

The Study on the entrepreneurial readiness for the establishment of social enterprises in the Haskovo region is conducted within the project SOCIAL FORCES.

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”.

The contents of this study are sole responsibility of RDU – Haskovo 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.

Study on the entrepreneurial readiness for the establishment of social enterprises in the Haskovo region

Abstract

The study is structured in 4 parts: Part 1. Research methodology; Part 2. Entrepreneurial readiness for the establishment of social enterprises by local authorities in the region of Haskovo; Part 3. Entrepreneurial readiness for the establishment of social enterprises by businesses in the region of Haskovo; Part 4. Entrepreneurial readiness for the establishment of social enterprises by non-governmental organizations in the region of Haskovo.

The local authorities, the NGO sector and the entrepreneurs are the main stakeholder groups that ensure the active entry of social enterprises into the regional economy. The survey answers the following questions: What is the awareness of the three stakeholder groups? What is their readiness for the implementation of these important for vulnerable social activities entrepreneurial initiatives in the Haskovo region? Who should initiate a social enterprise and in what way? What types of partnerships need to be built at local and regional level?

The survey of the opinion and assessments of the representatives of the three target groups was done by interviewing 100 representatives of local authorities and conducting 2 focus groups, 30 business representatives and conducting two focus groups, 30 NGO representatives and conducting 2 focus groups.

The analysis of the results of the survey of municipalities in Haskovo region includes not only the description of the situation, taking into account the readiness of local authorities to support and participate in the social economy, but also the planned steps in this direction. The analysis of the results of the business survey shows the extent to which entrepreneurs operating in the region are ready to reorient their business intentions in the social field and focus on social entrepreneurship. The reasons that hinder the realization of such ideas and the prerequisites that can motivate them to further seek the social effect of their business are also registered. The survey of NGOs analyses the readiness of the sector for the development of social entrepreneurship in the Haskovo region.

The evaluation of the study of existing practices shows that social enterprises need additional capacity, both in the development of projects to bring additional funding and for the development of organizational capacity, strategic and business planning. Additional training is needed in the areas of business planning, accounting, financial management, marketing, building partnerships and coalitions, fundraising, etc.

Among representatives of municipal administrations, there are still reservations about private social service providers. Local authorities still feel primarily responsible for organizing and financing services, continuing to stick to direct delivery instead of delegating these activities to NGOs or private companies, thus freeing up human resources and administrative capacity for other types of services. Most municipalities do not implement projects related to social entrepreneurship due to bureaucratic difficulties and concerns about the sustainability of the initiatives taken. There is a shortage of highly qualified entrepreneurs who are willing to develop such initiatives.

The majority of respondents are convinced that the potential of this type of enterprise lies in finding solutions to important social problems of various kinds. The analysis of the existing practices and attitudes of the target groups on the territory of Haskovo region gives grounds to conclude that through a targeted program of support, development and financing, the structures operating in the social economy sector will achieve good results.

ЧАСТ 1.

МЕТОДОЛОГИЯ НА ПРОУЧВАНЕТО

Предприемаческата готовност за създаване на социални предприятия в региона на Хасково



Проучването на предприемаческата готовност за създаване на социални предприятия в област Хасково се провежда в рамките на проект SOCIAL FORCES.

Проектът е съфинансиран от Европейския фонд за регионално развитие и от националните фондове на страните, участващи в програмата Interreg V-A „Гърция-България 2014-2020“.

Съдържанието на това проучване е отговорност единствено на „СВР“ – Хасково и по никакъв начин не може да се счита, че отразява възгледите на Европейския съюз, участващите страни, Управляващия орган и Съвместния секретариат.

Съдържание

I. Методология	3
II. Методика на извадката.....	15
III. Извършване на проучването и работа на терен.....	19
Приложение 1 Интервюта	20
Приложение 2 Сценарии за фокус групите.....	30

I. Методология

Социалните предприятия представляват уникална по рода си форма на социално предприемачество, позволяваща едновременното съчетаване на икономически и социални цели в едно, което се явява предпоставка за провеждане на ефективна социална политика, която осигурява подкрепа за уязвимите социални групи в българското общество.

Световната социално-икономическа криза, предизвикана от Ковид пандемията, демонстрира невъзможността на пазарната икономика да се справи с редица обществени проблеми, което провокира разширяването и развитието на принципно нова концепция, а именно засилване на колаборацията между бизнеса и държавата, позната като социална икономика. Ползите от развиването на подобна хибридна форма биха могли да се търсят в две посоки – социална (разглеждана като потенциал за интеграцията на индивидите, повишаване на заетостта на лицата в неравностойно положение, подобряване на процесите по социално включване и не на последно място по формиране на социален капитал) и икономическа (свързана с реализиране на икономии от публични средства за социални помощи и извършването на допълнителни разходи за противодействие на непрекъснато увеличаващата се безработица). Всичко това изисква бизнесът и публичните власти да имат необходимата готовност и нагласи за да развият и разширяват социалното предприемачество в неговото многообразие. Разбира се, че за целта трябва да е налична и подкрепяща нормативна среда, която да подпомага техните усилия в следваната посока. В това отношение водеща роля имат общините, които са най-близо до хората и до техните проблеми, затова проучването на съществуващите нагласи по отношение на социалното предприемачество е от особено значение за налагането на социалните предприятия в икономиката, още повече, че общините могат да се явят и менажери на голяма част от социалните предприятия, като създават общински дружества изпълняващи определени социални функции.

Социалните услуги са в основата на подхода на социални инвестиции и на системите за социална защита, тъй като те, заедно със социалните помощи, покриват различни видове рискове, с които едно лице може да се сблъска в рамките на своя живот. Ето защо, допълняемостта и релацията между помощите, социалните услуги и трудовата заетост следва да бъде засилена, за да се осигури адекватна намеса на държавата и общините, със специален акцент върху активиращите услуги, за да се даде възможност на хората да се включат активно в пазара на труда и в обществения живот, особено в условията на пандемия. Днес в резултат на Ковид кризата се променят пазарните условия, спецификите

на работните места, видовете трудова ангажираност, социалното и семейното подпомагане и професионалната реализация. Същевременно, в областта на „производството“ на социални услуги могат да бъдат идентифицирани редица предизвикателства, измежду които: необходимост да се подобри качеството на предоставянето, достъпността и покритието, разширяване на обхвата на услугите, тъй като засегнатите от пандемията социални групи се увеличават поради Ковид кризата. Нови групи нуждаещи са самоосигуряващите се, предприемачите със затворен бизнес, родителите на учениците, които не могат да работят дистанционно но са принудени да останат въщи и са принудени да напуснат за и да се грижат за децата си и др. Новите пандемични нужди налагат възникването на нови социални услуги и финансови подкрепи, породени от новите социални проблеми. Освен това, търсенето на социални услуги в последните години, неимоверно се повишава в резултат на увеличаване брой възрастно население, което се нуждае от повече грижи и услуги. От друга страна появата на принципно нови, разнородни и по-сложни нужди, задвижвани от икономическите и здравните промени, икономическите и социалните последици от кризата, нарастващото неравенство, технологичните промени, както и от реформиращите се национални социални системи изисква прилагането на нови подходи и намирането на нови решения. Едно от възможните ефективни решения на част от тези проблеми е социалното предприемачество, създаващо социални предприятия, които могат пряко да подпомогнат хората намиращи се в неравностойно положение.

