не и единодушие.

В състава на УС влизат само член-кооператори. Изискванията са те да бъдат физически лица, навършили 18 г. и да не са поставени под запрещение. УС направлява дейността на кооперацията и изпълнява решенията на ОС. УС е изпълнителен орган, като не представлява кооперацията.

Решенията се взимат с обикновено мнозинство, а отговорността на членовете на УС е солидарна.

УС има председател, който еднолично упражнява представителни функции, освен в случаите на съдебни спорове срещу кооперацията. Част от правомощията на председателя на УС са да организира изпълнението на решенията на ОС и УС и да ръководи текущата дейност на кооперацията. Когато се счита, че няма достатъчно квалифициран стопански ръководител се назначава изпълнителен директор. Той е трето лице и участва със съвещателен глас в УС. Изпълнителният директор изземва функциите по председателство на кооперацията. Той представлява кооперацията ед-

нолично. УС може да оспори действията на председателя/изпълнителния директор и да отнесе въпроса до ОС, което разглежда спора.

Контролният съвет се избира от ОС и е задължителен орган на Кооперацията. В състава му влизат задължително член-кооператори, като и тук важат същите ограничения както за членовете на УС. Компетенциите на КС са: да проверява дейността на кооперацията, като се отчита пред ОС; членовете на КС имат съвещателен глас в УС, те имат функцията на финансов контролен орган и се отчитат пред ОС. Членовете на КС носят солидарна имуществена отговорност.

Преустройството на кооперациите е еквивалентно на преобразуване по ТЗ, но при по-опростени правила и процедури.

Прекратяване на кооперацията се извършва в следните случаи:

- с решение на ОС;
- с изтичане на срока (в случай, че кооперацията е била учредена за определен срок);
- по решение на ОС, ако кооперацията преследва забранени цели или извършва забранена дейност;
- по искане на прокурора или кооперативния съюз, ако за 6 месеца спадне членственият състав на кооперацията под 7 физически лица;
- В случай на несъстоятелност – по реда на ТЗ.

Кооперацията влиза в ликвидационно производство, като прекратяването на кооперацията се вписва в кооперативния регистър към съответния окръжен съд по седалище на кооперацията. Ликвидационното производство наподобява на това в ТЗ. Като ликвидатори могат да бъдат назначени физически лица – членове или не на кооперацията. Може също така да се създаде ликвидационна комисия от три-ма членове. Ликвидаторите се вписват в търговския регистър и имат правата и задълженията на УС, а също и да представляват кооперацията. Ако имуществото на кооперацията не е достатъчно, то ликвидаторите могат да търсят производство по несъстоятелност.

В Чл. 52 от ЗК е предвидено, че всяка кооперация може да създаде кооперативно предприятие и да се обвързва с други кооперации в между-кооперативно предприятие. Кооперативното предприятие се регистрира като еднолично капиталово дружество (ЕООД). Едноличният собственик на капитала е кооперацията, която чрез своето Общо събрание (ОС) решава да учреди ЕООД чрез икономическо и юридическо обособяване на част от своето имущество, формирайки капитала на ЕООД. При създаването на това ЕООД има финансово облекчение - не се дължат такси по регистърното производство при създаването му.

Между-кооперативното предприятие може да се учреди като ООД или АД, в което съдружници, респективно акционери са кооперации. Чрез своите ОС последните решават да създадат съответното дружество. За този вид предприятия също не се дължат такси за регистрация.

Кооперативните съюзи представляват обединение на териториален, отраслов или друг принцип. Кооперативните съюзи могат да се съюзят и да образуват федерации. Федерациите от кооперативните съюзи са вторични кооперации. Кооперативните съюзи имат органи на управление, които повтарят тези на една първична кооперация.

Председателите на Управителните съвети формират ОС на кооперативния съюз. В рамките на кооперативните съюзи действат и всички останали органи на коопера-

циите. В случаите, в които кооперативните съюзи имат голям брой членове, УС може да излъчи оперативен орган - изпълнителен комитет.

Българските трудово-производителни кооперации се различават от аналогичните организации извън страната. Това налага изясняването на няколко специфични особености, пряко въздействащи върху тяхното управление.

За разлика от капиталовите дружества, управлението на кооперациите се осъществява непропорционално на притежаваните дялове – всеки член-кооператор има право на един глас в ОС, независимо от размера на внесената дялова вноска. Това от една страна определя кооперацията като най-демократичната форма на управление, но от друга намалява експертизата на вземаните от нейните управленски органи решения. Проблемът се задълбочава пропорционално на намаляването на броя на експертите в общия числен състав.

За кооперациите е основополагащ демократичният принцип на управление, при който всеки има възможност да участва в органите на нейното управление и всеки член участва с равен на другите глас при вземането на решения във висшия орган на управление – общото събрание. Тази разлика извежда кооперацията от зависимостта „участие в капитала – права в управлението на организацията“, с което се балансира интересите на всички членове на кооперацията.

Друга специфична характеристика на първите кооперации (която се наблюдава и днес в голяма част от тях) е неагресивният им подход към пазара. Първите кооперации участват в пазара със средни цени (базирани на пазара, на който оперират), с което се намалява рискът от агресивна политика на останалите пазарни субекти към кооперацията и се осигурява дългосрочна перспектива за нейното развитие.

Развивайки своята дейност, кооперациите изпълняват редица социални функции за местната общност – осигуряват устойчива заетост, задоволяват образователните и културните потребности на своите членове, с което повишават тяхната социална стойност за местната общност. В много кооперации основната развивана дейност е предоставянето на социални услуги, в други се ангажират с трудова заетост хора с увреждания, а трети съчетават и двете, с което завишават социалната значимост на кооперацията за местната общност.

Заклучение

Природата на социалната икономика е събирателно понятие, с което се акцентира върху прекия социален ефект от дейността на предприятия и/или организации, които са учредени при спазването на конкретни принципи и ценности гарантиращи тяхното демократично управление, насочени към постигането на социална цел.

Сред многообразието на субекти на социалната икономика могат да бъдат открити четири, определени като „носители на социалната икономика“: кооперации; взаимоспомагателни дружества; сдружения; фондации. Най-съществена роля за развитието на социалната икономика в света, в т.ч. и България имат кооперациите. Сред разнообразието от видове и подвидове кооперации най-интригуващ от гледна точка на социалната си стойност е моделът на трудово-производителните кооперации.

Георги Георгиев е главен експерт в Националния съвет на ТПК. Бакалавър по международен бизнес мениджмънт и магистър по програма Лидерство в глобална среда. През 2018 г. защитава докторска дисертация. Автор е на редица научни публикации в сферата на социалната икономика. Като експерт в областта на социалното предприемачество и проблематиката на социалната и трудова интеграция на хора с увреждания активно участва в работни групи към Министерство на труда и социалната политика и Министерски съвет на Р България. Ръководител е на проект „НС на ТПК – Равни шансове“ по Оперативна програма „Развитие на човешките ресурси” 2014-2020г.

Georgi Georgiev is Chief Expert at the National Council of TPK. Bachelor of International Business Management and Master in Leadership in Global Environment. In 2018 he gained a PhD. He is the author of a number of academic publications in the sphere of social economy. As an expert in the field of social entrepreneurship and the problems of the social and labor integration of people with disabilities, he actively participates in working groups with the Ministry of Labor and Social Policy and the Council of Ministers of the Republic of Bulgaria. He is the manager of the project “NCP of TPK - Equal Chances” under the Operational Program “Human Resources Development” 2014-2020.

Email:1976ghg@gmail.com

Κοινωνική οικονομία Περίληψη

Η Κοινωνική Οικονομία (ΚΟ ή ΚΑΛΟ – Κοινωνική και Αλληλέγγυα Οικονομία) ανάγεται ιστορικά στα τέλη του 18^{ου} και στις αρχές του 19^{ου} αιώνα στην Ευρώπη, όταν άρχισαν να εμφανίζονται οι πρώτοι συνεταιρισμοί παραγωγών, αγροτών και εργατών, και ακολούθως, άρχισε να αναγνωρίζεται ως ένα διακριτό σύνολο οικονομικών φορέων. Σύμφωνα με το Εθνικό Ινστιτούτο Εργασίας (ΕΙΕ, 2000), η ΚΟ αναφέρεται ως ο οικονομικός χώρος πέρα από τον ιδιωτικό και το δημόσιο τομέα της οικονομίας του οποίου οι οικονομικές δραστηριότητες δεν έχουν κερδοσκοπικό χαρακτήρα αλλά κοινωνικούς στόχους. Ο εν λόγω τρίτος τομέας της οικονομίας διαφοροποιείται από τον δημόσιο και τον ιδιωτικό δεδομένου ότι οι δραστηριότητες που αναπτύσσει δίνουν προτεραιότητα στην κάλυψη των κοινωνικών αναγκών κι όχι στην επεκτατική κερδοφορία, ενώ οι δραστηριότητες αυτές αναπτύσσονται με συλλογικές και δημοκρατικές διαδικασίες συμμετοχής και λήψης αποφάσεων.

Σύμφωνα με την Ευρωπαϊκή Επιτροπή, η κοινωνική επιχείρηση είναι ένας φορέας της ΚΟ με πρωταρχικό στόχο την ύπαρξη θετικού κοινωνικού αντικτύπου. Δραστηριοποιείται στην αγορά παρέχοντας αγαθά και υπηρεσίες με επιχειρηματικό και καινοτόμο τρόπο, και χρησιμοποιεί τα κέρδη κυρίως για κοινωνικούς σκοπούς. Υπόκειται σε υπεύθυνη και διαφανή διαχείριση, ιδίως ενθαρρύνοντας τη συμμετοχή εργαζομένων, καταναλωτών και παραγόντων που επηρεάζονται από τις εμπορικές της δραστηριότητες. Σύμφωνα με τον ΟΟΣΑ, η έννοια αφορά οργανώσεις με διαφορετικά χαρακτηριστικά στις διάφορες χώρες, έχουν όμως ορισμένα κοινά στοιχεία όπως την ταυτόχρονη επιδίωξη οικονομικών και κοινωνικών στόχων, τη συμβολή στην οικονομική ανάπτυξη και στη κοινωνική συνοχή και τέλος την ικανότητα να βρίσκουν καινοτόμες και δυναμικές λύσεις στα προβλήματα της ανεργίας και του αποκλεισμού.

Οι κοινωνικές επιχειρήσεις έχουν καταστήσει δυνατή την παροχή κοινωνικών υπηρεσιών και υπηρεσιών γενικού συμφέροντος με έναν τρόπο οικονομικά βιώσιμο και από πολλές απόψεις πιο αποτελεσματικό και αποδοτικό από ό,τι θα μπορούσε να κατορθώσει μόνος του ο δημόσιος τομέας. Γενικότερα, είναι δυνατόν να υποστηριχθεί ότι ο τρίτος τομέας προσφέρει μια διαφορετική προσέγγιση στην τοπική ανάπτυξη εμπεριέχοντας ένα νέο όραμα σε σύγκριση με τις παραδοσιακές προσεγγίσεις.

Τα όργανα της Ευρωπαϊκής Ένωσης, και ειδικότερα το Ευρωκοινοβούλιο, η Ευρωπαϊκή Επιτροπή και η Ευρωπαϊκή Οικονομική και Κοινωνική Επιτροπή (ΕΟΚΕ), έχουν επιχειρήσει να ενισχύσουν την ανάπτυξη της ΚΟ και της κοινωνικής επιχειρηματικότητας μέσω μιας σειράς πρωτοβουλιών πολιτικής. Στην Ελλάδα, ο Ν. 4019/2011 όρισε για πρώτη φορά την κοινωνική οικονομία και τις κοινωνικές συνεταιριστικές επιχειρήσεις. Ο εν λόγω νόμος προβλέπει τρία είδη κοινωνικών συνεταιριστικών επιχειρήσεων, ανάλογα με τον επιδιωκόμενο σκοπό: τις Κοινωνικές Συνεταιριστικές Επιχειρήσεις Ένταξης, τις Κοινωνικές Συνεταιριστικές Επιχειρήσεις Κοινωνικής Φροντίδας και τις Κοινωνικές Συνεταιριστικές Επιχειρήσεις Συλλογικού και Παραγωγικού Σκοπού.

Social Economy Abstract

The Social Economy (ΚΟ or ΚΑΛΟ - Social and Solidarity Economy) dates back to the late 18th and early 19th century in Europe when the first cooperatives of producers, farmers and workers began to appear, and then began to be recognized as a distinct group of economic operators. According to the National Institute of Labor (NHRF, 2000), the CR is referred to as the economic space beyond the private and public sectors of the economy whose economic activities are not profit-making but social goals. This third sector of the economy differs from the public

and the private as the activities it develops give priority to meeting social needs rather than to expansionary profitability, and these activities are developed through collective and democratic processes of participation and decision making.

According to the European Commission, the social enterprise is a body of the GO with the primary objective of having a positive social impact. It operates in the market by providing goods and services in a business and innovative way, and uses profits primarily for social purposes. It is subject to responsible and transparent management, in particular by encouraging the participation of workers, consumers and agents affected by its commercial activities. According to the OECD, the concept refers to organizations with different characteristics in different countries, but they share some common elements such as pursuing economic and social goals, contributing to economic growth and social cohesion, and finally the ability to find innovative and dynamic solutions to problems of unemployment and exclusion.

Social enterprises have made it possible to provide social services and services of general interest in a way that is economically viable and, in many ways, more effective and efficient than the public sector could achieve on its own. More generally, it can be argued that the third sector offers a different approach to local development, incorporating a new vision compared to traditional approaches.

The European Union institutions, and in particular the European Parliament, the European Commission and the European Economic and Social Committee (EESC), have attempted to strengthen the development of CS and social entrepreneurship through a series of policy initiatives. In Greece, Law No. 4019/2011 defined for the first time the social economy and the social cooperative enterprises. This law provides for three types of social cooperative societies, depending on the intended purpose: Social Cooperative Enterprises of Integration, Social Cooperative Societies of Social Care and Social Cooperative Societies of Collective and Productive Purpose.

1. ΤΙ ΕΙΝΑΙ Η ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ;

Η Κοινωνική Οικονομία (εφεξής ΚΟ ή ΚΑΛΟ – Κοινωνική και Αλληλέγγυα Οικονομία) ανάγεται ιστορικά στα τέλη του 18^{ου} και στις αρχές του 19^{ου} αιώνα στην Ευρώπη, όταν άρχισαν να εμφανίζονται οι πρώτοι συνεταιρισμοί παραγωγών, αγροτών και εργατών, και ακολούθως, άρχισε να αναγνωρίζεται ως ένα διακριτό σύνολο οικονομικών φορέων. Ο όρος της «κοινωνικής οικονομίας» εμφανίστηκε για πρώτη φορά στη Γαλλία στο πρώτο τρίτο του 19^{ου} αιώνα και, με την πάροδο των αιώνων, η χρησιμότητά του υπερέβη κατά πολύ τα γαλλικά σύνορα, βρίσκοντας μεγάλη απήχηση σε ολόκληρη την Ευρώπη. Πράγματι, εδώ και σχεδόν δύο αιώνες, οι φορείς της κοινωνικής οικονομίας είναι σημαντικοί παράγοντες στο ευρύτερο πλαίσιο της διαδικασίας κοινωνικής και οικονομικής ανάπτυξης, τόσο σε εθνικό όσο και σε τοπικό επίπεδο.

Το 1997, η Σουηδία αποτελούσε ένα από τα νεότερα μέλη της Ε.Ε. και η πρωτοβουλία της τότε κυβέρνησης της να συστήσει μια επιτροπή επιστημόνων με σκοπό να προσδιορίσουν την έκφραση ΚΟ θεωρείται ότι αποτελεί την πρώτη προσπάθεια από κράτος-μέλος της Ε.Ε. Το αποτέλεσμα που προέκυψε από την επιτροπή έχει ως εξής: κοινωνική οικονομία σημαίνει οργανωμένα κοινωνικά σύνολα, τα οποία πρώτα από όλα έχουν κοινωνικούς στόχους, οι οποίοι βασίζονται σε δημοκρατικές αξίες και οργανώνονται ξεχωριστά από τον δημόσιο τομέα. Οι κοινωνικές και οι οικονομικές δραστηριότητες τους διεξάγονται από ενώσεις, συνεταιρισμούς και ιδρύματα. Τέλος, στην κοινωνική οικονομία κατευθυντήρια δύναμη αποτελεί το κοινό όφελος ή το όφελος των μελών της και όχι τα ιδιωτικά συμφέροντα.

Αντίστοιχα, στη Μεγάλη Βρετανία, έκθεση μιας εκ των 18 ομάδων πολιτικής ενέργειας που ενημερώνουν την Εθνική Κυβερνητική Στρατηγική, υποστήριξε ότι η κοινωνική

οικονομία μπορεί να έχει μια σημαντική και πολύτιμη συμβολή στην οικοδόμηση του κοινωνικού κεφαλαίου για την οικονομική ανάπτυξη των μειονεκτούντων κοινοτήτων. Αυτό θα μπορούσε να επιτευχθεί μέσω της παροχής υπηρεσιών, όπως οι ενδιάμεσες αγορές εργασίας, της συμβολής στην ανάπτυξη των προσόντων και δεξιοτήτων του τοπικού πληθυσμού, προωθώντας την κατάρτιση και την εργασιακή εμπειρία, και της δημιουργίας ευκαιριών απασχόλησης. Στην Ελλάδα, αν και το συνεταιριστικό κίνημα έχει μακρά ιστορία σε σχέση με τον αγροτικό και τον γεωργικό τομέα, πριν το 2000 ο τομέας της κοινωνικής οικονομίας ήταν από τυπική άποψη εξαιρετικά μικρός, ωστόσο, το αντίξοο κοινωνικοοικονομικό περιβάλλον της χώρας κατά τα τελευταία χρόνια έχει διαδραματίσει σημαντικό ρόλο στην ανάπτυξή του. Παράγοντες όπως το υψηλό ποσοστό ανεργίας, η έλλειψη εργασιακής ασφάλειας στον ιδιωτικό και τον δημόσιο τομέα, οι μειωμένες δημόσιες δαπάνες, και η εμφάνιση πολιτικών κινήματων που συνδέονται με την ΚΟ, άνοιξαν τον δρόμο για την άνθηση και ενδυνάμωση του οικοσυστήματος.

Το να οριστεί ακριβώς η ΚΟ δεν είναι ένα εύκολο εγχείρημα, καθώς η συγκεκριμένη έκφραση χρησιμοποιείται για να προσδιορίσει μια πολύπλοκη έννοια και ένα σύμπλεγμα παραμέτρων που καθορίζει την ύπαρξη του Τρίτου Τομέα και των μη κερδοσκοπικών οργανώσεων. Τέτοιες είναι η δημιουργία ευέλικτης απασχόλησης, η ενεργοποίηση των πολιτών, η προσφορά υπηρεσιών, η αποκέντρωση των συστημάτων πρόνοιας, η διασφάλιση των ανθρωπίνων δικαιωμάτων και ενίσχυση των τοπικών αναπτυξιακών πολιτικών και της κοινωνικής αλληλεγγύης. Παράλληλα, η ύπαρξη ποικιλίας οργανωτικών σχημάτων και διαφορετικών θεωρητικών προσεγγίσεων, ειδικότερα ως προς τα χαρακτηριστικά καθορισμού των δραστηριοτήτων, την καθιστά σχεδόν αόρατη όσον αφορά την εμπειρική οικονομική πραγματικότητα. Σύμφωνα με το Εθνικό Ινστιτούτο Εργασίας (ΕΙΕ, 2000), η ΚΟ αναφέρεται ως ο οικονομικός χώρος πέρα από τον ιδιωτικό και το δημόσιο τομέα της οικονομίας του οποίου οι οικονομικές δραστηριότητες δεν έχουν κερδοσκοπικό χαρακτήρα αλλά κοινωνικούς στόχους.

Αναλυτικότερα, χαρακτηρίζεται ως ένας τομέας του οποίου οι δραστηριότητες συνδυάζουν οικονομικές και επιχειρηματικές συλλογιστικές με κοινωνικές αξίες, όπως η συνεργασία και η αλληλεγγύη, με στόχο την εξυπηρέτηση αναγκών του κοινωνικού συνόλου, οι οποίες δεν φαίνεται να ικανοποιούνται από την ελεύθερη αγορά ή την εκάστοτε κυβέρνηση. Σημαντικό ρόλο στην ανάπτυξη της ΚΟ διαδραματίζει ο Τρίτος Τομέας, ο οποίος έχει αποτελέσει ουσιαστικά το σταυροδρόμι στο οποίο συναντιούνται οι αναπτυξιακές πολιτικές και οι πολιτικές για την απασχόληση. Ο συγκεκριμένος τομέας προσφέρει θέσεις εργασίας σε εκείνα τα κοινωνικά σύνολα τα οποία αποκλείονται από την λειτουργία της αγοράς, όπως είναι τα άτομα με ειδικές ανάγκες, οι άνεργοι νεαρής ηλικίας και οι μετανάστες. Με δεδομένη τη μείωση της συμμετοχής του κράτους πρόνοιας και την αύξηση των κοινωνικών προβλημάτων, η ΚΟ θεωρείται ως μια βασική συνεισφορά για την επίτευξη της κοινωνικής συνοχής και την απάλειψη των κοινωνικών αποκλεισμών. Στο ίδιο πνεύμα, ο τρίτος τομέας περικλείει οτιδήποτε δεν περιλαμβάνεται στην σφαίρα επιρροής της παραδοσιακής οικονομικής επιστήμης.

Τα τελευταία χρόνια η ΚΟ εμφανίζεται λιγότερο ως τομέας ιδίων δικαιωμάτων και περισσότερο ως προσέγγιση στην επίτευξη αποδόσεων ανάλογων με εκείνων που ικανοποιούν τις κοινωνικές ανάγκες μέσω της οικονομικής δραστηριότητας. Το συγκεκριμένο σκεπτικό αποτελεί μια προσέγγιση που τείνει να ριζωθεί στις τοπικές και συχνά μειονεκτούσες κοινότητες. Εκφράζει ουσιαστικά το γεγονός ότι η ΚΟ συνιστά κάτι μεγαλύτερο από τα ποσοτικά μεγέθη στα οποία συνίσταται. Αυτή η προσέγγιση

προσδίδει μια νέα δυναμική, καθώς ενώ στον ιδιωτικό τομέα οι κινητήριες δυνάμεις είναι η παραγωγικότητα και η επίτευξη κέρδους και στο δημόσιο τομέα η αναπαραγωγή και η ευημερία, για την ΚΟ μπορεί να υποστηριχθεί ότι κινητήρια δύναμη είναι η ίδια η διαδικασία δημιουργίας του δικού της δυναμισμού, της οποίας κεντρικό σημείο αναφοράς είναι το κοινωνικό κεφάλαιο.

Οι ορισμοί που έχουν δοθεί για την ΚΟ είναι πολλοί ενώ οι όροι που χρησιμοποιούνται για αυτήν είναι «αλληλέγγυα οικονομία», «εναλλακτική οικονομία», «τρίτος τομέας της οικονομίας», «τεταρτογενής οικονομία» και «κοινωνική οικονομία της αγοράς». Παρόλα αυτά αν και υπάρχουν αυτές οι διαφοροποιήσεις στις έννοιες, αυτές ταυτίζονται τελικά σε πολλά σημεία ενώ κοινό τους σημείο αποτελεί η αναζήτηση λύσεων προς όφελος του ανθρώπου σε σχέση με το κυρίαρχο οικονομικό σύστημα και την κρίση του Κράτους Πρόνοιας. Στην Ελλάδα χρησιμοποιείται ευρέως ο όρος Κοινωνική και Αλληλέγγυα Οικονομία (ΚΑΛΟ), η οποία θεωρείται ότι αποτελεί ένα διαφορετικό μοντέλο ανάπτυξης της οικονομίας που δίνει έμφαση στον κοινωνικό αντίκτυπο, την καλλιέργεια της κοινωνικής αλληλεγγύης και την προώθηση των δημοκρατικών αρχών διαχείρισης. Έτσι εκτός από τον ιδιωτικό και τον δημόσιο τομέα υπάρχει και ένας τρίτος τομέας της οικονομίας που παράγει αγαθά και υπηρεσίες, αυτός της ΚΑΛΟ, ο οποίος διαφοροποιείται από τον δημόσιο και τον ιδιωτικό λόγω δύο βασικών του χαρακτηριστικών:

α. οι δραστηριότητες που αναπτύσσει δίνουν προτεραιότητα στην κάλυψη των κοινωνικών αναγκών κι όχι στην επεκτατική κερδοφορία και

β. οι δραστηριότητες αυτές αναπτύσσονται με συλλογικές και δημοκρατικές διαδικασίες συμμετοχής και λήψης αποφάσεων.

Οι στόχοι, οι αρχές και προτεραιότητες της ΚΑΛΟ περιλαμβάνουν:

➤ την παραγωγή προϊόντων και την παροχή υπηρεσιών, που δεν προσφέρονται ή δεν προσφέρονται επαρκώς από τον ιδιωτικό και το δημόσιο τομέα, με στόχο την πρόσβαση των μελών της τοπικής κοινωνίας σε αυτά,

➤ τον βιοπορισμό όσων παράγουν ή προσφέρουν τις υπηρεσίες αυτές και τη δημιουργία νέων θέσεων εργασίας,

➤ τη δημοκρατική λειτουργία στον τρόπο εσωτερικής οργάνωσης της εργασίας, τον καθορισμό των μισθών, της παραγωγής και της επανεπένδυσης, και

➤ την αειφορία του φυσικού περιβάλλοντος και την καταπολέμηση των κοινωνικών ανισοτήτων.

Επίσης, η ΚΟ συμπεριλαμβάνει φορείς που τηρούν τις ακόλουθες αρχές:

i. Συμμετέχουν στην οικονομική ή/και επιχειρηματική δραστηριότητα

ii. Έχουν έναν ξεκάθαρο κοινωνικό σκοπό

iii. Είναι ανεξάρτητοι και έχουν δημοκρατικό σύστημα λήψης αποφάσεων

iv. Επανεπενδύουν τα κέρδη τους, διανέμουν μέρος τους στους εργαζομένους τους ή/και τα διοχετεύουν σε κοινωνικούς στόχους, αντί να τα διανείμουν στα εμπλεκόμενα μέρη ως επιστροφή της επένδυσης τους.

v. Βασίζονται στη συλλογική δράση.

Τέλος, ιδιαίτερη αναφορά αξίζει να γίνει στις εννοιολογικές διαφοροποιήσεις που υφίστανται μεταξύ της ΚΟ και της ΚΟ της αγοράς, οι οποίες παρά την παρόμοια ονομασία τους, είναι δύο αρκετά διαφορετικές πολιτικές και οικονομικές έννοιες, οι οποίες αναπτύχθηκαν για διαφορετικό σκοπό. Ο όρος ΚΟ χρησιμοποιείται για τον προσδιορισμό ενός συγκεκριμένου τμήματος της οικονομίας: ενός συνόλου οργανισμών (ιστορικά, ομαδοποιημένων σε τέσσερις βασικές κατηγορίες: συνεταιρισμούς, αλληλασφαλιστικές

εταιρείες, ενώσεις και, πιο πρόσφατα, ιδρύματα), οι οποίοι επιδιώκουν πρωτίστως κοινωνικούς σκοπούς και χαρακτηρίζονται από συστήματα συμμετοχικής διακυβέρνησης. Για σχεδόν δύο αιώνες, αυτοί οι οργανισμοί συμμετέχουν στην παραγωγή αγαθών και υπηρεσιών παράλληλα με την αγορά (δηλαδή τις ιδιωτικές εταιρείες) και το Κράτος (δηλαδή τους οργανισμούς του δημόσιου τομέα). Ο όρος ΚΟ της αγοράς αναφέρεται σε ένα πολιτικοοικονομικό πρότυπο που δημιουργήθηκε μετά τον Β' Παγκόσμιο Πόλεμο, ως απάντηση στην ανάγκη διάδοσης της εμπιστοσύνης στο νέο δημοκρατικό σύστημα. Στον πυρήνα του βρίσκουμε την επιδίωξη της εναρμόνισης της αρχής της ελευθερίας της αγοράς με την αρχή της κοινωνικής ασφάλειας, αποδίδοντας στο Κράτος ενεργό ρόλο στην προώθηση τόσο του ανταγωνισμού στην αγορά όσο και της ισορροπημένης κοινωνικής ανάπτυξης. Η προσέγγιση αυτή θεωρήθηκε συχνά ως ένας «τρίτος δρόμος» ανάμεσα στον καπιταλισμό του *laissez faire*, βασισμένου στην αρχή της ελάχιστης κρατικής παρέμβασης, και τις κεντρικά σχεδιαζόμενες οικονομίες, στις οποίες το Κράτος κατηύθυνε πλήρως την οικονομική δραστηριότητα. Η παρούσα αναφορά αναφέρεται στην πρώτη έννοια της ΚΟ, ως ένα σύγχρονο αναπτυξιακό υπόδειγμα που δίνει έμφαση στην κάλυψη των κοινωνικών αναγκών μέσα από δημοκρατικές διαδικασίες.

2. ΤΙ ΕΙΝΑΙ ΟΙ ΚΟΙΝΩΝΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ;

Παρά την έλλειψη ενός καθολικά αποδεκτού ορισμού για τον όρο, στην Ευρώπη η έννοια της κοινωνικής επιχείρησης χρησιμοποιείται όλο και περισσότερο για να προσδιορίσει έναν «διαφορετικό τρόπο» για το επιχειρείν, ο οποίος προκύπτει όταν οι επιχειρήσεις δημιουργούνται ειδικά για την επιδίωξη κοινωνικών σκοπών. Σε μια παλαιότερη προσέγγιση του όρου, η Ευρωπαϊκή Επιτροπή ανέφερε ότι η κοινωνική επιχείρηση είναι ένας φορέας της ΚΟ, του οποίου πρωταρχικός στόχος είναι όχι η δημιουργία κερδών για τους ιδιοκτήτες ή τους εταίρους της αλλά η ύπαρξη θετικού κοινωνικού αντικτύπου. Δραστηριοποιείται στην αγορά παρέχοντας αγαθά και υπηρεσίες με επιχειρηματικό και καινοτόμο τρόπο, και χρησιμοποιεί τα κέρδη κυρίως για κοινωνικούς σκοπούς. Υπόκειται σε υπεύθυνη και διαφανή διαχείριση, ιδίως ενθαρρύνοντας τη συμμετοχή εργαζομένων, καταναλωτών και παραγόντων που επηρεάζονται από τις εμπορικές της δραστηριότητες.

Η έννοια της κοινωνικής επιχείρησης αλληλοεπικαλύπτεται με τους παραδοσιακούς οργανισμούς κοινωνικής οικονομίας και διατρέπει διάφορες νομικές μορφές, καθώς μια οντότητα που λειτουργεί ως κοινωνική επιχείρηση μπορεί να επιλέξει να καταχωρηθεί ως ένωση, συνεταιρισμός, φιλανθρωπικό ίδρυμα κτλ., ως ιδιωτική επιχείρηση, ή με μια από τις ειδικές μορφές που δημιουργήθηκαν τα τελευταία χρόνια στο πλαίσιο των εθνικών νομοθεσιών. Εκείνο που διακρίνει τις κοινωνικές επιχειρήσεις από τις παραδοσιακές ενώσεις ή τα φιλανθρωπικά ιδρύματα είναι ότι κερδίζουν σημαντικό ποσοστό του εισοδήματός τους μέσω εμπορικών συναλλαγών, αντί να εξαρτώνται από επιχορηγήσεις ή δωρεές. Αν και οι γνώμες ποικίλλουν ως προς το ιδανικό ορόσημο, αυτό που κάποιες φορές χρησιμοποιείται για την ιδιότητα της κοινωνικής επιχείρησης είναι τα κέρδη της να αποτελούν τουλάχιστον το 50% του κύκλου εργασιών της.

Σε κάθε περίπτωση, εκείνο που διακρίνει τις κοινωνικές από τις συμβατικές επιχειρήσεις είναι ο πρωταρχικός κοινωνικός σκοπός τους. Ένδειξη αυτού του κοινωνικού σκοπού είναι η επανεπένδυση του μεγαλύτερου μέρους των ενδεχόμενων κερδών ή η αξιοποίησή τους με άλλον τρόπο για την εκπλήρωση της κοινωνικής αποστολής της επιχείρησης. Έτσι, οι κοινωνικές επιχειρήσεις μπορούν να χαρακτηρισθούν ως οργανώσεις αρμόδιες για την παραγωγή του κοινωνικού κεφαλαίου. Σύμφωνα με τον ΟΟΣΑ, η έννοια αφορά

οργανώσεις με διαφορετικά χαρακτηριστικά στις διάφορες χώρες, έχουν όμως ορισμένα κοινά στοιχεία όπως την ταυτόχρονη επιδίωξη οικονομικών και κοινωνικών στόχων, τη συμβολή στην οικονομική ανάπτυξη και στη κοινωνική συνοχή και τέλος την ικανότητα να βρίσκουν καινοτόμες και δυναμικές λύσεις στα προβλήματα της ανεργίας και του αποκλεισμού. Ακόμη, κύριο χαρακτηριστικό των κοινωνικών επιχειρήσεων θα πρέπει να είναι η επιχειρηματική τους οπτική και ο υψηλός βαθμός αυτονομίας τους από τις αρχές, παράμετροι που τις διαχωρίζουν άλλωστε και από τους παραδοσιακούς μη κερδοσκοπικούς οργανισμούς.

Επίσης, στα κοινά τους χαρακτηριστικά περιλαμβάνονται τα εξής:

- ✓ Έχουν ιδρυθεί επίσημα και εμπεριέχουν μια οργανωτική μονιμότητα, αυτό όμως δεν σημαίνει ότι προσδιορίζονται και νομικά,
- ✓ Οργανώνονται ξεχωριστά από την κυβέρνηση και ο νομικός σχηματισμός τους είναι ίδιος με αυτόν μιας ιδιωτικής επιχείρησης,
- ✓ Το κέρδος το οποίο δημιουργείται δεν αναδιανέμεται στους κατόχους ή ιδρυτές του οργανισμού,
- ✓ Έχουν δική τους διοίκηση, και
- ✓ Η διοίκηση ή η διαχείριση των οργανισμών στηρίζεται σε κάποιο βαθμό στην εθελοντική εργασία.

Πράγματι, μια κοινωνική επιχείρηση, φορέας της ΚΟ, είναι μια επιχείρηση της οποίας πρωταρχικός στόχος είναι η ύπαρξη θετικού κοινωνικού αντικτύπου παρά η δημιουργία κερδών για τους ιδιοκτήτες ή τους εταίρους της. Υπόκειται σε υπεύθυνη και διαφανή διαχείριση, ιδίως συνδέοντας τους εργαζομένους της, τους πελάτες της και τους παράγοντες που εμπλέκονται στις οικονομικές δραστηριότητές της. Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή σήμερα χρησιμοποιεί τον όρο «κοινωνική επιχείρηση» για τις επιχειρήσεις:

- i. για τις οποίες ο κοινωνικός ή κοινωνιακός στόχος κοινού συμφέροντος είναι ο λόγος ύπαρξης της εμπορικής δραστηριότητας, που συχνά εκφράζεται με υψηλό επίπεδο κοινωνικής καινοτομίας,
- ii. των οποίων τα κέρδη επανεπενδύονται κυρίως στην υλοποίηση του εν λόγω κοινωνικού στόχου,
- iii. και των οποίων ο τρόπος οργάνωσης ή το σύστημα κυριότητας αντικατοπτρίζει την αποστολή τους, με βάση δημοκρατικές ή συμμετοχικές αρχές ή αποσκοπώντας στην κοινωνική δικαιοσύνη.

Πρόκειται συνεπώς για:

- επιχειρήσεις που παρέχουν κοινωνικές υπηρεσίες ή/και αγαθά και υπηρεσίες σε ένα ευάλωτο κοινό (πρόσβαση στη στέγαση, πρόσβαση στην περίθαλψη, βοήθεια στους ηλικιωμένους ή τα άτομα με ειδικές ανάγκες, ένταξη των ευπαθών ομάδων, φύλαξη παιδιών, πρόσβαση στην απασχόληση και στην κατάρτιση, διαχείριση της εξάρτησης, κλπ.) ή/και
- επιχειρήσεις των οποίων ο τρόπος παραγωγής των αγαθών ή υπηρεσιών επιδιώκει έναν κοινωνικό στόχο (κοινωνική και επαγγελματική ένταξη μέσω της πρόσβασης στην εργασία μειονεκτούντων ατόμων ιδίως λόγω της χαμηλής ειδικεύσής τους ή κοινωνικών ή επαγγελματικών προβλημάτων που προκαλούν ο αποκλεισμός και η περιθωριοποίηση), αλλά των οποίων η δραστηριότητα μπορεί να καλύπτει αγαθά ή υπηρεσίες άλλα εκτός των κοινωνικών.

Οι κοινωνικές επιχειρήσεις συμμετέχουν, μέσω της κοινωνικής καινοτομίας, στην έξυπνη ανάπτυξη ανταποκρινόμενες σε ανάγκες που δεν έχουν ικανοποιηθεί ακόμη,

λαμβάνοντας υπόψη τις περιβαλλοντικές επιπτώσεις των δραστηριοτήτων τους και ακολουθώντας το μακροπρόθεσμο όραμά τους. Επίσης, διαμορφώνουν μια βιώσιμη ανάπτυξη, και με την έμφαση που δίνουν στην ανθρώπινη πτυχή και στην κοινωνική συνοχή αποτελούν την καρδιά της ανάπτυξης χωρίς αποκλεισμούς. Με άλλα λόγια, σκοπός τους είναι να οργανώνουν κοινωνικές και οικονομικές αλλαγές που συμβάλλουν στην επίτευξη των αναπτυξιακών στόχων. Καθώς βασικός στόχος των κοινωνικών επιχειρήσεων είναι η επίτευξη θετικού κοινωνικού αντίκτυπου και όχι η μεγιστοποίηση των κερδών τους, ο αντίκτυπος αυτός θα πρέπει να είναι μετρήσιμος και θα μπορούσε να περιλαμβάνει την παροχή υπηρεσιών σε μετανάστες που διαφορετικά είναι αποκλεισμένοι ή την επανένταξη περιθωριοποιημένων ομάδων στην αγορά εργασίας παρέχοντας απασχόληση, κατάρτιση ή άλλη στήριξη. Οι κοινωνικές επιχειρήσεις περιλαμβάνουν μεγάλο εύρος επιχειρήσεων υπό διάφορες νομικές μορφές που παρέχουν κοινωνικές υπηρεσίες ή αγαθά σε ευάλωτα, περιθωριοποιημένα, μειονεκτούντα ή κοινωνικώς αποκλεισμένα άτομα.

Στις εν λόγω υπηρεσίες περιλαμβάνεται η πρόσβαση σε στέγαση, η περίθαλψη, η υποστήριξη ηλικιωμένων ή ατόμων με ειδικές ανάγκες, η παιδική μέριμνα, η πρόσβαση σε απασχόληση και σε κατάρτιση, καθώς και η διαχείριση εξαρτήσεων. Επίσης στις κοινωνικές επιχειρήσεις περιλαμβάνονται επιχειρήσεις που χρησιμοποιούν μέθοδο παραγωγής αγαθών ή υπηρεσιών που ενσωματώνει τον κοινωνικό τους στόχο, οι δραστηριότητες των οποίων δύναται, ωστόσο, να μην περιλαμβάνονται στο πεδίο της παροχής κοινωνικών αγαθών ή υπηρεσιών. Στις δραστηριότητες αυτές περιλαμβάνεται η κοινωνική και η επαγγελματική ένταξη μέσω πρόσβασης σε απασχόληση για μειονεκτούντα άτομα, ιδίως λόγω ανεπαρκών προσόντων ή κοινωνικών ή επαγγελματικών προβλημάτων που οδηγούν σε αποκλεισμό και περιθωριοποίηση. Οι δραστηριότητες αυτές μπορούν επίσης να αφορούν την προστασία του περιβάλλοντος με αντίκτυπο στην κοινωνία, όπως την καταπολέμηση της ρύπανσης, την ανακύκλωση και τις ανανεώσιμες μορφές ενέργειας.

Μια κοινωνική επιχείρηση δημιουργείται κατά κανόνα όταν ένας κοινωνικός επιχειρηματίας ή μια ιδρυτική ομάδα πολιτών που μοιράζονται έναν συγκεκριμένο και σαφώς καθορισμένο κοινωνικό σκοπό αποφασίζουν να τον επιδιώξουν μέσω ενός νέου οργανισμού με ορισμένα βασικά χαρακτηριστικά: Η δραστηριότητά του είναι γενικού συμφέροντος και διοικείται με επιχειρηματικό τρόπο, πασχίζοντας ακατάπαυστα να διατηρεί μια ισορροπία ανάμεσα στην κοινωνική και την οικονομική διάσταση. Η καινοτομία που εισάγουν οι κοινωνικές επιχειρήσεις έγκειται στην ικανότητά τους να κομίζουν μια επιχειρηματική και εμπορική διάσταση στην παροχή υπηρεσιών γενικού συμφέροντος και την επίλυση κοινωνικών προβλημάτων. Αυτή η ικανότητα επιτρέπει στους εν λόγω οργανισμούς να δραστηριοποιούνται σε ένα χώρο, ο οποίος σε πολλές χώρες θεωρείτο ως αποκλειστικό πεδίο του δημόσιου τομέα.

3. Ο ΧΑΡΑΚΤΗΡΑΣ ΤΩΝ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

Οι κοινωνικές επιχειρήσεις έχουν καταστήσει δυνατή την παροχή κοινωνικών υπηρεσιών και υπηρεσιών γενικού συμφέροντος με έναν τρόπο οικονομικά βιώσιμο και από πολλές απόψεις πιο αποτελεσματικό και αποδοτικό από ό,τι θα μπορούσε να κατορθώσει μόνος του ο δημόσιος τομέας. Συγκρινόμενες με παραδοσιακούς οργανισμούς ΚΟ, οι κοινωνικές επιχειρήσεις μπορούν να θεωρηθούν περισσότερο προσανατολισμένες στην ικανοποίηση των αναγκών όχι μόνο των ιδιοκτητών ή των μελών τους, αλλά του συνόλου της κοινότητας (περιλαμβανομένων των αναγκών των πλέον ευπαθών τμημάτων της κοινωνίας), καθώς δίνουν μεγαλύτερη έμφαση στη διάσταση του γενικού συμφέροντος παρά σε καθαρά

αλληλοβοηθητικούς σκοπούς. Ωστόσο, αυτό δεν σημαίνει ότι οι κοινωνικές επιχειρήσεις εργάζονται μόνο με τις φτωχές ή τις πιο ευάλωτες κοινωνικές ομάδες, αλλά ότι παρέχουν ποικίλες υπηρεσίες γενικού συμφέροντος, όπως υγειονομική περίθαλψη, παιδική μέριμνα και εκπαιδευτικές υπηρεσίες.

Ο έντονος χαρακτήρας κοινωνικής αποστολής αυτών των επιχειρήσεων συνεπάγεται ότι τα κέρδη που αποκομίζει μια κοινωνική επιχείρηση (ανεξάρτητα από τη νομική μορφή της, κερδοσκοπική ή μη κερδοσκοπική) κατά κύριο λόγο επανεπενδύονται στον οργανισμό και χρησιμοποιούνται για την εκπλήρωση της αποστολής του. Ο περιορισμός στη διανομή κερδών και στοιχείων ενεργητικού (που συχνά αποκαλείται «κλείδωμα» (asset lock) και καθιερώνεται στο καταστατικό της εταιρείας ή επιτάσσεται από το νόμο), που χαρακτηρίζει τις κοινωνικές επιχειρήσεις σε πολλές ευρωπαϊκές χώρες, στοχεύει επίσης να διασφαλίσει ότι τα περιουσιακά στοιχεία θα παραμείνουν στον οργανισμό και θα συνεχίσουν να διατίθενται για τον σκοπό γενικού συμφέροντος που ο οργανισμός επιδιώκει. Μάλιστα, σε περίπτωση διάλυσης της επιχείρησης, τα περιουσιακά της στοιχεία κατά κανόνα μεταβιβάζονται σε άλλη κοινωνική επιχείρηση, πράγμα που εγγυάται ότι θα εξακολουθήσουν να υπηρετούν σκοπούς σχετικούς με την πρόνοια και την ανάπτυξη. Ένα ιδιαίτερο γνώρισμα της ευρωπαϊκής παράδοσης των κοινωνικών επιχειρήσεων έγκειται στη δημιουργία, με την άρροδο του χρόνου, ειδικών θεσμικών ρυθμίσεων που αποβλέπουν στην επιδίωξη κοινωνικών σκοπών με σταθερό και διαρκή τρόπο. Οι εν λόγω θεσμικές ρυθμίσεις είναι ευθυγραμμισμένες με τη βαθιά ευρωπαϊκή παράδοση κοινωνικής οικονομίας και χαρακτηρίζονται από ισχυρή συλλογική και συμμετοχική διάσταση, καθώς και στενούς δεσμούς με τις οργανώσεις και τις πρωτοβουλίες της κοινωνίας των πολιτών, ακόμη και όταν υιοθετούν οργανωτικές μορφές που δεν ανήκουν παραδοσιακά στην ΚΟ.

Επίσης, οι κοινωνικές επιχειρήσεις προκρίνουν οργανωτικές δομές που προάγουν τη συμμετοχή ενός φάσματος ενδιαφερόμενων μερών, περιλαμβανομένων εκείνων που εμπλέκονται άμεσα στις δραστηριότητες της επιχείρησης ως εργαζόμενοι, χρήστες ή εθελοντές. Ενώ οι παραδοσιακοί οργανισμοί ΚΟ (π.χ. συνεταιρισμοί και ενώσεις) έχουν σε γενικές γραμμές συσταθεί ως οργανισμοί με έναν μόνο τύπο παραγόντων, πολλές κοινωνικές επιχειρήσεις περικλείουν συνδυασμό διαφορετικών τύπων ενδιαφερόμενων μερών στο σύνολο των μελών τους ή στις δομές λήψης αποφάσεων. Αυτό το χαρακτηριστικό, μολονότι σχεδιάστηκε για την προώθηση της συμμετοχής όλων των ενδιαφερόμενων πολιτών, δεν αναιρεί το ενδεχόμενο χαρισματικοί ηγέτες να διαδραματίσουν κεντρικό ρόλο στην ίδρυση και την ανάπτυξη της επιχείρησης. Παράλληλα, όμως, η ύπαρξη μιας ποικιλόμορφης ομάδας, της οποίας τα μέλη είναι υπεύθυνα για την επιδίωξη του σκοπού γενικού συμφέροντος που έχει καθοριστεί από την κοινωνική επιχείρηση, εξασφαλίζει την επιβίωση της πρωτοβουλίας μετά το πέρας της εμπλοκής των ηγετών.

Αναφορικά με τα επιμέρους πεδία δραστηριοποίησής τους, οι κοινωνικές επιχειρήσεις εμφανίζουν εξαιρετική ποικιλομορφία, ανάλογα με την ανάπτυξη του συστήματος πρόνοιας, της κοινωνίας των πολιτών, της κοινωνικής χρηματοπιστωτικής αγοράς και των συναφών δημόσιων πολιτικών κάθε χώρας. Ως αποτέλεσμα, υφίστανται σημαντικές διαφορές μεταξύ χωρών από την άποψη των πεδίων του κοινωνικού και του επιχειρηματικού τομέα στα οποία δραστηριοποιούνται. Παραδείγματος χάριν, στη Ρουμανία και την Ουγγαρία διαπιστώνεται σαφές προβάδισμα της δραστηριοποίησης των κοινωνικών επιχειρήσεων στους τομείς της υγείας, της κοινωνικής εργασίας και της εκπαίδευσης, ενώ σε χώρες όπως η Σουηδία και το Ηνωμένο Βασίλειο η εικόνα είναι πιο διαφοροποιημένη, μολονότι και εκεί είναι σημαντική η παρουσία κοινωνικών επιχειρήσεων που παρέχουν κοινοτικές,

κοινωνικές και συναφείς υπηρεσίες. Σε άλλες χώρες (όπως, για παράδειγμα, η Ιταλία), τα δύο κυριότερα πεδία δραστηριότητας εντοπίζονται στην ένταξη σε εργασία και την παροχή υπηρεσιών πρόνοιας. Ενώ η υπηρεσία παροχής πρόνοιας υποστηρίζεται σε μεγάλο βαθμό από τη δημόσια χρηματοδότηση, η ένταξη σε εργασία επιτυγχάνεται χάρη στην παραγωγή αγαθών και υπηρεσιών που διατίθενται στην αγορά. Οι υπηρεσίες ένταξης σε εργασία των κοινωνικών επιχειρήσεων περιλαμβάνουν, μεταξύ άλλων, καθαρισμούς, κηπουρική, διαχείριση εγκαταστάσεων, παραγωγή επίπλων, ανακαινίσεις, επαναχρησιμοποιήσεις κ.ο.κ. Σύμφωνα με το ερευνητικό πρόγραμμα SELUSI που χρηματοδοτείται από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή και μελετά τις συμπεριφορές στην αγορά και τις αποφάσεις οργανωτικού σχεδιασμού πάνω από 600 κοινωνικών επιχειρήσεων σε ολόκληρη την Ευρώπη, τα κυριότερα κατά σειρά πεδία δραστηριοποίησής τους περιλαμβάνουν:

- i. Κοινωνικές υπηρεσίες: 16,70 %
- ii. Απασχόληση και Κατάρτιση: 14,88 %
- iii. Περιβάλλον: 14,52 %
- iv. Εκπαίδευση: 14,52 %
- v. Οικονομική, κοινωνική και κοινοτική ανάπτυξη: 14,34 %
- vi. Πολιτισμός, τέχνες και ψυχαγωγία: 7,08 %
- vii. Υγεία: 6,90 %
- viii. Στέγαση: 2,72 %
- ix. Επιχειρηματικές ενώσεις: 2,00 %
- x. Νομικά, υπεράσπιση και πολιτική: 1,63 %

Οι πηγές των κεφαλαίων επίσης ποικίλλουν. Σε χώρες όπως η Σουηδία, το Ηνωμένο Βασίλειο και η Ισπανία, οι πωλήσεις ή/και οι αμοιβές αποτελούν σαφώς η σημαντικότερη πηγή κεφαλαίων, ακολουθούμενη από τις χρηματοδοτήσεις μέσω επιχορήγησης ή τα κεφάλαια των επενδυτών. Στη Ρουμανία, αντιθέτως, το σημαντικότερο μέρος της ρευστότητας προέρχεται από τις χρηματοδοτήσεις μέσω επιχορήγησης, ακολουθούμενες από τις πωλήσεις ή/και τις αμοιβές και τις δωρεές ιδιωτών. Οι κοινωνικές επιχειρήσεις εμφανίζουν μεγάλη ποικιλία και από άποψη μεγέθους. Ενώ σε κάποιες περιπτώσεις μπορεί να είναι μικρές επιχειρήσεις περιορισμένου τοπικού βεληνεκούς, επιδεικνύουν επίσης τάση συσσωμάτωσης μέσω δικτύων ή κοινοπραξιών, προκειμένου να επιτύχουν οικονομίες κλίμακας και να αποκτήσουν πρόσβαση σε κεντρικές υπηρεσίες. Με αυτή τη στρατηγική μπορούν να φθάσουν σε πολύ μεγάλες διαστάσεις και να καταστούν μείζονες παράγοντες της κοινωνικής αλλά και της οικονομικής ζωής των κοινοτήτων τους.

Οι πρόσφατες τάσεις δείχνουν την επέκταση των κοινωνικών επιχειρήσεων σε νέα πεδία, βάσει των συμφερόντων και των αναγκών των κοινοτήτων και της κοινωνίας τους. Αυτές οι νέες δραστηριότητες συμπεριλαμβάνουν, για παράδειγμα, την παροχή νέων μορφών εκπαιδευτικών, πολιτιστικών, περιβαλλοντικών υπηρεσιών κοινής ωφέλειας, καθώς και την παραγωγή, διανομή και κατανάλωση τροφίμων. Αυτή η τάση δεν μας εκπλήσσει. Η ιστορία αυτού του τύπου επιχείρησης τόσο σε ευρωπαϊκό όσο και σε διεθνές επίπεδο καταδεικνύει ότι οι κοινωνικές επιχειρήσεις είναι πολύ πιθανό να έχουν τα επιδιωκόμενα αποτελέσματα σε οποιοδήποτε πεδίο δραστηριότητας αφορά την κοινότητά τους ως σύνολο. Μάλιστα, οι κοινωνικές επιχειρήσεις έχουν αποδειχθεί εξαιρετικά ευπροσάρμοστοι οργανισμοί. Με αυτή την έννοια, βρίσκονται στην εμπροσθοφυλακή του μετασχηματισμού των κοινωνιών και των οικονομιών μας, προσφέροντας έναν εναλλακτικό τρόπο παραγωγής εισοδήματος, μετουσίωσης των αξιών σε πραγματικότητα, και εξισορρόπησης της επαγγελματικής και της ιδιωτικής ζωής.

Τέλος, αναφορικά με τη νομική μορφή τους, αρχικά, οι πρωτοβουλίες των κοινωνικών επιχειρήσεων υλοποιούνταν χρησιμοποιώντας τις νομικές μορφές που διέθεταν τα διαφορετικά εθνικά νομικά συστήματα, κατά κύριο λόγο μη κερδοσκοπικές, όπως για παράδειγμα οι ενώσεις, τα ιδρύματα και οι συνεταιρισμοί. Ειδικότερα, οι κοινωνικές επιχειρήσεις ιδρύονταν ως ενώσεις στις χώρες όπου η νομική μορφή της ένωσης επιτρέπει ένα βαθμό ελευθερίας όσον αφορά την πώληση αγαθών και υπηρεσιών στην ανοικτή αγορά, όπως παραδείγματος χάριν στη Γαλλία και το Βέλγιο. Στις χώρες όπου οι ενώσεις είναι πιο περιορισμένες από αυτή την άποψη, όπως πολλές βορειοευρωπαϊκές χώρες και η Ιταλία, οι κοινωνικές επιχειρήσεις συστήνονταν συχνότερα με τη νομική μορφή του συνεταιρισμού. Σε πολλές χώρες (όπως, παραδείγματος χάριν, η Αυστρία, η Γερμανία και η Σουηδία), αυτό εξακολουθεί να ισχύει, καθώς μέχρι και σήμερα οι κοινωνικές επιχειρήσεις λειτουργούν με βάση προϋπάρχουσες νομικές μορφές χωρίς ιδιαίτερες τροποποιήσεις, περιλαμβανομένων των νομικών μορφών που χρησιμοποιούνται από συμβατικές μικρομεσαίες επιχειρήσεις, όπως η εταιρεία περιορισμένης ευθύνης.

Σε άλλες χώρες, από τη δεκαετία του 1990 άρχισαν να δημιουργούνται ειδικές νομικές μορφές, είτε προσαρμόζοντας το πρότυπο του συνεταιρισμού (με αποτέλεσμα τη δημιουργία των κοινωνικών συνεταιρισμών), είτε μέσω της εισαγωγής νομικών μορφών που αναγνωρίζουν την κοινωνική δέσμευση που αναλαμβάνει μια πλειάδα οντοτήτων, αποδίδοντας μεγαλύτερη έμφαση στα δομικά χαρακτηριστικά των κοινωνικών επιχειρήσεων. Πρέπει, ωστόσο, να σημειωθεί ότι ακόμη και εκεί όπου υφίστανται ειδικές νομικές μορφές που έχουν θεσπιστεί λαμβάνοντας υπ' όψιν τις κοινωνικές επιχειρήσεις, πολλές εξ αυτών εξακολουθούν να επιλέγουν μεταξύ ποικίλων άλλων νομικών μορφών, ανάλογα με τις ιδιαίτερες ανάγκες και την κατάστασή τους. Παραδείγματος χάριν, στο Ηνωμένο Βασίλειο, πολλές κοινωνικές επιχειρήσεις επιλέγουν να είναι σωματεία μη κερδοσκοπικού χαρακτήρα, άλλες είναι CIC, άλλες περιορισμένης ευθύνης, άλλες βιομηχανικές εταιρείες πρόνοιας (industrial and provident societies). Άξιο αναφοράς είναι, επίσης, το γεγονός ότι η έμφαση που αποδίδουν οι ευρωπαϊκές κυβερνήσεις στην κοινωνική επιχείρηση δεν οδήγησε μόνο σε νέους νόμους που ρυθμίζουν τη νομική μορφή και τη δραστηριότητά τους. Σε ορισμένες περιπτώσεις οδήγησε και σε ευνοϊκή φορολογική αντιμετώπιση και άμεση υποστήριξη των δραστηριοτήτων τους, ιδίως όταν οι κυβερνήσεις αναγνωρίζουν την κοινωνική αξία των υπηρεσιών που οι κοινωνικές επιχειρήσεις παρέχουν.

4. Ο ΑΝΤΙΚΤΥΠΟΣ ΤΩΝ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

Η κοινωνική οικονομία έχει τη δυνατότητα να συμβάλλει στην ενδυνάμωση της κοινωνικής συνοχής, στην αύξηση της αποδοτικότητας και στη δημιουργία νέων ευκαιριών απασχόλησης. Στα πλαίσια αυτά, έχουν διατυπωθεί πολλές απόψεις για τον τρόπο που μπορεί να συμβάλλει ο τρίτος τομέας στην παραπάνω κατεύθυνση, όπως για παράδειγμα από τον ΟΟΣΑ (1999), σύμφωνα με τον οποίο η κοινωνική δυναμική αποτελεί κύριο συστατικό της ΚΟ και δημιουργεί τις προϋποθέσεις για την ενδογενή ανάπτυξη η οποία εξασφαλίζεται μόνο με αποκεντρωμένους θεσμούς. Άλλωστε, οι ευρωπαϊκές και οι εθνικές επιλογές των χωρών-μελών κινούνται στον παραπάνω άξονα αναδεικνύοντας το ρόλο των τοπικών και περιφερειακών αρχών στην αναπτυξιακή διαδικασία και στην καταπολέμηση της ανεργίας και του κοινωνικού αποκλεισμού. Σύμφωνα με την αρχή της επικουρικότητας, μόνο 'εκ του σύνεγγυς' είναι δυνατόν τα αγαθά και οι υπηρεσίες να σχεδιάζονται και να παρέχονται λαμβάνοντας υπόψη τις τοπικές ιδιαιτερότητες και να τις πραγματικές ανάγκες.

Έτσι, οι οργανώσεις του τρίτου τομέα επιδιώκουν γενικά την επίτευξη πολλαπλών στόχων και χαρακτηρίζονται από σημαντικά πλεονεκτήματα, όπως ο νέος τρόπος εργασιακής οργάνωσης, η επικοινωνία και η γνώση των αναγκών της τοπικής κοινωνίας και η καινοτομία. Η συγκεκριμένη επαφή με την τοπική κοινωνία δίνει τη δυνατότητα παραγωγής αγαθών και υπηρεσιών εγγύτερα στις πραγματικές ανάγκες από αυτά και αυτές που παράγουν οι ιδιωτικές επιχειρήσεις. Παράλληλα, η καινοτομία σε συνδυασμό με την ευελιξία και τη γνώση των τοπικών αναγκών δίνει τη δυνατότητα στις κοινωνικές επιχειρήσεις να δοκιμάζουν νέα προϊόντα, νέες μεθόδους και μορφές παροχής υπηρεσιών. Πιο συγκεκριμένα, στο τομέα παροχής υπηρεσιών πρόνοιας μπορούν να προσφέρουν πιο 'εύστοχες' υπηρεσίες από τα παραδοσιακά δημόσια ιδρύματα και με αυτό τον τρόπο να εκσυγχρονίζουν το σύστημα πρόνοιας. Ταυτόχρονα, το τρίτο σύστημα παίζει ένα πολύ σημαντικό ρόλο στο να αναζητεί να εντάξει τα μειονεκτούντα μέλη της κοινωνίας στην αγορά εργασίας και ιδιαίτερα τους μακροχρόνια ανέργους, αυτούς που προέρχονται από αναξιοπαθόντα κοινωνικά σύνολα και τα άτομα με προβλήματα υγείας.

Η συγκεκριμένη απασχόληση μπορεί να είναι άμεση, με την ίδρυση νέων επιχειρήσεων και την περαιτέρω εξέλιξη τους, αλλά και έμμεση μέσα από δύο διαδικασίες. Κατά πρώτο λόγο, οι επιχειρήσεις του τρίτου τομέα προμηθεύονται αγαθά και εργασίες από άλλους δημόσιους ή ιδιωτικούς οργανισμούς και έτσι ενισχύει την απασχόληση. Κατά δεύτερο λόγο, οι ίδιοι οι εργαζόμενοι στον συγκεκριμένο τομέα, μέσω της κατανάλωσης αγαθών και υπηρεσιών, αποτελούν ουσιαστικά ένα τοπικό δυναμικό. Πολλές κοινωνικές επιχειρήσεις όντως απασχολούν τελικά ανθρώπους που σε άλλη περίπτωση θα κινδύνευαν με αποκλεισμό από την αγορά εργασίας. Επίσης, εξίσου σημαντικό είναι ότι παράγουν άτομα τα οποία είναι περισσότερο δραστήρια και των οποίων η ζωή βελτιώνεται μέσα από την εμπειρία της εργασίας. Έτσι, με έμμεσο τρόπο βέβαια, μειώνεται και το κρατικό οικονομικό κόστος που αφορά τις δημόσιες δαπάνες, την αντιμετώπιση της ανεργίας, το σύστημα υγείας αλλά και το κόστος πρόσληψης και κατάρτισης των ίδιων των εργοδοτών.

Γενικότερα, είναι δυνατόν να υποστηριχθεί ότι ο τρίτος τομέας προσφέρει μια διαφορετική προσέγγιση στην τοπική ανάπτυξη εμπεριέχοντας ένα νέο όραμα σε σύγκριση με τις παραδοσιακές προσεγγίσεις. Διευρύνει τη δομή των τοπικών οικονομιών και αγορών εργασίας και αναπτύσσει τις τοπικές αναπτυξιακές διαδικασίες μέσα από δύο σημαντικούς τρόπους. Πρώτον, προσθέτει σε αυτές αξία διασφαλίζοντας την ισότητα και άλλες ηθικές αξίες για τις μειονεκτούντες ομάδες και εξισορροπώντας έτσι τις προοπτικές πάνω στην τοπική αναπτυξιακή διαδικασία. Δεύτερον, προκαλεί συζητήσεις για το πώς θα πρέπει να είναι η στρατηγική της μεταβιομηχανικής τοπικής απασχόλησης και εγείρει ζητήματα σχετικά με τη φύση των στόχων και των προτεραιοτήτων για την τοπική ανάπτυξη.

Σε παλαιότερη μελέτη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής, διαπιστώθηκε ότι το 2009, η ΚΟ απασχολούσε πάνω από 11 εκατομμύρια μισθωτούς στην ΕΕ, ήτοι το 6% της συνολικής απασχόλησης. Σύμφωνα με στοιχεία της ίδιας έρευνας, το ποσοστό του ενεργού πληθυσμού που εμπλέκεται στην κοινωνική επιχειρηματικότητα ανέρχεται σε 4,1% στο Βέλγιο, 7,5% στη Φινλανδία, 3,1% στη Γαλλία, 3,3% στην Ιταλία, 5,4% στη Σλοβενία και σε 5,7% στο Ηνωμένο Βασίλειο. Περίπου μία στις τέσσερις επιχειρήσεις που έχουν συσταθεί στην Ευρώπη θα είναι συνεπώς κοινωνική επιχείρηση. Η σχέση αυτή στο Βέλγιο, τη Φινλανδία και τη Γαλλία είναι μία στις τρεις. Οι επιχειρήσεις αυτές συχνά είναι παραγωγικότερες και ανταγωνιστικότερες από ό,τι μπορεί να πιστευτεί. Αυτό οφείλεται στο πολύ υψηλό επίπεδο προσωπικής δέσμευσης των εργαζομένων τους και στις καλύτερες συνθήκες εργασίας που προσφέρουν. Λόγω των διαφορετικών στοιχείων που τις χαρακτηρίζουν,

οι κοινωνικές επιχειρήσεις επιδεικνύουν τις περισσότερες φορές ιδιαίτερα υψηλό βαθμό κοινωνικής και περιβαλλοντικής υπευθυνότητας. Αξιοσημείωτο είναι το γεγονός ότι η ΚΟ έχει σημειώσει δυσανάλογη μεγέθυνση μεταξύ 2002-03 και 2009-10, καθώς αυξήθηκε από το 6% στο 6,5% της συνολικής ευρωπαϊκής αμειβόμενης απασχόλησης και απ' τα 11 εκατομμύρια στα 14,5 εκατομμύρια θέσεις εργασίας.

Παρεμπιπτόντως, πρόκειται για ένα φαινόμενο που δεν περιορίζεται στην Ευρώπη, αλλά ενδυναμώνεται σε ολόκληρο τον κόσμο. Πέρα από την οικονομική συμβολή των οργανισμών κοινωνικής οικονομίας, πρέπει να σημειωθεί ότι η συμμετοχή των πολιτών σε αυτό τον τύπο επιχειρήσεων ενισχύει την εμπιστοσύνη στις δημοκρατικές διαδικασίες και τη δημιουργία κοινωνικού κεφαλαίου. Μεταξύ των μέσων για την πραγμάτωση αυτού του σκοπού συγκαταλέγεται η προώθηση της συμμετοχής πλειάδας ενδιαφερόμενων μερών (εθελοντές, εργαζόμενοι, δικαιούχοι, δωρητές κτλ.), που εκπροσωπούν την ευρύτερη κοινότητα στις οποίες ανήκουν οι εν λόγω οργανισμοί. Η συμπερίληψη αυτών των ενδιαφερομένων μεταξύ των μελών και στα όργανα διοίκησης του οργανισμού ενισχύει την προσήλωση του στην κοινότητα και σε θέματα κοινωνικής ευθύνης. Βάσει των πιο πρόσφατων στοιχείων του Ευρωκοινοβουλίου, η ΚΟ προσφέρει σήμερα απασχόληση σε πάνω από 14 εκατομμύρια άτομα, που αντιπροσωπεύουν περίπου το 6,5% των εργαζομένων στην ΕΕ. Επίσης, υπάρχουν περίπου 2 εκατομμύρια επιχειρήσεις ΚΟ στην ΕΕ, αντιπροσωπεύοντας το 10% των επιχειρήσεων της Ένωσης.

Επιπλέον, οι φορείς παροχής υπηρεσιών κοινωνικής στήριξης και υγείας, πολλοί από τους οποίους είναι κοινωνικές επιχειρήσεις, αποτελούν έναν από τους βασικούς τομείς ανάπτυξης της απασχόλησης στην ΕΕ, δεδομένου ότι δημιούργησε 1,3 εκατομμύρια θέσεις εργασίας από το 2009 έως το 2013. Ως εκ τούτου, ο τομέας αυτός έχει τη διττή ικανότητα όχι μόνο να δημιουργεί νέες θέσεις εργασίας, ακόμα και σε εποχές κρίσης, αλλά και να ενισχύει την κοινωνική και εδαφική συνοχή στην Ευρώπη, συμβάλλοντας, ιδίως, στην εύρεση απασχόλησης για τους χρήστες των υπηρεσιών. Η κοινωνική και αλληλέγγυα οικονομία διαδραματίζει κομβικό ρόλο στις ευρωπαϊκές χώρες και συμβάλλει στην υλοποίηση διαφόρων καίριων στόχων της ΕΕ όπως η δημιουργία και διατήρηση θέσεων απασχόλησης, η κοινωνική συνοχή, η κοινωνική καινοτομία, η αγροτική και περιφερειακή ανάπτυξη και η προστασία του περιβάλλοντος. Επίσης, δεν αποσκοπεί μόνο στη βελτίωση των οικονομικών και κοινωνικών συνθηκών, αλλά μπορεί επίσης να προσφέρει ευέλικτες και καινοτόμες εργασιακές συνθήκες και μπορεί να προσαρμόζεται περισσότερο στις οικονομικές και κοινωνικές συνθήκες.

Ο αντίκτυπος των κοινωνικών επιχειρήσεων γίνεται ακόμη μεγαλύτερος αν αναλογιστεί κανείς ότι αυτές χαρακτηρίζονται από δημοκρατική διακυβέρνηση, ισχυρή συμμετοχή των μελών ή των εταίρων τους στη διαχείριση της εταιρείας, και υψηλή διαφάνεια των δραστηριοτήτων τους, και ανταποκρίνονται στην αυξανόμενη απαίτηση των πολιτών για ηθική, κοινωνική και φιλοπεριβαλλοντική επιχειρηματική συμπεριφορά. Επίσης, σημαντικό είναι το γεγονός ότι η ΚΟ αφορά την ανάπτυξη και την εφαρμογή νέων ιδεών για προϊόντα, για υπηρεσίες ή για μοντέλα κοινωνικής οργάνωσης, που στοχεύουν στην αντιμετώπιση των νέων κοινωνικών, εδαφικών και περιβαλλοντικών απαιτήσεων και προκλήσεων, όπως η γήρανση του πληθυσμού, η εξισορρόπηση της εργασίας με την οικογενειακή ζωή, η διαχείριση της ποικιλομορφίας, η καταπολέμηση της ανεργίας των νέων, η ένταξη των πλέον αποκλεισμένων στην αγορά εργασίας, και η καταπολέμηση της κλιματικής αλλαγής. Παράλληλα, οι κοινωνικές επενδύσεις που υλοποιούνται στο πλαίσιο της ΚΟ είναι επενδύσεις σε ανθρώπους, σχεδιασμένες για να ενισχύουν τις δεξιότητες και

τις ικανότητές τους και να τους υποστηρίζουν προκειμένου να συμμετέχουν πλήρως στην απασχόληση και την κοινωνική ζωή.

Τα χαρακτηριστικά της ΚΟ, σύμφωνα και με την διεθνή εμπειρία, την καθιστούν προνομιακό φορέα παραγωγικής ανασυγκρότησης ιδιαίτερα στις σημερινές δύσκολες συνθήκες. Η ΚΟ έχει αποδείξει ότι μπορεί να κινητοποιεί οικονομικούς και κοινωνικούς πόρους με μεγάλη αποδοτικότητα όσον αφορά τη δημιουργία θέσεων εργασίας και την ανάπτυξη παραγωγικού ιστού. Ιδιαίτερα η γνώση και η διάθεση για δημιουργία και καινοτομία από τη μια, με την απαραίτητη υποστήριξη από την άλλη (μέσα από την αξιοποίηση αργούσας περιουσίας όπως δημόσια αγροτική γη, εργοστάσια που έχουν εγκαταλειφθεί, κτίρια που δεν χρησιμοποιούνται) και τη δημιουργία ενός σταθερού θεσμικού περιβάλλοντος, μπορούν να οδηγήσουν στην ενδυνάμωση και την ανάπτυξη του τομέα. Η ΚΟ κινητοποιεί και αξιοποιεί κοινωνικές δυνάμεις σε μια δημιουργική προοπτική. Ιδίως, η νεολαία μπορεί να χρησιμοποιήσει την ΚΟ ως όχημα για να προχωρήσει στη δημιουργία παραγωγικών σχημάτων.

Η υψηλού επιπέδου γνώση θα αποτελέσει το κεφάλαιο ώστε να αναπτυχθούν μια σειρά βιώσιμων και καινοτόμων επιχειρηματικών πρωτοβουλιών. Το φαινόμενο του brain drain μπορεί να αντιμετωπιστεί μόνο όταν ο φορέας της γνώσης γίνει πρωταγωνιστής και δοθούν τα απαραίτητα εργαλεία ώστε η γνώση που κατέχει να μπορέσει να μετατραπεί σε δημιουργία. Το οικονομικό οικοσύστημα που δημιουργούν οι κοινωνικές επιχειρήσεις διακρίνεται από σταθερότητα, διαχρονικότητα και μεγάλη ανθεκτικότητα σε εξωτερικά σοκ. Άρα, οι σχετικές επενδύσεις δεν αποσκοπούν σε ένα προσωρινό και εύθραυστο “μπάλωμα” των συνεπειών της κρίσης, αλλά στη θωράκιση των κοινωνικών στρωμάτων που θα εμπλακούν απέναντι σε ένα εξαιρετικά ασταθές και αβέβαιο διεθνές περιβάλλον. Η ΚΟ επίσης συγκροτεί οικονομικά περιβάλλοντα που επιφέρουν πολλαπλά οφέλη σε όλους τους εμπλεκόμενους, όπως χειραφετημένη και ασφαλή εργασία, παροχή αποκλειστικά επωφελούς κοινωνικού έργου, υψηλής ποιότητας παρεχόμενα προϊόντα και υπηρεσίες, σεβασμό στο κοινωνικό και φυσικό περιβάλλον, άμβλυνση των κοινωνικών ανισοτήτων και φαινομένων αποκλεισμού. Τέλος, επιτρέπει και προϋποθέτει τον δημοκρατικό και συμμετοχικό σχεδιασμό της συνολικής οικονομίας, ως οικονομίας των κοινωνικών αναγκών. Σε αυτόν εμπλέκονται όλοι οι φορείς, οι τοπικές κοινωνίες, ο παραγωγός και ο χρήστης (καταναλωτής, λήπτης υπηρεσιών). Μέσα σε αυτό τον σχεδιασμό, οι υποκειμενικοί σκοποί των μεμονωμένων επιχειρήσεων δε χάνονται ή δεν περιορίζονται στην επίτευξη του μέγιστου δυνατού κόστους αλλά αποκτούν νέες λειτουργίες και εξυπηρετούν νέες αναγκαιότητες, συλλογικά αποτυπωμένες.

Ωστόσο, παρά τη σημαντική συμβολή τους, το δυναμικό ανάπτυξης και διάδοσης του μοντέλου των κοινωνικών επιχειρήσεων στην εσωτερική αγορά δεν έχει ακόμη αποτελέσει αντικείμενο πλήρους εκμετάλλευσης. Οι κοινωνικές επιχειρήσεις προσκρούουν σε εμπόδια που πολλές εκθέσεις έχουν εντοπίσει, όπως επισημαίνεται από την έκθεση του ΒΕΡΑ κατά τα μέσα του 2010. Πιο συχνά αντιμετωπίζουν τις ίδιες προκλήσεις με οποιαδήποτε άλλη ΜΜΕ, και μπορούν συνεπώς να επωφελούνται από πρωτοβουλίες της Small Business Act για την Ευρώπη. Αλλά αντιμετωπίζουν επίσης τις δικές τους ειδικές δυσκολίες. Ιδιαίτερα οι κοινωνικές επιχειρήσεις μικρότερου μεγέθους, οι οποίες είναι βασικά επικεντρωμένες μόνο στην τοπική δράση, επηρεάζονται άμεσα από τους κανόνες της ενιαίας αγοράς στον τραπεζικό τομέα, όσον αφορά την πρόσβαση στα διαρθρωτικά ταμεία, ή την εφαρμογή των κανόνων περί δημοσίων συμβάσεων. Έτσι, αντιμετωπίζουν κατά κύριο λόγο δυσκολίες για την κάλυψη των αναγκών χρηματοδότησης, οι οποίες ποικίλουν ανάλογα με το επίπεδο ανάπτυξης τους (υποστήριξη της ιδέας, ανάπτυξη του πιλοτικού σχεδίου ή του πρωτοτύπου, ανάπτυξη μεγάλης κλίμακας).

Οι περιορισμοί σχετικά με την ανακατανομή των κερδών ή την απασχόληση των ευάλωτων εργαζομένων δίνουν συχνά την εντύπωση στους πιστωτές ή στους δυνάμει επενδυτές ότι είναι επιχειρήσεις υψηλότερου κινδύνου και λιγότερο επικερδείς από άλλες. Περισσότερο από τις άλλες επιχειρήσεις, οι κοινωνικές επιχειρήσεις αντιμετωπίζουν τις απειλές των χρηματοπιστωτικών αγορών (κατακερματισμός, έλλειψη πανευρωπαϊκής πλατφόρμας για το δάνειο κ.λπ.). Συνεπώς, οι επενδυτές δεν ενημερώνονται επαρκώς για τις πραγματικές κοινωνικές επιπτώσεις ορισμένων ταμείων επενδύσεων αλληλεγγύης. Η πρόσβαση σε δημόσιους πόρους εξακολουθεί συχνά να παρεμποδίζεται από ιδιαίτερα άκαμπτα ή πολύ γραφειοκρατικά συστήματα. Για παράδειγμα, οι κοινωνικές επιχειρήσεις είναι δυνατόν να αντιμετωπίζουν δυσκολίες όσον αφορά την πρόσβαση στα διαρθρωτικά ταμεία όταν οι διαχειριστικές αρχές χρηματοδοτούν μόνο βραχυπρόθεσμα έργα.

Ο μεγάλος αριθμός διαφορετικών προγραμμάτων, σε εθνικό και σε ευρωπαϊκό επίπεδο, τα καθιστά δυσπρόσιτα στις μικρές επιχειρήσεις. Το φαινόμενο αυτό ενισχύεται από τον χαμηλό βαθμό αναγνώρισης της κοινωνικής επιχειρηματικότητας. Η έλλειψη διασύνδεσης μεταξύ φορέων διαφορετικών περιοχών ή διαφορετικών χωρών παρεμποδίζει τη διάδοση των ορθών πρακτικών, την οικοδόμηση εταιρικών σχέσεων και την εξεύρεση νέων διεξόδων. Στα ευρωπαϊκά εκπαιδευτικά συστήματα, η κοινωνική επιχειρηματικότητα εξακολουθεί να είναι υποτιμημένη, ενώ η ενσωμάτωσή της στην αρχική και συνεχή κατάρτιση αποτελεί προϋπόθεση για την αύξηση της αξιοπιστίας της. Ένας αυξανόμενος αριθμός νέων πτυχιούχων επιλέγει να εμπλακεί στην κοινωνική επιχειρηματικότητα, αλλά δεδομένου ότι είναι ελάχιστα γνωστή, η εμπειρία αυτή δεν εκτιμάται αρκετά στις παραδοσιακές επιχειρήσεις.