Какво е социалното предприятие?

Социалното предприятие е вид бизнес, но със социални цели. Неговите отличителни черти са:

- колективното управление и демократичното вземане на решения;
- задължителното реинвестиране на печалбата в социални дейности, а не разпределянето ѝ под формата на дивиденди;
- комбинираното използване на пазарни и публични ресурси;
- и стремежа към максимизиране на социалните ползи за обществото.

С други думи основната цел на социалното предприятие не е генериране на печалба на всяка цена, каквато е целта на една класическа бизнес структура, а постигането на равновесие, между генерирането на приходи и достигането на ясно изразен социален ефект. В този ред на мисли трябва да се отбележи, че финансирането на социалното

предприятие може да бъде смесено: посредством пазарни ресурси – приходи от собствена стопанска дейност или договори за услуги (например делегирани дейности в сферата на социалните услуги, здравеопазването и образованието от държавата или местната власт); и посредством непазарни ресурси – безвъзмездно финансиране (грантове) и дарения. Необходимо е да се подчертае, че философията на социалното предприятие се заключава в идеята да се развива стопанска дейност, отличаваща се с двойствен характер – предприемачество с подчертано изразен социален ефект. Въпросният социален ефект би могъл да приеме следните форми:

- създаване на реални възможности за социална и професионална интеграция;
- коригиране на социалните разходи;
- създаване на социална добавена стойност;
- генериране на трудова заетост, посредством въвличане на контингента от определени целеви групи в стопанската дейност;
- предоставяне на портфолио от социални услуги на лица в неравностойно положение, които са непривлекателни за действащия бизнес.

Тази специфика изисква формирането на съответните нагласи сред предприемачите, които трябва да се обърнат с лице към потребностите на уязвимите групи и да предприемат конкретните стъпки за адаптиране на своите предприемачески активности към изискванията на социалните предприятия. Това означава, че те трябва да познават добре изискванията на социалното предприемачество и възможностите, които то предоставя за развитие на предприемаческите инициативи. Те трябва да осъзнаят, че в условията на криза социалното предприятие осигурява възможности за ефективна стопанска дейност, която голяма част от съществуващите бизнеси не могат да постигнат поради съществуващата световната икономическа криза и новите пазарни реалности. Осигуряваната държавна подкрепа на тези стопански структури ще реши част от проблемите с които се сблъсква традиционния бизнес.

Какво трябва да знаят предприемачите основно за социалните предприятия?

Една от областите, в които традиционно социалните предприятия извършват дейност, е социалната сфера, която трябва да се следи и познава добре. Освен това трябва да се познават и различните модели на социално предприятие, които са:

- модел за създаване на трудова заетост и за развитие на работната сила, при който социално-икономическата логика на бизнес начинанието може се корени в идеята да се създадат **нови работни места за хора в неравностойно положение**;
- предприемачески модел, при който социалното предприятие **опосредства участието на лицата с увреждания на пазара на труда**, включвайки същите в процеса на производството на стоки под формата на **трудова терапия**;
- модел на предоставяне на пряка услуга, при който социалното предприятие предоставя **социални услуги срещу заплащане на външни клиенти**, като едновременно с това се явява **доставчик и на социални услуги за своите членове**.

Предоставянето на платени социални услуги (третият модел), има за резултат акумулиране на приходи от стопанска дейност и в този смисъл представлява вид социално предприятие, включително в рамките на юридически лица с нестопанска цел, в качеството им на доставчици на подобен род услуги. Лицата, имащи право да бъдат определени за доставчици на необходимите социални услуги са: държавата, общините, български физически лица, регистрирани по Търговския закон, и юридически лица, физически лица, извършващи търговска дейност, и юридически лица, възникнали съгласно законодателството на друга държава членка на Европейския съюз, или на друга държава от Европейското икономическо пространство.

Проучването трябва да:

1. Регистрира информираността по отношение на социалното предприемачество на трите основни групи доставчици на социални услуги за възможностите за развитие на социалното предприемачество на територията на Област Хасково, а именно: местните власти, предприемачите и НПО организациите.
2. Идентифицира и съпостави личностните нагласи на представителите на трите целеви групи по отношение развитието на социалното предприемачество и виждането им за бъдещо ефективно включване в социалната икономика, като сериозна възможност за икономическо стабилизиране на фирмите в новите условия и в същото време намиране на решения на увеличаващите се социални проблеми и нужди на уязвимите социални групи.
3. Проследи нагласите на целевите групи за изграждане на публично-частни партньорства, които да решат адекватно важните за местните общности социални

проблеми, като се повишават и доходите на хората, намиращи се в неравностойно положение.

4. Регистрира нагласите на общините за подпомагане на социалните предприятия на територията на общината и/или развитие на социалното предприемачество пряко от местните власти.

Фокусът на проучването ще бъде насочен главно към получаване на отговора на следните конкретни въпроси:

- Познава ли се от респондентите нормативната уредба на социалното предприемачество?
- Съществува ли убеждението, че социалните предприятия осигуряват решения на социалните проблеми на уязвимите социални групи?
- Добре ли работят до този момент съществуващите социални предприятия на територията на областта?
- Познават ли се българските и международните положителни практики в областта на социалните предприятия?
- С какви проблеми се сблъсква социалното предприемачество? Могат ли те да намерят адекватни решения?
- Какви са разбиранията на различните целеви групи за бъдещето на социалната икономика?
- Предприемат ли се конкретни стъпки за развитие на социалните предприятия?

Концепцията за социологическото проучване отчита тези важни за социалната икономика проблеми и си поставя следната **основна цел**:

Да се регистрират нагласите сред бизнеса, неправителствения сектор и местните власти за развитието на социалната икономика и се направят конкретни препоръки за подобряване на социално-икономическата среда стимулираща обществената и публичната подкрепа, активизираща социалното предприемачество, чрез увеличаване на мотивацията на различните видове социални предприемачи.

Проучването споделя разбирането, че развиването на социалното предприемачество и в частност на социалните предприятия в България е жизнено важно за членовете на обществото, което особено в условията на пандемия се характеризира с изключително висока концентрация на **рискови фактори**, които са следните:

- Нарастване числеността на лицата, формиращи уязвимите групи у нас в унисон със задълбочаващи се социални проблеми;
- Наличието на непрекъснато увеличаваща се безработица сред представителите на тези групи.

Съществуващите ограничения на действащите традиционни политики на пазара на труда и необходимостта от по-активна и иновативна интеграционна политика подсказват мястото на социалните предприятия. Важната роля, която последните могат да изиграят при решаването на редица наболели социални проблеми като безработицата, насърчаване на заетостта, предоставянето на качествени социални услуги и други, само загатва за неразгърнатия потенциал на социалните предприятия, които в бъдеще трябва да получат подобаваща институционална и обществена подкрепа.