Το φαινόμενο αυτό επιτείνεται από την ποικιλία των ορισμών στην Ευρώπη, γεγονός που εξηγεί την ετερογένεια των διαθέσιμων στοιχείων. Η έννοια δεν ορίζεται πάντοτε και όταν ορίζεται, δεν καλύπτει ταυτόσημες πραγματικότητες στις διάφορες χώρες. Συχνά, παλαιά, κατακερματισμένα και μη εναρμονισμένα, τα δεδομένα καθιστούν δύσκολη την προσαρμογή και τον συντονισμό των δημόσιων πολιτικών. Ως εκ τούτου, δεν προκαλεί έκπληξη το γεγονός ότι το ρυθμιστικό περιβάλλον, σε ευρωπαϊκό και εθνικό επίπεδο, δεν λαμβάνει πάντοτε επαρκώς υπόψη τις ιδιαιτερότητες των κοινωνικών επιχειρήσεων, ιδίως όσον αφορά τους κανόνες που διέπουν τις δημόσιες συμβάσεις ή τα υφιστάμενα καταστατικά. Αυτό περιπλέκει την κινητοποίηση των επενδυτών, την πρόσβαση στις επιδοτήσεις ή στις δημόσιες συμβάσεις, υποχρεώνοντάς τους ενίοτε να χρησιμοποιούν περίπλοκες νομικές ρυθμίσεις. Έτσι, συμβαίνει οι κοινωνικές επιχειρήσεις οι οποίες δεν έχουν εταιρική μορφή να μην μπορούν να επωφελούνται από τις διευκολύνσεις που παρέχονται από τους οργανισμούς τοπικής αυτοδιοίκησης στις ενώσεις.

5. ΕΥΡΩΠΑΪΚΕΣ ΠΟΛΙΤΙΚΕΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ

Οι ρίζες του κοινού ευρωπαϊκού ρυθμιστικού πλαισίου για την ΚΟ εντοπίζονται ιστορικά στην κυβέρνηση του Μιτεράν στη Γαλλία, η οποία το 1984 σύστησε μια κυβερνητική υπηρεσία για την ΚΟ, οι συστάσεις της οποίας επηρέασαν αργότερα τις σχετικές ευρωπαϊκές πρωτοβουλίες. Στις 25 Φεβρουαρίου το 1999, η Οικονομική και Κοινωνική Επιτροπή αποφάσισε την κατάρτιση μιας γνωμοδότησης για την 'Κοινωνική Οικονομία και την εσωτερική αγορά'. Η ΟΚΕ είχε ήδη εκδώσει σε πολλές περιπτώσεις γνωμοδοτήσεις σχετικά με την ΚΟ. Επίσης, είχε ήδη εκδώσει από το 1986 έγγραφο στο οποίο προέβaine σε μια γενική ευρωπαϊκή χαρτογράφηση των συνεταιρισμών, των ενώσεων και των αλληλοασφαλιστικών ταμείων, έγγραφο που κατέστη πρότυπο. Σύμφωνα λοιπόν με τη

συγκεκριμένη γνωμοδότηση, οι δραστηριότητες στον τομέα της ΚΟ αναλαμβάνονται για την κάλυψη των αναγκών των μελών και των χρηστών, τις οποίες η αγορά ή το κράτος παραβλέπουν, αγνοούν ή δεν ικανοποιούν επαρκώς.

Τα όργανα της Ευρωπαϊκής Ένωσης, και ειδικότερα το Ευρωκοινοβούλιο, η Ευρωπαϊκή Επιτροπή και η Ευρωπαϊκή Οικονομική και Κοινωνική Επιτροπή (ΕΟΚΕ), έχουν επιχειρήσει να ενισχύσουν την ανάπτυξη της ΚΟ και της κοινωνικής επιχειρηματικότητας μέσω μιας σειράς πρωτοβουλιών πολιτικής. Η πρώτη Διάσκεψη της κοινωνίας των πολιτών που διοργανώθηκε σε ευρωπαϊκό επίπεδο, η οποία πραγματοποιήθηκε τον Οκτώβριο του 1999 με πρωτοβουλία της ΕΟΚΕ, επιβεβαίωσε το σημαντικό ρόλο που οφείλουν να διαδραματίσουν οι οργανώσεις της κοινωνίας των πολιτών στην ανάπτυξη ενός συμμετοχικού κοινωνικού προτύπου, καθώς και στη διαμόρφωση και υλοποίηση πολιτικών που μπορούν να ενισχύσουν την εμπιστοσύνη στη δημοκρατική διαδικασία. Η ΚΟ, με το συμμετοχικό χαρακτήρα της και τον ενεργό ρόλο των ενδιαφερόμενων μερών, αναγνωρίστηκε ως φορέας ενός δυναμικού ικανού να συμβάλει στον εκσυγχρονισμό των ευρωπαϊκών συστημάτων πρόνοιας, και την ενεργό εμπλοκή των πολιτών στην εξεύρεση και την εφαρμογή λύσεων για ορισμένες από τις μεγαλύτερες προκλήσεις για την κοινωνία. Οι οργανισμοί ΚΟ από ολόκληρη την ΕΕ εκπροσωπούνται άμεσα στην ΕΟΚΕ.

Το 2003, το Συμβούλιο της ΕΕ εξέδωσε έναν κανονισμό περί του καταστατικού της ευρωπαϊκής συνεταιριστικής εταιρείας (SCE), με στόχο τη στήριξη της ανάπτυξης των διασυνοριακών και διακρατικών δραστηριοτήτων των συνεταιρισμών. Το 2004, η Ευρωπαϊκή Επιτροπή εξέδωσε μια «Ανακοίνωση για την προώθηση των συνεταιριστικών εταιρειών στην Ευρώπη», στην οποία συνιστούσε να δοθεί μεγαλύτερη προσοχή στα νέα κράτη μέλη και τις υποψήφιες προς ένταξη χώρες, όπου ο συνεταιριστικός τομέας παρουσίαζε σχετικά χαμηλή ανάπτυξη. Η ΕΕ έχει επίσης υποστηρίξει την εκκίνηση και την ανάπτυξη σε τοπικό ή εθνικό επίπεδο άλλων σχετικών πρωτοβουλιών, ιδίως μέσω του Ευρωπαϊκού Κοινωνικού Ταμείου και του Ευρωπαϊκού Ταμείου Περιφερειακής Ανάπτυξης. Οι κανονισμοί για τη λειτουργία και των δύο αυτών ταμείων για το 2014-2020 προέβλεπαν την «προώθηση της κοινωνικής οικονομίας και της κοινωνικής επιχειρηματικότητας» ως ειδική επενδυτική προτεραιότητα. Επιπλέον, η ΕΕ έχει προωθήσει τον πειραματισμό στο πεδίο της ΚΟ, την ανταλλαγή και τη συνεργασία σε όλες τις ευρωπαϊκές χώρες, τον προσδιορισμό και τη διάδοση των ορθών πρακτικών (περιλαμβανομένων όσων αφορούν τη νομοθεσία και τις οργανωτικές μορφές), καθώς και την κατάρτιση των νέων επαγγελματιών της ΚΟ. Μέσω αυτών των πρωτοβουλιών, η ΕΕ έχει συμβάλει στην καινοτομία των πολιτικών κοινωνικής συνοχής στα κράτη μέλη. Μια μεγάλη ευρωπαϊκή επένδυση στην ανάπτυξη της κοινωνικής οικονομίας πραγματοποιήθηκε στο πλαίσιο της κοινοτικής πρωτοβουλίας EQUAL, του κλάδου καινοτομίας και του πειραματικού κλάδου του ΕΚΤ κατά την περίοδο προγραμματισμού 2000-2006. Το ΕΚΤ επένδυσε πάνω από 300 εκατομμύρια ευρώ σε πάνω από 420 εταιρικές σχέσεις που είχαν ως βασικό αντικείμενο:

- την εξεύρεση νέων τρόπων βελτίωσης των κανονιστικών συνθηκών για τις κοινωνικές επιχειρήσεις (π.χ. δημόσιες συμβάσεις, μέτρηση αντικτύπου)
- τη στήριξη της σύστασης νέων κοινωνικών επιχειρήσεων (ιδίως κοινωνικών επιχειρήσεων ένταξης σε εργασία και σε τομείς ανάπτυξης, όπως το περιβάλλον, ο τουρισμός, η περίθαλψη και οι υπηρεσίες σε επίπεδο γειτονιάς)
- τη βελτίωση της διαχείρισης ποιότητας και της πρόσβασης σε χρηματοδότηση
- την αναπαραγωγή επιτυχημένων μοντέλων κοινωνικής επιχείρησης
- τη συμβολή στην τοπική ανάπτυξη.

Η πρωτοβουλία EQUAL εφάρμοσε πιλοτικά και πρωτοπόρα σχέδια δημόσιας στήριξης της ΚΟ σε πολλές χώρες, με τη συμμετοχή οργανώσεων του δημόσιου και του ιδιωτικού τομέα καθώς και της κοινωνίας των πολιτών, για την καταπολέμηση όλων των μορφών διακρίσεων και ανισότητας στην αγορά εργασίας, τόσο για τους εργαζόμενους όσο και για όσους αναζητούν εργασία. Επίσης, ανέδειξε, διέδωσε και ενσωμάτωσε ορθές πρακτικές. Οι εταιρικές σχέσεις EQUAL τόνωσαν, στήριξαν και ενίσχυσαν τη σύσταση και την εδραίωση πολλών κοινωνικών επιχειρήσεων που συνέβαλαν στον εντοπισμό υφιστάμενων αναγκών μέσω της παραγωγής προϊόντων και υπηρεσιών γενικού συμφέροντος που απευθύνονται σε όσους έχουν ανάγκη.

Η πρωτοβουλία για την κοινωνική επιχειρηματικότητα (Social Business Initiative – SBI), εγκαινιάστηκε το 2011 και αποτελεί μια από τις ευρύτερες πρωτοβουλίες της ΕΕ μέχρι σήμερα στο πεδίο της ΚΟ, αποσκοπώντας στην ενίσχυση της ανάπτυξης των κοινωνικών επιχειρήσεων σε ολόκληρη την ήπειρο. Η Επιτροπή αντιλαμβάνεται την πρωτοβουλία ως θεμελιώδες συστατικό της ολοκλήρωσης της ενιαίας αγοράς, δίνοντας ώθηση στην επιχειρηματικότητα και τονώνοντας τις πολιτικές απασχόλησης. Το SBI στοχεύει στη δημιουργία σε ολόκληρη την Ευρώπη ενός ευνοϊκού οικοσυστήματος που θα προάγει την ανάπτυξη των κοινωνικών επιχειρήσεων και της ευρύτερης κοινωνικής οικονομίας. Η πρωτοβουλία για την κοινωνική επιχειρηματικότητα αναγνωρίζει ότι οι κοινωνικοί επιχειρηματίες είναι καινοτόμοι και αποτελούν κινητήριες δυνάμεις κοινωνικής αλλαγής. Περιέχει μέτρα για τη βελτίωση της ορατότητας και της αναγνώρισης των κοινωνικών επιχειρήσεων, την απλοποίηση του κανονιστικού περιβάλλοντος, ώστε οι κοινωνικές επιχειρήσεις να μπορούν ευκολότερα να υπερβαίνουν τα εθνικά σύνορα, και την αναβάθμιση της πρόσβασης των κοινωνικών επιχειρήσεων σε χρηματοδότηση. Η Επιτροπή προέτρεψε τα κράτη μέλη και τις περιφέρειες να καταρτίσουν διεξοδικές στρατηγικές και να εντείνουν τις προσπάθειές τους για την προώθηση των κοινωνικών επιχειρήσεων, αξιοποιώντας πλήρως τα διαρθρωτικά ταμεία της ΕΕ προς το σκοπό αυτόν.

Πέρα από το SBI, η Επιτροπή πρότεινε την καθιέρωση, στο πλαίσιο του προγράμματος για την κοινωνική αλλαγή και την καινοτομία 2014-2020, ενός χρηματοπιστωτικού μέσου που θα συμβάλλει στην ανάπτυξη της ευρωπαϊκής αγοράς χρηματοδότησης κοινωνικών επιχειρήσεων, παρέχοντας μέσα συμμετοχής στο κεφάλαιο, δανειοδότησης και καταμερισμού του κινδύνου. Τον Φεβρουάριο του 2013, η Επιτροπή υπέβαλε ανακοίνωση σχετικά με τις «κοινωνικές επενδύσεις για την ανάπτυξη και τη συνοχή», παρουσιάζοντας ένα όραμα εκσυγχρονισμού του κράτους πρόνοιας στο πλαίσιο της παρατεταμένης οικονομικής κρίσης, καθώς και πιο μακροπρόθεσμων διαρθρωτικών προκλήσεων. Η δέσμη μέτρων για τις κοινωνικές επενδύσεις παροτρύνει τα κράτη μέλη να δώσουν προτεραιότητα σε δαπάνες που προσφέρουν στα άτομα τη δυνατότητα πλήρους συνεισφοράς στην οικονομία και συμμετοχής στην κοινωνία.

Παράλληλα, υποδεικνύει στα κράτη μέλη πώς μπορούν να ενισχύσουν τις στρατηγικές ενεργού ένταξης και να χρησιμοποιήσουν τους κοινωνικούς προϋπολογισμούς περισσότερο αποτελεσματικά. Δίνει έμφαση στη σημασία των δημόσιων επενδύσεων για την ανάπτυξη και ενεργοποίηση του ανθρώπινου κεφαλαίου καθ' όλη τη διάρκεια της ζωής του ατόμου, αλλά και αναδεικνύει αυτά που μπορούν να πράξουν ο ιδιωτικός και ο « τρίτος » τομέας για τη βελτίωση της κοινωνικοοικονομικής ένταξης. Η δέσμη μέτρων για τις κοινωνικές επενδύσεις υπογραμμίζει την ανάγκη και την ευκαιρία για επενδύσεις στην ανάπτυξη της κοινωνικής οικονομίας και της κοινωνικής επιχειρηματικότητας, υπό το πρίσμα της συνεισφοράς τους στην απασχόληση χωρίς αποκλεισμούς, την κοινοτική ανάπτυξη και την κοινωνική καινοτομία.

Η πρωτοβουλία για την κοινωνική επιχειρηματικότητα της Ευρωπαϊκής Επιτροπής βασίστηκε σε 11 δράσεις, οι οποίες περιλαμβάνουν τα εξής:

3.1. Βελτίωση της πρόσβασης στις χρηματοδοτήσεις

3.1.1. Διευκόλυνση της πρόσβασης στις ιδιωτικές χρηματοδοτήσεις

3.1.2. Κινητοποίηση των ευρωπαϊκών ταμείων

3.2. Βελτίωση της προβολής της κοινωνικής επιχειρηματικότητας

3.2.1. Ανάπτυξη εργαλείων για την καλύτερη κατανόηση του τομέα και για να προβληθεί περισσότερο η κοινωνική επιχειρηματικότητα

3.2.2. Ενίσχυση των ικανοτήτων διαχείρισης, του επαγγελματισμού και της κοινωνικής δικτύωσης των επιχειρηματιών

3.3. Βελτίωση του νομικού περιβάλλοντος

3.3.1. Ανάπτυξη κατάλληλων ευρωπαϊκών νομικών μορφών που θα μπορούσαν να χρησιμοποιούνται από την ευρωπαϊκή κοινωνική επιχειρηματικότητα

3.3.2. Δημόσιες συμβάσεις

3.3.3. Κρατικές ενισχύσεις

Κατά τα τελευταία χρόνια, για την προώθηση της «κοινωνικής οικονομίας της αγοράς με υψηλό βαθμό ανταγωνιστικότητας» η Επιτροπή έχει θέσει την ΚΟ και την κοινωνική καινοτομία στο επίκεντρο του προβληματισμού της, τόσο από την άποψη της εδαφικής συνοχής όσο και της αναζήτησης πρωτότυπων λύσεων για τα κοινωνικά προβλήματα, και ιδίως την καταπολέμηση της φτώχειας και του αποκλεισμού, όπως εκφράζεται στη στρατηγική της «Ευρώπη 2020», στην εμβληματική πρωτοβουλία «Ένωση Καινοτομίας», στην Ευρωπαϊκή πλατφόρμα για την καταπολέμηση της φτώχειας και του κοινωνικού αποκλεισμού και στην «Πράξη για την Ενιαία αγορά» (ΠΕΑ). Η δημόσια διαβούλευση για την ΠΕΑ κατέδειξε έντονο ενδιαφέρον για την ικανότητα των κοινωνικών επιχειρήσεων και της ΚΟ εν γένει στην παροχή καινοτόμων απαντήσεων στις σημερινές οικονομικές, κοινωνικές και σε ορισμένες περιπτώσεις περιβαλλοντικές προκλήσεις με την ανάπτυξη βιώσιμων θέσεων απασχόλησης με πολύ μικρή πιθανότητα μετεγκατάστασης, την κοινωνική ενσωμάτωση, τη βελτίωση των τοπικών κοινωνικών υπηρεσιών, την εδαφική συνοχή, κλπ..

Το κοινωνικό μοντέλο της ΕΕ, σύμφωνα με την Στρατηγική «Ευρώπη 2020», αποσκοπώντας στην κοινωνική ευημερία και την προάσπιση των κοινωνικών δικαιωμάτων υποστηρίζει την οικονομική μεγέθυνση, την κοινωνική προστασία για όλους, την ποιότητα ζωής και τις ποιοτικές συνθήκες εργασίας, ενώ οι βασικοί συντελεστές που συμβάλλουν στην κοινωνική ευημερία των πολιτών είναι το κοινωνικό κράτος, οι επιχειρήσεις του ιδιωτικού τομέα, οι κοινωνικοί εταίροι και οι ΜΚΟ. Έτσι, στους σύγχρονους κοινωνικούς σχηματισμούς οι οποίοι χαρακτηρίζονται από την ατομική ιδιοκτησία στα μέσα παραγωγής, την ελεύθερη επιχειρηματική δράση και τον ανταγωνισμό στην αγορά, η οικονομική δραστηριότητα τόσο του δημοσίου όσο και του ιδιωτικού τομέα έχει αναπτυχθεί σε μεγάλη έκταση. Ωστόσο η παγκοσμιοποίηση της οικονομίας, η κρίση και ο μετασχηματισμός των συστημάτων κοινωνικής προστασίας αναγκάζουν τους πολίτες να αυτό-οργανώνονται και να αναπτύσσουν συλλογικές πρωτοβουλίες βασισμένες στην αλληλεγγύη και τη συνεργασία με σκοπό την κάλυψη των αναγκών που δεν είναι σε θέση να καλύψουν ο δημόσιος ή και ο ιδιωτικός τομέας της οικονομίας. Αυτές οι κοινωνικό-οικονομικές πρωτοβουλίες αναπτύσσονται στον τομέα της ΚΟ, η οποία σήμερα αντιμετωπίζεται από την ΕΕ ως προνομιακό πεδίο εφαρμογής πολιτικών για την απασχόληση, την τοπική ανάπτυξη, την καταπολέμηση της φτώχειας και του κοινωνικού αποκλεισμού ο οποίος

ανοίγει νέες διεξόδους επιχειρηματικής δράσης ενώ δημιουργεί προϋποθέσεις επένδυσης στο λεγόμενο «κοινωνικό κεφάλαιο» και στην κοινωνική καινοτομία.

Έτσι, ιδιαίτερη έμφαση δίνεται από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή στον τομέα της ΚΟ στην προγραμματική περίοδο 2014-2020 μέσα από τα ειδικά μέτρα που προβλέπει η πρωτοβουλία SBI. Πράγματι, στη Στρατηγική για την «Ευρώπη 2020» η ΚΟ αποτελεί ξεχωριστή πρωτοβουλία της Ευρωπαϊκής Επιτροπής με στόχο τη συγκέντρωση των φορέων της κοινωνίας των πολιτών και την αξιοποίηση τους προς μια δυναμική, επιχειρηματική και καινοτόμο Ευρώπη. Σε αυτήν αναγνωρίζεται ότι στόχοι και προκλήσεις για την περαιτέρω ανάπτυξη της ΚΟ αποτελούν μία σειρά από θέματα, όπως η ολοκληρωμένη πολιτική προσέγγιση, το θεσμικό πλαίσιο, η πρόσβαση στη χρηματοδότηση, η προώθηση του θεσμού στο κοινωνικό σύνολο και η δικτύωση. Επίσης, επισημαίνεται ότι η ΚΟ επιτελεί στην ΕΕ ένα σημαντικό ρόλο στην ανάπτυξη της κοινωνικής καινοτομίας σε πολλά πεδία πολιτικής, καθώς μπορεί να συνδυάσει, μεταξύ άλλων, την κερδοφορία με την αλληλεγγύη, την δημιουργία νέων θέσεων εργασίας, την ενίσχυση της κοινωνικής συνοχής, την ενεργό συμμετοχή των πολιτών και εν γένει την ανάπτυξη μίας οικονομίας με δημοκρατικές αξίες, τοποθετώντας σε πρώτο ρόλο τον άνθρωπο.

6. ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ ΚΑΙ ΚΟΙΝΩΝΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

6.1 Ιστορική επισκόπηση

Εμβαθύνοντας στη διαμόρφωση της ελληνικής εμπειρικής πραγματικότητας όσον αφορά στον τρίτο τομέα, είναι κοινά αποδεκτό ότι το επίπεδο του κράτους πρόνοιας στην χώρα υστερούσε πάντα σε σύγκριση με τα υπόλοιπα κράτη-μέλη. Ως αποτέλεσμα, πολλές κοινωνικές ανάγκες είτε δεν αντιμετωπίστηκαν είτε ικανοποιήθηκαν από τα άτυπα δίκτυα της οικογένειας και σε κάποιο βαθμό από εθελοντικούς και μη κερδοσκοπικούς οργανισμούς. Δεν αμφισβητείται άλλωστε ότι η ελληνική οικογένεια επέτρεπε αλλά και επιτρέπει τη διατήρηση ενός ελάχιστου συστήματος άτυπης κοινωνικής φροντίδας για τα μέλη της. Στις αρχές της δεκαετίας του 1980 το κράτος αναζήτησε τρόπους να επιβάλλει την κοινωνική ειρήνη, οπότε τέθηκε το ζήτημα της αποκέντρωσης και της ενίσχυσης του κοινωνικού τομέα της οικονομίας με τη μορφή κυρίως συνεταιρισμών.

Οι αγροτικοί συνεταιρισμοί αποτελούν τη βασικότερη συνιστώσα του τρίτου τομέα και την πρώιμη μορφή ΚΟ στην Ελλάδα, αν και η συγκεκριμένη δεκαετία ήταν μια περίοδος συσσώρευσης χρεών για αυτούς. Αυτό οφείλεται στην κρατική παρέμβαση και πολιτική που κατέστησε τους παραπάνω συνεταιρισμούς παρεμβατικούς φορείς στην αγορά. Η αποτυχία τους λοιπόν στον συγκεκριμένο τομέα, τους οδήγησε στη λήψη πολλών δανείων, τα οποία δεν μπορούσαν μετά να αποπληρώσουν. Το κράτος, αν και είχε εγγυηθεί για την αντιμετώπιση των οικονομικών απωλειών, καθυστέρησε πάρα πολύ να καταβάλλει τις απαραίτητες πληρωμές και με τη γοργή συγκέντρωση των τόκων από τα δάνεια πολλοί από τους αγροτικούς συνεταιρισμούς κινδύνευσαν ή όντως κατέρρευσαν. Επιπρόσθετος παράγοντας που ζημίωσε τη δημόσια εικόνα των συγκεκριμένων συνεταιρισμών ήταν και η εμπλοκή των πολιτικών κομμάτων στις διάφορες υποθέσεις τους, με σκοπιμότητα την προσέλκυση ψηφοφόρων.

Από τότε, η ΚΟ δεν αναπτύχθηκε επαρκώς, τουλάχιστον σε σχέση με τον υπόλοιπο ευρωπαϊκό χώρο. Σε ρυθμιστικό επίπεδο, η παλαιότερη αναφορά στην ελληνική νομοθεσία η οποία σχετίζεται με το ευρύτερο φάσμα της κοινωνικής επιχείρησης και των συνεταιρισμών είναι το άρθρο 11 του Συντάγματος του 1864, το οποίο έδινε στους Έλληνες

πολίτες το «δικαίωμα του συνεταιρίζεσθαι», μια διάταξη που παραμένει σε ισχύ μέχρι και σήμερα. Έκτοτε, έχουν ψηφισθεί πολλοί νόμοι αναφορικά με τους συνεταιρισμούς (συμπεριλαμβανομένων πολλών διαφορετικών κανονισμών μεταξύ 1984 και 1994), οι οποίοι, όπως αρκετοί πιστεύουν, είχαν αρνητική επίδραση στο συνεταιριστικό μοντέλο γενικότερα, λόγω του ότι περιέπλεξαν περισσότερο τα πράγματα και αύξησαν τα διοικητικά βάρη. Η ΚΟ, με τη μορφή που έχει λάβει κατά τη διάρκεια των τελευταίων ετών, αποτελεί ένα σχετικά νέο φαινόμενο στην Ελλάδα.

Αν και οι ρίζες της ΚΟ στη χώρα μπορούν να εντοπιστούν σε ένα σύνολο παραγόντων, ο πιο σημαντικός εκ των οποίων είναι τα συνεταιριστικά κινήματα που αναπτύχθηκαν με τα χρόνια, το μεγαλύτερο μέρος των τελευταίων εξελίξεων στον τομέα αυτό δρομολογήθηκε από την πρόσφατη νομοθεσία και τα πρόσφατα πολιτικά κινήματα. Αυτό σημαίνει ότι ο τομέας της ΚΟ στην Ελλάδα βρίσκεται σε ένα σχετικά πρώιμο στάδιο. Υφίσταται δυναμικές αλλαγές, αλλά ταυτόχρονα έχει άμεση ανάγκη για υποστήριξη, ιδίως με τη μορφή της ανάπτυξης δεξιοτήτων, δικτύωσης, χρηματοδοτικών και άλλων πολιτικών που θα δημιουργήσουν ένα ευνοϊκό περιβάλλον. Επιπλέον, ένας ακόμη παράγοντας που συνέβαλε στην πρόσφατη ανάπτυξη της ΚΟ στην Ελλάδα είναι και η οικονομική κρίση που έπληξε τη χώρα, ιδιαίτερα από το 2010 και μετά.

Το ποσοστό απασχόλησης στην Ελλάδα ήταν χαμηλότερο της ΕΕ-15 καθ' όλη τη διάρκεια της περιόδου 1995-2008, κυρίως λόγω της χαμηλής συμμετοχής των γυναικών στην απασχόληση. Ωστόσο, το χάσμα με τις άλλες χώρες της Ευρώπης βαθιάει μετά το 2008, αποδεικνύοντας τα καταστροφικά αποτελέσματα της οικονομικής κρίσης. Είναι σημαντικό να τονιστεί ότι η κατάσταση είναι δραματική ιδιαίτερα για τους νέους και τους μακροχρόνια άνεργους. Επιπλέον, αξίζει να σημειωθεί ότι η Ελλάδα αντιμετώπιζε υψηλά ποσοστά φτώχειας και ανισότητας πριν από την κρίση, παρά την υψηλή μεγέθυνση της προηγούμενης περιόδου. Από τα μέσα της δεκαετίας του '90 και μέχρι το ξέσπασμα της κρίσης, το ποσοστό φτώχειας στην Ελλάδα ήταν ανάμεσα στο 20-22% με μικρές διακυμάνσεις στο χρόνο. Τα αντίστοιχα ποσοστά για την ΕΕ-15 και ΕΕ-27, για τις οποίες υπάρχουν δεδομένα, ήταν συγκριτικά χαμηλότερα, καθώς κυμαίνονταν στο 15-17%. Μετά την κρίση, η κατάσταση αυτή επιδεινώθηκε, με εξαιρετικά δυσμενείς συνέπειες στο εισόδημα, στο ποσοστό φτώχειας, καθώς και σε όρους κοινωνικών ανισοτήτων.

6.2 Νομοθετικό και ρυθμιστικό πλαίσιο

N. 4019/2011

Ένα από τα πιο σημαντικά και πρόσφατα νομοθετήματα είναι ο Ν. 4019/2011, ο οποίος όρισε για πρώτη φορά στην Ελλάδα την κοινωνική οικονομία και τις κοινωνικές συνεταιριστικές επιχειρήσεις. Ο νόμος αυτός θέσπισε ως νέα νομική μορφή την κοινωνική συνεταιριστική επιχείρηση (Κοιν.Σ.Επ.) το 2011, δίνοντας στους πολίτες και τους κατοίκους της Ελλάδας τη δυνατότητα να δημιουργούν συνεταιριστικές επιχειρήσεις με κοινωνικό σκοπό. Ο εν λόγω νόμος προβλέπει τρία είδη κοινωνικών συνεταιριστικών επιχειρήσεων, ανάλογα με τον επιδιωκόμενο σκοπό: τις Κοινωνικές Συνεταιριστικές Επιχειρήσεις Ένταξης, τις Κοινωνικές Συνεταιριστικές Επιχειρήσεις Κοινωνικής Φροντίδας και τις Κοινωνικές Συνεταιριστικές Επιχειρήσεις Συλλογικού και Παραγωγικού Σκοπού. Αν και αύξησε την ορατότητα της ΚΟ, ο νόμος αυτός δέχτηκε κριτική σχετικά με το επίκεντρο και το πεδίο εφαρμογής του, αλλά και για το ότι ήταν υπερβολικά γραφειοκρατικός.

Μια σημαντική πτυχή του Ν.4019/2011 ήταν και η δημιουργία και θέσπιση του Μητρώου Κοινωνικών Συνεταιριστικών Επιχειρήσεων (Κοιν.Σ.Επ.) και Κοινωνικών

Συνεταιρισμών Περιορισμένης Ευθύνης (Κοι.Σ.Π.Ε.) του ΥΠ.Ε.Κ.Α.Α (Γενικό Μητρώο Κοινωνικής Οικονομίας) στο οποίο ενεγράφησαν όλοι οι σχετικοί φορείς. Συνοπτικά, ο Ν. 4019/2011 προέβλεπε τη συλλογική ιδιοκτησία και τη δημοκρατική διοίκηση των Κοιν.Σ.Επ. χωρίς να θέτει ανυπέρβλητα εμπόδια στον αριθμό των ιδρυτικών μελών. Επιπλέον, η πρόβλεψη για διανομή των κερδών μόνο σε εργαζόμενους και όχι στα μέλη της Κοιν.Σ.Επ. που δεν ήταν εργαζόμενοι σε αυτή αποθάρρυνε φαινόμενα κερδοσκοπίας από τους ιδιοκτήτες-συνεταίρους. Άλλες παράμετροι που καθιστούσαν αυτή τη νομική μορφή θελκτική ήταν ότι δεν απαιτείτο συγκεκριμένο κεφάλαιο έναρξης και ότι η ιδιότητα του μέλους δεν συνεπαγόταν ασφαλιστική υποχρέωση ή διακοπή επιδόματος πρόνοιας ή ανεργίας.

Όπως προαναφέρθηκε, η σημαντικότερη καινοτομία του Ν.4019/2011 ήταν η θεσμοθέτηση της Κοιν.Σ.Επ., η οποία είναι αστικός συνεταιρισμός με κοινωνικό σκοπό και διαθέτει την εμπορική ιδιότητα. Τα μέλη της, φυσικά ή νομικά πρόσωπα, συμμετέχουν σε αυτήν με μία ψήφο ανεξάρτητα από τον αριθμό των συνεταιριστικών μεριδίων που κατέχουν. Συνεπώς, η Κοιν.Σ.Επ. είναι επιχείρηση η οποία διοικείται ισότιμα από τα μέλη της και η λειτουργία της βασίζεται στην επιδίωξη συλλογικού οφέλους, ενώ το κέρδος της προκύπτει από δράσεις που εξυπηρετούν αποκλειστικά το κοινωνικό συμφέρον.

Ανάλογα με τον ειδικό σκοπό που εξυπηρετούν, οι Κοιν.Σ.Επ. διακρίνονται σε τρεις (3) κατηγορίες, οι οποίες είναι:

1. Κοινωνικές Συνεταιριστικές Επιχειρήσεις Ένταξης οι οποίες αποσκοπούν στην οικονομική και κοινωνική ένταξη ατόμων που ανήκουν στις Ευάλωτες Ομάδες Πληθυσμού. Το 40% (τουλάχιστον) των εργαζομένων στις επιχειρήσεις αυτές θα πρέπει να προέρχεται υποχρεωτικά από Ευάλωτες Ομάδες Πληθυσμού.

2. Κοινωνικές Συνεταιριστικές Επιχειρήσεις Κοινωνικής Φροντίδας οι οποίες αποσκοπούν στην παραγωγή και παροχή προϊόντων και υπηρεσιών κοινωνικού-προνοιακού χαρακτήρα σε συγκεκριμένες ομάδες πληθυσμού, όπως οι ηλικιωμένοι, τα βρέφη, τα παιδιά, τα άτομα με αναπηρία και τα άτομα με χρόνιες παθήσεις.

3. Κοινωνικές Συνεταιριστικές Επιχειρήσεις Συλλογικού και Παραγωγικού Σκοπού οι οποίες αποσκοπούν στην παραγωγή προϊόντων και παροχή υπηρεσιών για την ικανοποίηση συλλογικών αναγκών, την προώθηση της απασχόλησης, την ενδυνάμωση της κοινωνικής συνοχής και της τοπικής ή περιφερειακής ανάπτυξης. Ενδεικτικά οι δράσεις των συγκεκριμένων επιχειρήσεων μπορούν να πραγματοποιούνται σε τομείς όπως ο πολιτισμός, το περιβάλλον, η οικολογία, η εκπαίδευση, οι παροχές κοινής ωφέλειας, η αξιοποίηση τοπικών προϊόντων, η διατήρηση παραδοσιακών δραστηριοτήτων και επαγγελμάτων κτλ.

Για τη σύσταση Κοιν.Σ.Επ. Ένταξης απαιτούνται τουλάχιστον επτά (7) πρόσωπα, ενώ για Κοιν.Σ.Επ. Κοινωνικής Φροντίδας και Συλλογικού και Παραγωγικού Σκοπού ο ελάχιστος αριθμός προσώπων είναι πέντε (5). Η συμμετοχή ενός φυσικού προσώπου σε μία Κοιν.Σ.Επ. δεν του προσδίδει εμπορική ιδιότητα και δεν δημιουργεί ασφαλιστικές ή φορολογικές υποχρεώσεις. Επιτρέπεται η συμμετοχή νομικών προσώπων σε μία Κοιν.Σ.Επ., ωστόσο ο συνολικός αριθμός τους δεν μπορεί να υπερβαίνει το 1/3 του συνόλου των μελών της. Δεν επιτρέπεται η συμμετοχή στην επιχείρηση Οργανισμών Τοπικής Αυτοδιοίκησης (Ο.Τ.Α.) και Νομικών Προσώπων Δημοσίου Δικαίου (Ν.Π.Δ.Δ.) που υπάγονται σε αυτούς.

Το κεφάλαιο της επιχείρησης διαιρείται σε συνεταιριστικές μερίδες, ενώ ο αριθμός και η ονομαστική τους αξία καθορίζονται στο καταστατικό. Τα μέλη της Κοιν.Σ.Επ. διαθέτουν από μία συνεταιριστική μερίδα ως ελάχιστη χρηματική συμμετοχή στο κεφάλαιο της επιχείρησης. Το ύψος της χρηματικής συμμετοχής καθορίζεται στο καταστατικό και

είναι ίσο για όλα τα μέλη. Η ευθύνη κάθε μέλους έναντι των δανειστών της επιχείρησης περιορίζεται στο ποσό που καταβάλλει για την απόκτηση της συνεταιριστικής μερίδας. Κάθε μέλος μπορεί να κατέχει τουλάχιστον μία συνεταιριστική μερίδα και έως πέντε (5) προαιρετικές συνεταιριστικές μερίδες. Τα μέλη της Κοιν.Σ.Επ. μπορούν να εργάζονται στην επιχείρηση, να αμείβονται για την παρεχόμενη εργασία τους και γενικότερα έχουν τα δικαιώματα και τις υποχρεώσεις που απορρέουν από την εργατική νομοθεσία. Ειδικότερα, οι εργαζόμενοι που ανήκουν στις ευάλωτες ομάδες πληθυσμού και λαμβάνουν επίδομα πρόνοιας ή οποιαδήποτε άλλη παροχή, συνεχίζουν να εισπράττουν τις παροχές αυτές ταυτόχρονα με την αμοιβή τους από την επιχείρηση.

Τα κέρδη της Κοιν.Σ.Επ. δεν διανέμονται στα μέλη της, αλλά διατίθενται ποσοστιαία, ετησίως, ως εξής:

- i. 5% για σχηματισμό αποθεματικού
- ii. έως 35% διανέμονται στους εργαζομένους ως κίνητρο παραγωγικότητας
- iii. τα υπόλοιπα (τουλάχιστον 60%) διατίθενται για τις δραστηριότητες της επιχείρησης και τη δημιουργία νέων θέσεων εργασίας.

Η Κοιν.Σ.Επ. δεν υπόκειται σε φορολογία εισοδήματος για τα κέρδη που διατίθενται για το σχηματισμό αποθεματικού και τις άλλες δραστηριότητες της επιχείρησης. Το ποσό των κερδών που διανέμεται στους εργαζομένους της επιχείρησης υπόκειται σε παρακράτηση φόρου εισοδήματος, σύμφωνα με τον εκάστοτε ισχύοντα φορολογικό συντελεστή του πρώτου κλιμακίου εισοδήματος. Με την παρακράτηση του φόρου αυτού εξαντλείται η φορολογική υποχρέωση αναφορικά με τα κέρδη της Κοιν.Σ.Επ. και το εισόδημα των εργαζομένων σε αυτήν, οι οποίοι εντάσσονται σε Ευάλωτες Ομάδες Πληθυσμού.

Οι Κοιν.Σ.Επ. έχουν πρόσβαση σε χρηματοδότηση από το Ταμείο Κοινωνικής Οικονομίας και το Εθνικό Ταμείο Επιχειρηματικότητας και Ανάπτυξης, μπορούν να εντάσσονται σε προγράμματα στήριξης της επιχειρηματικότητας, σε προγράμματα του Οργανισμού Απασχόλησης Εργατικού Δυναμικού (Ο.Α.Ε.Δ.) και να συνάπτουν προγραμματικές συμβάσεις με το Δημόσιο ή τον ευρύτερο δημόσιο τομέα και τους Οργανισμούς Τοπικής Αυτοδιοίκησης (Ο.Τ.Α.). Επιπλέον πόροι για τις Κοιν.Σ.Επ. μπορούν να προέρχονται από το Πρόγραμμα Δημοσίων Επενδύσεων, την Ευρωπαϊκή Ένωση, διεθνείς ή εθνικούς οργανισμούς, κληροδοτήματα, δωρεές και παραχωρήσεις χρήσης περιουσιακών στοιχείων. Ωστόσο, οι Κοιν.Σ.Επ. δεν μπορούν να αντλήσουν χρηματοδότηση από τις τράπεζες, καθώς αφενός θεωρούνται υψηλού κινδύνου και αφετέρου δεν διαθέτουν υψηλής αξίας περιουσιακά στοιχεία που θα μπορούσαν να χρησιμοποιηθούν ως εγγυήσεις.

Η διοίκηση της Κοιν.Σ.Επ. ασκείται από τη Διοικούσα Επιτροπή, η οποία αποτελείται από τρία (3) τουλάχιστον μέλη και εκλέγεται από τη Γενική Συνέλευση. Η διάρκεια της θητείας των μελών ορίζεται από το καταστατικό και δεν μπορεί να είναι μεγαλύτερη από πέντε (5) έτη και μικρότερη από δύο (2). Η Γενική Συνέλευση των μελών της Κοιν.Σ.Επ. συνέρχεται τουλάχιστον μία φορά ετησίως, έπειτα από απόφαση της Διοικούσας Επιτροπής. Οι Κοιν.Σ.Επ. εγγράφονται υποχρεωτικά στο Γενικό Μητρώο Κοινωνικής Οικονομίας το οποίο είναι δημόσιο βιβλίο που τηρείται σε ηλεκτρονική μορφή. Το Μητρώο τηρείται στο Τμήμα Μητρώου Κοινωνικής Οικονομίας της Διεύθυνσης Κοινωνικής Προστασίας του Υπουργείου Εργασίας, Κοινωνικής Ασφάλισης και Πρόνοιας και η πρόσβαση σε αυτό γίνεται ατελώς από οποιονδήποτε ενδιαφερόμενο. Η ίδρυση μίας Κοιν.Σ.Επ. είναι απλή και δεν απαιτεί υψηλό κόστος, ωστόσο είναι χρονοβόρα και δεν μπορεί να υλοποιηθεί από τους φορείς που λειτουργούν ως Υπηρεσία Μίας Στάσης.

N. 4430/2016

Εκτός του Ν. 4019/2011, το 2016 ψηφίστηκε ο Ν.4430/2016 (ΦΕΚ Α'205) «Κοινωνική και Αλληλέγγυα Οικονομία και ανάπτυξη των Φορέων της και άλλες διατάξεις», ο οποίος αποτελεί τον πρώτο νόμο που επιχειρεί να ρυθμίσει οριζόντια τη λειτουργία των Φορέων Κοινωνικής και Αλληλέγγυας Οικονομίας στη χώρα, αφού πρωτίστως οριοθετήσει εκ νέου το πεδίο.

Ειδικότερα, ο νόμος στοχεύει:

➤ Στη σαφή θεσμική ανασυγκρότηση και την ανανέωση του οικοσυστήματος της ΚΑΛΟ, με την έμφαση να δίνεται στη δημιουργία συλλογικής και κοινωνικής ωφέλειας από τον Φορέα και όχι στη νομική μορφή καθεαυτή.

➤ Στη διάχυση των πρακτικών της ΚΑΛΟ σε όλους τους δυνατούς τομείς οικονομικής δραστηριότητας, ιδίως δε σε εκείνες τις δραστηριότητες που στον νόμο περιγράφονται ως «βιώσιμη ανάπτυξη».

➤ Στην ενίσχυση των παραγωγικών εγχειρημάτων αυτοδιαχείρισης και της συλλογικής κοινωνικής επιχειρηματικότητας, μέσω της προώθησης των συνεργειών μεταξύ των φορέων ΚΑΛΟ και της ενίσχυσης της συλλογικής διαβούλευσης, τόσο μεταξύ των φορέων, όσο και μεταξύ των φορέων και των θεσμικών οργάνων και φορέων της κυβέρνησης.

Πιο συγκεκριμένα, φορείς ΚΑΛΟ αποτελούν:

1. Οι Κοινωνικές Συνεταιριστικές Επιχειρήσεις (Κοιν.Σ.Επ.), οι οποίες διακρίνονται σε:

- α) Ένταξης Ειδικών Ομάδων,
- β) Ένταξης Ευάλωτων Ομάδων,
- γ) Συλλογικής και Κοινωνικής Ωφέλειας.

2. Οι Συνεταιρισμοί Εργαζομένων, οι οποίοι εισάγονται για πρώτη φορά στην ελληνική έννομη τάξη.

3. Οποιοδήποτε άλλο μη μονοπρόσωπο νομικό πρόσωπο, (όπως ιδίως αγροτικοί και αστικοί συνεταιρισμοί, αστικές εταιρίες των αρ. 741 ΑΚ, κ.λπ.), εφόσον:

α) Αναπτύσσει δραστηριότητες συλλογικής και κοινωνικής ωφέλειας.

β) Μεριμνά για την πληροφόρηση και τη συμμετοχή των μελών του και εφαρμόζει δημοκρατικό σύστημα λήψης αποφάσεων, σύμφωνα με την αρχή ένα μέλος μία ψήφος, ανεξάρτητα από τη συνεισφορά κάθε μέλους.

γ) Εφαρμόζει περιορισμούς στη διανομή των κερδών του (ποσοστό τουλάχιστον 5% διατίθεται για το σχηματισμό αποθεματικού, ποσοστό έως 35% αποδίδεται στους εργαζόμενους του Φορέα και το υπόλοιπο διατίθεται για τη δημιουργία νέων θέσεων εργασίας και τη διεύρυνση της παραγωγικής του δραστηριότητας).

δ) Εφαρμόζει σύστημα σύγκλισης στην αμοιβή της εργασίας, κατά το οποίο ο ανώτατος καθαρός μισθός δεν μπορεί να υπερβαίνει περισσότερο από τρεις φορές τον κατώτατο, εκτός και αν τα 2/3 των μελών της Γενικής Συνέλευσης αποφασίσουν διαφορετικά. Η υποχρέωση αυτή ισχύει και σε οποιαδήποτε μορφή σύμπραξης δύο ή περισσότερων Φορέων ΚΑΛΟ.

στ) Δεν έχει ιδρυθεί και δεν διοικείται άμεσα ή έμμεσα από Ν.Π.Δ.Δ. ή Ο.Τ.Α. α' ή β' βαθμού ή από άλλο νομικό πρόσωπο του ευρύτερου δημόσιου τομέα.

Επίσης, με το νέο θεσμικό πλαίσιο απλοποιούνται οι διαδικασίες που αφορούν στη σύσταση των Φορέων ΚΑΛΟ, ενώ αποσαφηνίζονται και εξορθολογίζονται ζητήματα που άπτονται της λειτουργίας και της διοικητικής τους εποπτείας. Ειδικότερα, αποσαφηνίζονται οι υποχρεώσεις των Φορέων ΚΑΛΟ, όπως η εθελοντική συνεισφορά μελών και μη μελών στις δραστηριότητες τους, η ποσόστωση μισθωτής εργασίας μελών και μη μελών, αλλά και η κρατική χρηματοδότηση που μπορεί να λαμβάνουν.

Ενεργοποιούνται, όμως, και μια σειρά υποστηρικτικών μέτρων, όπως:

- i. δυνατότητα να συνάπτουν προγραμματικές συμβάσεις με τον ευρύτερο δημόσιο τομέα για έργα και μελέτες που αναφέρονται ρητά στους καταστατικούς τους σκοπούς,
- ii. παραχώρηση χρήσης λιμνάζουσας ακίνητης δημόσιας περιουσίας,
- iii. φορολογικές ελαφρύνσεις,
- iv. ευνοϊκή πρόσβαση των Φορέων ΚΑΛΟ στις δημόσιες συμβάσεις, μέσω του ν.4412/2016 (Α'147).

Τέλος, με την ψήφιση του συγκεκριμένου νόμου, δημιουργήθηκε η Ειδική Γραμματεία για την ΚΑΛΟ, ως η πρώτη διακριτή διοικητική μονάδα στην ελληνική κυβέρνηση για τον συγκεκριμένο τομέα. Αρμοδιότητά της είναι να καταρτίζει την Εθνική Στρατηγική για την Κοινωνική και Αλληλέγγυα Οικονομία, να παρακολουθεί και συντονίζει τις σχετικές δράσεις για την εφαρμογή και τη διασφάλιση της συνεκτικότητάς της και, τέλος, να μελετά, παράγει και επιβλέπει την εφαρμογή των πολιτικών για την ΚΑΛΟ προς όφελος του πολίτη.

Ο νόμος αυτός παρείχε ένα νέο πλαίσιο για διαφορετικούς τύπους φορέων ή επιχειρήσεων με ξεκάθαρο συλλογικό και κοινωνικό αντίκτυπο, οι οποίοι παράλληλα ανταποκρίνονται σε μια κοινωνική ανάγκη. Στόχο είχε να διαδεχθεί και να βελτιώσει την προγενέστερη νομοθεσία, συμπεριλαμβανομένου του νόμου 4019/2011, που δεν ισχύει πια. Με τον Ν.4430/2016 αντιμετωπίστηκε ένα σύνολο ζητημάτων, ιδίως αναφορικά με το πνεύμα του νόμου. Συγκεκριμένα, οι φορείς της ΚΑΛΟ δεν καθορίζονται πια από τη νομική τους μορφή, αλλά από το νομικό τους καθεστώς (πχ οποιαδήποτε νομική μορφή μπορεί να γίνει δεκτή για να χαρακτηριστεί μια οργάνωση φορέας της ΚΑΛΟ, εφόσον πληροί τα κριτήρια που θέτει ο νόμος). Εν συντομία, αυτά τα κριτήρια αφορούν την επιχειρηματική δραστηριότητα στην ιδιωτική αγορά (π.χ. τα έσοδα από δημόσιους φορείς δε θα πρέπει να υπερβαίνουν το 65 τοις εκατό του συνολικού κύκλου εργασιών/τζίρου εντός μιας τριετίας), το δημοκρατικό σύστημα λήψης αποφάσεων (π.χ. σύμφωνα με την αρχή ένα μέλος μία ψήφος), και έναν καλά καθορισμένο κοινωνικό σκοπό, με κέρδη που διανέμονται υπέρ της συλλογικής και κοινωνικής ωφέλειας (μέχρι 95 τοις εκατό του ετήσιου κέρδους).

Επιπλέον, προσδιόρισε και κατέστησε λειτουργική την ιδέα του «κοινωνικού αντικτύπου», από την άποψη της συλλογικής και κοινωνικής ωφέλειας, κάτι το οποίο έλειπε από την προγενέστερη νομοθεσία. Τέλος, το μητρώο του ΥΠ.Ε.Κ.Α.Α για τους φορείς της ΚΑΛΟ δέχεται πλέον φορείς κάθε νομικής μορφής που αποκτούν την ιδιότητα του φορέα της ΚΑΛΟ. Έτσι, ενώ οι Φορείς ΚΑΛΟ έως και το 2016 εγγράφονταν στο Γενικό Μητρώο Φορέων Κοινωνικής Οικονομίας («Μητρώο») σύμφωνα με τον ν. 4019/2011, με τη θέσπιση του νέου νομοθετικού πλαισίου (ν. 4430/2016), από το 2017 και στο εξής οι φορείς αυτοί εγγράφονται στο Γενικό Μητρώο Φορέων Κοινωνικής και Αλληλέγγυας Οικονομίας («Μητρώο»). Το «Μητρώο» είναι μια βάση δεδομένων, η οποία τηρείται από το Τμήμα Γενικού Μητρώου Φορέων ΚΑΛΟ της Διεύθυνσης Κοινωνικής & Αλληλέγγυας Οικονομίας της Ειδικής Γραμματείας Κοινωνικής & Αλληλέγγυας Οικονομίας του Υπουργείου Εργασίας, Κοινωνικής Ασφάλισης και Κοινωνικής Αλληλεγγύης.

Short CV

Ο Δημήτριος Σουμπενιώτης είναι Καθηγητής Χρηματοοικονομικής και Επιχειρηματικότητας στο τμήμα Οργάνωσης και Διοίκησης Επιχειρήσεων, στην Σχολή Επιστημών Διοίκησης Επιχειρήσεων του Πανεπιστημίου Μακεδονίας. Είναι κάτοχος Μεταπτυχιακού και Διδακτορικού Διπλώματος στην Οικονομική Επιστήμη από το Πανεπιστήμιο του Μπέρμινγχαμ του Ηνωμένου Βασιλείου. Επί του παρόντος, κατέχει την θέση του Κοσμήτορα της Σχολής, ενώ έχει διατελέσει Αντιπρύτανης Στρατηγικού Σχεδιασμού και Πρόεδρος του Τμήματος Μάρκετινγκ και Διοίκησης Λειτουργιών. Επίσης, είναι επιστημονικά υπεύθυνος της Μονάδας Καινοτομίας του Πανεπιστημίου Μακεδονίας, ενώ έχει διατελέσει επιστημονικά υπεύθυνος σε συγχρηματοδοτούμενα ερευνητικά προγράμματα της Ε.Ε., όπως FIND, INTERREG και ΤΟΠΣΑ. Τέλος, ο Δημήτριος Σουμπενιώτης έχει συγγράψει εφτά βιβλία και έχει δημοσιεύσει περισσότερα από 100 επιστημονικά άρθρα σε έγκριτα επιστημονικά περιοδικά, συνέδρια και επιστημονικούς τόμους. Το ερευνητικό και συγγραφικό του έργο είναι διεθνώς αναγνωρισμένο, δεδομένου ότι έχει πλήθος ετεροαναφορών σε επιστημονικά άρθρα, βιβλία, διδακτορικές διατριβές και μεταπτυχιακές εργασίες.

Dimitrios Soumeniotis is a Professor of Finance and Entrepreneurship in the Business Administration Department, Faculty of Business Administration of the University of Macedonia. He holds a Postgraduate and Ph.D. in Economics from the University of Birmingham, UK. Currently, he holds the position of Dean of the School, while he has served as Deputy Strategic Planning and President of the Department of Marketing and Operations Management. He is also scientifically responsible for the Innovation Unit of the University of Macedonia and has been scientifically responsible for EU co-funded research projects, such as FIND, INTERREG and TOPSA. Finally, Dimitrios Soumeniotis has written seven books and has published more than 100 scientific articles in prestigious scientific journals, conferences and scientific volumes. His research and writing work is internationally recognized as he has a wealth of references in scientific articles, books, doctoral theses and postgraduate studies.

Ioannis A. Tampakoudis is an Assistant Professor of Finance at the Department of Business Administration, at the University of Macedonia. He holds a BSc and a PhD in Finance from the University of Macedonia, and he earned an MSc in Banking and International Finance from the Business School of City University, London. He teaches at undergraduate and postgraduate level courses related to corporate finance, capital markets, international finance and entrepreneurship. His main research interests include aspects from the area of mergers and acquisitions, derivatives, portfolio management and financial econometrics. Research work has been published in peer reviewed academic journals, while he has also participated in many international research conferences. Currently, he is Scientific Coordinator at the Project entitled: “Increasing Tourism Opportunities through Utilization of Resources”, Project Acronym: I- TOUR, Subsidy No 26, INTERREG IPA CBC programme “ Greece - The Former Yugoslav republic of Macedonia 2014-2020” and Deputy Scientific Coordinator at the Project entitled: “Action Plan for Social Entrepreneurship”- Cross-border Action Plan for the Development and Operation of an Executive Mechanism for the Support and Promotion of Social Entrepreneurship in the context of the Social Economy and Social Innovation, INTERREG programme “Greece-Bulgaria 2014-2020”.

E-mail: tampakoudis@uom.edu.gr

**Η Κοινωνική Επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα:
Παρούσα Κατάσταση, Προκλήσεις και Προοπτικές
Περίληψη**

Η κοινωνική οικονομία, αν και αποτελεί σημαντικό παράγοντα της οικονομικής δραστηριότητας των χωρών της Ε.Ε., στην Ελλάδα βρίσκεται μάλλον σε εμβρυακό στάδιο. Αρχικά ο Ν. 2716/1999, άρθ. 12 προέβλεψε την αποϊδρυματοποίηση των ψυχικά ασθενών μέσω κοινωνικών συνεταιρισμών περιορισμένης ευθύνης (Κοι.Σ.Π.Ε.), στη συνέχεια ο Ν. 4019/2011 επικεντρώθηκε στη θέσπιση της Κοινωνικής Συνεταιριστικής Επιχείρησης (Κοιν.Σ.Επ.), ως νέου είδους επιχείρησης και τέλος ο Ν. 4430/2016 προέβλεψε ένα νέο πλαίσιο για διαφορετικά είδη μη κερδοσκοπικών φορέων και επιχειρήσεων, που εφαρμόζουν δημοκρατικό σύστημα λήψης αποφάσεων, έχουν έναν ξεκάθαρο συλλογικό και κοινωνικό αντίκτυπο και καλύπτουν μια κοινωνική ανάγκη, προσφέροντας μια εναλλακτική λύση στην αγορά και την κοινωνία.

Σύμφωνα με το άρθρο 4 «Γενικό Μητρώο Φορέων Κοινωνικής και Αλληλέγγυας Οικονομίας» του Νόμου 4430/2016, συνιστάται Γενικό Μητρώο Φορέων Κοινωνικής και Αλληλέγγυας Οικονομίας, το οποίο τηρείται σε ηλεκτρονική μορφή και η υπαγωγή μίας Κοιν.Σ.Επ. στις διατάξεις του νόμου αυτού συντελείται μόνο με την εγγραφή της στο παραπάνω Μητρώο, οπότε αποκτά νομική προσωπικότητα και εμπορική ιδιότητα.

Η ίδρυση μιας κοινωνικής επιχείρησης συνιστά μια επίπονη και χρονοβόρα προσπάθεια που απαιτεί προσεκτική προετοιμασία, δεδομένου ότι σε αυτήν καλούνται να συνεισφέρουν πολλά και διαφορετικά φυσικά πρόσωπα - εταίροι με διαφορετικές γνώσεις, δεξιότητες, εμπειρίες και νοοτροπία. Ο ορισμός των στόχων, ο προσδιορισμός ενός διακριτού και βιώσιμου τμήματος αγοράς, η δημιουργία της ομάδας και η ανάπτυξη ενός επιχειρηματικού μοντέλου είναι μερικά από τα σημαντικότερα βήματα που πρέπει να γίνουν πριν την επιχειρηματική εκκίνηση.

Πριν από όλα θα πρέπει να αναρωτηθούν οι δυνητικοί εταίροι – μέλη της κοινωνικής επιχείρησης, αν είναι έτοιμοι να αναλάβουν τις απαραίτητες θυσίες καθώς και το επιχειρηματικό ρίσκο που συνεπάγεται κάθε νέο εγχείρημα.

Αμέσως μετά θα πρέπει να συμφωνήσουν και να καταγράψουν, σε έναν αρχικό εσωτερικό κανονισμό λειτουργίας, βασικές αξίες και πολιτικές που θα διέπουν την καθημερινή λειτουργία της κοινωνικής επιχείρησης και θα διαμορφώνουν τις μεταξύ τους σχέσεις.

Τέλος, θα πρέπει να σχεδιάσουν και να αποφασίσουν από κοινού τα βασικά συστατικά του επιχειρηματικού μοντέλου της κοινωνικής επιχείρησής τους, δηλαδή με ποιόν τρόπο θα δημιουργούν προστιθέμενη αξία στα προϊόντα και τις υπηρεσίες τους, ποιες συγκεκριμένες ανάγκες ποιιάς αγοράς θα ικανοποιούν και με ποιον τρόπο θα απευθύνονται σε αυτήν, ποιοι θα είναι οι βασικοί τους συνεργάτες και τελικά πως θα διαμορφώσουν ένα σύνολο οικονομικών συναλλαγών που θα επιτρέπει τη δημιουργία πλεονάσματος σε ένα εύλογο χρονικό διάστημα, που είναι προϋπόθεση για την επιβίωση του εγχειρήματός τους.

**Social Entrepreneurship in Greece:
Current Situation, Challenges and Prospects.
Abstract**

Social economy and entrepreneurship, unlike the EU-28, is still at an embryonic stage in Greece. A brief review of the institutional framework concerning Social Entrepreneurship should include:

- Law 921/1979 providing the creation of female cooperatives to promote local development and culture.
- Law 2076/1992 about the establishment of cooperative banks in Greece.
- Law 2019/2011 introducing Social Cooperative Enterprise (Koinsep) as a new type of enterprise.

- Law 4430/2016 providing the framework for various types of non-profit organizations of the Social Economy to implement democratic decision making processes, to operate collectively and clearly pursue a social and local development impact, while effectively satisfying market and social needs.

According to Law 4430/2016, all social enterprises should be registered in the Registry of Social Economy to ensure favorable tax rates, exemption of the business fee and other allowances.

Establishing a social enterprise in Greece is yet quite a complex and time consuming process, demanding thorough planning, since at least five potential partners with different characters and backgrounds are called to evaluate and develop an idea and agree on the first vital steps of their organization.

Formation and integration of the founding group of partners, market segmentation and evaluation, value proposition of the products/services to be offered, strategy formulation and implementation and last but not least, the generation of an effective business model are some of the most crucial decisions to be made to ensure sustainability and social impact.

1. Η ΥΦΙΣΤΑΜΕΝΗ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΤΗΣ Κ.Α.Λ.Ο. ΣΕ ΕΥΡΩΠΗ ΚΑΙ ΕΛΛΑΔΑ

1.1. Τι είναι η Κοινωνική και Αλληλέγγυα Οικονομία

Ανάμεσα στο κράτος και στην αγορά είχε (αρχίσει να αναπτύσσεται σε πολλές προηγμένες αλλά και σε αναπτυσσόμενες οικονομίες -πολύ πριν την εκδήλωση της οικονομικής κρίσης- ένας **τρίτος τομέας**, ο επονομαζόμενος τομέας της **Κοινωνικής Οικονομίας**. Ο τομέας αυτός περιλαμβάνει τους μη-κερδοσκοπικούς οργανισμούς, τις κοινωνικές επιχειρήσεις, τους συνεταιρισμούς και διάφορους τύπους ενώσεων που στηρίζονται στην αυτοοργάνωση των πολιτών και στην εθελοντική προσφορά υπηρεσιών. Προσπαθεί να καλύψει ‘κενούς χώρους’ στη ζήτηση αγαθών και υπηρεσιών, συνήθως κοινωνικού χαρακτήρα, των οποίων η παραγωγή και διάθεση από τους μηχανισμούς της ελεύθερης αγοράς κρίνεται ασύμφορη.

1.2. Βασικές Αρχές της Κοινωνικής και Αλληλέγγυας Οικονομίας (Κ.Α.Λ.Ο)

Οι βασικές αρχές της ΚΑΛΟ διαμορφώθηκαν στο ξεκίνημα του 19^{ου} αιώνα και εξακολουθούν να τη χαρακτηρίζουν έως και σήμερα και είναι:

- ✓ Η ελεύθερη συμμετοχή
- ✓ Η δημοκρατική διοίκηση: «ένα πρόσωπο, μια ψήφος»
- ✓ Η δίκαιη (περιορισμένη) διανομή του πλεονάσματος
- ✓ Το αδιαίρετο, ολικώς ή μερικώς, του ιδίου κεφαλαίου
- ✓ Η αλληλεγγύη
- ✓ Το προβάδισμα του ατόμου έναντι του κεφαλαίου
- ✓ Η ανεξαρτησία απέναντι στο κράτος και σε κάθε δημόσια συλλογικότητα.

1.3. Η έννοια της Κοινωνικής Επιχείρησης

Η έννοια της Κοινωνικής Επιχείρησης δεν ταυτίζεται με την έννοια της Κοινωνικής Οικονομίας. Σύμφωνα με το ευρωπαϊκό ερευνητικό δίκτυο EMES, οι ιδεατές κοινωνικές επιχειρήσεις διακρίνονται βάσει δύο ομάδων κριτηρίων, των οικονομικών και των κοινωνικών.

Στα **οικονομικά κριτήρια** περιλαμβάνονται:

- ✓ η συνεχής δραστηριότητα παραγωγής αγαθών και παροχής υπηρεσιών,
- ✓ ο υψηλός βαθμός αυτονομίας,
- ✓ η ανάληψη επιχειρηματικού ρίσκου,

- ✓ μια ελάχιστη αμειβόμενη εργασία.

Με τη διατύπωση **‘συνεχόμενη παραγωγική δραστηριότητα’** οριοθετούνται οι κοινωνικές επιχειρήσεις έναντι άλλων οργανώσεων της κοινωνίας των πολιτών, ενώ το κριτήριο της **αυτονομίας** τονίζει ότι οι κοινωνικές επιχειρήσεις παραμένουν διοικητικά αυτοτελείς ακόμη και όταν λαμβάνουν κρατικές επιχορηγήσεις. Η **ανάληψη ρίσκου** και μια **ελάχιστη αμειβόμενη εργασία** είναι στοιχεία της επιχειρηματικής πρωτοβουλίας που διαχωρίζουν τις κοινωνικές επιχειρήσεις από τις διαφορές εθελοντικές ομάδες.

Στα **κοινωνικά κριτήρια** περιλαμβάνονται:

- ✓ Όφελος στην ομάδα και την κοινότητα,
- ✓ συλλογική διάσταση,
- ✓ ισότιμη συμμετοχή στις αποφάσεις ανεξάρτητα του ποσοστού συνεισφοράς στο κεφάλαιο,
- ✓ συμμετοχικότητα συμπεριλαμβανομένων και των χρηστών/πελατών,
- ✓ περιορισμένη διανομή κερδών.

Η **κοινωνική αποστολή** βρίσκεται στο επίκεντρο της κοινωνικής επιχειρηματικότητας και δεν θεωρείται συμπληρωματική, ενώ η **συλλογική διάσταση** υπογραμμίζει ότι απαιτείται η δημιουργία ομάδας στόχους και επιδιώξεις. Η **ισότιμη συμμετοχή** τονίζει την αξία των συνεταιριστικών αρχών και συγκεκριμένα της αρχής ‘ένα άτομο-μία ψήφος’, ενώ το ζήτημα της **συμμετοχικότητας** και της δημοκρατικής διοίκησης αφενός περιγράφουν τον τρόπο εσωτερικής λειτουργίας και λήψης αποφάσεων, αφετέρου υποδηλώνουν την ανάγκη συνεχούς επαφής και επικοινωνίας με την κοινότητα και την αγορά, ώστε να μην αποξενώνονται από τις ανάγκες και τις επιθυμίες τους. Τέλος, η **περιορισμένη διανομή κερδών**, αφενός βάζει όρια στην ‘άνευ όρων’ μεγιστοποίηση του κέρδους και αφετέρου μέριμνα για την συνεχή επένδυση των κοινωνικών επιχειρήσεων σε υλικούς και άυλους πόρους.

1.4. Το Θεσμικό Πλαίσιο στην Ελλάδα

Στη χώρα μας, ο νέος Νόμος 4430/2016 για την Κοινωνική και Αλληλέγγυα Οικονομία (Κ.Α.Ο.) ορίζει την «Κοινωνική και Αλληλέγγυα Οικονομία» ως το σύνολο των οικονομικών δραστηριοτήτων που στηρίζονται σε μια εναλλακτική μορφή οργάνωσης των σχέσεων παραγωγής, διανομής, κατανάλωσης και επανεπένδυσης, βασισμένη στις αρχές της δημοκρατίας, της ισότητας, της αλληλεγγύης, της συνεργασίας, καθώς και του σεβασμού στον άνθρωπο και το περιβάλλον.

Ως «Φορείς Κοινωνικής και Αλληλέγγυας Οικονομίας» στο νέο Νόμο ορίζονται:

- α. Οι Κοινωνικές Συνεταιριστικές Επιχειρήσεις,
- β. οι Κοινωνικοί Συνεταιρισμοί Περιορισμένης Ευθύνης (Κοι.Σ.Π.Ε.) που διέπονται από το άρθρο 12 του Ν. 2716/1999 (Α’ 96), συμπληρωματικά από τις διατάξεις του Ν. 1667/1986 (Α’ 196), του άρθρου 12 του Ν. 3842/ 2010 (Α’ 58) και του παρόντος νόμου,
- γ. οι Συνεταιρισμοί Εργαζομένων, που συστήνονται με το άρθρο 24 του νέου Νόμου,
- δ. οποιοδήποτε άλλο μη μονοπρόσωπο νομικό πρόσωπο, εφόσον έχει αποκτήσει νομική προσωπικότητα, όπως ιδίως αγροτικοί συνεταιρισμοί του Ν. 4384/2016 (Α’ 78), αστικοί συνεταιρισμοί του Ν. 1667/1986, Αστικές Εταιρίες των άρθρων 741 επ. του Α.Κ., εφόσον σωρευτικά συντρέχουν οι εξής προϋποθέσεις:

αα) Αναπτύσσει δραστηριότητες συλλογικής και κοινωνικής ωφέλειας, όπως ορίζονται στις παραγράφους 2 και 3 του άρθρου 2 του νόμου.

ββ) Μεριμνά για την πληροφόρηση και τη συμμετοχή των μελών του και εφαρμόζει

δημοκρατικό σύστημα λήψης αποφάσεων, σύμφωνα με την αρχή ένα μέλος μία ψήφος, ανεξάρτητα από τη συνεισφορά κάθε μέλους.

γγ) Το καταστατικό του προβλέπει περιορισμούς στη διανομή του ως εξής:

i. ποσοστό τουλάχιστον 5% διατίθεται για το σχηματισμό αποθεματικού,

ii. ποσοστό έως 35% αποδίδεται στους εργαζόμενους του Φορέα, εκτός κι αν τα 2/3 των μελών της Γενικής Συνέλευσης αποφασίσουν αιτιολογημένα τη διάθεση του ποσοστού αυτού σε δραστηριότητες του στοιχείου iii,

iii. το υπόλοιπο διατίθεται για τη δημιουργία νέων θέσεων εργασίας και τη διεύρυνση της παραγωγικής του δραστηριότητας.

δδ) Εφαρμόζει σύστημα σύγκλισης στην αμοιβή της εργασίας, κατά το οποίο ο ανώτατος καθαρός μισθός δεν μπορεί να υπερβαίνει περισσότερο από τρεις φορές τον κατώτατο, εκτός και αν τα 2/3 των μελών της Γενικής Συνέλευσης αποφασίσουν διαφορετικά. Η υποχρέωση του προηγούμενου εδαφίου ισχύει και σε οποιαδήποτε μορφή σύμπραξης δύο ή περισσότερων Φορέων ΚΑΛΟ.

εε) Αποβλέπει στην ενδυνάμωση των οικονομικών δραστηριοτήτων του και τη μεγιστοποίηση της παραγόμενης κοινωνικής ωφέλειας μέσω της οριζόντιας και ισότιμης δικτύωσης με άλλους φορείς ΚΑΛΟ.

στστ) Δεν έχει ιδρυθεί και δεν διοικείται άμεσα ή έμμεσα από Ν.Π.Δ.Δ. ή Ο.Τ.Α. α' ή β' βαθμού ή από άλλο νομικό πρόσωπο του ευρύτερου δημόσιου τομέα.

Στο νόμο αυτό αποσαφηνίζονται επίσης κάποιες νέες έννοιες ως εξής:

Συλλογική ωφέλεια: Η από κοινού εξυπηρέτηση των αναγκών των μελών του Φορέα Κ.Α.Λ.Ο., μέσα από τη δημιουργία ισότιμων σχέσεων παραγωγής, τη δημιουργία θέσεων σταθερής και αξιοπρεπούς εργασίας.

Κοινωνική ωφέλεια: Η εξυπηρέτηση κοινωνικών αναγκών τοπικού ή ευρύτερου χαρακτήρα αξιοποιώντας την κοινωνική καινοτομία, μέσα από δραστηριότητες βιώσιμης ανάπτυξης ή παροχής κοινωνικών υπηρεσιών γενικού ενδιαφέροντος ή παροχής υπηρεσιών ένταξης ευάλωτων ή ειδικών ομάδων, όπως αυτές ορίζονται στον σχετικό άρθρο του Νόμου 4430/2016.

Κοινωνική καινοτομία: Η παραγωγή προϊόντων και η παροχή υπηρεσιών που ικανοποιούν κοινωνικές ανάγκες και βασίζονται στην ενεργοποίηση κοινωνικών δυνάμεων τόσο του κόσμου της εργασίας κατά τη διαδικασία παραγωγής, όσο και της υπόλοιπης κοινωνίας που δέχεται τα προϊόντα και τις υπηρεσίες κατά τη διαδικασία της κατανάλωσής τους. Η κοινωνική καινοτομία, που δίνει λύσεις εκεί που η αγορά δε θέλει ή αποτυγχάνει και το κράτος αδυνατεί, συμβάλλει στην εναρμόνιση προσφοράς και ζήτησης και στη διαμόρφωση νέου τύπου κοινωνικών σχέσεων που βασίζονται στη συλλογικότητα, στην ισοτιμία, και όχι στον ανταγωνισμό.

Βιώσιμη ανάπτυξη: Περιλαμβάνει οικονομικές δραστηριότητες, εμπορικές ή ανταλλακτικές που στοχεύουν στην αειφορία του φυσικού περιβάλλοντος, προωθούν τη διαγενεακή ισοτιμία και την πολυπολιτισμική συμφιλίωση, με έμφαση στις ιδιαιτερότητες των τοπικών κοινωνιών. Μερικές από τις δραστηριότητες που περιλαμβάνει είναι :

✓ Η προστασία και αποκατάσταση του φυσικού περιβάλλοντος και της βιοποικιλότητας.

✓ Η αειφόρος γεωργία και κτηνοτροφία και ιδιαίτερα η τοπικά και περιφερειακά υποστηριζόμενη γεωργία ή κτηνοτροφία, που συμβάλλει στην ανάπτυξη απευθείας εμπορικών σχέσεων μεταξύ παραγωγών και καταναλωτών και ενισχύει την προσβασιμότητα σε είδη πρώτης ανάγκης των ασθενέστερων οικονομικά ομάδων του πληθυσμού.

✓ Το δίκαιο και αλληλέγγυο εμπόριο, που επιδιώκει μεγαλύτερη ισοτιμία στο διεθνές και εγχώριο εμπόριο, προσφέροντας καλύτερους όρους εμπορίας των προϊόντων και διασφαλίζοντας τα δικαιώματα των περιθωριοποιημένων παραγωγών και εργαζομένων.

✓ Η παραγωγή ενέργειας από ανανεώσιμες πηγές σε μικρή κλίμακα.

✓ Η μείωση της παραγωγής αποβλήτων και απορριμμάτων σε τοπικό επίπεδο, με συμμετοχή των πολιτών, μέσα από την επαναχρησιμοποίηση, αξιοποίηση, ανακύκλωση των αποβλήτων.

✓ Η κατασκευή και συντήρηση υποδομών και ενέργειας σε συνεργασία με τις τοπικές κοινωνίες.

✓ Ο εναλλακτικός, θεματικός και ήπιος τουρισμός κ.ά..

Κοινωνικές υπηρεσίες γενικού ενδιαφέροντος: Οι υπηρεσίες που είναι προσβάσιμες από όλους, προάγουν την ποιότητα ζωής και παρέχουν κοινωνική προστασία σε ευάλωτες ομάδες (όπως ηλικιωμένοι, βρέφη, παιδιά, άτομα με αναπηρία και χρόνιες παθήσεις) και περιλαμβάνουν την εκπαίδευση, την υγεία, την κοινωνική στέγαση, την κοινωνική σίτιση, τη μακροχρόνια φροντίδα και τις υπηρεσίες κοινωνικής αρωγής.

Κοινωνική ένταξη: Η δημιουργία των προϋποθέσεων για την ισότιμη συμμετοχή στην κοινωνική και οικονομική ζωή ατόμων που ανήκουν στις ευάλωτες και τις ειδικές ομάδες.

Ευάλωτες ομάδες: Εκείνες που η ένταξή τους στην κοινωνική και οικονομική ζωή εμποδίζεται από σωματικά και ψυχικά αίτια ή λόγω κάποιας παραβατικής συμπεριφοράς. Σε αυτές ανήκουν:

✓ τα άτομα με αναπηρία οποιασδήποτε μορφής,

✓ τα άτομα με προβλήματα εξάρτησης από ουσίες ή τα απεξαρτημένα άτομα,

✓ οι ανήλικοι με παραβατική συμπεριφορά,

✓ οι φυλακισμένοι/ες και αποφυλακισμένοι/ες.

Ειδικές ομάδες: Εκείνες που βρίσκονται σε μειονεκτική θέση ως προς την ομαλή ένταξή τους στην αγορά εργασίας, λόγω οικονομικών, κοινωνικών ή πολιτισμικών αιτιών . Σε αυτές ανήκουν:

✓ τα θύματα ενδοοικογενειακής βίας,

✓ τα θύματα παράνομης διακίνησης και εμπορίας ανθρώπων,

✓ οι άστεγοι,

✓ τα άτομα που διαβιούν σε συνθήκες φτώχειας,

✓ οι οικονομικοί μετανάστες,

✓ οι πρόσφυγες και οι αιτούντες άσυλο,

✓ οι αρχηγοί μονογονεϊκών οικογενειών,

✓ τα άτομα με πολιτισμικές ιδιαιτερότητες,

✓ οι μακροχρόνια άνεργοι έως είκοσι πέντε ετών και άνω των πενήντα ετών.

1.5. Το Μέγεθος της ΚΑΛΟ στην Ελλάδα

Σύμφωνα με την ταξινόμηση που ακολούθησε η έρευνα που διενεργήθηκε από το British Council (2018), στο πλαίσιο της τεχνικής βοήθειας που παρέχει η Μεγάλη Βρετανία στη χώρα μας, οι φορείς της ΚΑΛΟ ταξινομήθηκαν σε τρεις κατηγορίες:

Κατηγορία Α: Φορείς της ΚΑΛΟ με νομική μορφή ή/και καθεστώς ΚΑΛΟ σύμφωνα με τους νόμους 4019/2011 και 4430/2016, οι οποίοι είναι εγγεγραμμένοι στο ΥΠ.Ε.Κ.Α.Α. Περιλαμβάνονται πέντε ομάδες:

1. Κοινωνικές συνεταιριστικές επιχειρήσεις (Κοιν.Σ. Επ.), δηλαδή μη κερδοσκοπικούς φορείς με δηλωμένο συλλογικό και κοινωνικό όφελος.

2. Κοινωνικοί συνεταιρισμοί περιορισμένης ευθύνης (Κοι.Σ.Π.Ε.), οι οποίοι όπως και οι κοινωνικές συνεταιριστικές επιχειρήσεις είναι κοινωνικές επιχειρήσεις συνεταιριστικής μορφής και επικεντρώνονται στην κοινωνική και οικονομική ενσωμάτωση ατόμων με ψυχοκοινωνικές διαφορές.

3. Συνεταιρισμοί εργαζομένων με τουλάχιστον τρία μέλη, οι οποίοι είναι επίσης μη κερδοσκοπικοί.

4. Αστικές μη κερδοσκοπικές εταιρίες (Α.Μ.Κ.Ε.) οι οποίες περιλαμβάνονται στο νέο μητρώο (σύμφωνα με το νόμο 4430/2016) από τον Ιανουάριο έως τον Απρίλιο του 2017.

5. Αστικοί συνεταιρισμοί που περιλαμβάνονται στο νέο μητρώο (σύμφωνα με τον νόμο 4430/2016) από τον Ιανουάριο έως τον Απρίλιο του 2017.