Ще бъдат изследвани представителите на трите целеви групи, както следва:

а) От НПО сектора ще се интервюират 30 души техни представители, ще се проведат 2 фокус групи и на база на постигнатите резултати от интервютата и фокус групите ще се изготви анализ на готовността на сектора за развитието на социалното предприемачество на територията на Област Хасково.

б) От общините на територията на Хасковска област ще се интервюират 100 респондента и ще се проведат 2 фокус групи, след което ще се изготви анализ на резултатите, който да включва не само описанието на ситуацията, отчитаща готовността на местните власти за подкрепа и участие в социалната икономика, но и планираните стъпки в тази насока.

в) От бизнеса ще се интервюират 30 души, ще се проведат 2 фокус групи и ще се изготви анализ на резултатите, които да покажат доколко действащите в региона предприемачи имат готовност да преориентират своите бизнес намерения в социалната област и да се насочат към социалното предприемачество. Ще се регистрират и причините, които възпрепятстват реализирането на подобни идеи и предпоставките, които могат да ги мотивират допълнително да търсят социалния ефект от своя бизнес.

В проучването ще се използват интервюта, чрез които се цели да се достигне до дълбочината на проблемите, свързани със социалното предприемачество. Ще се използват както отворени въпроси, характерни за дълбочинните интервюта, така и затворени въпроси характерни за анкетните карти. Смесеният характер на интервютата цели да се регистрира точно социално-икономическата ситуация и формираните нагласи, като се осигурят условия за съпоставка и изводи /затворените въпроси/ между различните целеви

групи и в същото време да се регистрират непредвидимите от изследователите обстоятелства (отворените въпроси), които възпрепятстват налагането на социалната икономика в практиката. Отворените въпроси ще осигурят възможност за регистриране на непознати проблеми, за намиране на непознати решения и за навлизане дълбоко в разглежданата проблематика. При отворените въпроси характерни за дълбочините интервюта е изключително важна ролята на интервюера, който ще бъде подбиран въз основа на личните му качества. Той трябва да умее да „разчупи леда“, да изгради доверие в изследваните лица и да ги стимулира да отговарят изчерпателно и подробно особено когато отговорите не са предварително формулирани. При срещането на отказ за отговаряне на даден въпрос, интервюерът може да прескочи този въпрос и по-късно, когато ситуацията е по-благоприятна, отново да се върне към него, за да се получи отговор от респондента. В някои случаи за да се получат повече подробности, могат да се използват и допълнителни въпроси, които ще доизясняват всяка конкретна ситуация, което ще е от полза за откриването на непознати до момента факти.

Липсата на информираност сред респондентите обаче също е важна информация, която не трябва да се пренебрегва, а трябва да се подложи на анализ и да се направят произтичащите от това изводи.

В същото време е важно интервюерът да не насочва отговорите на изследваните лица и да не ги сугестира. Целта е да се получи автентичното мнение на изследваните лица, а не да се достигне до такова мнение, каквото би ни се искало да бъде. Интервюерът не бива и да дава оценка на мнението на изследваните лица – нито като одобрение, нито като критика. Мнението на изследваните лица е важно да се регистрира такова, каквото е, независимо дали ние сме съгласни или несъгласни с него.

Продължителността на всяко интервю трябва да е в рамките между половин и един час, като освен отбелязаните отговори се водят и теренни записки, когато респондента споделя допълнителна информация. Това се налага понеже ще се изследват по-голям брой лица, което поставя въпроса за рекрутирането на изследваните лица. Принципът е изследваните лица да обхващат разнообразието на изследваната съвкупност/целева група. Затова и при анализа на данните се търси не само общото и повтарящото се, но и различното и специфичното в отговорите. Тъй като чрез отворените въпроси в интервютата не винаги могат да се мерят някои от отговорите и не може да се каже дали това, което сме открили, се отнася до 5% или до 95% от целевата група. В подобни случаи е по-важно, че сме го открили и формулирали и не се налага да се изяснява относителния му дял.

Интервютата включват 5 отворени и 17 затворени въпроси. Има разлика между така наречените „box – ticking” въпросници, които представляват строго структурирани логически модели, интервютата, които представляват разказ. Ние в това изследване, както вече казахме, ще използваме смесен вариант, който да гарантира както количествени, така и качествени въпроси. По този начин се цели да се събере повече и по-качествена информация, която освен че регистрира даден проблем или ситуация, описва нови моменти, които е важно да бъдат проследени. За целта са използвани: въпроси с оценъчна скала, въпроси с един или въпроси с повече от един отговори. Интервютата стартират с въпроси, на които респондентите биха се чувствали комфортно да отговорят. Въпросите относно личната информация, демографските характеристики са поставени на края в интервютата, за да не се смущават интервюираните. Отворените въпроси са поставени между другите отговори за да не натоварват интервюираните. По този начин те провокират асоциации, формират нови идеи и създават предпоставки за повече информация по темата. При използването на анкетната карта отворените въпроси остават обикновено без отговор, докато интервютото гарантира в по-голяма степен получаването на информация и по тези въпроси, ако може да се осигури такава. Избегнали сме въпроси за доходи и печалби, които също могат да притеснят респондентите и да намалят степента на тяхната откровеност. По този начин се предразполага интервюираните да отговорят свободно и без притеснения на въпросите включени в интервютата.

Разработени са три вида интервюта за трите целеви групи, които в основната си част включват едни и същи въпроси, за да може на тази база да се правят сравнения и обобщения по темата между представителите на различните целеви групи. Различните въпроси отразяват и някои техни специфики, които е хубаво да се познават и да се използват ефективно в практиката и в управлението.

Интервютата съдържат следните видове въпроси:

- *Филтриращи*, които разпределят изследваните лица на групи или подгрупи по някои притежавани признаци или фактори;
- *Основни* – въпроси, които пълно и последователно обхващат темата на проучването;
- *Контролни*, които се използват за разкриване на обективността на даваната от респондента информация;

- *Идентификационни*, които изследват характеристиката на изследваните лица по основни социално-демографски признаци – пол, възраст и т.н.

В проучването ще се използват и фокус групи, при които изследваните лица се събират заедно и с тях се провежда дискусия по предварително подготвен „гайд“ (сценарий). Сценарият съдържа теми (въпроси) и подтеми (подвъпроси), които рамкират съдържанието на водената дискусия.

Събирането на повече участници на едно място и включването им в дискусия води до взаимно индуциране на отговори и по този начин съвкупността на получените отговори ще е по-голяма от простата сума на отговорите на всяко изследвано лице, ако с него би било проведено интервю или анкета.

Броят на участниците във фокус-груповите дискусии ще бъде между 8 и 10 човека. При тяхното рекрутиране ще се спазват няколко правила.