Κατηγορία Β: Φορείς της ΚΑΛΟ με νομική μορφή οι οποίοι δεν είναι εγγεγραμμένοι στο Μητρώο του ΥΠ.Ε.Κ.Α.Α και περιλαμβάνει τρεις ομάδες:

1. Φορείς που πληρούν τα κριτήρια του νόμου 4430/2016 για εγγραφή στο ΥΠ.Ε.Κ.Α.Α., αλλά δεν είναι εγγεγραμμένοι επί του παρόντος.

2. Φορείς που δεν πληρούν τα κριτήρια του νόμου 4430/2016 αλλά μπορούν να χαρακτηριστούν ως φορείς της ΚΑΛΟ καθώς οι κύριοι στόχοι τους σχετίζονται με την επίλυση ενός κοινωνικού προβλήματος μέσω της επιχειρηματικότητας, παρότι συχνά δεν έχουν συνεταιριστική βάση.

3. Άλλες νομικές οντότητες, συμπεριλαμβανομένων των αστικών και αγροτικών συνεταιρισμών σύμφωνα με τη νομοθεσία 1667/1986, ΑΜΚΕ και συλλόγων και σωματείων.

Κατηγορία Γ: Άτυπες πρωτοβουλίες της ΚΑΛΟ, χωρίς νομική μορφή.

Αυτή η κατηγορία περιλαμβάνει αυτο-οργανωμένες, δημοκρατικά και συμμετοχικά σχεδιασμένες πρωτοβουλίες με λαϊκή βάση, π.χ.: δίκτυα «χωρίς μεσάζοντες», κοινωνικές κουζίνες, κοινωνικά παντοπωλεία, τράπεζες χρόνου, ανταλλακτικά παζάρια, πρωτοβουλίες αλληλέγγυας εκπαίδευσης, πολυλειτουργικοί ανοικτοί χώροι δημιουργικότητας,, κ.ά..

Η μεθοδολογία που χρησιμοποιήθηκε από το Βρετανικό Συμβούλιο για την εκτίμηση του μεγέθους του τομέα βασίζεται σε διαφορετικές πηγές, προκειμένου να σχηματισθεί μια σχετικά αξιόπιστη εικόνα των φορέων της ΚΑΛΟ στην Ελλάδα.

Σύμφωνα με το **παλαιό μητρώο** του ΥΠ.Ε.Κ.Α.Α. (Απρίλιος 2017), το οποίο περιλαμβάνει φορείς που πληρούν τα κριτήρια του νόμου του 2011, **859** από τους 882 εγγεγραμμένους φορείς ταξινομούνται ως κοινωνικές συνεταιριστικές επιχειρήσεις (ΚοινΣΕπ), άλλοι 263 ως φορείς που δεν είναι εγγεγραμμένοι στο μητρώο και 120 ως άτυπες πρωτοβουλίες.

Κατηγορία ΚΑΛΟ	Αριθμός φορέων
A	882
B	263
Γ	120

Μετά την ψήφιση του Ν.4430/2016, την έναρξη ισχύος του στις 31 Οκτωβρίου 2016 και την έκδοση της εφαρμοστικής Υπουργικής Απόφασης 61621/Δ5.2643 (30-12-2016), (ΦΕΚ 56/Β/2017), ενεργοποιήθηκαν οι διαδικασίες σύστασης νέων Κοιν.Σ.Επ και Συνεταιρισμών Εργαζομένων και μετάπτωσης των υφιστάμενων Φορέων, που είχαν συσταθεί βάσει του Ν.4019/2011, στο νέο Γενικό Μητρώο Φορέων Κ.Α.Λ.Ο. του Ν.4430/2016. Παράλληλα, ενεργοποιήθηκε η εγγραφή άλλων Φορέων (π.χ. ΑΜΚΕ, Σωματεία κ.ά.) στο Ειδικό Μητρώο Φορέων Κ.Α.Λ.Ο..

Από τις 10 Φεβρουαρίου 2018, εφαρμόζεται πλέον η ηλεκτρονική υποβολή όλων των αιτήσεων, με αποτέλεσμα να συντομεύεται σημαντικά ο χρόνος διεκπεραίωσης τους. Με βάση τις ετήσιες εκθέσεις που υποβάλλουν οι φορείς στο σχετικό Μητρώο, οι οποίες εξετάζονται από το Τμήμα Παρακολούθησης και Ελέγχου Φορέων Κ.ΑΛ.Ο. της Διεύθυνσης Κοινωνικής και Αλληλεγγύης Οικονομίας, ο αριθμός των ενεργών φορέων που τήρησαν την υποχρέωση αυτή ανέρχονται σε 374, έως το τέλος του 2016.

Πλήθος ΚΟΙΝΣΕΠ στην Περιφέρεια Κεντρικής Μακεδονίας

Περιφερειακή Ενότητα	Πλήθος ΚΟΙΝ.Σ.ΕΠ	Ποσοστό
Π.Ε. ΗΜΑΘΙΑΣ	7	5%
Π.Ε. ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ	113	77%
Π.Ε. ΚΙΛΚΙΣ	4	3%
Π.Ε. ΠΕΛΛΑΣ	2	1%
Π.Ε. ΠΙΕΡΙΑΣ	3	2%
Π.Ε. ΧΑΛΚΙΔΙΚΗΣ	7	5%
Π.Ε. ΣΕΡΡΩΝ	11	7%
ΣΥΝΟΛΟ	147	100%

Όπως φαίνεται από το παραπάνω πίνακα πάνω από 3 στις 4 ΚΟΙΝΣΕΠ δραστηριοποιούνται στο νομό Θεσσαλονίκης. Ακολουθεί η περιφερειακή ενότητα των Σερρών, έπειτα της Ημαθίας και της Χαλκιδικής και τέλος η περιφερειακή ενότητα του Κιλκίς, της Πιερίας και της Πέλλας.

1. Διαδικασία Σύστασης εναλλακτικών φορέων ΚΑΛΟ – Εγγραφή στο Γενικό Μητρώο

Σύμφωνα με το άρθρο 4 «Γενικό Μητρώο Φορέων Κοινωνικής και Αλληλεγγύης Οικονομίας» του νέου Νόμου για την Κοινωνική και Αλληλεγγύη Οικονομία, συνιστάται Γενικό Μητρώο Φορέων Κοινωνικής και Αλληλεγγύης Οικονομίας, το οποίο τηρείται σε ηλεκτρονική μορφή. Η τήρηση και η λειτουργία του Γενικού Μητρώου ρυθμίζονται με απόφαση του Υπουργού Εργασίας, Κοινωνικής Ασφάλισης και Κοινωνικής Αλληλεγγύης.

1.1. Σύσταση της Κοινωνικής Συνεταιριστικής Επιχείρησης

Η σύσταση Κοιν.Σ.Επ. και η υπαγωγή της στις διατάξεις του νόμου αυτού συντελείται με την εγγραφή της στο Μητρώο, οπότε αποκτά νομική προσωπικότητα και εμπορική ιδιότητα. Η αίτηση, το Καταστατικό και τα λοιπά απαιτούμενα έγγραφα κατατίθενται για έγκριση στο Τμήμα Μητρώου. Για τη σύσταση Κοιν.Σ.Επ. Συλλογικής και Κοινωνικής Ωφέλειας απαιτείται η συμμετοχή σε αυτήν και η υπογραφή του καταστατικού της από τουλάχιστον πέντε (5) πρόσωπα, φυσικά ή νομικά, και από τουλάχιστον επτά (7), αν πρόκειται για Κοιν.Σ.Επ. Ένταξης. Το καταστατικό της Κοιν.Σ.Επ. πρέπει να εξειδικεύει τη συνδρομή των προϋποθέσεων του άρθρου 3 και να περιέχει:

α) Την επωνυμία, την έδρα και το σκοπό της Κοιν.Σ.Επ. Ως έδρα ορίζεται ο δήμος, στην περιφέρεια του οποίου έχει την έδρα του ο φορέας. Η επωνυμία της Κοιν.Σ.Επ. ορίζεται από το σκοπό της και το είδος της Κοιν.Σ.Επ. Ονόματα μελών ή τρίτων δεν περιλαμβάνονται στην επωνυμία της Κοιν.Σ.Επ..

β) Για τα φυσικά πρόσωπα: τα ονοματεπώνυμα, της διευθύνσεις κατοικίας, της Α.Φ.Μ. των ιδρυτικών μελών και αντίστοιχα για τα νομικά πρόσωπα: την επωνυμία, την έδρα, τον Α.Φ.Μ. και τον αριθμό Γ.Ε.Μ.Η.

γ) Τους όρους εξόδου και εισόδου των μελών και της λόγους αποβολής της μέλους.

Δ) Την έκταση της ευθύνης των μελών της, όπως ορίζεται στην παράγραφο 5 του άρθρου 16.

Ε) Το ύψος της συνεταιριστικής μερίδας.

Στ) Τον ορισμό της προσωρινής Διοικούσας Επιτροπής που θα μεριμνήσει για την έγκρισή του και τη σύγκληση της πρώτης γενικής συνέλευσης για ανάδειξη των οργάνων διοίκησης της Κοιν.Σ.Επ.

Οι Κοιν.Σ.Επ. διακρίνονται σε δύο κατηγορίες, στις Κοιν.Σ.Επ. Ένταξης και Κοιν.Σ.Επ. Συλλογικής και Κοινωνικής ωφέλειας. Και οι δύο μορφές κοινωνικών επιχειρήσεων αποτελούν δυναμικά εργαλεία οικονομικής ανάπτυξης εξυπηρετώντας παράλληλα κοινωνικούς σκοπούς.

1.2. Σύσταση Συνεταιρισμού Εργαζομένων

Η σύσταση Συνεταιρισμού Εργαζομένων και η υπαγωγή του της διατάξεις του νόμου 4430/2016 συντελείται με την εγγραφή του στο Μητρώο, οπότε αποκτά νομική προσωπικότητα και εμπορική ιδιότητα. Η αίτηση, το καταστατικό και τα λοιπά απαιτούμενα έγγραφα κατατίθενται της έγκριση στο Τμήμα Μητρώου.

Για τη σύσταση Συνεταιρισμού Εργαζομένων απαιτείται η συμμετοχή σε αυτήν και η υπογραφή του καταστατικού της από **τουλάχιστον τρία φυσικά πρόσωπα**. Το καταστατικό πρέπει να περιέχει:

α) Την επωνυμία, την έδρα και το σκοπό του Συνεταιρισμού Εργαζομένων. Ως έδρα ορίζεται ο δήμος, στην περιφέρεια του οποίου έχει την έδρα του ο φορέας. Η επωνυμία του Συνεταιρισμού Εργαζομένων ορίζεται από το σκοπό του και την έκταση της ευθύνης των μελών του. Ονόματα μελών ή τρίτων δεν περιλαμβάνονται στην επωνυμία,

β) τα ονοματεπώνυμα, της διευθύνσεις κατοικίας, της Α.Φ.Μ. των ιδρυτικών μελών,

γ) της όρους εισόδου και εξόδου των μελών και της λόγους αποβολής των μελών,

δ) το ύψος της συνεταιριστικής μερίδας,

ε) τον ορισμό του προσωρινού Διοικητικού Συμβουλίου που θα μεριμνήσει για την έγκρισή του και τη σύγκληση της πρώτης γενικής συνέλευσης για ανάδειξη των οργάνων διοίκησης του Συνεταιρισμού Εργαζομένων.

1.3. Η Διαδικασία Εγγραφής και άλλων εργασιών στο Ηλεκτρονικό Μητρώο.

Σύμφωνα με τον Νόμο 4430/2016 (ΦΕΚ 205/Α/2016) όπως έχει τροποποιηθεί και ισχύει, αλλά και την Υ.Α 61621/Δ5.2643/2016 (ΦΕΚ 56/Β/2017) όπως τροποποιήθηκε και ισχύει, 'το Γενικό Μητρώο Κοινωνικής και Αλληλέγγυας Οικονομίας τηρείται σε ηλεκτρονική μορφή και η πρόσβαση σε αυτό γίνεται ατελώς. Είναι ελεύθερα προσβάσιμο και υπόκειται στους κανόνες της διαφάνειας μέσω της ανάρτησης των εγγραφών του στο αντίστοιχο ιστολόγιο, αλλά και της δυνατότητας πληροφόρησης κάθε ενδιαφερόμενου'. Ως διαδικτυακή πύλη (e-kalo) για την ηλεκτρονική υποβολή αιτήσεων στο Γενικό Μητρώο Φορέων Κοινωνικής και Αλληλέγγυας Οικονομίας ορίζεται ο ιστότοπος **kalo.yeka.gr** και η υποβολή είναι πλέον υποχρεωτική από 10/02/2018.

Οι εργασίες οι οποίες υλοποιούνται μέσω της ειδικής διαδικτυακής πύλης είναι:

✓ **Εγγραφή** στο Γενικό Μητρώο Φορέων Κοινωνικής και Αλληλέγγυας Οικονομίας (αρ.9-12,17-18, 23-24 της Υ.Α)

✓ Χορήγηση **Πιστοποιητικού Μέλους**(αρ.16, 21,27 της Υ.Α)

✓ Χορήγηση **βεβαιώσεων καταχώρησης τροποποιήσεων στοιχείων** του Φορέα (Καταστατικού ή Οργάνου Διοίκησης) (αρ.13,19,25 της Υ.Α)

✓ Χορήγηση **βεβαιώσεων μεταβολών** (βεβαίωση τροποποιήσεων Καταστατικού, σύνθεσης Οργάνου Διοίκησης, μη λύσης-μη εκκαθάρισης)

✓ Χορήγηση **βεβαιώσεων διαγραφής** από το Γενικό Μητρώο Φορέων Κοινωνικής και Αλληλέγγυας Οικονομίας. (αρ.14-15,20,26 της Υ.Α).

Οι βεβαιώσεις που εκδίδονται και χορηγούνται ηλεκτρονικά μέσω της ειδικής διαδικτυακής πύλης, αποτελούν διοικητικά έγγραφα και είναι έγκυρα για κάθε χρήση από τους ενδιαφερομένους. Δυνατότητα χρήσης της ειδικής διαδικτυακής πύλης έχουν όλοι οι πολίτες, εφ' όσον έχουν ήδη πιστοποιηθεί στο σύστημα, χρησιμοποιώντας τη διαδικασία και τους κωδικούς πιστοποίησης της ΑΑΔΕ (taxisnet).

✓ **Υποβολή αίτησης εγγραφής:** Υποβάλλεται από μέλος της υπό σύσταση Κοιν.Σ.Επ ή Συνεταιρισμού Εργαζομένων ή από εξουσιοδοτημένο τρίτο άτομο με τα εξής συνημμένα αρχεία: Καταστατικό υπογεγραμμένο από όλα τα μέλη, που υποβάλλεται σκαναρισμένο.

✓ Υπεύθυνες δηλώσεις μελών περί μη συμμετοχής σε άλλη Κοιν.Σ.Επ ή Συν. Εργαζομένων με ίδια δραστηριότητα (θεωρημένες από Δημόσια Αρχή)

✓ Σε περίπτωση συμμετοχής Νομικού προσώπου απαιτούνται νομιμοποιητικά έγγραφα για την εκπροσώπηση του.

Ειδικά για τις Κοιν.Σ.Επ Ένταξης απαιτείται επιπλέον συνημμένα:

✓ Δικαιολογητικά που πιστοποιούν την ιδιότητα μέλους (Ειδική ή Ευάλωτη Ομάδα)

Μόνο η εγγραφή στο Ειδικό Μητρώο προσδίδει την ιδιότητα του Φορέα Κ.Α.Λ.Ο σε έναν οργανισμό.

Εξέταση αίτησης εγγραφής: Ο εκτιμώμενος χρόνος ανέρχεται σε περίπου **25-35 ημέρες**. Σε περίπτωση παρατηρήσεων/διορθώσεων, ακολουθεί υποβολή συμπληρωματικής/διορθωτικής αίτησης η οποία συσχετίζεται στο σύστημα με την αρχική. Σε περίπτωση έγκρισης, ακολουθεί η υποβολή των δικαιολογητικών σε φυσική μορφή.

Αίτηση Υποβολής Καταστατικού:

✓ Υποβάλλεται σε φυσική μορφή στην Υπηρεσία Πρωτοκόλλου του Υπουργείου (Σταδίου 29, 1^{ος} οροφος)

✓ Καταχωρείται ηλεκτρονικά από τα στελέχη της Υπηρεσίας

✓ Διεκπεραιώνεται ηλεκτρονικά στο mail που έχει δηλώσει ο Φορέας

Ο ενδιαφερόμενος θα πρέπει να εισέλθει στην Αίτηση Υποβολής Καταστατικού και να εκτυπώσει τα αρχεία pdf της βεβαίωσης εγγραφής και του επικυρωμένου αντίγραφου Καταστατικού. Με αυτά, πηγαίνει στην Δ.Ο.Υ για έναρξη εργασιών.

Αίτηση προσθετών στοιχείων εγγραφής (Αφορά Κοιν.Σ.Επ και Συν. Εργαζομένων)

Υποβάλλεται εντός 30 ημερών από την βεβαίωση εγγραφής και η είσοδος γίνεται με κωδικούς taxisnet του φυσικού προσώπου που έκανε και την αίτηση εγγραφής. Συνημμένα:

✓ Πρακτικά ΓΣ και Διοικούσας Επιτροπής για εκλογή και συγκρότηση

✓ Έναρξη Δ.Ο.Υ

Αίτηση τροποποίησης Στοιχείων Φορέα

Α. Τροποποίηση Καταστατικού. Συνημμένα:

✓ Τροποποιημένο Καταστατικό

✓ Πρακτικό ΓΣ

✓ Υ/Δ νέων μελών

Β) Τροποποίηση Οργάνου Διοίκησης. Συνημμένα:

✓ Πρακτικό ΓΣ για εκλογή και Πρακτικό Οργάνου Διοίκησης για συγκρότηση σε σώμα

Γ) Λοιπές αλλαγές (π.χ αλλαγή ΚΑΔ, αλλαγή δ/νσης.

Αίτηση Πιστοποιητικού Μέλους του Μητρώου. Υποβάλλεται έως τέλη Ιουνίου.

Συνημμένα:

- ✓ Πρακτικό ΓΣ
- ✓ Οικονομικές καταστάσεις
- ✓ Απολογισμός-Προγραμματισμός
- ✓ Στοιχεία για την απασχόληση

Αίτηση διαγραφής . Συνημμένα:

- ✓ Πρακτικό ΓΣ για λύση της επιχείρησης.

2. Βασικά βήματα για επιτυχημένη εκκίνηση

Η ίδρυση μιας κοινωνικής επιχείρησης συνιστά μια επίπονη και χρονοβόρα προσπάθεια που απαιτεί προσεκτική προετοιμασία, δεδομένου ότι σε αυτήν καλούνται να συνεισφέρουν πολλά και διαφορετικά φυσικά πρόσωπα - εταίροι με διαφορετικές γνώσεις, δεξιότητες, εμπειρίες και νοοτροπία. Τα βασικά βήματα για την επιτυχημένη εκκίνηση και την ορθολογική λειτουργία μιας κοινωνικής επιχείρησης συνοψίζονται στα εξής:

➤ **Ορισμός συνεταιριστικών κοινωνικών στόχων:** Οι στόχοι δίνουν την κατεύθυνση και βοηθούν να φτάσει η επιχείρηση στην επιτυχία, σε συντομότερο χρόνο, με μικρότερη προσπάθεια, λιγότερο κόστος, λιγότερες συγκρούσεις και απογοητεύσεις.

➤ **Προσδιορισμός ενός βιώσιμου τμήματος της αγοράς για το προϊόν/υπηρεσία της κοινωνικής επιχείρησης:** Αν η αγορά δεν αποδεχθεί την ιδέα, δεν υπάρχουν πιθανότητες επιτυχίας του εγχειρήματος. Επομένως πρώτα πρέπει να προσδιοριστούν οι ανάγκες της κοινωνίας, οι ανάγκες των πελατών, που δεν έχουν καλυφθεί και έπειτα να αναπτυχθεί ένα προϊόν ή μία υπηρεσία, δηλαδή η πρόταση αξίας της επιχείρησης.

➤ **Δημιουργία ενός αρχικού επιχειρηματικού μοντέλου:** Το μοντέλο αυτό περιγράφει πως διαμορφώνουμε την πρόταση αξίας της επιχείρησης μας, πως διατηρούμε και ενισχύουμε τους πελάτες μας, με ποια κανάλια διανομής τους προσεγγίζουμε, ποιες είναι οι κύριες δραστηριότητες και οι βασικοί πόροι μας, με ποιους συνεργαζόμαστε, ποιοι παράγοντες διαμορφώνουν τα κόστη μας και με ποιους τρόπους θα επιτυγχάνουμε έσοδα.

➤ **Ανάπτυξη ενός σχεδίου μάρκετινγκ:** Ο σκοπός του σχεδίου μάρκετινγκ είναι να περιγράψει τον τρόπο με τον οποίο η κοινωνική επιχείρηση θα προσεγγίσει και θα διατηρήσει κερδοφόρους πελάτες, υπηρετώντας παράλληλα τον κοινωνικό της σκοπό. Αυτό το σχέδιο μάρκετινγκ, θα αποτελέσει αναπόσπαστο μέρος του συνολικού **επιχειρηματικού σχεδίου**, θα πρέπει να ολοκληρωθεί ταυτόχρονα με το ξεκίνημα της επιχείρησης και να δηλώνει σε ποιους απευθύνονται τα προϊόντα ή οι υπηρεσίες, πώς γίνεται η διείσδυση στην αγορά, με ποιο τρόπο διαφημίζεται και -το πιο σημαντικό- ποιο θα πρέπει να είναι το ύψος των πωλήσεων σε ετήσια βάση για τα επόμενα χρόνια, ώστε να μπορέσει η επιχείρηση να εξασφαλίσει τη βιωσιμότητα της.

➤ **Δημιουργία αρχικού κοινωνικού επιχειρηματικού σχεδίου:** Η αρχική έκδοση του επιχειρηματικού σχεδίου είναι μια σύνοψη της κατεύθυνσης προς την οποία θα οδηγηθεί η κοινωνική επιχείρηση, μια ανάλυση των δυνατών και αδύνατων σημείων, καθώς και μια όσο το δυνατόν καλύτερη αποτύπωση του εξωτερικού περιβάλλοντος και του ανταγωνισμού στο οποίο καλείται να λειτουργήσει η επιχείρηση.

➤ **Διαμόρφωση συνεταιριστικής ομάδας (μέλη, εργαζόμενοι):** Το αρχικό κοινωνικό

επιχειρηματικό σχέδιο που θα έχει ήδη καταρτιστεί θα βοηθήσει στην αξιοποίηση των μελών της κοινωνικής επιχείρησης, αλλά και στην προσέλκυση ικανών νέων εταίρων, συνεργατών, εργαζομένων με προσόντα. Πριν αναπτυχθεί το επίσημο επιχειρηματικό σχέδιο, πρέπει να διασφαλισθεί η καλλιέργεια καλού κλίματος συνεννόησης και συνεργασίας μεταξύ των εταίρων και η εξασφάλιση συναντίληψης ως προς τους στόχους, τόσο μεταξύ των εταίρων όσο και μεταξύ των εργαζομένων (εφόσον υπάρχουν).

➤ **Προσδιορισμός των οικονομικών αναγκών:** Μετά την ανάπτυξη του αρχικού επιχειρηματικού σχεδίου, πρέπει να ξεκινήσει ο προσδιορισμός των οικονομικών αναγκών, που θα ενσωματωθούν στο επίσημο σχέδιο. Η ανάλυση της αγοράς και των κοινωνικών αναγκών οδηγεί σε προβλέψεις οικονομικών μεγεθών, οι οποίες θα καθορίσουν το επίπεδο στελέχωσης της κοινωνικής επιχείρησης και αυτό με τη σειρά του θα καθορίσει τον λειτουργικό προϋπολογισμό, ώστε να επιτευχθεί το συντομότερο δυνατόν η οικονομική αυτάρκεια της επιχείρησης.

➤ **Ανάπτυξη στρατηγικής προώθησης για χρηματοδοτήσεις:** Η στρατηγική αυτή δεν αναφέρεται στο μάρκετινγκ για τη διάθεση των προϊόντων ή των υπηρεσιών, αλλά σε μια στρατηγική για την προώθηση των σκοπών και της οικονομικής βιωσιμότητας της κοινωνικής επιχείρησης σε χρηματοπιστωτικούς οργανισμούς, ώστε να εξασφαλισθεί η αναγκαία χρηματοδότηση και στήριξη για την απρόσκοπτη λειτουργία και τη μελλοντική ανάπτυξη της.

➤ **Διαφήμιση προϊόντων/υπηρεσιών και διαχείριση της ‘εικόνας’ και της φήμης:** Το βήμα αυτό αφορά στη συνεχή διαχείριση και διαφήμιση της κοινωνικής επιχείρησης και του κοινωνικού έργου που προσφέρει. Για την επιτυχία του συγκεκριμένου βήματος χρειάζεται σύμπνοια και συνεργατικό πνεύμα, εξωστρέφεια, δεξιότητες μάρκετινγκ κ.ά., ώστε να διασφαλισθεί η ανάπτυξη της δικτύωσης και η ενίσχυση της βιωσιμότητας της.

2.1. Η διαμόρφωση της συνεταιριστικής ομάδας

Σε περιόδους οικονομικής κρίσης, όπως αυτή που ζούμε την τελευταία δεκαετία, η έλλειψη κεφαλαίου μεταξύ των νοικοκυριών και η αδυναμία δανεισμού από το πιστωτικό σύστημα, αναδεικνύουν τους ανθρώπινους πόρους ως τον βασικότερο συντελεστή παραγωγής σε μια κοινωνική επιχείρηση. Η μετατροπή τους σε δημιουργική και παραγωγική ομάδα, δεν είναι ούτε αυτονόητο ούτε εύκολο και προϋποθέτει στοιχεία, όπως:

✓ **Κοινές αξίες:** Ποιες είναι οι ηθικές αρχές που θα καθοδηγούν την κοινωνική επιχείρηση (π.χ. πρώτες ύλες από την τοπική αγορά ή από όπου βρούμε φτηνότερα;). Η διατύπωσή τους από την αρχή και κυρίως η καταγραφή τους σε έναν εσωτερικό κανονισμό λειτουργίας, βάζουν τα θεμέλια για κοινή πορεία και κατεύθυνση, λιγότερες εσωτερικές συγκρούσεις και ξεκάθαρο μήνυμα προς την αγορά και την κοινωνία.

✓ **Συλλογικότητα στη λειτουργία:** Έννοιες όπως η ιεραρχία, οι εντολές, ο εσωτερικός ανταγωνισμός, που υπάρχουν στις ιδιωτικές επιχειρήσεις δεν έχουν σχέση με το συνεταιριστικό πλαίσιο λειτουργίας των κοινωνικών επιχειρήσεων και οι εταίροι θα πρέπει να μάθουν να λειτουργούν συλλογικά και να μετέχουν όλοι τόσο στη λήψη αποφάσεων όσο και στην καθημερινή λειτουργία της.

✓ **Κοινές προσδοκίες:** Οι αρχικοί εταίροι ξεκινούν με διαφορετικές προσωπικές προσδοκίες από τη συμμετοχή σε μια κοινωνική επιχείρηση. Επομένως θα πρέπει να ξεκαθαριστεί από την αρχή

- Πόσες ώρες θέλω και μπορώ να εργάζομαι;
- Πόσα χρήματα χρειάζομαι;
- Με τι αντικείμενο εργασίας θα χρειαστεί να ασχολούμαι;

Αυτές οι ερωτήσεις πρέπει να απαντηθούν προσωπικά και να συμφωνηθούν συλλογικά, έτσι ώστε να αντιμετωπιστούν δυσκολίες όπως ανάγκη για υπερωρίες, χαμηλές αμοιβές, πρόβλημα ρευστότητας κ.ά..

✓ **Απαιτούμενες Γνώσεις/ Δεξιότητες - Κατανομή Καθηκόντων:** Ενώ συνήθως τα ιδρυτικά μέλη διαθέτουν τις απαιτούμενες ικανότητες και γνώσεις για την κύρια δραστηριότητα, συχνά υποτιμούν την αναγκαιότητα των υποστηρικτικών λειτουργιών όπως: λογιστική παρακολούθηση, οικονομική διαχείριση, διαχείριση ανθρώπινου δυναμικού, καθαριότητα/συντήρηση χώρων και εξοπλισμού, τεχνική υποστήριξη κλπ.. Ως αποτέλεσμα, δεν καλύπτονται ικανοποιητικά τα συγκεκριμένα καθήκοντα είτε δημιουργούν φόρτο εργασίας, άγχος και δυσφορία σε κάποια μέλη. Είναι σημαντικό να καταγραφούν από την αρχή οι απαιτούμενες εργασίες και να αποφασιστεί ένα σύστημα κατανομής των καθηκόντων είτε σε μέλη είτε σε εξωτερικούς συνεργάτες.

✓ **Επιλογή μελών-εταίρων:** Είναι κρίσιμο να τεθούν συγκεκριμένα κριτήρια και διαδικασίες για την είσοδο νέων μελών. Ορισμένοι συνεταιρισμοί εγκρίνουν την είσοδο νέων μελών μόνο εφόσον προτείνονται από υπάρχοντα μέλη. Σε εργατικούς συνεταιρισμούς συνηθίζεται ως όρος η προσφορά ενός ελάχιστου αριθμού ωρών εργασίας/εβδομάδα, από κάθε μέλος. Ένα άλλο σημαντικό ζήτημα αφορά τις απαιτήσεις συνεισφοράς κεφαλαίου για την έγκριση νέων μελών (π.χ. ισάξιο με το αρχικό μερίδιο, εφάπαξ ή σταδιακή αποπληρωμή). Σε κάθε περίπτωση θα πρέπει να αποφεύγεται η εμπλοκή ατόμων- που δεν ενδιαφέρονται πραγματικά - ως εταίροι απλά και μόνο για να καλυφθεί ο απαιτούμενος ελάχιστος αριθμός εταίρων για τη σύσταση του φορέα. Αφενός θα αποτελούν εμπόδια σε διαδικασίες και αποφάσεις, αφετέρου θα ζημιώσουν την κοινωνική εικόνα της επιχείρησης.

Τα παρακάτω συνοψίζουν σε μεγάλο βαθμό όσα αναφέρθηκαν παραπάνω:

A. Ερωτήσεις για συζήτηση/απόφαση από εταίρους (Ανάλυση):

1. Ποιοι/ες θα είναι τα μέλη;
2. Ποιοι/ες θα είναι οι εργαζόμενοι/ες;
3. Πώς θα αποφασίζουμε;
4. Πώς θα μπαίνουν νέα μέλη;
5. Πώς θα μπαίνουν νέοι/ες εργαζόμενοι/ες;
6. Ποιος/α αναλαμβάνει τι;

B. Αποτέλεσμα (Σύνθεση):

1. Προσχέδιο εσωτερικού κανονισμού λειτουργίας
2. Προσχέδιο οργανογράμματος- περιγραφές καθηκόντων
3. Συγκρότηση υποομάδων για την ίδρυση της επιχείρησης
- 2.2. Επιχειρηματικότητα

Η επιλογή να εργαστεί κάποιος ως ελεύθερος επαγγελματίας / επιχειρηματίας, είναι σαφώς μία απόφαση ζωής, αφού θα επηρεάσει σημαντικά την ποιότητα της ζωής του. Έτσι, αν το επιχειρηματικό περιβάλλον είναι ευνοϊκό, η δημιουργία μιας επιχείρησης είναι ιδιαίτερα ελκυστική, αφού διαμορφώνονται υψηλές προσδοκίες κέρδους. Αν επιλέξει τη μισθωτή εργασία αναλαμβάνει μικρότερο κίνδυνο, αλλά έχει και μικρότερες προσδοκίες κέρδους. Από την άλλη αν επιλέξει να δημιουργήσει μία επιχείρηση, τότε αναλαμβάνει μεγαλύτερο κίνδυνο με μεγαλύτερες όμως προσδοκίες κέρδους.

Σε κάθε περίπτωση η επιλογή είναι μία διαδικασία αξιολόγησης εξωτερικών παραγόντων και εσωτερικής αναζήτησης, θέματα τα οποία πρέπει να ερευνηθούν και να αξιολογηθούν επιμελώς, πριν την υλοποίηση οποιασδήποτε απόφασης.

1.1.1. Έχω το Προφίλ του Επιχειρηματία;

Για να ανακαλύψετε αν έχετε το προφίλ ενός επιχειρηματία, μπορείτε να κάνετε τις ακόλουθες ερωτήσεις:

- ✓ Έχω πραγματικά αποφασίσει να γίνω νέος επιχειρηματίας;
- ✓ Μου αρέσει να είμαι ανεξάρτητος;
- ✓ Μου αρέσει ο κίνδυνος/ το ρίσκο;
- ✓ Δέχομαι να εργάζομαι περισσότερο από το κανονικό;
- ✓ Ελέγχω εύκολα τις καταστάσεις άγχους και διατηρώ καθαρό το μυαλό μου;
- ✓ Είμαι ανθεκτικός και επίμονος;
- ✓ Είμαι άτομο με φαντασία που ξέρει να εκθέτει και να αναπτύσσει τις ιδέες του;
- ✓ Είμαι αρκετά καινοτόμος;
- ✓ Έχω τη δυνατότητα να κινητοποιώ και να διευθύνω τους μελλοντικούς μου συνεργάτες;

Σχετικά με την **επιχειρηματική δραστηριότητα** που έχετε επιλέξει είναι καλό να θέσετε στον εαυτό σας τις εξής ερωτήσεις:

✓ Η συγκεκριμένη επιχειρηματική ιδέα, ανταποκρίνεται στα ενδιαφέροντα, προσόντα, ικανότητες, οικονομικές δυνατότητες και στόχους μου;

✓ Η δραστηριότητα που έχω επιλέξει είναι κατάλληλη για μένα και σε ποιο βαθμό;

Πριν ξεκινήσετε την επιχειρηματική σας δραστηριότητα θα πρέπει σε κάθε περίπτωση να λαμβάνετε υπόψη σας ότι η επιχειρηματικότητα μπορεί να επιφέρει οικονομικά και άλλα κέρδη, αυτό όμως δε συμβαίνει ποτέ χωρίς να παρουσιαστούν εμπόδια. Η επιτυχία δεν έρχεται κατά τύχη. Είναι απαραίτητο λοιπόν να γνωρίζετε ότι πίσω από τον αρχικό ενθουσιασμό κρύβεται ένα πλήθος δυσκολιών, όπως:

- ✓ Μικρή αμοιβή
- ✓ Πολλές ώρες εργασίας
- ✓ Ρυθμοί άγχους, κ.α.

Η επιχειρηματικότητα όμως έχει και την θετική της πλευρά. Γι αυτό το λόγο άλλωστε και πολλοί νέοι άνθρωποι αποφασίζουν να πάρουν το «μέλλον στα χέρια τους». Συγκεκριμένα, δίνει στον επιχειρηματία την πολυτέλεια της προσωπικής οργάνωσης του χρόνου εργασίας, δίνει μια αίσθηση ελευθερίας, και φυσικά κάποιος που ασχολείται με την επιχειρηματική δραστηριότητα έχει βάσιμες πιθανότητες, από κάποιο σημείο και έπειτα, να αποκτήσει υψηλά κέρδη.

1.1.2. Η Επιχειρηματική ιδέα

Η επιχειρηματική ιδέα θα πρέπει να είναι πρωτότυπη, προϊόν φαντασίας και διορατικότητας, να εντοπίζει ένα κενό στην αγορά (ποιοτικό ή ποσοτικό), το οποίο και θα προσπαθήσει να εκμεταλλευτεί η μελλοντική σας επιχείρηση. Τα **χαρακτηριστικά** μιας επιτυχημένης επιχειρηματικής ιδέας, μπορούν να διακριθούν στα ακόλουθα:

✓ Θα πρέπει να υπάρχει ευκαιρία στην αγορά για το προϊόν ή την υπηρεσία που παρέχετε. Οι περισσότερες νέες επιχειρήσεις κλείνουν λόγω έλλειψης πελατών και όχι λόγω ανεπιτυχούς ανάπτυξης του προϊόντος ή υπηρεσίας τους.

✓ Το προϊόν ή η υπηρεσία που παρέχετε πρέπει να επιλύει μια πραγματική ανάγκη. Υπάρχει ένα ελάχιστο βιώσιμο προϊόν; Δηλαδή έχετε εξακριβώσει ότι η αγορά ανταποκρίνεται στο προϊόν σας;

✓ Η ομάδα που θα υλοποιήσει το εγχείρημα θα πρέπει να διαθέτει αλληλοσυμπληρούμενες δεξιότητες και γνώσεις.

Πηγές επιχειρηματικών ιδεών μπορεί να αποτελέσουν: α) οι προσωπικές εμπειρίες από τη ζωή, τις σπουδές, την επαγγελματική διαδρομή, τα χόμπι κ.α., β) κάποια απρόσμενα ή τυχαία γεγονότα, γ) οι αποτυχίες άλλων επιχειρηματιών και η αίσθηση ότι «εγώ θα τα καταφέρω καλύτερα», δ) οι δημογραφικές, οικονομικές, κοινωνικές και άλλες αλλαγές, ε) η νέα γνώση που δημιουργείται και οι ευκαιρίες που ακολουθούν μια τέτοια εξέλιξη, ζ) οι συνεταιρισμοί και συνεργασίες μεταξύ ατόμων με αλληλοσυμπληρούμενες δεξιότητες και γνώσεις, η) οι καταναλωτές και οι διαμορφούμενες ανάγκες τους, θ) υπάρχοντα προϊόντα και υπηρεσίες σε σχέση με δυνατότητες βελτίωσής τους, ι) προσωπική έρευνα και ανάπτυξη. Επιπρόσθετα, πηγή έμπνευσης μπορεί να αποτελέσουν επιχειρηματικές ιδέες που αναπτύχθηκαν σε άλλες χώρες και οι οποίες με την κατάλληλη προσαρμογή μπορούν να εφαρμοστούν εγχώρια.

Οι σωστές ερωτήσεις:

- ✓ Η επιχειρηματική μου ιδέα ικανοποιεί τις ανάγκες και τις επιθυμίες των καταναλωτών;
- ✓ Εφόσον υπάρχει ζήτηση για την κάλυψη αυτής της ανάγκης, είναι αρκετή για να υποστηρίξει την επιχείρησή μου;
- ✓ Μπορεί η επιχειρηματική μου ιδέα να μετατραπεί σε μια επικερδή επιχείρηση;
- ✓ Συγκεντρώνω τα απαραίτητα προσόντα για να εκμεταλλευτώ την ευκαιρία αυτή;
- ✓ Γιατί κάποιος άλλος δεν το έχει κάνει πριν από εμένα;
- ✓ Αν κάποιος το έχουν επιχειρήσει, τι αποτέλεσμα είχαν;
- ✓ Χρειάζεται αυτή η επιχείρηση εδώ;
- ✓ Χρειάζεται αυτή η επιχείρηση τώρα;

1.1.3. Εργαλείο για την αξιολόγηση της επιχειρηματικής ιδέας

Σημαντικό σημείο στην διαδικασία δημιουργίας της επιχείρησης καθίσταται η αξιολόγηση της επιχειρηματικής ιδέας. Συμβαίνει συχνά, ιδέες που φαίνονται εξαιρετικές κατά τη σύλληψή τους, να καταρρέουν ολοκληρωτικά κατά την πρακτική τους εφαρμογή. Το ακόλουθο διάγραμμα είναι μπορεί να σας βοηθήσει να επιλέξετε την επιχειρηματική δραστηριότητα που είναι κατάλληλη για σας:

Επιχειρηματική Ιδέα	Η γνώση σας	Η Εμπειρία σας	Οι ικανότητές σας	Ευκολία εισόδου	Μοναδικότητα	Σύνολο
1.						
2.						
3.						
4.						
5.						
6.						

Για να το χρησιμοποιήσετε ακολουθήστε αυτά **τα 3 βήματα:**

Βήμα 1. Στην πρώτη αριστερή στήλη, καταχωρίστε τις επιχειρηματικές σας ιδέες με τη σειρά που σας ενδιαφέρουν περισσότερο. Έτσι, στην πρώτη στήλη και γραμμή τοποθετήστε την ιδέα που σας ενδιαφέρει περισσότερο. Στην γραμμή από κάτω τοποθετήστε την επόμενη ιδέα που σας ενδιαφέρει αμέσως μετά και συνεχίστε έτσι μέχρι την τελευταία γραμμή.

Βήμα 2. Αξιολογήστε κάθε ιδέα βαθμολογώντας την από 0 – 3. Χρησιμοποιήστε το ακόλουθο σύστημα: 0 – καθόλου, 1 – κάτω του μέσου όρου, 2 – στο μέσο όρο, 3 – πάνω από το μέσο όρο.

Η γνώση σας για το αντικείμενο εργασίας της επιχειρηματικής ιδέας. Πόσο καλά

γνωρίζετε το αντικείμενο; Θα ξοδέψετε χρόνο και χρήμα για να μάθετε καλύτερα την εργασία αυτή; Μήπως πρέπει να βρείτε κάποιο συνεργάτη γιατί δεν θα τα καταφέρετε αρκετά καλά μόνος/η; Αξιολογείστε: Με 0 – καμία γνώση για τη εργασία, 1 – κάποια γνώση για την εργασία, 2 – οριακή γνώση, 3 – πλήρη γνώση για την εργασία.

- **Η εμπειρία σας στο αντικείμενο εργασίας.** Μπορεί να έχετε αρκετή γνώση του αντικειμένου εργασίας, αλλά όχι αρκετή εμπειρία. Ήσασταν ποτέ ιδιοκτήτης ή υπάλληλος σε αντίστοιχο αντικείμενο εργασίας; Σε τι ποσοστό η εμπειρία μετράει για την εν λόγω εργασία; Αξιολογείστε: Με 0 – καμία εμπειρία, 1 – έμμεση εμπειρία, 2 – οριακή εμπειρία, 3 – εξοικείωση με την εργασία.

- **Οι ικανότητές σας.** Προσπαθήστε να συγκεντρωθείτε στις ικανότητες, οι οποίες είναι μοναδικές για την υλοποίηση κάθε επιχειρηματικής ιδέας (δηλ. ξεχωριστές, ικανότητες που δεν τις έχουν συνήθως οι ανταγωνιστές). Σε τι ποσοστό έχετε αυτές τις ικανότητες; Αν σας λείπουν αυτές οι ικανότητες, πόσο εύκολο είναι να τις αποκτήσετε; Αξιολογείστε: Με 0 – καμία ξεχωριστή ικανότητα, με 1 – οριακές ικανότητες, με 2 – κάποιες ικανότητες, 3 – εκτεταμένες ικανότητες.

- **Ευκολία εισόδου στην αγορά.** Σκεφθείτε τα κόστη εισόδου στην αγορά, για κάθε επιχειρηματική ιδέα, καθώς και τα όποια εμπόδια. Για παράδειγμα, μία επιχείρηση παροχής υπηρεσιών που μπορείτε να την λειτουργήσετε από το σπίτι σας, μπορεί να είναι σχετικά φθηνή για να ξεκινήσει, ενώ αν πολλοί άλλοι ήδη παρέχουν τις ίδιες υπηρεσίες, η είσοδος μπορεί να είναι αρκετά δύσκολη. Αξιολογείστε: 0 – πολλοί ανταγωνιστές, πολύ δύσκολη είσοδος, 1 – οριακή δυνατότητα εισόδου, 2 – κάποιιο μικροί και μεγάλοι ανταγωνιστές, 3 – ελεύθερη είσοδος για κάθε μέγεθος επιχείρησης.

- **Μοναδικότητα.** Η μοναδικότητα δεν σημαίνει απαραίτητα ότι κανένας άλλος δεν παρέχει το ίδιο προϊόν ή υπηρεσία. Σημαίνει ότι κανείς άλλος δεν παρέχει το προϊόν ή την υπηρεσία με τον ίδιο τρόπο, με τον οποίο προτίθεστε εσείς να τα παρέχετε ή ότι κανείς άλλος δεν τα παρέχει στην περιοχή σας. Έτσι, αναζητείστε κάποιο τρόπο να διακριθεί το προϊόν ή η υπηρεσία σας από τους ανταγωνιστές. Αξιολογείστε: 0 – το προϊόν ή η υπηρεσία είναι ευρέως διαδεδομένα, 1 – μερικοί άλλοι παρέχουν το ίδιο προϊόν ή την υπηρεσία, 2 – μόνο ένας ή δύο ανταγωνιστές, 3 – κανείς άλλος δεν τα παρέχει.

Βήμα 3. Τώρα αθροίστε τα νούμερα. Ακολουθούν κάποιες συμβουλές που δίνουν νόημα στα νούμερα και αναδεικνύουν τις καλύτερες επιχειρηματικές σας ιδέες:

- ✓ Αφαιρέστε όποιες από τις ιδέες σας συγκεντρώνουν λιγότερο από 10 βαθμούς.
- ✓ Αφαιρέστε όποιες από τις ιδέες σας δεν συγκεντρώνουν τουλάχιστον 2 βαθμούς σε κάθε κατηγορία.
- ✓ Αφαιρέστε όποιες από τις ιδέες σας δεν συγκεντρώνουν τουλάχιστον 3 βαθμούς στην κατηγορία της Μοναδικότητας.

Πόσες ιδέες μείνανε;

Αν η απάντηση είναι «**καμία**», τότε χρησιμοποιήστε τη λίστα για να επισημάνετε τα σημεία που πρέπει να βελτιώσετε και να αναπτύξετε μία στρατηγική ώστε τα «1» να γίνουν «2» και τα «2» να γίνουν «3». Αν η απάντηση είναι «**περισσότερες από μία**», τότε έχετε ένα ευχάριστο δίλημμα: την επιλογή της επιχειρηματικής ιδέας που θα ξεκινήσετε! Αν η απάντηση είναι «**μία**», τότε μάλλον έχετε βρει την επιχείρηση που είναι κατάλληλη για σας!

1.1.4. Εργαλείο αξιολόγησης του μελλοντικού επιχειρηματία

Απαντήστε στις παρακάτω ερωτήσεις με ΝΑΙ, ΙΣΩΣ, ΟΧΙ (σημειώστε δίπλα την απάντηση)

ΕΡΩΤΗΜΑΤΑ / ΘΕΣΕΙΣ	ΝΑΙ	ΙΣΩΣ	ΟΧΙ
Εξετάζω τα λάθη μου και μαθαίνω από αυτά			
Μου αρέσει ο αυτοέλεγχος			
Είμαι θετικός άνθρωπος			
Συχνά μου είναι ευχάριστο να είμαι μόνος			
Η επιτυχία είναι μία δυνατή προσωπική μου ανάγκη			
Βλέπω τα προβλήματα σαν προκλήσεις			
Μπορώ να ξεπεράσω τα συναισθηματικά εμπόδια			
Όταν υπάρχει κάτι που θέλω προσπαθώ να σκεφθώ το τελικό αποτέλεσμα			
Αναλαμβάνω ρίσκα			
Ρισκάρω με μία ιδέα και αν αυτή δεν είναι κάτι σίγουρο			
Αισθάνομαι σίγουρος(η) για τον εαυτό μου			
Είμαι ευπροσάρμοστος(η)			
Είμαι διαισθητικός(η)			
Κρατώ τις αποφάσεις που παίρνω			
Για να μάθω κάτι καινούργιο ψάχνω σε αυτό που δε γνώριζα μέχρι σήμερα			
Πειραματίζομαι με νέους τρόπους για να επιτύχω κάποια πράγματα			
Συνήθως κάνω πράγματα με το δικό μου τρόπο			
Έχω νέες και διαφορετικές ιδέες			
Είμαι περίεργος			
Έχω την τάση να αντιστέκομαι σε κάτι που θεωρείται αυθεντία			
Είμαι επίμονος(η) «δεν εγκαταλείπω»			
Εάν κάτι δεν μπορεί να γίνει βρίσκω τον τρόπο να το κάνω			
Υπάρχει φήμη ότι είμαι πεισματάρης(η)			
Όταν με ενδιαφέρει κάτι δεν μπορώ να κοιμηθώ			
Μπορώ να κάνω θυσιές για να κερδίσω πιθανές μακροπρόθεσμες αμοιβές			
ΕΠΙΜΕΡΟΥΣ ΒΑΘΜΟΛΟΓΙΕΣ			
ΣΥΝΟΛΟ			

Οι απαντήσεις είναι ενδεικτικές και δείχνουν βασικές τάσεις στα χαρακτηριστικά ενός υποψήφιου επιχειρηματία.

Αθροίστε τις απαντήσεις σας:

- Κάθε απάντηση ΝΑΙ ισοδυναμεί με 3 βαθμούς
- Κάθε απάντηση ΙΣΩΣ ισοδυναμεί με 2 βαθμούς
- Κάθε απάντηση ΟΧΙ ισοδυναμεί με 1 βαθμό

Αν έχετε άθροισμα:

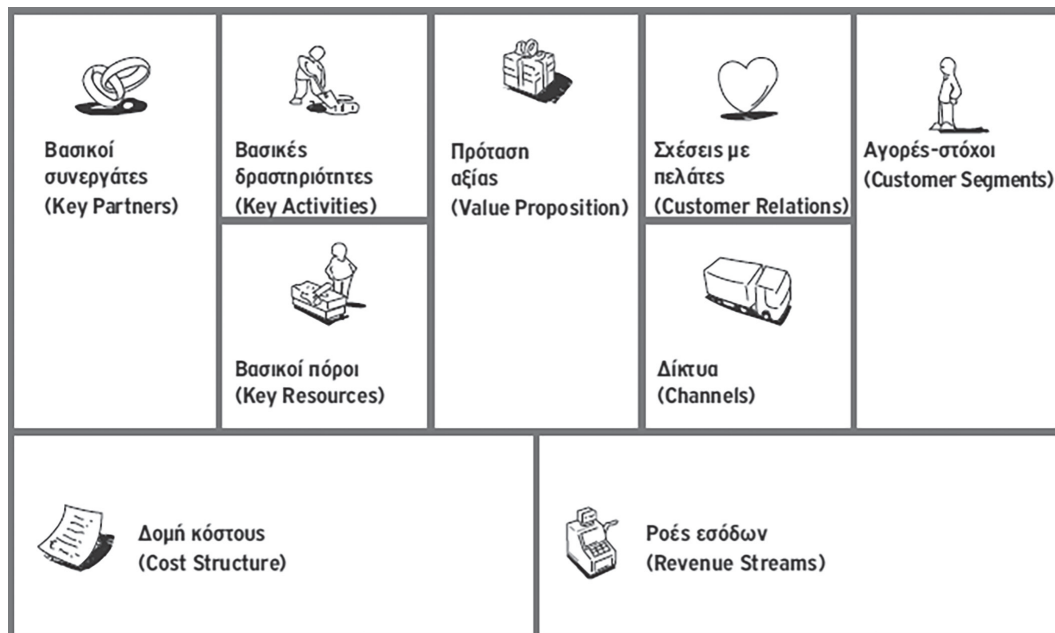
- 60 – 75 → Διαθέτετε βασικά προσόντα ενός επιχειρηματία
- 48 – 59 → Χρειάζεται να βελτιώσετε τα πιο αδύνατα σημεία σας
- 37 – 47 → Απομακρυνόμαστε από το προφίλ του επιχειρηματία
- 37 – 1 → Πλησιάζουμε το προφίλ του μισθωτού.

1.2. Η Δημιουργία του Επιχειρηματικού Μοντέλου της Κοινωνικής Επιχείρησης

1.2.1. Ο Καμβάς Επιχειρηματικού Μοντέλου

Ο Alexander Osterwalder και Yves Pigneur στο βιβλίο τους με τίτλο Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers and Challengers (2010) ανέπτυξαν τον Καμβά Επιχειρηματικού Σχεδίου (Business Model Canvas), ο οποίος αποτελεί μια δυσδιάστατη απεικόνιση των εννέα συστατικών στοιχείων ενός επιχειρηματικού σχεδίου. Ο καμβάς, αποτελεί ένα δημοφιλές οπτικό εργαλείο διαχείρισης της στρατηγικής μιας επιχείρησης για την ανάπτυξη νέων ή την καταγραφή υφιστάμενων επιχειρηματικών

μοντέλων. Βοηθά στην κατανόηση, επικοινωνία, δημιουργικότητα και ανάλυση. Μέσω του καμβά, ο κοινωνικός επιχειρηματίας καλείται να απεικονίσει σχηματικά το επιχειρηματικό του σχέδιο σε 9 θεματικές ενότητες, οι οποίες σχετίζονται με το παρεχόμενο προϊόν, τα τμήματα της αγοράς, τις πελατειακές σχέσεις, τα κανάλια διανομής, τους κυριότερους πόρους/ διαδικασίες, τις εξωτερικές συνεργασίες καθώς και τα έσοδα και κόστη του εγχειρήματος.

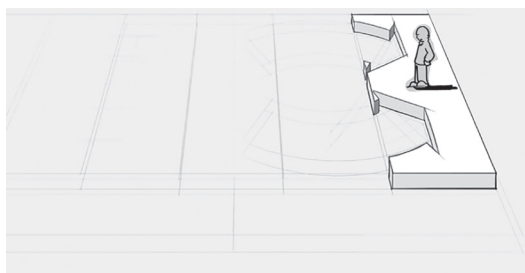


Τα 9 δομικά στοιχεία του Καμβά

1. Τμήματα της αγοράς

Μια επιχείρηση ικανοποιεί ένα ή περισσότερα τμήματα της αγοράς.

- ✓ Για ποιους δημιουργείτε αξία;
- ✓ Ποιοι είναι οι σημαντικότεροι πελάτες σας;
- ✓ Από πού προέρχονται τα έσοδά σας;
- Υπάρχουν διάφορα είδη τμημάτων της αγοράς, για παράδειγμα:
 - ✓ Μαζική αγορά
 - ✓ Μικρή (εξειδικευμένη) αγορά
 - ✓ Κατακερματισμένη αγορά
 - ✓ Διαφοροποιημένη
 - ✓ Πολύπλευρες πλατφόρμες – αγορές



2. Αξία/ χρησιμότητα

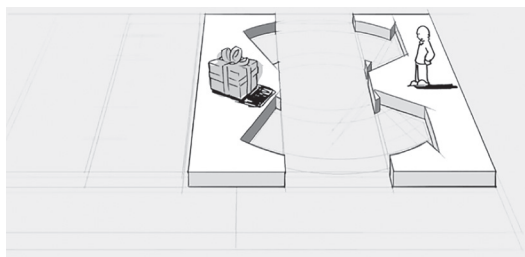
Η δέσμη των προϊόντων και υπηρεσιών που παράγουν αξία για ένα συγκεκριμένο τμήμα της αγοράς.

- ✓ Τι αξία παρέχετε στους πελάτες σας;

✓ Ποια προβλήματα τους βοηθάτε να αντιμετωπίσουν;

✓ Ποιο είναι το σύνολο το προϊόντων και υπηρεσιών που παρέχετε στους πελάτες σας;

✓ Ποιες ανάγκες των πελατών σας ικανοποιείτε;



3. Κανάλια διανομής

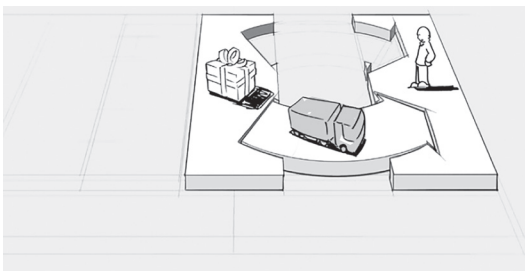
Το προϊόν ή η υπηρεσία σας παραδίδεται στους πελάτες σας μέσω καναλιών επικοινωνίας, διανομής και πωλήσεων.

✓ Μέσω ποιών καναλιών θέλουν, τα τμήματα της αγοράς σας, να τα προσεγγίσετε;

✓ Πώς τα προσεγγίζετε τώρα;

✓ Πώς ενοποιείτε τα κανάλια διανομής με την καθημερινότητα των πελατών σας;

✓ Ποια κανάλια είναι αποτελεσματικότερα συναρτήσει του κόστους τους;



Οι φάσεις ανάπτυξης των καναλιών διανομής:

➤ Επίγνωση: Πως μπορείτε να αυξήσετε την επίγνωση των δυνητικών σας πελατών αναφορικά με το εύρος των προϊόντων και υπηρεσιών σας;

➤ Αξιολόγηση: Πως βοηθάτε τους πελάτες σας να αξιολογήσουν της αξία/χρησιμότητα που τους παρέχουν τα προϊόντα και οι υπηρεσίες σας;

➤ Απόκτηση: Με ποιον τρόπο αποκτούν οι πελάτες σας τα συγκεκριμένα προϊόντα και υπηρεσίες;

➤ Αποστολή: Πως παραδίδετε την αξία που παρέχετε στους πελάτες σας;

➤ Μετά την πώληση: Πως παρέχετε υποστήριξη στους πελάτες σας μετά την ολοκλήρωση της πώλησης;

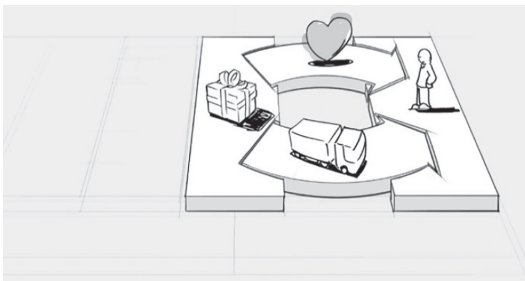
4. Σχέσεις με τους πελάτες

✓ Τι σχέσεις δημιουργείτε με κάθε τμήμα της αγοράς σας (προσωπική, αυτοματοποιημένη);

✓ Ποιες από αυτές έχουν παγιωθεί;

✓ Πως ενοποιούνται με το υπόλοιπο επιχειρηματικό σχέδιο;

✓ Πόσο κοστίζουν;



5. Ροές εσόδων

Προέρχονται από την επιτυχή παροχή του προϊόντος/ υπηρεσίας, στους πελάτες.

✓ Ποια τιμή είναι διατεθειμένοι να πληρώσουν οι πελάτες μας;

✓ Τι πληρώνουν τώρα;

✓ Πώς πληρώνουν τώρα;

✓ Πως θα προτιμούσαν να πληρώναν;

✓ Ποια είναι η συμβολή κάθε ροής εσόδων στα συνολικά έσοδα της επιχείρησης;

✓ Τα έσοδα σας προέρχονται μέσω περιοδικών συναλλαγών ή είναι επαναλαμβανόμενα;

Τύποι εσόδων:

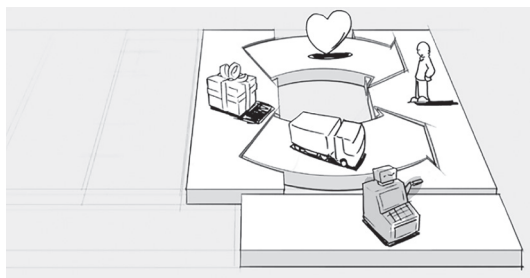
- ✓ Πώληση περιουσιακών στοιχείων
- ✓ Τέλος χρήσης
- ✓ Τέλος εγγραφής
- ✓ Δανεισμός, Ενοικίαση, Χρηματοδοτική μίσθωση
- ✓ Αδειοδότηση
- ✓ Μεσιτεία τελών διαφήμισης

Σταθερή τιμολόγηση:

- ✓ Τιμοκατάλογος
- ✓ Εξαρτώμενη από τα χαρακτηριστικά του προϊόντος
- ✓ Εξαρτώμενη από το τμήμα της αγοράς που απευθύνεται
- ✓ Εξαρτώμενη από τον όγκο

Δυναμική τιμολόγηση:

- ✓ Απόδοση των διαπραγματεύσεων
- ✓ Διαχείριση σε πραγματικό χρόνο της αγοράς



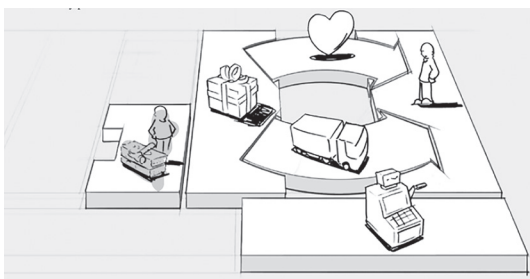
6. Κυριότεροι πόροι

Οι κύριοι πόροι είναι τα περιουσιακά στοιχεία που είναι απαραίτητα για την παροχή των προηγούμενων στοιχείων.

✓ Ποιοικύριοι πόροι είναι απαραίτητοι για τη δημιουργία του παρεχόμενης αξίας/χρήσης προς τους πελάτες;

Τύποι πόρων:

- ✓ Φυσικοί
- ✓ Άυλοι (πατέντες, πνευματικά δικαιώματα, επωνυμία)
- ✓ Ανθρώπινο δυναμικό
- ✓ Χρηματικοί



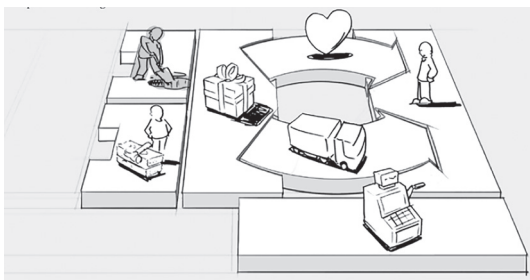
7. Κυριότερες δραστηριότητες

Χαρακτηρίζονται οι ενέργειες που σε συνδυασμό με τους πόρους της επιχείρησης συντελούν στη δημιουργία του παρεχόμενου προϊόντος ή υπηρεσίας.

✓ Ποιες δραστηριότητες πρέπει να εκτελέσετε πολύ καλά στο επιχειρηματικό σας σχέδιο; Τι είναι σημαντικό;

Κατηγορίες δραστηριοτήτων:

- ✓ Παραγωγή



- ✓ Επίλυση προβλημάτων
- ✓ Πλατφόρμα/ δίκτυο

8. Κυριότερες συνεργασίες

Ορισμένες δραστηριότητες της επιχείρησης ανατίθενται σε εξωτερικούς συνεργάτες καθώς και κύριοι πόροι αποκτούνται έξω από την επιχείρηση.

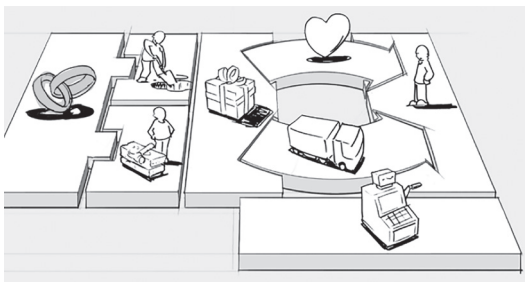
✓ Ποιοι συνεργάτες και προμηθευτές ασκούν επιρροή στο επιχειρηματικό σας σχέδιο;

✓ Ποιους κύριους πόρους αποκτούμε από συνεργάτες;

✓ Ποιες κύριες δραστηριότητες πραγματοποιούνται από συνεργάτες;

Κίνητρα για συνεργασίες:

- ✓ Βελτιστοποίηση και εξοικονόμηση πόρων
- ✓ Μείωση του ρίσκου και της αβεβαιότητας
- ✓ Απόκτηση ιδιαίτερων πόρων και δραστηριοτήτων



9. Διάρθρωση του κόστους

✓ Ποια είναι τα κυριότερα κόστη του επιχειρηματικού σας σχεδίου;

✓ Ποιοι είναι οι ακριβότεροι πόροι του επιχειρηματικού σας σχεδίου;

✓ Ποιες είναι οι ακριβότερες κύριες δραστηριότητες;

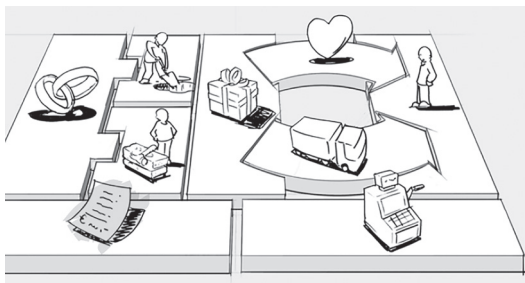
Η επιχείρηση σας οδηγείται κυρίως:

✓ από το κόστος (έμφαση στην ελαχιστοποίηση του κόστους, μικρός λόγος τιμής και χρησιμότητας, μεγιστοποίηση των αυτοματισμών, εκτεταμένη ανάθεση σε τρίτους);

✓ από την αξία (έμφαση στη δημιουργία αξίας, παροχή προϊόντων και υπηρεσιών υψηλής χρησιμότητας);

Ορισμένα χαρακτηριστικά για τα είδη του κόστους:

- ✓ Σταθερά κόστη (μισθοί, ενοίκια, αναλώσιμα)
- ✓ Μεταβλητά κόστη
- ✓ Οικονομίες κλίμακας
- ✓ Οικονομίες εύρους



Προετοιμασία για την χρήση του Καμβά

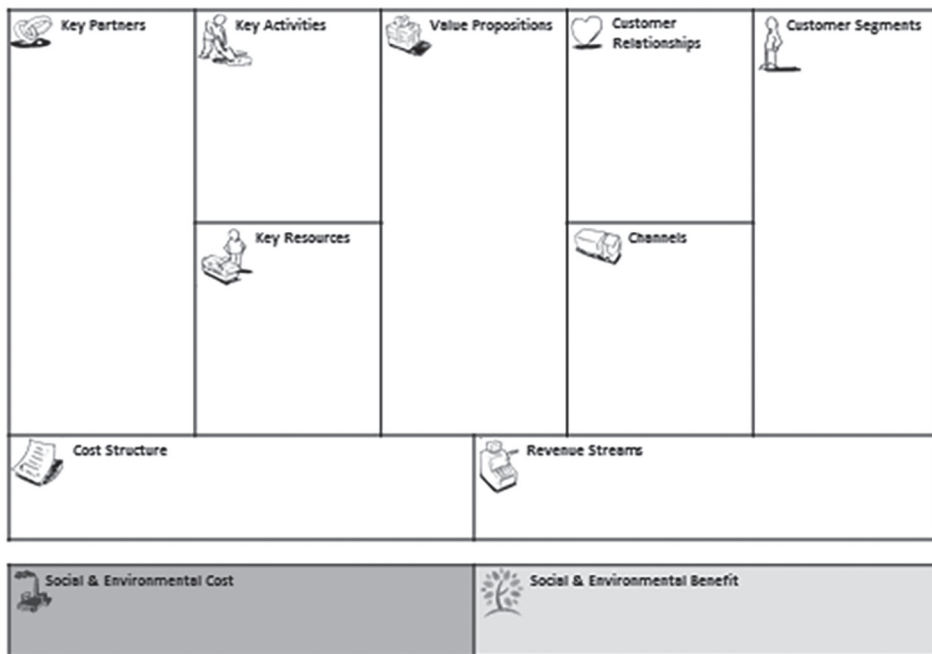
Σχεδιάστε τον καμβά σε έναν άσπρο πίνακα και προμηθευτείτε πολύχρωμα αυτοκόλλητα χαρτάκια. Συγκεντρώστε την ομάδα σας και κάντε brainstorming για να συμπληρώσετε με ιδέες τα εννέα μέρη του καμβά. Στα πολύχρωμα χαρτάκια μπορείτε να απεικονίσετε την γνώμη μας χρησιμοποιώντας ζωγραφιές ή το πολύ δύο/ τρεις λέξεις. Η απεικόνιση εννοιών με την χρήση των παραπάνω μεθόδων αποσκοπεί στην καλύτερη επικοινωνία της ομάδας και στην αποφυγή παρερμηνειών από τα υπόλοιπα μέλη της ομάδας.

Παράλληλα, προσπαθήστε να χρησιμοποιείτε ίδιοι χρώματος αυτοκόλλητα χαρτάκια για να αποτυπώσετε τα συστατικά μέρη διαδικασιών της επιχειρηματικής σας λειτουργίας καθώς και διαφορετικών ροών εσόδων που τυχόν προκύπτουν από την δραστηριότητα σας.

Μην ξεχάσετε τέλος, ως κοινωνική επιχείρηση, αφενός να διερευνήσετε και να περιορίσετε τα τυχόν κοινωνικά και περιβαλλοντικά κόστη από τη λειτουργία της επιχείρησής σας, αφετέρου να ενισχύσετε τη συμβολή της στο κοινωνικό και οικολογικό περιβάλλον που θα δραστηριοποιηθεί.

Καμβάς Επιχειρηματικού Σχεδίου			Τίτλος Επιχειρ. Ιδέας:	
Ποιοι είναι οι κυριότεροι συνεργάτες/ προμηθευτές;	Ποιες είναι οι κυριότερες δραστηριότητες για την ανάπτυξη του προϊόντος/ υπηρεσίας σας;	Τι προϊόν / υπηρεσία παρέχετε;	Τι σχέσεις δημιουργείτε με τους πελάτες σας;	Ποιες ομάδες πελατών μπορείτε να διακρίνετε;
	Τι πόρους θα χρειαστείτε για την δημιουργία του προϊόντος/ υπηρεσίας σας;		Ποια είναι τα κανάλια διανομής του προϊόντος/ υπηρεσίας;	
Ποιοι είναι οι κυριότεροι παράγοντες κόστους;			Ποια είναι τα χαρακτηριστικά των εσόδων σας;	
*Πηγή: Alexander Osterwalder's Business Model Canvas www.businessmodelgeneration.com				

Business Model Canvas



<http://www.businessmodelgeneration.com>

O Nicolas Podas είναι Σύμβουλος Επιχειρηματικής Ανάπτυξης που ειδικεύεται στη Διοίκηση, την Επιχειρησιακή Στρατηγική, την Καινοτομία και την Επιχειρηματικότητα και είναι Διευθυντής προγραμμάτων κατάρτισης για ενήλικες.

Διετέλεσε Διευθύνων Σύμβουλος, επί 18 χρόνια, σε αρκετούς οργανισμούς του δημόσιου, ιδιωτικού και κοινωνικού τομέα, σε βιομηχανίες όπως η υγεία, η επαγγελματική κατάρτιση, το εμπόριο, οι επιχειρηματικές υπηρεσίες. Ως σύμβουλος ελεύθερου επαγγέλματος, συμβούλεψε πάνω από 80 ΜΜΕ στη Βόρεια Ελλάδα.

Από το 2010, έχει διαβουλευθεί με πολύ γνωστές οργανώσεις, όπως η Γενική Συνομοσπονδία Επαγγελματιών, Βιοτεχνών & Εμπόρων Ελλάδας (ΓΣΕΒΕΕ), η Εθνική Συνομοσπονδία Ελληνικού Εμπορίου (ΝΧΗΚ), το Σύνδεσμο Επιχειρήσεων και Βιομηχανιών (ΣΕΒ) και διάφορα εμπορικά επιμελητήρια και Βιομηχανία στην Κεντρική Μακεδονία, για την Καινοτομία, την Επιχειρηματικότητα, την Ανασχεδίαση, την Ανάπτυξη Συστάδων και την Κοινωνική Οικονομία.

Είναι πιστοποιημένος επαγγελματίας εκπαιδευτής, προπονητής και μέντορας, με περισσότερα από 8.500 διδακτικές ώρες για το Εθνικό Κέντρο Δημόσιας Διοίκησης και Αυτοδιοίκησης (Ε.Κ.Δ.Δ.Α.), Πανεπιστήμιο του Sheffield, το Πανεπιστήμιο Μακεδονίας και διάφορα Ινστιτούτα Επαγγελματικής Κατάρτισης.

Nicolas Podas is a Business Development Consultant specializing in Management, Business Strategy, Innovation and Entrepreneurship and a Facilitator in training programs for adults.

He has been a CEO, for 18 years, in several organizations of the public, private and social sectors, in industries such as health, vocational training, commerce, business services. As a freelance consultant he offered advice to more than 80 SMEs in Northern Greece.

Since 2010, he has been consulting well known organizations, such as the Hellenic Confederation of Professionals, Craftsmen & Merchants (GSEVEE), the National Confederation of Hellenic Commerce (NCHC), the Hellenic Federation of Enterprises (SEV) and various Chambers of Commerce and Industry in Central Macedonia, on Innovation, Entrepreneurship, Reengineering, Cluster development and Social economy.

He is a certified professional trainer, coach and mentor, with more than 8.500 teaching hours for the National Centre for Public Administration and Local Government (EKDDA), Sheffield University, the University of Macedonia and several Vocational Training Institutes.

E-mail: npodas@gmail.com

Κοινωνική και Αλληλέγγυα Οικονομία. Η δημιουργία της επιχείρησής μας Περίληψη

Η δική μας ιστορία ξεκίνησε στις αρχές του 2012. Είμασταν μία ομάδα γυναικών, περί τις 17, που γνωριστήκαμε στα κινήματα της πόλης μας.

Οι γυναίκες που συμμετείχαμε είμασταν στην πλειοψηφία άνεργες. Τα επαγγέλματά μας πριν την ανεργία αλλά και η επιστημονική ειδικευση, όσων είχαν, κάλυπταν μία ευρεία γκάμα. Ο στόχος ήταν φυσικά η επαγγελματική ενασχόληση και εξασφάλιση κάποιου εισοδήματος αλλά παράλληλα, και η συμμετοχή μας σε μία δομή εναλλακτικής οικονομικής δραστηριότητας όπως αυτή της ΚΑΛΟ.

Ένα θέμα που προέκυψε αλλά λύθηκε σχετικά γρήγορα ήταν το αντικείμενο του συνεταιρισμού. Έχοντας η καθμία διαφορετική προέλευση, εμπειρία και γνώσεις, έπρεπε να βρούμε το κοινό σημείο που μας ενώνει. Καταλήξαμε ότι η αγάπη μας για τη ζαχαροπλαστική ήταν μία κοινή βάση. Αποφασίσαμε λοιπόν τη δημιουργία ενός συνεταιρισμού που θα παρασκεύαζε γλυκά, θα εμπορευόταν σε τιμές αλληλεγγύης προϊόντα άλλων συνεταιρισμών και θα στήριζε τους τοπικούς παραγωγούς της περιοχής μας.

Η επιχείρηση ξεκίνησε τη λειτουργία της το καλοκαίρι του 2014 και στην τελική σύνθεση συμμετείχαμε 5 γυναίκες και 2 άντρες.

Συμπερασματικά θα μπορούσαμε να πούμε ότι τα πρώτα 2 χρόνια η ομάδα έκανε πολλά λάθη και αρκετές φορές απειλήθηκε η συνοχή της. Η βαθύτερη γνώση όμως όλων μας ότι δεν είμασταν εκπαιδευμένοι και θα έπρεπε από τη λειτουργία μας να αυτοεκπαιδευθούμε, έφερε τελικά αποτελέσματα και μία πιο αρμονική λειτουργία.

Οι σχέσεις με άλλες επιχειρήσεις. Η δημιουργία του Δικτύου

Από την αρχή της λειτουργίας της επιχείρησής μας συμμετείχαμε σε κάθε ημερίδα, συνέδριο, εκδήλωση που μαθαίναμε και είχε θέμα την ΚΑΛΟ. Είχαμε επίσης καλλιεργήσει σχέσεις και με άλλες κοινωνικές επιχειρήσεις.

Κατά τον πρώτο χρόνο λειτουργίας μας δεχθήκαμε μία πρόσκληση να συμμετέχουμε σε μία συνάντηση προκειμένου να συζητήσουμε τη δυνατότητα δημιουργίας ενός δικτύου των ΚΟΙΝΣΕΠ. Η ανταπόκριση μας ήταν άμεση και συμμετέχουμε από τότε στο Δίκτυο ΚΟΙΝΣΕΠ Κεντρικής Μακεδονίας στο οποίο η Πρόεδρος μας εκλέχθηκε και είναι Πρόεδρος τα 2 τελευταία χρόνια

Ο ρόλος των δικτύων και των οικοσυστημάτων

Μέσα από τα τοπικά δίκτυά τους, οι ΚΟΙΝΣΕΠ εδραιώνουν και κατακτούν με αργά αλλά ασφαλή βήματα διαύλους επικοινωνίας, κοινούς κώδικες, συλλογική λειτουργία και διεκδίκηση.

Τα τοπικά δίκτυα είναι ίσως τα μόνα που μπορούν να αναπτύξουν μηχανισμούς αυτοελέγχου του χώρου και αποτελούν απαραίτητο στοιχείο για την ανάπτυξη οικοσυστημάτων της ΚΑΛΟ. Ο χώρος της ΚΑΛΟ είναι από τη φύση του πολυδιάστατος και πλουραλιστικός, μπορεί λοιπόν να λειτουργήσει και να αναπτυχθεί μόνο εφόσον αυτή η πολυμορφία του εκφραστεί και ενοποιηθεί. Το ρόλο αυτό καλούνται να παίξουν τα τοπικά οικοσυστήματα, αποτελούμενα από όλα τα είδη φορέων ΚΑΛΟ, εκπαιδευτικά, ιδρύματα, συνεταιριστικές τράπεζες, υποστηρικτικές δομές, οργανώσεις της Κοινωνίας των Πολιτών κλπ.

Social and Solidarity Economy. The creation of our business

Abstract

Our story began at the beginning of 2012. We were a group of women, about 17, who we first met in our city's movements. The women we participated in were mostly unemployed. Our occupations before unemployment and the scientific expertise of those who had one, covered a wide range. The goal of course was to occupy and secure some income but also to participate in a structure of alternative economic activity like that of ΚΑΛΟ (Social and Solidarity Economy).

A topic that emerged but was solved relatively quickly was the subject of the cooperative. With each different origin, experience and knowledge, we had to find the common point that unites us. We concluded that our love for pastry was a common basis. We therefore decided to create a cooperative that would produce sweets, sell solidarity products from other cooperatives and support local producers in our region. The business started operating in the summer of 2014 and the final composition was 5 women and 2 men.

In conclusion, we could say that in the first two years the team made many mistakes and several times its consistency was threatened. The deeper knowledge of all of us, however, that we were not trained and should have been self-educated by our daily function, brought final results and a more harmonious function.

Relationships with other businesses. The creation of the Network

Since the start of our business, we have participated in every seminar, conference, event that we learned and had the subject of ΚΑΛΟ. We also cultivated relationships with other social businesses.