Не бива участниците да са в конкурентни отношения помежду си, защото в такава ситуация всеки би искал да споделя колкото се може по-малко за себе си, като в същото време би искал да научи колкото се може повече за конкурентите, а това блокира дискусията.

Принципът, който трябва да се спазва е, че изследваните лица трябва да обхващат разнообразието на изследваната съвкупност/целева група.

Подборът на модератора също ще бъде прецизен съобразно професионалните и личностните му качества. Той също трябва да предразположи изследваните лица и да спечели тяхното доверие, като ги стимулира да отговарят изчерпателно и подробно. Той трябва да ги мотивира да дават искрени отговори. Не е желателно отговорите да бъдат само с една дума или с едно изречение. За да се получат повече подробности, се използват допълнителните въпроси и се стимулира дискусията и взаимното индуциране на отговори.

Важно е по възможност всички изследвани лица да отговорят на всички въпроси. Не е допустимо отпадането на вписаните в сценария въпроси. За тази цел е възможно редът на въпросите да бъде различен от предварително определения. Ако модераторът се сблъска с пасивност по отношение на даден въпрос, той трябва да прескочи този въпрос, и по-късно, когато ситуацията е по-благоприятна, отново да се върне към него.

В същото време е важно модераторът да не насочва отговорите на изследваните лица и да не ги сугестира. Целта е да се получи автентичното мнение на изследваните лица, а не

мнението такова, каквото ни се иска да бъде. Модераторът не бива и да дава оценка на мнението на изследваните лица – нито като одобрение, нито като критика. Мнението на изследваните лица е важно такова, каквото е, независимо дали ние сме съгласни или несъгласни с него. Също така модераторът трябва да ограничава опитите на изследвани лица от фокус-групата да дават оценка на мнението на останалите.

Продължителността на една фокус-групова дискусия е между един и два часа. Недостатък на фокус групата е, че не позволява да се измерва и да се установяват съотношения и пропорции, което не трябва да разсейва модератора, а трябва да го стимулира да навлезе в темата за социалното предприемачество в дълбочина. В условията на пандемия, ако не е препоръчително провеждането на фокус групи, осигуряващи физическото присъствие на участниците, някои от фокус групите могат да се проведат и онлайн, като се спазват всички изброени до тук изисквания.

Анализът на резултатите на интервютата ще обхване получените двумерни разпределения (чрез т.нар. крос-таблицы), направени чрез статистическата програма SPSS. По същество, двумерните разпределения представляват съпоставка на отговорите на двойки въпроси. Съпоставката се прави с цел да се открият:

- 1) Наличието на специфични проблеми сред представителите на различните целеви групи;
- 2) Степента на информираност на представителите на целевите групи;
- 3) Спецификите в мненията и оценките, различията в нагласите на представителите на трите целеви групи към социалното предприемачество;
- 4) Готовността на различните субекти за включване в социалната икономика и планираните конкретни стъпки в тази посока.

Предвид неголямата извадка, акцентът в анализа ще се постави върху най-значимите натрупвания на данни, въз основа на които могат да се направят надеждни предположения за някои тенденции в нагласите към социалното предприемачество. Резултатите от интервютата ще бъдат допълнени и от резултатите от фокус групите, което ще разшири обхвата на данните и ще засили достоверността на информацията.

На базата на статистическите данни ще се изготви анализ, който ще проследи, обобщи и систематизира резултатите от интервютата, ще изведе проблемите и предложенията за подобряване на средата в Хасковска област, основани на местните условия и местните ресурси. Ще се регистрират съществуващите нагласи и бъдещите очаквания към

социалните предприятия. От друга страна обединяването на резултатите от интервютата ще осигурят възможности за съпоставка на фактите, на различните становища, на оценките и предложенията от страна на заинтересованите страни. На базата на обобщеното обществено мнение ще се изведат важни заключения отразяващи в пълна степен съществуващите социални нагласи и регистрираните проблеми свързани с развитието на социалната икономика развиваща се на територията на Хасковска област.

Обект на изследването са трите социални групи: **представителите на НПО**, от които ще се интервюират 30 души и ще се проведат 2 фокус групи; **представителите на общините** – общински служители и общински съветници, от които ще се интервюират 100 респондента и ще се проведат 2 фокус групи; **представителите на бизнеса**, от които ще се интервюират 30 души и ще се проведат 2 фокус групи.

Представителите на тези социални групи в основната си част имат компетентността и капацитета да отговорят на задаваните въпроси. По този начин ще могат да се регистрират и сравняват различните оценки на социално-икономическата среда в региона.

Събраната информация ще осигури възможност за качествено изследване, в което участниците ще опишат своите възприятия, мнения, убеждения и нагласи, формиращи отношението им към социалните предприятия в региона, ще се регистрират проблемите, свързани със социалната икономика, като успоредно с това се регистрират и предложенията за нейното бъдещо развитие. Интервютата ще осигурят възможност на представителите на заинтересованите страни да изкажат своето мнение по темата и да дадат своите предложения за създаване на подходящи условия за активно включване на заинтересованите страни и техните организации в развитието на социалното предприемачество.

В Хасковска област, където са регистрирани десетина социални предприятия, от които пълноценно работят шест, и с проблема е ангажирана пряко само община Димитровград, изследването формулира следните **хипотези**:

- Преобладава положителното отношение към социалните предприятия, но тяхната специфика не се познава добре, което формира отсъствието на адекватни на реалността нагласи сред основната част от заинтересованите страни за тяхното бъдещо развитие;

- Липсват познания за ползите от социалното предприемачество, което възпрепятства формирането на реални очаквания по отношение на ползите за местната общност от налагането на социалното предприемачество на територията;
- Наемането на представители от уязвимите социални групи в производството и предлаганите услуги в голяма степен притеснява предприемачите;
- НПО секторът поради липса на практики в производствената и главно в стопанската дейност като цяло се страхува да навлезе в тази непозната за сектора област, още повече, че липсва грантово финансиране на подобни предприемачески дейности, които да ги мотивират и насърчат допълнително.

Допитването до местната общност е едно полезно средство, което създава предпоставки да се разберат в дълбочина социалните, нормативните и предприемаческите проблеми с които се сблъскват заинтересованите страни. По този начин интервютата ще:

- Осигурят възможност да се потвърдят не само описаните предварително проблеми и възможни решения, но и да се регистрира нов набор от трудно предвидими факти;
- Целевото набиране на респондентите допринася за включването на респонденти, чието мнение често не се познава или се изключва от страна на държавните и местните власти;
- Осигурят възможности за формулиране на комплексна оценка на проблемите на социалното предприемачество в Хасковска област и регистриране на възможните решения.

Обработване на информацията:

Обработката на информацията ще се извърши посредством SPSS метод за обработка на данните и обобщение на резултатите от анкетите. SPSS за Windows е мощен инструмент за обработка на данните и за статистически анализ в графична среда. Този инструмент се реализира чрез описателни менюта и прости диалогови менюта, така че да бъдат удовлетворени една голяма част от практическите нужди за статистически анализ на събраните данни, независимо от конкретната област на изследването.

Неговата организация е особено важна за качеството на събраната информация. Ето как ще се организира самото провеждане на изследването.

Организационен план за провеждане на социологическото проучване:

Дейност:	Срок:	Отговорник:
1. Разработване на Методология на изследването, интервютата и сценариите за фокус групите.	От 22.02.2021 г. до 02.03.2021 г.	Ключов експерт
2. Отпечатване на интервютата.	От 02.03.2021 г. до 05.03.2021 г.	Неключови експерти
3. Подбор на интервюерите и провеждане на интервютата.	От 02.03.2021 г. до 02.05.2021 г.	Неключови експерти
4. Провеждане на фокус групите.	От 15.03.2021 до 15.05.2021 г.	Ключови експерти
5. Обработка на информацията с SPSS и формиране на едномерни, двумерни таблици и диаграми.	От 20.03.2021 г. до 15.05.2021 г.	Неключови експерти
6. Разработване на трите анализа.	От 15.04.2021 г. до 15.06.2021 г.	Ключови експерти

Чрез заложените механизми и инструментариум за обратна връзка и оценка на социалното предприемачество от страна на заинтересованите страни се планира изпълнението на основната цел и на задачите на проучването.

Тъй като различните методи притежават различни възможности и имат специфични ограничения, ние ще ги използваме в комбинации. В този случай ще се извърши такова съгласуване между тях, че получените чрез един метод резултати да бъдат съвместими с информацията, набирана чрез другите методи. В случая прибъгваме към един разумен подбор на методи и техники, които ще използваме в конкретния случай на настоящето изследване.

II. Методика на извадката

Извадката на социологическото проучване представя мнението и нагласите на трите целеви групи: местните власти, НПО и предприемачите, намиращи се на територията на Хасковска област и по специално общините: Хасково, Димитровград, Харманли, Стамболово и Минерални бани. Тази съвкупност включва представителите на големите,

средните и малките общини. Така ще се открият общите и различаващите се характеристики, тенденциите и закономерностите в изследваните съвкупности (социални групи) и ще се направят практически изводи за съществуващите нагласи по отношение на социалното предприемачество в региона. Задачата е чрез извадката да се намери разпределението на елементите на изследваната съвкупност по избрани признаци, като например представителството на трите целеви групи, образование, пол, възраст, местоживееене и др. Генералната съвкупност е населението, живеещо на територията на Хасковска област.

Изследването е монографично, тъй като изучава отделни единици от социалните групи на генералната съвкупност. Те се избират типологично (въз основа на поставените проектни цели и задачи). Това са: **представителите на НПО** от които ще се интервюират 30 души и ще се проведат 2 фокус групи; **представителите на общините** – общински служители и общински съветници, от които ще се интервюират 100 респондента и ще се проведат 2 фокус групи; **представителите на бизнеса**, от които ще се интервюират 30 души и ще се проведат 2 фокус групи.

Единиците на изследването са отделните лица, представители на тези социални групи. Монографичното изследване обикновено се използва при нововъзникнали явления, при които все още няма голяма яснота за дадения проблем, както в случая със социалните предприятия и тяхното налагане в практиката. Изследването е извадково, като данните са обобщаващи за цялата съвкупност, а именно населението на Област Хасково. Интервютата отразяват мнението на изследваната съвкупност по целеви групи и по населени места.

Извадката гарантира типологичните изследвани единици, които предварително се разделят на групи въз основа на признака месторабота и от всяка група се подбират типичните ѝ представители. Освен това по местоживееене за всяка община се планират да се анкетира по 20 човека от представителите на местните власти. Предположението е, че ако представителите на дадената група притежават дадена характеристика, която е средна за групата, то и останалите представители ще притежават тези характеристики в същия среден размер.

След като изследваме представителите на тези три целеви групи, това означава, че можем да правим обобщения за генералната съвкупност, без изследването да е представително, тъй като предварително се знае кои единици са адекватен източник на интересувашата ни информация. Те са определени като заинтересовани страни и са включени в изследването.

Представителността означава още получената обобщена информация за изследваните единици да е близка до характеристиките на цялата генерална съвкупност, което на практика изследването ще изпълни.

Трябва да се отбележи, че направената извадка е достоверна, т.е. степента на истинност на събраната информация е обезпечена от подбрания интервюерски екип, който гарантира верността на измерванията и отговорите на изследваните лица.

Макар обемът на извадката да не е голям, може да се гарантира и точността на изводите, които се правят за генералната съвкупност, тъй като интервютата и фокус групите дават доста подробна и комплексна информация по темата. Подбраните респонденти са източник на знания и компетентна информация, която описва социалното предприемачество и поставя важните акценти, на които трябва да се обърне внимание. Между трите характеристики на извадката – представителност, достоверност и обем разбира се съществува връзка, която обаче не е директна, тъй като съществува възможност те да се регистрират и разделено, какъвто е нашият случай.

В проучването е предвидено да се анализират различните корелационни връзки и да се проследяват взаимозависимите променливи, което създава предпоставки да се прави един задълбочен и достоверен анализ. Чрез установяване на статистическата зависимост между събития и величини, ще се определя и степента на зависимост между различните променливи, които е важно да бъдат проследявани, за да се установи количествената зависимост между различните двойки променливи.

При обработката ще се „измерват“ една или няколко характеристики на изследваните обекти, което ще съпоставя едно число на разглежданата характеристика по предварително определено правило. В голяма част от случаите в интервютата резултатът от измерването има конкретен количествен смисъл – брой точки, оценка и т.н. Освен това интервютата предполагат голям брой ситуации, в които не можем да получим числова стойност, а само ще се отбелязва дали дадено свойство е налице или отсъства. В тези случаи измерването ще се сведе до установяване на наличие или отсъствие на определен признак у обекта на изследването. Включването на количествени и качествени променливи ще пресъздаде общественото мнение в неговата пълнота и разнообразие.

Използването на метода на мозъчната атака (на английски – *brainstorming*) цели да стимулира творческата активност на участниците в дискусиата в областта на социалното предприемачество. Всяка група включва: генериране на идеи, анализ на проблемна

ситуация, оценка на идеи и генериране на контраидеи. Участниците свободно изказват идеи или мнения без каквато и да било оценка или обсъждане на техните идеи или мнения. Идеите се записват от модератора или от допълнително определен секретар, а мозъчната атака продължава дотогава, докато не се изчерпят идеите или не завърши определеното за мозъчната атака време.

Основният фокус на метода е да се идентифицират новите идеи и да предложат надеждни решения на възникналите проблеми. За тази цел организаторите на фокус групите ще създадат необходимата атмосфера, която е най-благоприятна за генерирането на идеи (благосклонност и подкрепа), освобождавайки участниците от ненужните ограничения. Обсъжданите въпроси трябва да бъдат ясно формулирани и задавани, а ако възникне нова информация трябва да се задават допълващи въпроси, които да изясняват описаната ситуация или проблем. От всички изказани идеи се избират най-подходящите за описването им и прилагането им в практиката.