During the first year of our operation, we accepted an invitation to participate in a meeting to discuss the possibility of creating a ΚΟΙΝΣΕΠ (Social Cooperative Enterprise) network. Our response was immediate and we have been participating since then in the ΚΟΙΝΣΕΠ Central Macedonia Network in which our President has been elected as President for the past 2 years.

The role of networks and ecosystems

Through their local networks ΚΟΙΝΣΕΠ consolidates and achieves, with slow but secure steps, communication channels, common codes, collective function and claim.

Local networks are perhaps the only ones that can develop self-control mechanisms of the area and are an essential element for the development of ΚΑΛΟ ecosystems. The area of ΚΑΛΟ as it is by nature multidimensional and pluralistic, can only function and develop if this diversity is expressed and unified. This role is called to play local ecosystems, consisting of all types of ΚΑΛΟ institutions, educational institutions, cooperative banks, supporting structures, civil society organizations, etc.

Η δική μας ιστορία ξεκίνησε στις αρχές του 2012. Λίγο πριν είχε ψηφισθεί στην Ελλάδα το πρώτο νομικό πλαίσιο που αφορούσε την Κοινωνική και Αλληλέγγυα Οικονομία ή καλύτερα την Κοινωνική Επιχειρηματικότητα, μία διαφοροποίηση που εκείνη την εποχή δεν ήταν αντιληπτή σε όλους μας.

Είμασταν μία ομάδα γυναικών, περί τις 17, που γνωριστήκαμε στα κινήματα της πόλης μας. Τα πρώτα εκείνα χρόνια της οικονομικής κρίσης που βίωνε η χώρα, είχαν αναπτυχθεί ιδιαίτερα στη Θεσσαλονίκη, την πόλη μας, πολλά κινήματα αλληλεγγύης και διεκδίκησης αλλά και κινήματα που εντάσσονταν στο χώρο της Κοινωνικής και Αλληλέγγυας Οικονομίας (ΚΑΛΟ). Η έννοια της ΚΑΛΟ δεν ήταν ευρύτερα γνωστή εκείνη την εποχή στη χώρα και οι συλλογικότητες είχαν προκύψει περισσότερο ως προσπάθεια αντιμετώπισης των προβλημάτων που επέφερε η κρίση στις ασθενέστερες ομάδες και λιγότερο ως συνειδητή αναζήτηση μιας άλλης μορφής οικονομίας.

Οι γυναίκες λοιπόν που ξεκινήσαμε την προσπάθεια δημιουργίας του κοινωνικού συνεταιρισμού συμμετείχαμε παράλληλα σε ένα δίκτυο ανταλλαγής προϊόντων και υπηρεσιών που χρησιμοποιούσε ένα εναλλακτικό του ευρώ, νόμισμα. Η δεύτερη συλλογικότητα αφορούσε τη διάθεση αγροτικών προϊόντων απευθείας από τους παραγωγούς. Ήταν μία προσπάθεια να εξαλειφθούν οι μεσάζοντες και να κρατηθούν οι τιμές σε ανεκτά επίπεδα για μια κοινωνία που μαστιζόταν από τα επακόλουθα της κρίσης.

Οι γυναίκες που συμμετείχαμε είμασταν στην πλειοψηφία άνεργες κάποιες και μακροχρόνια άνεργες. Τα επαγγέλματά μας πριν την ανεργία αλλά και η επιστημονική

ειδίκευση, όσων είχαν κάλυπταν μία ευρεία γκάμα: οικονομολόγος, μαθηματικός, μηχανικός, πωλήτρια, καλλιτέχνης είναι κάποια από τα επαγγέλματα.

Είχαμε ενημερωθεί για την ύπαρξη του νέου νόμου για την ΚΑΛΟ και προσπαθήσαμε να αντιληφθούμε αν θα μπορούσαμε να ενταχθούμε σε αυτό το νέο πλαίσιο. Ο στόχος ήταν φυσικά η επαγγελματική ενασχόληση και εξασφάλιση κάποιου εισοδήματος αλλά παράλληλα, καθώς είμασταν ήδη ευαισθητοποιημένες σε θέματα, περιβαλλοντικά, ισότητας, δικαιοσύνης και αλληλεγγύης, μας ήταν ιδιαίτερα ελκυστική η ιδέα μιας εναλλακτικής οικονομίας.

Η πρώτη μας κίνηση αφορούσε τη συλλογή πληροφοριών για το νέο νόμο. Σύντομα διαπιστώσαμε ότι υπήρχε απόλυτη άγνοια των υπεύθυνων φορέων για το νέο αυτό είδος επιχείρησης. Από καμία πηγή δεν μπορούσαμε να αντλήσουμε βοήθεια και πληροφορίες: την εφορεία, τα επαγγελματικά επιμελητήρια, τις δημόσιες υπηρεσίες, τις τοπικές δομές επιχειρηματικότητας, τους λογιστές, δικηγόρους όλοι είχαν μία συγκεκριμένη εικόνα, απαξιωτική και αποτρεπτική στις περισσότερες περιπτώσεις.

Έτσι έπρεπε μόνες μας να διαβάσουμε το νόμο, να αντιληφθούμε τις ιδιαιτερότητές του και να αναζητήσουμε τον τρόπο υλοποίησης της ιδέας μας.

Το δεύτερο θέμα που προέκυψε αλλά λύθηκε σχετικά γρήγορα ήταν το αντικείμενο του συνεταιρισμού. Έχοντας η καθεμία διαφορετική προέλευση, εμπειρία και γνώσεις, έπρεπε να βρούμε το κοινό σημείο που μας ενώνει. Καταλήξαμε ότι η αγάπη μας για τη ζαχαροπλαστική ήταν μία κοινή βάση, επίσης μοιραζόμασταν την ίδια προσήλωση στην ποιότητα της τροφής μας, την περιβαλλοντική ευαισθησία και την αγάπη για τον τόπο μας. Αποφασίσαμε λοιπόν τη δημιουργία ενός συνεταιρισμού που θα παρασκεύαζε γλυκά, θα εμπορευόταν σε τιμές αλληλεγγύης προϊόντα άλλων συνεταιρισμών και θα στήριζε τους τοπικούς παραγωγούς της περιοχής μας.

Αυτό το πρώτο στάδιο της αναζήτησης ήταν και το πρώτο φίλτρο που μείωσε τον αριθμό των γυναικών που συμμετείχαν καθώς μερικές αντιλήφθηκαν ότι δεν είχαν το κουράγιο και τη θέληση να συμμετέχουν. Ήταν το στάδιο όπου, χρόνια προβλήματα της ελληνικής κοινωνίας, αναδείχθηκαν ακόμη και σε αυτή την μικρή ομάδα. Η απόφαση να στηριχθείς στις δικές σου δυνάμεις, να πάρεις τη ζωή στα χέρια σου και να δημιουργήσεις τη δική σου επιχείρηση αποδείχθηκε πολύ δύσκολη για κάποιες από εμάς. Η ανασφάλεια για το ρίσκο που καλούμασταν να πάρουμε ήταν το πρώτο πρόβλημα. Ένα δεύτερο πρόβλημα προέκυψε από την έλλειψη κουλτούρας συνεργατισμού που υπάρχει στη χώρα μας. Στο παρελθόν η κακή νομοθεσία και η πολιτική εκμετάλλευση του συνεταιριστικού κινήματος είχαν αφήσει ένα πολύ ισχυρό αρνητικό κλίμα για την έννοια του συνεταιρισμού που είχε γίνει ταυτόσημο με την αδιαφάνεια και τη διαπλοκή.

Στην πορεία προς την υλοποίηση του σχεδίου μας προέκυψε έντονο και το πρόβλημα της χρηματοδότησης. Οι συνθήκες στη χώρα δεν βοηθούσαν καθώς δεν υπήρχε η δυνατότητα άντλησης κεφαλαίων από τις τράπεζες και δεν υπήρχαν προγράμματα εναλλακτικής χρηματοδότησης. Η απόφαση να αυτοχρηματοδοτήσουμε το σχέδιο μας έκανε ένα ακόμα μεγάλο αριθμό γυναικών να αποχωρήσουν κυρίως γιατί δεν διέθεταν το απαραίτητο κεφάλαιο για τη συνεταιριστική μερίδα η οποία είχε οριστεί στα 5.000€. Η σύσταση της ομάδας άλλαξε πολλές φορές και ενσωματώθηκαν και άντρες που θα βοηθούσαν στην κάλυψη των κεφαλαίων. Στην τελική σύνθεση συμμετείχαμε 5 γυναίκες και 2 άντρες.

Η επιχείρηση ξεκίνησε τη λειτουργία της το καλοκαίρι του 2014. Στην προσπάθειά μας να μειώσουμε το κόστος, καθώς τα κεφάλαια μας ήταν πολύ περιορισμένα, καλύψαμε πολλές από τις επισκευές με προσωπική εργασία γεγονός όμως που μας έδωσε χαρούμενες στιγμές

και έδωσε περισσότερο την ομάδα. Ο εξοπλισμός που αγοράστηκε ήταν στην πλειοψηφία του μεταχειρισμένος και περιορισμένης εμβέλειας. Θεωρούσαμε ότι η προσωπική εργασία θα μπορούσε να καλύψει την μειωμένη δυνατότητα των μηχανημάτων και ότι στην πορεία θα μπορούσαμε να τον αντικαταστήσουμε με πιο σύγχρονο και αποδοτικό.

Από την αρχή γνωρίζαμε ότι μετά το οικονομικό, το μεγάλο μας πρόβλημα θα ήταν η έλλειψη εκπαίδευσης τόσο στο αντικείμενό μας όσο και περισσότερο στη λειτουργία μιας ομάδας, ενός συνεταιρισμού. Επικεντρωθήκαμε λοιπόν σε αυτό και ήταν πολύ συχνές οι συνελύξεις μας με θέμα την οργάνωση της δουλειάς μας και τον τρόπο που θα επιλύαμε τυχόν διαφωνίες. Είχαμε αποφασίσει ότι θα έπρεπε όλοι να εκπαιδευθούμε για όλες τις θέσεις γιατί δεν υπήρχε η πολυτέλεια του εξειδικευμένου προσωπικού. Παρόλα αυτά η όποια εξειδίκευση υπήρχε από ήδη μέλη μας θα έπρεπε το συντομότερο δυνατό να μεταφερθεί και στους άλλους. Για παράδειγμα η γράφουσα και πρόεδρος της ΚΟΙΝΣΕΠ είμαι οικονομολόγος και προσπάθησα από την πρώτη στιγμή να μεταφέρω τις γνώσεις μου για τα επιχειρηματικά σχέδια, την φορολόγηση, την τήρηση βιβλίων κλπ. και στους υπολοίπους, προκειμένου οι αποφάσεις να παίρνονται από κοινού και με την μεγαλύτερη δυνατή πληροφόρηση.

Σύντομα αντιληφθήκαμε ότι πέρα από την διαθεσιμότητα του καθενός/καθεμιάς για όλες τις δουλειές υπήρχε η ανάγκη να ορισθεί ο υπεύθυνος/η κάθε τμήματος της λειτουργίας μας που θα σεβόταν βέβαια τις κοινές αποφάσεις αλλά θα είχε την ευθύνη σε κρίσιμες στιγμές να δίνει τις λύσεις. Ήταν μία διαπίστωση- αποτέλεσμα πολλών λαθών και προστριβών. Με αυτό τον τρόπο, τον ορισμό δηλαδή υπευθύνου για τομείς (λογιστικά- ταμειακά, καθαριότητα, προμήθεια πρώτων υλών κλπ) οι συγκρούσεις και διαφωνίες άρχισαν να μειώνονται και υπήρξε ένας μεγαλύτερος εξορθολογισμός της λειτουργίας μας. Ένας άλλος κανόνας που βοήθησε υπήρξε η απόφαση ότι σε στιγμές έντασης και φόρτου εργασίας τις αποφάσεις θα έπαιρνε ο υπεύθυνος και οι όποιες διαφωνίες θα επιλύονταν στην επόμενη συνέλευσή μας.

Συμπερασματικά θα μπορούσαμε να πούμε ότι τα πρώτα 2 χρόνια η ομάδα έκανε πολλά λάθη και αρκετές φορές απειλήθηκε η συνοχή της. Η βαθύτερη γνώση όμως όλων μας ότι δεν είμασταν εκπαιδευμένοι και θα έπρεπε από τη λειτουργία μας να αυτοεκπαιδευθούμε , έφερε τελικά αποτελέσματα και μία πιο αρμονική λειτουργία. Πάντα φυσικά υπάρχουν λάθη και διαφωνίες αλλά πλέον γνωρίζουμε το τρόπο να τα χρησιμοποιούμε για να προχωράμε.

Οι σχέσεις με άλλες επιχειρήσεις. Η δημιουργία του Δικτύου

Από την αρχή της λειτουργίας της επιχείρησής μας προσπαθήσαμε να ενημερωνόμαστε για ότι συμβαίνει στην πόλη και στην χώρα γενικότερα γύρω από θέματα Κοινωνικής Οικονομίας. Συμμετείχαμε σε κάθε ημερίδα, συνέδριο, εκδήλωση που μαθαίναμε και είχε θέμα την ΚΑΛΟ. Είχαμε επίσης καλλιεργήσει σχέσεις και με άλλες κοινωνικές επιχειρήσεις, προσπαθώντας μάλιστα να βρούμε τρόπους να συνεργασθούμε μαζί τους. Εδώ θα πρέπει να τονίσουμε ότι είναι ιδιαίτερα ανεπτυγμένη η αίσθηση της κοινότητας που υπάρχει ανάμεσα στις Κοινωνικές επιχειρήσεις και οι τυχαίες συναντήσεις μας συνοδεύονται πάντα από πολύ εγκάρδια ατμόσφαιρα.

Κατά τον πρώτο χρόνο λοιπόν λειτουργίας μας δεχθήκαμε μία πρόσκληση από μία ομάδα ΚΟΙΝΣΕΠ να συμμετέχουμε σε μία συνάντηση προκειμένου να συζητήσουμε τη δυνατότητα δημιουργίας ενός δικτύου. Η ανταπόκριση μας ήταν άμεση και η ομάδα έστειλε ως εκπρόσωπο εμένα σε αυτή την πρώτη συνάντηση. Ανταποκρίθηκαν σε αυτό το πρώτο κάλεσμα περίπου 20 ΚΟΙΝΣΕΠ από τη Θεσσαλονίκη αλλά και από την υπόλοιπη Περιφέρεια Κεντρικής Μακεδονίας. Κάποιοι από τους συμμετέχοντες γνωριζόμασταν ήδη και με αρκετούς γνωριστήκαμε σε αυτή τη συνάντηση. Το πρώτο που αναδείχθηκε σε

αυτή τη συνάντηση ήταν η πληθώρα των προβλημάτων που αντιμετώπιζε ο χώρος μας και για αρκετό χρόνο υπήρξε αυτή η ανταλλαγή εμπειριών και πληροφοριών. Έγινε αμέσως λοιπόν αντιληπτό ότι και μόνη αυτή η ανταλλαγή πληροφοριών ήταν ιδιαίτερα ωφέλιμη και η προσπάθεια να συνεργασθούμε έπρεπε να συνεχισθεί. Στη συνέχεια της συζήτησης αποφασίστηκε η συγκρότηση ενός δικτύου που δεν θα είχε νομική μορφή, θα ήταν μία άτυπη συνεργασία προκειμένου να μη δημιουργηθεί μία ιεραρχία και η συμμετοχή να είναι ισότιμη. Έτσι δημιουργήθηκε το Δίκτυο ΚΟΙΝΣΕΠ Κεντρικής Μακεδονίας που κλείνει φέτος 5 χρόνια λειτουργίας και έχει μέλη πάνω από 50 ΚΟΙΝΣΕΠ σε όλη την Περιφέρεια. Η γράφουσα τα δύο τελευταία χρόνια είναι Πρόεδρος του Δικτύου, το οποίο έχει πλέον τη μορφή της Αστικής Μη Κερδοσκοπικής Εταιρείας αλλά διατηρεί την ισότιμη συμμετοχή όλων και το Διοικητικό του Συμβούλιο έχει μόνο συντονιστικό ρόλο. Είναι σημαντικό εδώ να επισημάνουμε ότι η δημιουργία του Δικτύου μας ήταν μία φυσική συνέχεια καθώς οι άνθρωποι που εντάσσονται στην ΚΑΛΟ και υπηρετούν το αξιακό της υπόβαθρο, αντιλαμβάνονται ότι μετά τη συνεργασία των ανθρώπων και τη δημιουργία ομάδων ακολουθεί η συνεργασία των ομάδων.

Το Δίκτυο μας είναι το πρώτο που δημιουργήθηκε στη χώρα, είναι το πολυπληθέστερο και το πλέον ενεργό σύμφωνα και με σχόλια του Υπουργείου Εργασίας στο οποίο υπαγόμαστε. Σημαντικό στοιχείο για αυτή την υγιή πορεία του υπήρξε το γεγονός ότι δημιουργήθηκε «από κάτω», από το ίδιο το πεδίο και δεν μεσολάβησαν παράγοντες πολιτικής ή προσωπικής ιδιοτέλειας και φιλοδοξίας.

Στα πέντε αυτά χρόνια λειτουργίας του υπήρξαν σημαντικά ορόσημα που αναδεικνύουν τη σημαντικότητα της δικτύωσης.

Ο ιδρυτικός νόμος για την ΚΑΛΟ ο 4019/2011 είχε πολλά κενά και δημιουργούσε σοβαρά προβλήματα συγκρότησης του χώρου της ΚΑΛΟ. Για παράδειγμα ο νόμος άφηνε αρκετά περιθώρια καταστρατήγησης του αξιακού υποβάθρου της ΚΑΛΟ και το στοιχείο αυτό υπήρξε ένα από τα πεδία που δραστηριοποιήθηκε το Δίκτυό μας. Μαζί με άλλους φορείς όπως το Ίδρυμα Χάινριχ Μπελ, τμήμα του Πανεπιστημίου Αθηνών, την Συνεταιριστική Τράπεζα Καρδίτσας κ.α.. συγκροτήσαμε το FORUM Κοινωνικής Επιχειρηματικότητας που παράλληλα με συνέδρια και ημερίδες που διοργάνωσε συνέταξε έναν Κώδικα Δεοντολογίας προκειμένου να θωρακισθεί ο χώρος ακριβώς από αυτή την καταστρατήγηση.

Το 2015 με την αλλαγή κυβέρνησης της χώρας ξεκίνησε μία μεγάλη συζήτηση στο χώρο της ΚΑΛΟ για την αλλαγή του νομικού και θεσμικού πλαισίου. Η κατάθεση του προσχεδίου ενός νέου νόμου ενεργοποίησε για μία κόμη φορά το Δίκτυο. Ξεκινήσαμε λοιπόν μία διαβούλευση πάνω στο προσχέδιο με όλες τις ΚΟΙΝΣΕΠ της Περιφέρειας αλλά και άλλους φορείς, ΜΚΟ, Ιδρύματα κ.α. Η συζήτηση έγινε επάνω σε κάθε άρθρο και το αποτέλεσμα εστάλη ως επίσημη παρέμβαση στη Δημόσια Διαβούλευση της Κυβέρνησης. Σύμφωνα με μαρτυρίες όσων παρακολούθησαν τις εργασίες μας υπήρξε η πλέον εμπειριστατωμένη και συλλογική αποτύπωση παρατηρήσεων για το συγκεκριμένο νόμο. Όλο το διάστημα της προεργασίας για το νέο νόμο η Υφυπουργός Εργασίας, εντεταλμένη για θέματα Κοινωνικής Οικονομίας, αλλά και συνεργάτες της, συναντήθηκαν πολλές φορές με το Δίκτυό μας και υπήρξε στενή συνεργασία αναδεικνύοντας ακριβώς την ισχύ που μπορεί να έχει μία δικτύωση σε αντίθεση με μία μοναχική πορεία.

Η ψήφιση του νέου νόμου επέβαλλε έναν επιπλέον ρόλο στο Δίκτυο, το οποίο θα έπρεπε να πληροφορήσει και να εξηγήσει το νέο πλαίσιο σε όσους το είχαν ανάγκη, Ένας μεγάλος κύκλος συναντήσεων και εκδηλώσεων έδωσε σε πολλούς τη δυνατότητα να κατανοήσουν

το νέο τρόπο που θα έπρεπε να λειτουργήσουν τις επιχειρήσεις τους. Ταυτόχρονα, καθώς και αυτός ο νόμος είχε τα προβλήματα και τις ελλείψεις του, έδωσε τη δυνατότητα όλες οι ενστάσεις του πεδίου να καταγραφούν και να σταλούν στο Υπουργείο. Πολλές από αυτές τις ενστάσεις είναι αντικείμενο τροποποιήσεων που εξετάζει το Υπουργείο.

Οι προτάσεις του δικτύου για την ανάπτυξη της ΚΑΛΟ

Στους παραγωγικούς φορείς του αγροδιατροφικού και μεταποιητικού τομέα τα προβλήματα είναι ιδιαίτερα σημαντικά αφού η μεγάλη πλειοψηφία τους οριακά επιβιώνει. Οι περισσότεροι φορείς δε διαθέτουν παρασκευαστήρια για την παραγωγή και τυποποίηση των προϊόντων τους. Οι λόγοι είναι προφανείς, τα συγκεκριμένα παρασκευαστήρια απαιτούν υψηλό κόστος επένδυσης το οποίο οι φορείς μόνοι τους δεν μπορούν να καλύψουν. Αρκετοί καταφεύγουν σε παρασκευαστήρια τρίτων, λύση όμως που αυξάνει το κόστος παραγωγής τους, τους αποξενώνει από το ίδιο το προϊόν τους και σημαντικό επίσης χάνεται η αίσθηση του συνεργατισμού από τη λειτουργία τους. Το δίκτυο έχει επεξεργασθεί σχέδια για τη δημιουργία κοινών παρασκευαστηρίων (αγροτικών προϊόντων, τροφίμων, βοτάνων, καλλυντικών) για συμπράξεις φορέων, ώστε μέσα από την κοινή χρήση να διασφαλίζεται η βιωσιμότητά τους αλλά και εξοικονόμηση πολύτιμων πόρων. Στις συμπράξεις αυτές θα μπορούν να εισέρχονται και νεοσυσταθέντες φορείς.

Στο ίδιο πνεύμα, συμπράξεων και συνεργασιών μεταξύ των φορέων είναι και η πρότασή μας για τη δημιουργία πολυχώρου - καταστήματος για φορείς της Κοινωνικής και Αλληλέγγυας Οικονομίας, που θα δίνει διέξοδο στην αγορά, ένα ακόμη σημαντικό πρόβλημα, αλλά και θα αναδεικνύει τη συγκρότηση και τη συνοχή της ΚΑΛΟ.

Ένα σημαντικό επίσης ζητούμενο είναι η ευαισθητοποίηση και η αναγνωρισιμότητα της ΚΑΛΟ στις τοπικές κοινωνίες ως προς το αξιακό της υπόβαθρο, τις κοινωνικές της αναφορές και το ρόλο της στη δίκαιη και βιώσιμη ανάπτυξη. Εμείς που βρισκόμαστε στην πρώτη γραμμή γνωρίζουμε καλά πόσα λίγα έχουν επιτευχθεί στην κατεύθυνση αυτή. Έχουμε προτείνει λοιπόν δράσεις προβολής και προώθησης της ΚΑΛΟ μέσα από τις οποίες θα μπορούν ταυτόχρονα οι φορείς να έρχονται σε επαφή με τις τοπικές κοινωνίες και να προωθούν τα προϊόντα και τις υπηρεσίες τους. Η πρώτη ΕΧΡΟ ΚΑΛΟ που διοργανώθηκε στην Αθήνα ήταν ένα πρώτο βήμα, θεωρούμε όμως ότι η καθιέρωση περιφερειακών ΕΧΡΟ είναι αυτό που χρειάζεται ο χώρος σε αυτό το στάδιο ανάπτυξής του.

Ο ρόλος των δικτύων και των οικοσυστημάτων

Μέσα από τα τοπικά δίκτυά τους, οι ΚΟΙΝΣΕΠ εδραιώνουν και κατακτούν με αργά αλλά ασφαλή βήματα διαύλους επικοινωνίας, κοινούς κώδικες, συλλογική λειτουργία και διεκδίκηση.

Τα τοπικά δίκτυα είναι ίσως τα μόνα που μπορούν να εγγυηθούν, καθώς σταδιακά η μία ομάδα γνωρίζει την άλλη, τη διαφάνεια, την προσήλωση στις αρχές και την αμεσοδημοκρατική λειτουργία της κάθε ομάδας. Είναι αυτά που μπορούν να εγγυηθούν τον ουσιαστικό και όχι τυπικό προσδιορισμό της ως δομή της κοινωνικής- αλληλέγγυας οικονομίας.

Τα τοπικά δίκτυα είναι ίσως τα μόνα που μπορούν να αναπτύξουν μηχανισμούς αυτοελέγχου του χώρου και αποτελούν απαραίτητο στοιχείο για την ανάπτυξη οικοσυστημάτων της ΚΑΛΟ. Ο χώρος της ΚΑΛΟ είναι από τη φύση του πολυδιάστατος και πλουραλιστικός, μπορεί λοιπόν να λειτουργήσει και να αναπτυχθεί μόνο εφόσον αυτή η πολυμορφία του εκφραστεί και ενοποιηθεί. Το ρόλο αυτό καλούνται να παίξουν τα τοπικά οικοσυστήματα, αποτελούμενα από όλα τα είδη φορέων ΚΑΛΟ, εκπαιδευτικά, ιδρύματα, συνεταιριστικές τράπεζες, υποστηρικτικές δομές, οργανώσεις της Κοινωνίας των Πολιτών κλπ.

βιογραφικό

Η Ελένη Παπαθεοδόσιου αποφοίτησε από το Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης, Τμήμα Οικονομικών Επιστημών και Νομικών Επιστημών. Εργάστηκε ως Ιδιωτικός Υπάλληλος σε Λογιστές / 1983-1989 / και Σύμβουλος Επιχειρήσεων / 1995-2008 /. Είναι μέλος και υπάλληλος της Κοινωνικής Συνεταιριστικής Εταιρείας. Συμμετείχε σε πολλά σεμινάρια και ως ομιλητής σε πολλά.

Short CV

Eleni Papatheodosiou graduated from the Aristotle University of Thessaloniki, Department of Economics and Legal Sciences. She worked as Private Employee in Business Accountants /1983-1989/ and Business Consultant /1995-2008/. She is a Member and employee of the Social Cooperative Society. Participated in many seminars and as a speaker at many workshops and conferences. Eleni Papatheodosiou participated in many country movements, thematic and contending.

E-mail: elpapatteo@gmail.com

Социална икономика - Окръжен съюз на ТПК - Благоевград

Резюме

В материала се представя дейността на група социални предприятия от Благоевград – 19 трудово-производителни кооперации, обединени от Окръжен съюз на ТПК. Четири от тези кооперации целенасочено осигуряват работа за хора с увреждания. Кооперациите търсят нови форми, осигуряващи пазар за продукцията им – така през 2017 г. те подписват взаимно-изгодни споразумения за сътрудничество с общини Благоевград, Гоце Делчев, Сандански и Петрич. Представители на ТПК в последните две години участват в три регионални форума за социално предприемачество. През 2017 г. те се включват и във Фестивала на социалната икономика, организиран в района на гр.Кавала, Гърция. ТПК от Благоевградска област редовно участват в европейските форуми за социално предприемачество, провеждани в България: през 2018 г. - в гр. София и през 2019 г. - в гр. Пловдив.

Три кооперации от системата на Окръжния съюз на трудово производителните кооперации - ТПКИ“Рила“, ТПКИ Атанас Тешовски“ и ТПК“Нов свят“ учредяват Кооперативен клъстер в текстилното производство. Първоначално в него се включват 14 предприятия, към днешна дата те са вече седемнайсет, като участват и два университета - УНСС и ЮЗУ“Неофит Рилски“. Кооперативният клъстер провежда активна дейност - получи финансиране по Оперативна програма в размер на 355 000 лв.

Всички трудово производителни кооперации от Благоевградска област членуват в Националния съюз на ТПК – София. 2019 г. е знаменателна и юбилейна за системата - на 04.07.2019 г. се навършват 100 години от основаването на Националния съюз на трудово производителните кооперации.

Social Economy - Regional Union of Worker Producers Co-operatives

Abstract

The paper presents the activities of 19 social enterprises - co-operatives /TPK/, united by the Regional Union. Four of these cooperatives purposefully provide work for people with disabilities. Cooperatives are looking for new forms providing a market for their production - so in 2017 they sign mutually beneficial cooperation agreements with Blagoevgrad, Gotse Delchev, Sandanski and Petrich municipalities. Representatives of the TPK have been participating in three regional social entrepreneurship forums over the past two years. In 2017, they participate in the Social Economy Festival, organized in the region of Kavala, Greece. TPK from Blagoevgrad region regularly participate in the European social entrepreneurship forums held in Bulgaria: in 2018 in Sofia and in 2019 in Plovdiv.

Three cooperatives from the system of the Regional Union – „Rila“, „Atanas Teshovski“ and „New World“ set up a Cooperative Cluster in Textile Production. Initially, there are 14 enterprises, to date they are already seventeen, with two universities - UNWE and SWU „Neofit Rilski“. The Cooperative Cluster receives funding under Operational Program amounting to BGN 355,000.

All cooperatives from the Blagoevgrad region are members of the National Union of TPK - Sofia. 2019 is a symbolic and anniversary of the system - on July 4, 2019, 100 years have passed since the founding of the National Union of Labor Productive Cooperatives.

В Окръжния съюз на трудово-производителните кооперации – Благоевград членуват 19 малки и средни предприятия от градовете Благоевград, Сандански, Петрич, Гоце Делчев, Хаджидимово, Банско, Якоруда, Белица, с. Сатовча, с. Гърмен и с.Беслен.

Нормативният документи за нас е Законът за кооперациите. Всяко едно от тези предприятия има свой Устав, съобразен със спецификата на съответната кооперация. Висш орган за управление е Общото събрание, а другите органи са Управителен съвет, Контролен съвет и Председател.

Трудово производителните кооперации в Благоевградска област имат разнообразна дейност, като водещо е шивашкото производство:

- в ТПК “Нов свят“ - Благоевград се шие дамска конфекция;
- в ТПКИ „Рила“ – Благоевград се шие дамска конфекция;
- в ТПК “Единство“ се предлагат бръснаро фризьорски услуги;
- ТПК “Сила“ – Благоевград се занимава с винопроизводство;
- в ТПКИ “Атанас Тешовски“ – гр. Гоце Делчев се шият трикотажни облекла;
- в ТПК “Труд“ - гр. Гоце Делчев се изработват консумативи за болнични заведения и знамена;
- в ТПКИ “Антон Попов“ - гр. Петрич се плетат облекла от вълнен трикотаж;
- в ПКИ „Георги Казепов“ – гр. Сандански се изработват полиетиленови пликове, опаковки и чували от полиетилен за сметопочистващи фирми собствено производство;
- в ПК “Братски труд“ – Сандански са създали ферма за охлюви;
- ТПК “Пирин“ – Гоце Делчев е с дейност хлебопроизводство;
- ТПК “Сингра“ – Хаджидимово се занимава с ушиване на саи за обувната промишленост;
- ТПК “Никола Ушев“ – с.Гърмен развива хотелиерство и разполага със собствен плаж с минерална вода.

Четири от тези трудово производителни кооперации, разположени равномерно в област Благоевград, целенасочено осигуряват работа за хора с увреждания - това са ТПКИ „Рила“ – Благоевград, ТПКИ “Атанас Тешовски“ – гр. Гоце Делчев, ТПКИ “Антон Попов“ - гр. Петрич и ПКИ „Георги Казепов“ – гр. Сандански. Процентното съотношение между лицата с увреждания и останалите работници във всяко от тези предприятия е около 30:70. Предприятията са регистрирани в Агенцията за хората с увреждания - подразделение на Министерството на труда и социалната политика. Те имат възможност ежегодно да участват с проектни предложения с бизнес- и социална насоченост.

В стратегията за развитие на трудово производителните кооперации, приета на XIII-тия национален конгрес на ТПК, фигурира препоръка за сключване споразумения за взаимноизгодно сътрудничество, публично-частни партньорства с общините на градовете, в които се намират предприятията. Тази практика се оказва много ползотворна. През 2017 г. в региона бяха подписани следните споразумения:

1. Споразумение с община Благоевград, представлявана от кмета г-н Камбитов, за:
 - Изработване униформени облекла за училищата, общински фирми и организации;
 - Архивиране и подвързване на документи, книговезки услуги и изработване на книжни опаковки;
 - Предоставяне на база за офиси и социални дейности;
 - Участие в базари и организиране на модни ревюта;
 - Организиране на екскурзии и развлекателни мероприятия за хора от социалните домове.

2. С община Гоце Делчев, представлявана от кмета г-н Москов, се подписа споразумение за:

- доставка на знамена за нуждите на общината;
- снабдяване на социалните домове с хляб;
- доставка на пити и погачи за нуждите на община Гоце Делчев;
- изработка и ушиване на текстилен инвентар на болнични заведения и детски градини;
- ушиване на облекла за детски заведения.

3. С община Сандански, представлявана от кмета г-н Котев, се подписа споразумение за:

- Изработване на полиетиленови пликосе и опаковки и чували от полиетилен за смет;
- Изработване на книжни кесии и опаковки.

4. В община Петрич с кмет г-н Бръчков се подписа споразумение за:

- Изработване на униформи за общински фирми;
- Ушиване на текстилен инвентар на болнични заведения;
- Изработване на облекла от вълнен трикотаж за детски заведения.

Тези споразумения се оказаха взаимноизгодни и за трудово производителните кооперации, и за общините.

Важна задача на Окръжния съюз на трудово производителните кооперации е да подпомага повишаването квалификацията на управленските кадри на ТПК, а също и да стимулира популяризацията и рекламната дейност на предприятията. В тази връзка представители на ТПК от Благоевградска област в последните две години имаха възможност да участват няколко **регионални форума за социално предприемачество**.

Първият форум се провежда през пролетта на 2017 г. в Бачиново - творческата базата на ЮЗУ“Неофит Рилски“, гр.Благоевград. Организатори на проявата са Министерството на труда и социалната политика, Националният съюз на ТПК и община Благоевград. Съорганизатор на форума е Окръжният съюз на ТПК – гр.Благоевград. На форума се изнасят доклади от заместник- министъра на МТСП, председателя на НС на ТПК, председателя на ОС на ТПК, представители на общини и заместник-кметове, представители на кооперации от областта. На участниците са предоставени аксесоари, изработени от ТПК“Труд“ - Гоце Делчев. Участниците във форума посещават две водещи кооперации в Благоевград - ТПК“Нов свят“ и ТПКИ“Рила“ и се запознават с материалната база, вида на производство, капацитета, както и мерките за осигуряване на безопасни условия на труд.

Вторият мащабен форум за социално предприемачество се състоя в края на 2018 г. в зала „22 Септември“ в гр. Благоевград с основна тема „Съвременни предизвикателства пред регионалното развитие на социалната икономика“. В него вземат участие водещи представители на държавната, областна и общинска администрация, научни изследователи, социални предприемачи, представителни на местната общност. Разглеждат се актуални проблеми на социалното предприемачество в региона, споделят се добри практики, в критичен дух се идентифицират някои бариери пред развитието на социалната икономика в Благоевградския регион.

Програмата на форума включва представяне на предприятия и кооперации от социалната икономика в областта. В залата бяха разположени големи информацион-

ни панели, представящи дейността на всички трудово производителни кооперации от региона. Участниците и гостите на форума имат възможност да се запознаят и с моштри от продукцията на предприятията.

Дискусионният форум бе организиран в два панела. Акцент при първия панел е представяне от заместник-министъра на МТСП д-р Султанка Петрова и нейни сътрудници на новия Закон за предприятията на социалната и солидарна икономика. По актуални теми на социалното предприемачество в региона говориха представители на областната управа, община Благоевград, ЮЗУ „Неофит Рилски“, ръководители на социални предприятия и кооперации.

Бяха засегнати теми като:

- Ролята на кооперациите за развитието на социалната икономика: 100г. Национален съюз на ТПК;
- Ролята на община Благоевград за насърчаване на социалното предприемачество;
- Социалният ангажимент на бизнеса при взаимодействието със социалните предприемачи;
- Образование и социално предприемачество – подходи за успешното сътрудничество между ЮЗУ „Неофит Рилски“ и социалните предприемачи в региона.

В рамките на втория панел бяха споделени добри практики от региона с акценти нормативна среда, обществени потребности, роля на публичния и частния сектор, представяне на позициите на заинтересованите страни – държавните органи, органите на местната власт, социалните предприемачи и представители на местната общност. Споделиха опит представители на кооперации от гр. Благоевград, гр.Гоце Делчев, гр.Сандански, гр.Петрич, с.Гърмен, гр.Якоруда и др., предприятия от Дупница, Регионален център на деца с епилепсия и Българската асоциация за невромускулни заболявания.

Атрактивен завършек на дискусияния форум бе представеното модно ревю – чудесен резултат от творческото сътрудничество между специалност Мода към Факултета по изкуствата към ЮЗУ „Неофит Рилски“ с ръководител проф. Е.Куков, чиито студенти създават моделите, и ТПК „Нов свят“, в който те се изработват /и където студентите провеждат стажовете си/.

Третият, заключителен етап на регионалните дискусияни форуми бе проведен през м. декември 2018 г. на две места: в Университета за национално и световно стопанство и в зала „Универсиада“. В него взеха участие водещи предприятия на социалното предприемачество от различни региони, национално представителни организации за хора с увреждания, представители на местни общности, научни изследователи, регионални работнически и синдикални организации, държавни и общински органи.

В УНСС бяха реализирани две прояви:

- Кръгла маса „Особености на развитието на социалната икономика в екосистемата на големия град“;
- Научно практическа конференция на тема “Социални иновации и научно приложни аспекти на социалната икономика“.

В зала Универсиада между 11-13 декември 2018г. се проведе изложение на продукцията на предприятия от социалната икономика от цяла България. Благоевградска област бе представена от ТПК „Нов свят“. Това изложение допринесе за популяризиране и реклама на социалното предприемачество, увеличаване на неговата

разпознаваемост, запознаване на обществеността с водещи социални предприятия и кооперации.

Трудово производителните кооперации от Благоевградска област участват също и в международни прояви - като напр. във **Фестивала на социалната икономика, организиран в района на гр. Кавала, Гърция**. През 2017 г. той е проведен в края на м. юли в сградата на Социално кооперативно предприятие „Forest Village Pagaio“¹. Цел на фестивала бе да събере заедно социални предприятия от различни места на Гърция и Европа, да укрепи обединяването и икономическото сътрудничество между тях и най-вече да даде възможност хората се опознаят, да обменят опит и добри практики. Фестивалът включваше следните основни форми:

А. Открито изложение на стоки и услуги, произведени от социални предприятия

Б. Експериментални и информационни работни срещи по най-разнообразни теми.