Използването на този метод елиминира ефекта на конформизма, т.е. адаптивност, позволява ви да получите продуктивни резултати за кратко време, да включите всички участници в активен творчески процес, който осигурява важна и надеждна информация по темата.

Основната цел на мозъчната атака е да се търси възможно най-широк спектър от идеи и решения на изследвания проблем, за да се излезе отвъд границите на онези идеи, които съществуват сред тесните специалисти или хората с богат предишен опит и определена официална позиция. По този начин изследването ще предложи интересни и нестандартни идеи и решения, които ще подпомогнат местните власти в бъдещите им политики за развитие на социалното предприемачество на територията на техните общини.

Във всяко изследване винаги има т.нар. стохастична грешка, която произтича от това, че се изследват само част от единиците от генералната съвкупност. Дължи се на действието на случайни фактори и няма нищо общо с точността на регистрацията. В този вид изследвания обикновено се приема 5% вероятност за грешка ($\alpha = 0,05$).

След провеждането на интервюта се преброяват различните варианти на отговорите като е удачно данните да се подредят в таблици и диаграми. Изчисляват се абсолютните (**броя отговорили по този начин на този въпрос – f**) и относителните (**p**) честоти на отговорите за всеки от вариантите. Избраният метод налага, относителните честоти да се изчисляват и в проценти.

Разгледаните статистически методи дават количествена представа за различията в становищата на респондентите. За целите на настоящото изследване е необходима и качествена интерпретация на данните, която ще се прилага успоредно с количествената. За нея особено много ще допринесат резултатите от фокус групите и отворените въпроси в интервютата. Тя е свързана с тълкуване на значението на приемането или отхвърлянето на статистическите хипотези, големината на констатираната зависимост или установената посока на връзката, което е особено важно за регистрирането на тенденциите и правенето на обобщените изводи.

III. Извършване на проучването и работа на терен

Провеждането на проучването или т.н. „*работа на терен*” включва набирането на данни от всички предвидени лица чрез избрания от проучването социологически метод (интервю) от интервюерския екип, който ще провежда интервютата в различните общини. Основното средство (инструментариумът) за регистриране на първичната емпирична информация са интервюто и фокус групите, които ще осигурят регистрирането на валидна (обоснована), точна (устойчива) и достоверна информация. Всеки интервюер трябва да подбере съобразно инструкциите представителите на определената целева група и да ги интервюира. Освен това от същата целева група трябва да подбере и участниците във фокус групата. За предпочитане е те да не се дублират и да притежават известна експертиза и опит в съответния сектор в който са ангажирани, за да вземат адекватно на потребностите участие и да предоставят необходимата информация по конкретния обсъждан въпрос.

Работата на терен се планира да се проведе в периода от 02.03.2021 г. до 15.05.2021 г. от интервюери, добре познаващи местната общност, което означава, че те трябва да бъдат подбрани внимателно, като се съблюдават и други техни качества като компетентност, отговорност и комуникативност, за да се гарантира достоверността на информацията.

Описана по този начин, изследователската стратегия очертава генералната ориентация, специфичните методи и процедури при набирането на информация за разработването на един задълбочен социологически анализ на проблемите на социалното предприемачество.

ИНТЕРВЮ №1

за представителите на заинтересованите от социалното предприемачество страни – местни власти (общински служители и общински съветници)

Уважаеми дами и господа,

Съюз за възстановяване и развитие – Хасково се обръща към Вас с молба да направите своите оценки, виждания и предложения за развитието на социалните предприятия във Вашата община и в Област Хасково. Събраната информация е важна за местните общности и ще подпомогне общините в подкрепата им за развитието на социалното предприемачество на територията. Интервюто е анонимно. Разчитаме на Вашата обективност!

БЛАГОДАРИМ ЗА ОТДЕЛЕНОТО ВРЕМЕ!

1. Запознати ли сте, кое предприятие се определя като социално предприятие?

- Да, много добре 1
- Да, в известна степен 2
- Не 3

2. От какъв източник получихте информацията за социалните предприятия?

- от медиите 1
- от Интернет 2
- от семинар/конференция 3
- от обучителен курс 4
- друго, посочете какво 5
-
- не съм запознат/а 6

3. От какво може да се провокира Вашия интерес към социалното предприемачество?

- От любознателност 1
- От възможност за подкрепа на хора в риск 2
- От възможност за подкрепа на конкретни бизнес инициативи 3
- От възможност за подобряване на доходите 4
- Друго, посочете какво 5
-
- Не проявявам интерес 6

4. Имате ли възможност от заеманата от Вас позиция да инициирате създаването на социално предприятие?

- Да, имам възможност и намерение 1
- Да, имам възможност, но не съм убеден/а, че е удачно 2
- Да, в някаква степен мога да подпомогна такъв процес 3
- Мислил/а съм за това, но нямам нужните правомощия 4
- Имам негативен опит със социалните предприятия 5
- Не, нямам такава нагласа, защото не съм сигурен/а в успеха 6
- Нямам такава нагласа 7

5. Ако решите в бъдеще да предприемете такава инициатива на какъв вид финансов ресурс бихте могли да разчитате?

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> На частен финансов ресурс | 1 |
| <input type="checkbox"/> На общинския бюджет | 2 |
| <input type="checkbox"/> На държавно финансиране | 3 |
| <input type="checkbox"/> Финансиране чрез изпълнение на проект (по коя програма)..... | 4 |
| <input type="checkbox"/> Дарение, спонсорство | 5 |
| <input type="checkbox"/> Членски внос | 6 |
| <input type="checkbox"/> Смесени ресурси | 7 |
| <input type="checkbox"/> Не съм запознат/а | 8 |
| <input type="checkbox"/> Нямам подобни намерения | 9 |

6. Ако решите в бъдеще да предприемете такава инициатива на какъв човешки ресурс бихте могли да разчитате?

(Можете да посочите до 3 отговора)

- | | |
|--|----|
| <input type="checkbox"/> На местната администрация | 1 |
| <input type="checkbox"/> На квалифицирани кадри | 2 |
| <input type="checkbox"/> На отговорни и инициативни хора | 3 |
| <input type="checkbox"/> Безработни работници с ниска квалификация | 4 |
| <input type="checkbox"/> Безработни специалисти | 5 |
| <input type="checkbox"/> Хора с увреждания | 6 |
| <input type="checkbox"/> Млади хора | 7 |
| <input type="checkbox"/> Роми | 8 |
| <input type="checkbox"/> Друг, посочете какъв ресурс | 9 |
| <input type="checkbox"/> Не съм решил/а | 10 |
| <input type="checkbox"/> Не смятам да предприемам подобна инициатива | 11 |

7. Съществува ли според Вас предприемачески интерес към социалните предприятия сред местните власти?

- | | |
|---|----|
| <input type="checkbox"/> Да, голям | 1 |
| <input type="checkbox"/> Да, в известна степен | 2 |
| <input type="checkbox"/> Не, защото хората не са запознати | 3 |
| <input type="checkbox"/> Не, защото липсва адекватна нормативна уредба | 4 |
| <input type="checkbox"/> Не, защото липсват реални преференции | 5 |
| <input type="checkbox"/> Не, защото наемането на хора с увреждания е рисково | 6 |
| <input type="checkbox"/> Трудно се намират квалифицирани сред хората с увреждания | 7 |
| <input type="checkbox"/> Практиките на общините са лоши | 8 |
| <input type="checkbox"/> Не, липсва изцяло интерес | 9 |
| <input type="checkbox"/> Не съм запознат/а | 10 |

8. Кой сектор според Вас е най-подходящ за развитие на социалното предприемачество?

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> Услугите | 1 |
| <input type="checkbox"/> Промислеността | 2 |
| <input type="checkbox"/> Туризма | 3 |
| <input type="checkbox"/> Социалната дейност | 4 |
| <input type="checkbox"/> Здравеопазването | 5 |
| <input type="checkbox"/> Друго/какво | 6 |

9. Кой от следните фактори е най-важен за развитието на социалната икономика?

(Може да посочите до 3 отговора)

- | | |
|--|----|
| <input type="checkbox"/> Правна рамка осигуряваща необходимата подкрепа | 1 |
| <input type="checkbox"/> Местна и регионална политика подпомагаща социалната икономика | 2 |
| <input type="checkbox"/> Предприемчивост на местните власти | 3 |
| <input type="checkbox"/> Преференциално финансиране на социалните предприятия | 4 |
| <input type="checkbox"/> Институционална подкрепа на социалните предприятия | 5 |
| <input type="checkbox"/> Работа в мрежа | 6 |
| <input type="checkbox"/> Секторни обединения за подкрепа и подпомагане на СП | 7 |
| <input type="checkbox"/> Трансгранични, трансрегионални и транснационални връзки | 8 |
| <input type="checkbox"/> Осигуряване на пазар и обществени поръчки | 9 |
| <input type="checkbox"/> Друго/какво | 10 |

10. Какви са основните предизвикателства, пред които са изправени социалните предприятия във вашия регион?

- | | |
|--|----|
| <input type="checkbox"/> Намиране на необходимия финансов ресурс | 1 |
| <input type="checkbox"/> Намиране на подходящи за работата хора с увреждания | 2 |
| <input type="checkbox"/> Намиране на дарения | 3 |
| <input type="checkbox"/> Достъп до грантове | 4 |
| <input type="checkbox"/> Наемане на квалифицирани служители | 5 |
| <input type="checkbox"/> Набиране на доброволци | 6 |
| <input type="checkbox"/> Непознаване на спецификата на социалното предприемачество | 7 |
| <input type="checkbox"/> Липса на подкрепа от местните и регионални власти | 8 |
| <input type="checkbox"/> Неблагоприятна нормативна уредба | 9 |
| <input type="checkbox"/> Липса на възможности за обществени поръчки | 10 |
| <input type="checkbox"/> Липса на пазари | 11 |
| <input type="checkbox"/> Липса на мениджърски умения | 12 |
| <input type="checkbox"/> Друго (моля посочете) | 13 |

11. Ако искате да развivate социално предприемачество разчитате ли на бъдеща подкрепа от страна на регионалните или националните власти? Ако „ДА“, каква е тя?

.....
.....
.....

12. Каква трябва да бъде общинската политика по отношение на социалните предприятия? Моля опишете я!

.....
.....
.....

13. Смятате ли, че действащата нормативна уредба в достатъчна степен мотивира предприемачите да се захванат със социална икономика?

.....
.....
.....

14. Какво трябва да се промени, за да може социалната икономика да се развие сериозно на територията?

.....
.....
.....

15. Какви ползи могат да получат социалните предприятия от включването си в мрежи или други партньорства?

(Можете да се посочат до 3 отговора)

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> Достъп до полезна информация | 1 |
| <input type="checkbox"/> Споделяне на опит и практики | 2 |
| <input type="checkbox"/> Консултации | 3 |
| <input type="checkbox"/> Пазари | 4 |
| <input type="checkbox"/> Финансова подкрепа | 5 |
| <input type="checkbox"/> Институционална подкрепа | 6 |
| <input type="checkbox"/> Друго (моля посочете какво) | 7 |

.....

16. Кой според Вас е най-заинтересован от разширяването на социалното предприемачество?

(Можете да се посочат до 3 отговора)

- | | |
|---|----|
| <input type="checkbox"/> Хората с увреждания | 1 |
| <input type="checkbox"/> Младите хора | 2 |
| <input type="checkbox"/> Ромите | 3 |
| <input type="checkbox"/> Безработните | 4 |
| <input type="checkbox"/> Пенсионерите | 5 |
| <input type="checkbox"/> Предприемачите | 6 |
| <input type="checkbox"/> ЮЛНЦ | 7 |
| <input type="checkbox"/> Общините | 8 |
| <input type="checkbox"/> Уязвимите социални групи | 9 |
| <input type="checkbox"/> Обществото като цяло | 10 |
| <input type="checkbox"/> Друг кой..... | |

17. Вие сте:

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> Кмет/Зам.кмет/секретар | 1 |
| <input type="checkbox"/> Председател/зам.председател на Общинския съвет | 2 |
| <input type="checkbox"/> Общински служител | 3 |
| <input type="checkbox"/> Общински съветник | 4 |
| <input type="checkbox"/> Друго/какво | 5 |

18. Вашият пол е:

- | | |
|-------------------------------|---|
| <input type="checkbox"/> Мъж | 1 |
| <input type="checkbox"/> Жена | 2 |

19. Вашата възраст е:

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> до 20 години | 1 |
| <input type="checkbox"/> от 21 до 29 години | 2 |
| <input type="checkbox"/> от 30 до 50 години | 3 |

- от 51 до 60 години 4
- Над 61 години 5

20. С какво образование сте?

- начално и по-ниско 1
- основно 2
- средно 3
- висше 4

21. В коя община работите?

- Хасково 1
- Димитровград 2
- Харманли 3
- Минерални бани 4
- Стамболово 5
- Друга/коя 6

22. Как виждате развитието на социалната икономика на територията на Вашата община през следващите няколко години?

.....

.....

.....

БЛАГОДАРЯ ЗА УЧАСТИЕТО!

ИНТЕРВЮ №2

за представителите на заинтересованите от социалното
предприемачество страни (НПО и бизнес)

Уважаеми дами и господа,

Съюз за възстановяване и развитие – Хасково се обръща към Вас с молба да направите своите оценки, виждания и предложения за развитието на социалните предприятия във Вашата община и в Област Хасково. Събраната информация е важна за местните общности и ще подпомогне общините в подкрепата им за развитието на социалното предприемачество на територията. Интервюто е анонимно. Разчитаме на Вашата обективност!

БЛАГОДАРИМ ЗА ОТДЕЛЕНОТО ВРЕМЕ!