Ще ги представим по-подробно, за да се илюстрират най-разнообразните възможности за социално предприемачество:

- Проучване на потенциала и основните характеристики на социалния предприемач. Социално предприемачество през целия живот;

- Кооперативни игри със специализиран педагог по театрална педагогика и социкултурна анимация;

- Представяне на одобрения проект „Подкрепа за развитие на социалните предприятия и повишаване на заетостта / СоСЕДЕЕ“, Интеррег Гърция-България, 2014-2020 г.

- Опитът на социално предприятие „Тракис Кинитро“;

- Какво представлява клиничната хипнотерапия? Как да се справите с проблеми като стрес, панически кризи, фобии, депресия, тегло, тютюнопушене и пр. Експериментална хипнотерапия; Упражнения за релаксация / Център за клинична хипнотерапия и НЛП - Социално предприятие „Хипократичен живот“;

- Семинар за трюфела - Социално предприятие SILOGI;

- Какво ми е необходимо за офиса: Как мога ефективно да рекламирам моя бизнес?

- Курсове по оказване на първа помощ и управление на кризи - Социално предприятие Социално благоприятно общуване;

- Активни микроорганизми. Чудо на природата за човека, растения, животни, околна среда - Социално предприятие Земна спирала;

- Приготвяне на гръцка змиорка със захарна тръстика - Социално предприятие Genisea II;

- Визуално ателие за декорация на рамки, буркани и др. - Социално предприятие „Ефкалипис“;

- Разказ на популярни приказки за деца и възрастни - Социално предприятие Спартак;

- Куклен театрален спектакъл и марионетки за деца - Социално предприятие „Куклотопия“;

- Работилница с мозайки - г-н Джорджос Топалидис Ерусалтърю;

- Реч по историята на района на Пангео - г-н Теодорос Либеракис, историк –изследовател;

В. Организиране дейности на открито и посещения/екскурзии, организирани от социално предприятие Горско селище Pagaio & TEAPP.

От българска страна в това интересно събитие участваха членове на ръководство-

¹ <http://dasiko-chorio-paggaiou-koin-s-ep.webnode.gr/epikoinonia/>

то на ОС на ТПК – Благоевград, представители от ТПК “Нов свят“, ТПК “Труд“, ТПКИ “Антон Попов“, ПКИ“Георги Казепов“ и ПК“Братски труд“. Във форума взеха участие и юрисконсултите на НС на ТПК и ОС на ТПК – Благоевград.

Във връзка с председателството на България на Съвета на Европейския съюз, **Седмият европейски форум за социално предприемачество през 2018 г.** бе проведен в гр. София /а не в гр. Пловдив, където традиционно се провеждаха/. Официалното откриване на Форума се състоя в зала ЕФЕ. На него присъстваха вицепремиерът на Р България - г-н Валери Симеонов; кметът на София – г-жа Йорданка Фандъкова; министърът на труда и социалната политика - г-н Бисер Петков; г-жа Султанка Петрова - зам. министър на труда и социалната политика; г-н Минчо Коралски - изпълнителен директор на Агенцията за хората с увреждания; председателят на комитета по труда, социалната и демографска политика - г-н Хасан Адемов и др. Приветствия към участниците в изложението отпращаха вицепремиерът – г-н В. Симеонов, председателят на комисията по труда, социалната и демографска политика – г-н Х. Адемов и кметът на София – г-жа Фандъкова.

Изложението бе посетено от председателя на СЕК ОП, г-н Джузепе Гуерини, който се спря на някои от щандовете на НС на ТПК и разговаря с председатели на кооперации. Гост на изложението бе и г-жа Мариан Тейсен - европейски комисар по заетостта, социални въпроси, умения и трудова мобилност, която разгледа щандовете на кооперациите на НС на ТПК и Съюза на глухите. Тя бе посрещната с хляб и вино на щанда на РС на ТПК – Благоевград, което създаде особено емоционална атмосфера.

Програмата на Форума включваше международна конференция на тема „Социална икономика - за икономическа устойчивост и социално включване в ЕС“ и изложение на социални предприятия и кооперации.

Изложението на социални предприятия и кооперации бе организирано в зала ЕФЕ на хотел „Маринела“, гр. София от 16 до 18 април 2018 г. Размерът на залата /800кв.м./ се оказа недостатъчен за планираните представяния, което наложи част от щандовете на изложителите да бъдат разположени в допълнително изградена в двора на хотела шатра. Достъпът до нея бе допълнително затруднен от засилените мерки за сигурност. Ограничената площ на зала „ЕФЕ“ не позволи да се представят социални предприятия и кооперации от Румъния, Италия, Гърция, Белгия и др., които традиционно участват на сходните форуми в гр. Пловдив. Една от най-очакваните прояви – традиционното модно ревю, неизменно присъстващо на форумите, провеждани в Пловдивския панаир и предизвикващи интереса на официалните гости и посетителите, също не бе реализирано. Поради недостатъчна реклама в медиите липсваха посетители на проявата, в резултат на което не бяха реализирани традиционните за изложенията в гр. Пловдив продажби.

В изложението взеха участие девет национално представителни организации - Националният съюз на трудово-производителните кооперации, Националната федерация на работодателите на инвалиди, Националният съюз на кооперациите на инвалиди, Съюзът на глухите, Съюзът на слепите, Българската асоциация за невромускулни заболявания, Асоциацията на родители на деца с епилепсия, Съюзът на инвалидите и Националният алианс за социална отговорност.

Върху изложбените щандове на кооперации и предприятия за хора с увреждания /с обща площ от 144 кв. м./ бе представена и продукцията на кооперациите от Благо-

евградския регион - на ТПКИ „Рила“ – Благоевград, ТПК“ Нов свят“, ПКИ “Георги Казепов“ и ТПКИ „Антон Попов“. Екипите на кооперациите-изложителки вложиха амбиция и лично творчество при организирането и аранжирането на щандовете. За поредна година ТПКИ бяха подготвили листовки, дипляни, визитки и други рекламни материали специално за изложението, предоставяни на щандовете им. На всички щандове бяха залепени и афиши за форума.

Спазена бе традицията за организиране на информационен център на НС на ТПК, който предоставяше богата информация за системата на Съюза. В него се излъчваха филми, предлагаша се листовки, визитки и други рекламни материали на ТПКИ. В центъра бяха презентирани също Кооперативният клъстер и Центърът за професионално обучение и „Турмедико“ ЕАД. В сборен щанд Регионалният съюз на ТПК – Благоевград представи ТПКИ и кооперации от региона като ТПКИ „Атанас Тешовски“, ТПК„Сила“ - Благоевград, ТПК „Пирин“, ТПК „Труд“ - Гоце Делчев и ТПК „Сингра“ – Хаджидимово.

Включената в рамките на Форума международна конференция се проведе в зала „Триадица“ на резиденция Бояна. В работата ѝ взеха участие министърът на труда и социалната политика г-н Бисер Петков, г-жа Елжбета Бенковска – Европейски комисар по вътрешни пазари, промишленост, предприемачество и малки и средни предприятия, г-н Джузепе Гуерини - председател на СЕКОП – СИКОПА, г-жа Мариан Тейсен – европейски комисар по заетостта, социалните въпроси, умения и трудова мобилност, г-н Хуан Педреньо – председател на Европейския социален форум, г-н Хасан Адемов – председател на комисията по труда, социалната и демографска политика в Народното събрание и др. С презентация в конференцията участва и председателят на Националният съюз на ТПК, който представи визията на НС на ТПК за развитието на социалната икономика в страната. На изложението бяха присъдени плакети и грамоти за социална иновация в три направления – за иновативен продукт, за иновативна услуга и за иновативно производство. Наградите бяха връчени от зам. министър Султанка Петрова, която поздрави отличените.

В заключение можем да посочим, че независимо от възникналите трудности, участието на кооперациите в изложението бе на ниво и постигна поставените цели – да бъде представена системата на Съюза на трудово производителните кооперации и нейните възможности по отношение на производство и предоставяне на услуги. От Окръжен съюз на ТПК – Благоевград участие взеха председателите на ТПКИ „Ат. Тешовски“, ПКИ „Георги Казепов“, ПК „Братски труд“ и ТПКИ „Антон Попов“.

Три кооперации от системата на Окръжния съюз на трудово производителните кооперации - ТПКИ“Рила“, ТПКИ Атанас Тешовски“ и ТПК“Нов свят“ **са учредители на кооперативен клъстер в текстилното производство**. Първоначално в него се включват 14 предприятия, към днешна дата те са вече седемнадесет, като участват и два университета - УНСС и ЮЗУ“Неофит Рилски“. Председателите на трите кооперации-учредители влязоха в органите на управление на клъстера – г-н Петров е заместник-председател, г-н Башлиев - член на УС и г-н Чонгов - член на КС на клъстера.

Кооперативният клъстер провежда активна дейност: получи финансиране на проект по Оперативна програма и като новоучреден клъстер спечели средства в размер на 355 000 лв. През 2019 г. кооперативният клъстер участва на Осмото изложение в гр. Пловдив с колекция облекла. Колекцията бе изработена в няколко ТПК: ТПК „Нов

свят“ – сака, ТПКИ “Мара Денчева“ гр. Плевен – панталони, а ТПКИ “Черноморка“ Бургас изработи блузите и полите. Колекцията бе наградена с плакет. Същата колекция бе представена в края на м.април 2019 г. и в гр. Рига – Латвия, с което реализира дейност „участие в изложения и маркетинг“ по проекта. Проектът „Кооперативен клъстер“ приключва през месец май 2019г., като следващата стъпка е участие в проект за работещи клъстери, като размерът на тези средства е 1 500 000 лв.

Всички трудово производителни кооперации от Благоевградска област членуват в Националния съюз на ТПК – София. 2019 г. е знаменателна и юбилейна за системата - на 04.07.2019 г. се навършват 100 години от основаването на Националния съюз на трудово производителните кооперации. Предстои и друго важно събитие - Четиринадесетият редовен конгрес на ТПК, който се провежда на четири години и наред с избор на органите за управление предстои да се приеме стратегия за развитие на ТПК за периода 2019-2023 г.

Адресът на управление на Окръжен съюз на трудово производителните кооперации е ул.“Тодор Александров“№14, www.osnatpk , e-mail: osnatpkblagoevgrad@abv.bg

Георги Башлиев е председател на Окръжния съюз на ТПК – Благоевград и управител на ТПКИ „Атанас Тешовски“ – гр. Гоце Делчев

Georgi Bashliev is the Chairman of the Regional Union of Worker producers co-operatives – Blagoevgrad and Director of Worker producers co-operative for People with Disabilities “Atanas Teshovski” - Gotse Delchev
e-mail: georgi_bashliev@abv.bg

**Отдел Хуманитарни дейности и култура към община Благоевград –
в помощ на социалното предприемачество**

Резюме

Отдел Хуманитарни дейности и култура е най-сериозният двигател за развитието на социалните услуги в Благоевградска област. Чрез него се осигуряват качествени услуги и заетост на хора в неравностойно положение. Поддържат се 20 социални центъра – домове за стари хора, центрове за лица с различни заболявания, центрове за временно настаняване и пр. На нуждаещи са предоставени около 600 жилища. През 2018 г. успешно е реализиран проект “Пространство за равен шанс”, с който е осигурена трудова заетост на 15 лица с увреждания. Организирант се събития, допринасящи за развитие на местната общност – над 30 публични културни празници и фестивали гозишно. Отделът е член на мрежата за сътрудничество, в която активно си сътрудничи с над 25 социални организации, работи с много неправителствени организации, като активно подпомага дейността им – предоставя им помещения за работа, използване на спортни зали и съоръжения и пр.

**Department of Humanitarian Activities and Culture
of Blagoevgrad municipality - in support of social entrepreneurship**

Abstract

The Department of Humanitarian Affairs and Culture is the most important engine for the development of social services in the Blagoevgrad region. It provides quality services and employment to disadvantaged people. There are 20 social centers - homes for the elderly, centers for people with various diseases, temporary accommodation centers, etc. Approximately 600 homes are provided to the needy. In 2018, the „Equal Opportunity Space“ project was successfully implemented, which provided employment for 15 persons with disabilities. Events are organized to contribute to the development of the local community - over 30 public cultural and festal festivals. The department is a member of the cooperation network in which it actively cooperates with more than 25 social organizations, works with many non-governmental organizations, actively supports their activity - provides them with workplaces, use of sports halls and facilities.

Най-мощната и последователна социална политика в Югозападния регион на България се осъществява от община Благоевград. Тя е доставчик на над 20 социални услуги. Въпреки че не представлява социално предприятие в тесния смисъл на закона, Община Благоевград чрез сектор Хуманитарни дейности и култура със своите мащабни ресурси и отговорно отношение към работата е най-сериозният двигател за развитието на социалните услуги в тази част от България. Качеството на работата в Сектора му е високо, присъщи са му креативност и иновативност и най-важното – хората работят със сърце и душа за осигуряване на по-добър живот за лицата, заплашени от социална изолация.

Община Благоевград е член на нестопанската организация „Сдружение на югозападните общини“ /СЮЗО/ и развива чрез нея активна дейност.

Сектор “Хуманитарни дейности и култура” работи последователно в следните сфери:

А. Осигуряване на качествени социални услуги за хората;

Б. Последователна политика за осигуряване заетост на лица в неравностойно положение;

В. Дейности за развитие на местните общности.

А. Социални услуги за хора с увреждания

Отделът развива своята хуманитарна дейност в следните центрове:

Дом за стари хора „Св. Петка“;

Център за социална рехабилитация и интеграция

Преходно жилище;

Център за временно настаняване;

Защитено жилище за лица с умствена изостаналост;

Център за настаняване от семеен тип за деца и младежи с увреждания №1;

Център за настаняване от семеен тип за деца и младежи с увреждания №2;

Център за настаняване от семеен тип за деца и младежи с увреждания №3;

Център за обществена подкрепа;

Обществена трапезария;

Домашен социален патронаж;

Дом за пълнолетни лица с деменция „Св. Мина“, с. Падеш, община Благоевград

Защитено жилище за лица с психични заболявания;

Защитено жилище за лица с умствена изостаналост;

Дневен център за пълнолетни лица с увреждания „Светлина“ – ПСУ;

Център за настаняване от семеен тип за деца без увреждания;

Дневен център за деца с увреждания „Зорница“;

Дневен център пълнолетни лица с увреждания „Зорница“;

Дневен център за стари хора;

Център за временно настаняване.

Социалните услуги за деца се осъществяват в: Дневен център за деца с увреждания, Центрове за настаняване от семеен тип, Преходно жилище, Център за социална рехабилитация и интеграция, Център за обществена подкрепа, Общностен център, Приемна грижа. **Социални услуги за пълнолетни лица се осигуряват в:** Дневни центрове за лица с увреждания, Защитени жилища, Дом за пълнолетни лица с деменция, Дом за стари хора, Домашен социален патронаж, Обществена трапезария, Личен/социален асистент.

Община Благоевград успешно прилага политиката си за **жилищно настаняване**. До момента на нуждаещи се са предоставени 450 жилища, като през 2018 г. със средства на ОП Региони в растеж са изградени още 183 социални жилища, които да подпомогнат лицата и семейства с риск от социална изолация. Тези лица са подкрепени и с консултативни услуги.

Проектна дейност. През 2018 г. успешно е реализиран проект “Пространство за равен шанс” по Оперативна програма Развитие на човешките ресурси в партньорство с Асоциация за европейско развитие на българското село. Чрез него бе осигурена трудова заетост на 15 лица с увреждания.

- През 2019 г. започва работа по проекта „Осигуряване на услуги за социално включване и заетост - Мост за включване“;

- В резултат на доброто сътрудничество с Търговско-промишлената палата към момента около 30 потребители от социалните услуги получават допълнителна квалификация по компютърна грамотност и английски език и пр.

В. Дейности за развитие на местните общности

В Благоевградска област се провеждат редица дейности, допринасящи за развитие

на местните общности. Ще споменем само някои от онези над 30 публични културни празници и фестивали: Фестивал на кукерските групи, Благоевград Блус и джаз Фест, Пролетен фестивал на изкуствата, Международен театрален фестивал, „Тарарабумбия“, Фестивал „Балкански игри“, Фестивал на традициите „Занаят фест“, Франкофоли Благоевград, Детски театрален фестивал, Талантино, Фестивал на книгата „ЛитераЕкспо“, есенен фестивал на изкуствата и Новогодишен фестивал

Развитие на делови партньорства. Създаване и поддържане на мрежа за сътрудничество. Междусекторна активност

Отделът като част от община Благоевград е член на мрежата за сътрудничество, организирана от СЮЗО, в която активно си сътрудничат над 25 социални организации;

- Сътрудничество се осъществява с Агенция по заетостта;
- Поддържа се добро сътрудничество с Търговско-промишлената палата;
- Съвместно работи с SOS детски селища;
- Югозападен обществено-информационен център

Отделът работи с много неправителствени организации и активно ги подпомага в тяхната дейност – предоставя им помещения за работа, използване на спортни зали и съоръжения и пр. – напр. с фондация „Подарете книга“, „Асоциация за европейско развитие на българското село“, „Спортен клуб Достоен живот /за хора със зрителни увреждания“ и пр. Предоставя материална база на неправителствени организации, работещи активно за социалното включване на лицата в неравностойно положение-Национална асоциация на сляпо-глухите; Съюз на инвалидите, СНЦ „Здраве без граници“, Българска асоциация за нервно-мускулни заболявания и др. Предоставената материална база се отдава на преференциални наеми цени или безвъзмездно.

Осигуряване на публичност. Отделът редовно представя информация за свои предстоящи или вече проведени активности, за различни услуги /как се кандидатства, какви са възможностите и пр./ на страниците на община Благоевград.

Активна проектна дейност в сферата на социалната икономика и социално предприемачество

Отделът провежда много активна проектна дейност. Ето някои от реализираните проекти в социалната сфера през последните 10 години:

Като водещ партньор:

Интеграция на ромските деца чрез подобряване на достъпа до качествено образование 2008;

Предоставяне на социални услуги в общността за хора с увреждания и самотно живеещи стари хора от Община Благоевград 2009;

Разработване на интегриран план за градско възстановяване и развитие на Община Благоевград“ 2011;

Предоставяне на социални услуги в домашна среда за хора в неравностойно положение от община Благоевград 2012;

Подкрепа за самостоятелен живот 2013;

Предоставяне на нови социални услуги в общността 2014;

Услуги за ранно детско развитие в Община Благоевград

Осигуряване на топъл обяд в Община Благоевград

Патронажна грижа в Община Благоевград

Осигуряване на услуги за социално включване и заетост - Мост за включване 2019.

Като партньор:

Социални услуги в общността за хора с увреждания и самотноживеещи стари хора от община Благоевград 2008;

„Център за социална рехабилитация и интеграция на деца, настанени в Дом за деца, лишени от родителска грижа - гр.Благоевград“2009;

С грижа за децата 2009;

Подкрепа за достоен живот 2010;

„И аз имам семейство“2011;

Заедно в подкрепа на различието и равния шанс за всички деца” 2013;

Изкуствата и културата като ресурс за постигане на общество с икономика на знанието / В партньорство с Факултета по изкуствата към ЮЗУ „Неофит Рилски“/;

Приеми ме 2015;

Нови алтернативи ;

Обучения и заетост на хората с трайни увреждания

Всяка година служителите от Отдела участват в множество курсове за повишаване на квалификацията. Над 10 души участваха в организирания по този проект обучителен курс в периода 15 – 18 май 2019 г. по социално предприемачество, организиран от ЮЗУ „Неофит Рилски“.

Служителите от Отдела се грижат за по-пълноценен и богат живот на хората, заплашени от социална изолация. Ежедневните им дейности включват трудотерапия, музикотерапия, спортни занимания, което подпомага и развива техните знания и умения. Благодарение на партньорствата с различни неправителствени организации дейностите се реализират с високо качество.

При провеждане на **трудотерапевтични дейности** потребителите от дневните центрове, защитените жилища и домовете изработват сувенири, картички, плетива, гоблени. Съвместно с партньори от неправителствения сектор /сдружение “Ние жените”, студенти от Американския и Югозападния университет и др./ се организират базари, където се показват и продават изработените изделия. Потребителите от дневните центрове и защитените жилища създават изключително красиви картини, които се включват в изложбите на Градската художествена галерия. Там всеки посетител може да закупи техните произведения. За потребителите от дневните центрове градинарството е дейност, към която се проявява значителен интерес. Той се доразвива и надгражда чрез включването им в организирани курсове за квалификация и след това осигурена трудова заетост (чрез различни оперативни и национални програми). Това става чрез доброто институционално сътрудничество между община Благоевград и Агенция по заетостта, както и с неправителствения сектор.

Отдел „Хуманитарни дейности и култура“ подпомага дейността на неправителствените организации, активното включва на доброволци в развиваните дейности, с което допринася за развитие на гражданското общество.

Христина Шопова е Заместник-кмет по култура и хуманитарни дейности на община Благоевград.

Hristina Shopova is Deputy Mayor of Culture and Humanitarian Affairs of Blagoevgrad Municipality.

E-mail: hshopova@blgmun.com

Дейност на Асоциация за европейско развитие на българското село Резюме

Сдружението „Асоциация за европейско развитие на българското село” / АЕРБС/ е регистрирано скоро /през 2016 г./, но за тези три години развива много активна и разнообразна дейност – основно в сферата на развитие на местните общности – възраждане на местни традиции и обичаи, организиране на културни дейности, принос за устойчиво териториално развитие, осигуряване на заетост и пр.

АЕРБС работи активно и в сферата на социалните услуги. Чрез участие в проект с нейна помощ на работа са назначени 15 души в неравностойно положение. През 2018 г. сдружение „Асоциация за европейско развитие на българското село” придобива Лиценз за социални услуги за деца.

Особено привлекателни за хората са дейностите на АЕРБС в сферата на културата и изкуствата. Организира рок фестивала „The Brava Balkan Fest” фестивал „Цар на виното“ и пр. АЕРБС полага сериозни усилия за развитие на културния туризъм в региона в неговите разнообразни форми, с което допринася и за осигуряване на заетост и устойчиво развитие на региона. Асоциацията има активна проектна дейност – досега са реализирани 4 проекта с европейско финансиране. Тя си сътрудничи с организации със сходни сфери на дейност. АЕРБС активно съдействие за повишаване на гражданската активност и развитие на гражданското общество.

Activity of the Association for European Development of the Bulgarian Village Abstract

The association „Association for European Development of the Bulgarian Village“ /AERBSS/ was registered in 2016, but for these three years it has developed a very active and varied activity - mainly in the sphere of development of local communities - revival of local traditions and customs , organizing cultural activities, contributing to sustainable territorial development, providing employment, etc. AERBS also works actively in the field of social services. By participating in a project, 15 disadvantaged people were recruited. In 2018 Association acquired a license for social services for children.

Particularly attractive for people are AERBs‘ activities in the field of culture and the arts. Organized the rock festival „The Brava Balkan Fest“and „Wine King“. Association develops the cultural tourism in the region in its diverse forms, thus contributing to the employment and sustainable development of the region. The association has an active project activity - 4 projects with European funding have been realized so far. It cooperates with organizations with similar spheres of activity. AERBS actively assists in raising civic activity and developing civil society.

Сдружението „Асоциация за европейско развитие на българското село” / АЕРБС/ е регистрирано скоро /през 2016 г./, но за тези три години развива много активна и разнообразна дейност – основно в сферата на развитие на местните общности – възраждане на местни традиции и обичаи, организиране на културни дейности, принос за устойчиво териториално развитие, осигуряване на заетост и пр.;

Председател на сдружението е г-н Росен Георгиев, кмет на община Дъбрава. Сред членовете на сдружението са и кметове на кметства и кметски наместници, което дава възможност да се поддържа тясна връзка с общините от региона, както и механизми за активизиране на местните общности.

Асоциация за европейско развитие на българското село” работи основно в сферата на развитие на местните общности – възраждане на местни традиции и обичаи, организиране на културни дейности, принос за устойчиво териториално развитие, осигуряване на заетост и пр. Основният социален проблем, към който е насочена работата на сдружението, е ускореното западане и обезлюдяване на българските села, особено на тези от граничните региони. Усилията на членовете на сдружението са насочени към дейности, с които този процес да бъде забавен и ограничен, към възстановяване и развитие на българските села.

АЕРБС работи активно и в сферата на социалните услуги. Чрез участие в проект с нейна помощ на работа са назначени 15 души в неравностойно положение. През 2018 г. сдружение „Асоциация за европейско развитие на българското село” придобива Лиценз за социални услуги за деца. Намерението е да се работи с деца в риск, като се организират скаутски лагери и зелени училища, в които децата да бъдат обучавани сред природата и да бъдат откъснати от неблагоприятната среда.

Особено привлекателни за хората са дейностите на АЕРБС в сферата на културата и изкуствата. Най-голямото културно събитие е рок фестивалът „The Brava Balkan Fest” в село Дъбрава, в който взимат участие рок групи от всички страни на Балканския полуостров. Сдружението организира и „Фестивал на виното“, в който се включват винопроизводители от региона и ежегодно излъчват „Цар на виното“, след провеждан конкурс.

АЕРБС полага сериозни усилия за развитие на културния туризъм в региона в неговите разнообразни форми, с което допринася и за осигуряване на заетост и устойчиво развитие на региона.

Активна проектна дейност. Към момента от АЕРБС са осъществени дейности по ОП „РЧР”, Процедура „Активно включване” със следните проекти:

- проект „Пространство за равен шанс”, изпълнен в партньорство с Община Благоевград;
- проект „Топлите лъчи на Благоевградско”;
- проект „Популяризиране на обекти и привличане на туристи в Благоевградско;
- Проект „Обучения и заетост“, чрез който се назначават 15 човека в неравностойно положение на длъжност „Технически сътрудник“ в кметствата на Община Благоевград.

Реализацията на първите три проекта допринася за развитие на туризма в Благоевградска област. Условно Общината е разделена на четири туристически района/маршрута/, набелязани са най-важните археологични, природни, религиозни забележителности, които са обозначени с информационни табели. Начало на маршрутите е отбелязано с четири идентични информационни центъра, в които има карта на района. Тези проекти дават възможност за по-пълноценна и многостранна работа за развитието на селата и водят до популяризиране на археологически находки, храмове, традиции, бит и обичаи.

Особено важни са резултатите от проект „Обучения и заетост“, чрез който 15 души в неравностойно положение са назначени на работа. Това значително допринася за тяхната социализация, интеграция, чувство за полезност и удовлетвореност от свършена работа. Несъмнено това подобрява качеството им на живот.

АЕРБС активно търси сътрудничество с организации със сходна сфера на дейност. Той е член на:

- „Форум гражданско участие”, което е най-голямото сдружение на неправителствени организации в България;

- Национално сдружение на кметовете на кметства в Република България.

- Споразумение за сътрудничество с Община Благоевград.

Асоциацията развива и междусекторно сътрудничество, тя има:

- подписан Меморандум за сътрудничество с Югозападен университет „Неофит Рилски“

- Споразумение за сътрудничество с „Търговско промишлена палата – Благоевград“;

АЕРБС е подписала споразумение за партньорство и активно си сътрудничи с държавни структури като Община Благоевград, местните общини, с висше училище – ЮЗУ „Неофит Рилски“ и пр.

Идеите, които реализира асоциацията, несъмнено носят духа на креативност и иновативност. Те са разнообразни и многопосочни – свързани са със създаване на условия за развитие на културен туризъм в различните му форми и проявления; популяризация на съвременни изкуства /Рок фестивал/, които са особено привлекателни за младите хора. Сдружението активно работи в сферата на социалните дейности – с негова помощ се дава възможност за трайна трудова заетост на 15 души с увреждания; получен е лиценз от Министерството на труда и социалната политика за провеждане на социални услуги за деца /на пръсти се броят получените лицензи за региона/

Членове на сдружението активно участваха в обучителния курс, проведен от Факултета по изкуствата към ЮЗУ „Неофит Рилски“ по социално предприемачество през м. май 2019 г.

АЕРБС активно съдействие за повишаване на гражданската активност и развитие на гражданското общество. Членове на АЕРБС участват в изготвяне на предложения за законови промени, свързани с местното самоуправление и сигурността в малките населени места. Предложенията, направени от Сдружението, са в основата на подобряването на комуникацията на кметовете на кметства с местните подразделения на МВР. Възстановяването на приемните дни за граждани от страна на кварталните инспектори в селата на Община Благоевград, е следствие на подобреното сътрудничеството с органите на реда.

Активно се използват доброволци в работата на АЕРБС. В четвъртото издание на фестивала участват студенти от Факултета по изкуства към ЮЗУ „Неофит Рилски“ като доброволци във всички етапи от организацията на събитието.

Със своята активност в сферата на културния туризъм, на културата и изкуствата АЕРБС допринася за изграждането на позитивен имидж на региона.

В дългосрочен план „Асоциация за европейско развитие на българското село“ има амбицията да се превърне в национално представена организация, което би дало възможност по-пълноценно да се отстояват интересите на малките населени места, както и по-ускорено развитие на регионите .

Росен Георгиев е председател на сдружение „Асоциация за развитие на българското село“, кмет на с. Дъбрава, Благоевградско.

Rosen Georgiev is Chairman of the Association for Development of the Bulgarian Village, Mayor of Dubrava, Blagoevgrad.

E-mail: razviti_regioni@mail.bg

Трябва да реализираме вярата си на дела, не само на думи
Резюме

В текста се разказва за това как се е зародила и реализирала идеята за създаване на кухня за бедни към църквата „Св. Николай“ в Благоевград. Всяка събота доброволци приготвят и раздават топла храна на над 150 души. Снабдяването с продукти се осигурява от дарения и благотворителни базари. Реализират се и други благотворителни акции – събиране на средства за лечение на болно дете и пр. Тази доброволческа дейност носи голямо удовлетворение на всички, които участват в нея.

We must realize our faith through work, not just in words
Abstract

The text tells of how the idea of creating a kitchen for the poor of the church „St. Nikolay „in Blagoevgrad was born and realized . Every Saturday volunteers prepare and distribute hot food to over 150 people. The supply of products is provided by donations and charity bazaars. Other charity events are also being made - collecting funds to treat a sick child, etc. This volunteer activity brings great satisfaction to all who participate in it.

Интервю с Мирела Кючукова – богослов, ръководител на православния информационен център към Неврокопската света митрополия, преподавател по вероучение в благоевградски училища, майка на три деца, носител на приза „Жена на годината на Благоевград“ за 2018 година, докторант в ЮЗУ „Неофит Рилски“ - Благоевград. Съпруга на благоевградския свещеник Светослав Кючуков, с когото откриват и ръководят Кухнята за бедни в храм „Свети Николай“ в квартал „Грамада“.

Откога правите неделната кухня?

На празника на св. Николай (06 януари) ще станат вече две години откакто към църквата „Св. Николай“ в благоевградския квартал „Грамада“ функционира доброволческа кухня за бедни. Идеята е хората да се организират в едно добро дело, като сами със своя труд подпомагат приготвянето на храна за хора, които са в нужда. Самите хора са различни - има хора, които са от семейства на наркозависими, на изоставени родители, чиито деца са в чужбина, с които те не поддържат връзка, на болни хора, самотни, бездомници. За съжаление техния брой е доста голям – около 120-140 порции раздава кухнята всяка неделя.

Доброволците пък също са различни хора – хора от различни професии, различни възрасти, които предварително си приготвят графика за месеца и се разбират кой кога има възможност, сформират съответните екипи и приготвят нужната храна, като се съобразяват с изискванията за безопасност на храните.

Как се снабдявате с продукти?

За продуктите изцяло разчитаме на доброволчество, на дарения, като в последно време имаме и каса към храма, която вече събира нужните средства за закупуване на необходимата храна, така че тя да е достатъчно богата и разнообразна.

Ако някой иска да дари нещо, как да ви намери?

Ако иска някой да дари продукти, трябва предварително да се свърже с нас да

уточним от какви продукти има в момента нужда кухнята и на какви изисквания да отговарят те. Това може да стане в православния информационен център или на мястото – в църквата „Св. Николай“.

По кое време се раздава храната?

В неделя, храната се раздава между 11:00 и 12:30 ч., а съответно екипите започват да готвят от 7:00 ч.

Вие правите и други инициативи – преди малко чух за свещи и други сувенири, които се изработват от деца?

Да, освен кухнята за бедни, църквата „Св. Николай“, Неврокопска митрополия, развива активна социална дейност. Преди повече от десет години блажено починалият наш митрополит Натанаил започна една кампания за подпомагане на семейства на наркозависими и на хора (по-скоро на деца) в нужда. Още тогава започнаха да се приготвят хранителни пакети два пъти в годината за големите християнски празници – Коледа и Великден. И оттогава досега ние не сме нарушили тази традиция – напротив, опитваме се през годината да има и извънредни акции. Около сто човека са тези, които получават хранителни пакети. В началото всичко се закупуваше от митрополията, но впоследствие много хора пожелаха да се включат и да ни подпомогнат в тази кампания. Ние се радваме, че днес кампанията изцяло се организира от благодеевградчани и се провежда тук в гр. Благоевград. Ние успяваме заедно да съберем хранителните продукти. От следващата седмица започваме тази акция по набиране на храни – трайни, дълготрайни, в срок на годност – консерви, лютеница... Радвам се също, че към нас се обърна и пчеларското дружество, които пък желаят да дарят пчелен мед за българските деца. Това е една акция, която превеждаме всяка година. Освен нея, превеждаме и акции, свързани с подпомагане на деца в нужда или в други случаи, когато към нас са се обърнали за помощ.

Сега ще направим един благотворителен базар, който за четвърта година превеждаме в двора на църквата „Въведение Богородично“ – Благоевград, за деня на християнското семейство (21 ноември). Средствата отново ще отидат за подпомагане на семейства в нужда. Тази година средствата ще отидат за кухнята за бедни – за закупуване на нови столове за трапезарията.

Какво ще има на базара?

За базара ние направихме две работилници, миналата година започнахме тази инициатива. Хора, които творят, които могат да правят ръчно изработени неща – картички, хартиени цветя и пр. Някои от тях са вече са утвърдени имена в нашия град – Кирилка Симеонова, Анелия Зайкова - две уникални жени, които миналата година пожелаха да подпомогнат нашата дейност, като те самите ръководят такива работилнички. Работят с професионални материали и нещата, които ще предложим на базара, наистина са много добре направени. Включиха се и учениците, които изучават СИП „Религия“ в благоевградските училищата - предишните години се включиха, и тази година също, като тази година те изработиха свещи от пчелен восък. Идеята беше да покажем на децата, че в деня на християнското семейство семейството на пчелите е голям пример за нас, тъй като там има послушание, има ред, има трудолюбие... За децата беше наистина голямо удоволствие да творят с такъв натурален продукт.

Неотдавна имаше акция за събиране на пари за болно дете. Какво правихте по този повод?

Това е така, ние подпомогнахме Криси благодарение на много хора. За нас това беше нещо различно, което не бяхме правили. Успяхме да направим нещо ново – организирахме един благотворителен концерт в гр. Благоевград. Поканихме изпълнили, които са любими на българския народ като Гуна Иванова, Иван Гоцев и др., които дариха своя доброволен труд и от концерта успяхме да съберем средствата, необходими за лечението на Криси. Ние тогава направихме и други инициативи: прожекция на православен филм за св. Лука, касички по храмовете, апел, който отправи църковното настоятелство към църковните среди и др. Успяхме да съберем над 10 000 лв., които дадохме на Криси и тя замина за Турция, беше оперирана. На операцията са се получили усложнения, сега тя всеки месец пътува до Турция. Има голяма надежда тя да оздравее. И още една акция при нас се случи скоро, преди месец в тази посока. Един млад творец, художник – Вили Костова от началото на годината направи около 70 платна, организира изложба и сумата, която събра, отново дари в помощ на кухнята. Там започна процедура по изграждане на отопление, така че бедните хора да бъдат наистина в едно топло място, а не на студа, когато идват да получават храната си. За нас това беше също нещо ново – автор, творец да се включи със своя труд, с това което Бог му е дал, с дарбата си в помощ на бедните и нуждаещите се. Това много го ценим!

Какво ти носи като видиш хората, седнали да се хранят и знаеш, че ти си спомогнал за това? Какво е чувството?

То не само на мен, а и на всички доброволци, които са в кухнята. Това е един много хубав въпрос, защото човек наистина си тръгва след едно дежурство сякаш не е бил на този свят, сякаш е бил някъде на друго място. Никакъв СПА, никакъв релакс не може да се постигне това чувство на лекота, на вътрешна радост. Тъй като в кухнята ние носим и храна на адреси, имаме десетина човека, които са болящи, неподвижни. И всеки път, когато отида и видя, че тенджерчето е приготвено и стои на прозореца отвън и ме чака да отида, ми действа наистина е много разтърсващо и много дълбоко. И това може би е една от важните цели на доброволческата кухня – да предизвика хората да правят добро заради тях самите. Не само заради хората, на които помагат, но и заради тях самите, защото наистина си тръгват много по-освободени и много по-спокойни, много по-душевно заредени да кажем.

На кого принадлежи тази идея? На кой му дойде за първи път тази идея да направите нещо такова?

Кухнята към църквата дойде на енорийския свещеник към църквата, на отец Светослав Кючуков, нали просто така като разговор. Но постепенно ние, виждайки нуждата на семействата на наркозависимите не само от един хранителен пакет, а и от топла храна, започнахме да мислим по въпроса, да дискутираме тук с хората от обществеността и аз много съм благодарна на г-жа Здравка Чимева (сдружение „Ние жените“), която каза: „Давайте, ние сме зад вас“. Това беше тласъкът да се случи кухнята, но това съвсем не е всичко, ние трябва да продължим нататък – да не бъде храната веднъж в седмицата, да може да се предлага повече дни и да помислим за още много други хора, които страдат в нашето общество.

Мислиш ли че има място за още такива кухни? Дали има още много гладни хора в Благоевград, които биха могли да ползват такава услуга?

Ами да, мисля че има. Все пак нашата кухня е в кв. „Грамада“, който е малко от-

далечен от центъра. При нас вече две години идват хора от кв. „Струмско“ пеш през магистралата, което мен така винаги много ме учудва и малко се страхувам за тях. Идват от центъра, идват от кв. „Еленово“. Ако има такива кухни към останалите храмове, със сигурност ще има хора, които да се възползват от тях.

Но и не само кухните, има още много други неща, които църквата може да прави, но всички ние трябва да разберем, че църквата сме всички ние хора, които изповядване тази религия и трябва да реализираме вярата си на дела, не само на думи.

Разговора води д-р Валери Димчев

ACTION PLAN FOR SOCIAL ENTREPRENEURSHIP

Project Consortium

Lead Beneficiary: Region of Central Macedonia

Beneficiary 2: University of Macedonia-Department of Business Administration

Beneficiary 3: Democritus University of Thrace - Department of Economics -
Special Account for Research Funds

Beneficiary 4: Municipality of Yakoruda

Beneficiary 5: Faculty of Arts, SWU “Neofit Rilski“ - Blagoevgrad

СОЦИАЛНА ИКОНОМИКА СОЦИАЛНО ПРЕДПРИЕМАЧЕСТВО
ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ
SOCIAL ECONOMY SOCIAL ENTREPRENEURSHIP

Publishing House “St. George Victorious” Ltd.

ISBN 978-619-7283-18-1