- 1. Запознати ли сте, кое предприятие се определя като социално предприятие?**

<input type="checkbox"/> Да, много добре	1
<input type="checkbox"/> Да, в известна степен	2
<input type="checkbox"/> Не	3

- 2. От какъв източник получихте информацията за социалните предприятия?**

<input type="checkbox"/> от медиите	1
<input type="checkbox"/> от Интернет	2
<input type="checkbox"/> от семинар/конференция	3
<input type="checkbox"/> от обучителен курс	4
<input type="checkbox"/> друго, посочете какво	5
<input type="checkbox"/> не съм запознат/а	6

- 3. От какво може да се провокира Вашия интерес към социалното предприемачество?**

<input type="checkbox"/> От любознателност	1
<input type="checkbox"/> От възможност за подкрепа на хора в риск	2
<input type="checkbox"/> От възможност за подкрепа на конкретни бизнес инициативи	3
<input type="checkbox"/> От възможност за подобряване на доходите	4
<input type="checkbox"/> Друго, посочете какво	5
.....	
<input type="checkbox"/> Не проявявам интерес	6

- 4. Имате ли нагласа да стартирате ново социално предприятие?**

<input type="checkbox"/> Да, готов/а съм за подобна инициатива в най-скоро време	1
<input type="checkbox"/> Да, в известна степен съм готов/а	2
<input type="checkbox"/> Обмислям подобен вариант, но нямам достатъчно информация	3
<input type="checkbox"/> Имам нагласа, но ми липсва финансов ресурс	4
<input type="checkbox"/> Не, нямам нагласа, защото е рисково	5
<input type="checkbox"/> Нямам такава нагласа	6

- 5. Ако решите в бъдеще да предприемете такава инициатива на какъв вид финансов ресурс бихте могли да разчитате?**

<input type="checkbox"/> На частен финансов ресурс	1
<input type="checkbox"/> Финансиране чрез изпълнение на проект (по коя програма).....	2
<input type="checkbox"/> Дарение, спонсорство	3

- Членски внос 4
- Смесени ресурси 5
- Не съм решил/а все още 6
- Нямам подобни намерения 7

6. Ако решите в бъдеще да предприемете такава инициатива на какъв човешки ресурс бихте могли да разчитате?

- Членове на екипа с който работя 1
- Роднини и приятели 2
- Безработни работници с ниска квалификация 3
- Безработни специалисти 4
- Хора с увреждания 5
- Млади хора 6
- Роми 7
- Друг, посочете какъв ресурс 8
- Не съм решил/а 9
- Не смятам да предприемам подобна инициатива 10

7. Съществува ли според Вас предприемачески интерес към социалните предприятия?

- Да, голям 1
- Да, в известна степен 2
- Не, защото хората не са запознати 3
- Не, защото липсва адекватна нормативна уредба 4
- Не, защото липсват реални преференции 5
- Не, защото бизнеса се страхува да наема хора с увреждания 6
- Трудно се намират квалифицирани сред хората с увреждания 7
- Не, липсва изцяло интерес 8
- Не съм запознат/а 9

8. Кой сектор според Вас е най-подходящ за развитие на социалното предприемачество?

- Услугите 1
- Промислеността 2
- Туризма 3
- Социална дейност 4
- Здравеопазване 5
- Друго/какво 6

9. Кой от следните фактори е най-важен за развитието на социалната икономика?
(Може да посочите до 3 отговора)

- Правна рамка осигуряваща необходимата подкрепа 1
- Местна и регионална политика подпомагаща социалната икономика 2
- Предприемчивост на местните власти 3
- Преференциално финансиране на социалните предприятия 4
- Институционална подкрепа на социалните предприятия 5
- Работа в мрежа 6
- Секторни обединения за подкрепа и подпомагане на СП 7
- Трансгранични, трансрегионални и транснационални връзки 8

- Осигуряване на пазар и обществени поръчки 9
- Друго/какво 10

10. Какви са основните предизвикателства, пред които са изправени социалните предприятия във вашия регион?

- Намиране на необходимия финансов ресурс 1
- Намиране на подходящи за работата хора с увреждания 2
- Намиране на дарения 3
- Достъп до грантове 4

- Наемане на квалифицирани служители 5
- Набиране на доброволци 6
- Непознаване на спецификата на социалното предприемачество 7
- Липса на подкрепа от местните и регионални власти 8
- Неблагоприятна нормативна уредба 9
- Липса на възможности за обществени поръчки 10
- Липса на пазари 11
- Липса на мениджърски умения 12
- Друго (моля посочете) 13

11. Ако искате да развивате социално предприемачество разчитате ли на бъдеща подкрепа от страна на местните или регионални власти? Ако „Да“, каква е тя?

.....

.....

.....

12. Каква трябва да бъде общинската политика по отношение на социалните предприятия? Моля опишете я!

.....

.....

.....

13. Смятате ли, че действащата нормативна уредба в достатъчна степен мотивира предприемачите да се захванат със социална икономика?

.....

.....

.....

14. Какво трябва да се промени, за да може социалната икономика да се развие сериозно на територията?

.....

.....

.....

15. Какви ползи могат да получат социалните предприятия от включването си в мрежи или други партньорства?

(Можете да се посочат до 3 отговора)

- Достъп до полезна информация 1
- Споделяне на опит и практики 2

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Консултации | 3 |
| <input type="checkbox"/> Пазари | 4 |
| <input type="checkbox"/> Финансова подкрепа | 5 |
| <input type="checkbox"/> Институционална подкрепа | 6 |
| <input type="checkbox"/> Друго (моля посочете какво) | 7 |
-

16. Кой според Вас е най-заинтересован от разширяването на социалното предприемачество?

(Можете да се посочат до 3 отговора)

- | | |
|---|----|
| <input type="checkbox"/> Хората с увреждания | 1 |
| <input type="checkbox"/> Младите хора | 2 |
| <input type="checkbox"/> Ромите | 3 |
| <input type="checkbox"/> Безработните | 4 |
| <input type="checkbox"/> Пенсионерите | 5 |
| <input type="checkbox"/> Предприемачите | 6 |
| <input type="checkbox"/> ЮЛНЦ | 7 |
| <input type="checkbox"/> Общините | 8 |
| <input type="checkbox"/> Уязвимите социални групи | 9 |
| <input type="checkbox"/> Обществото като цяло | 10 |
| <input type="checkbox"/> Друг кой..... | |

17. Вие сте:

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Предприемач | 1 |
| <input type="checkbox"/> Представител на НПО | 2 |
| <input type="checkbox"/> Друго/какво | 3 |

18. Вашият пол е:

- | | |
|-------------------------------|---|
| <input type="checkbox"/> Мъж | 1 |
| <input type="checkbox"/> Жена | 2 |

19. Вашата възраст е:

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> до 20 години | 1 |
| <input type="checkbox"/> от 21 до 29 години | 2 |
| <input type="checkbox"/> от 30 до 50 години | 3 |
| <input type="checkbox"/> от 51 до 60 години | 4 |
| <input type="checkbox"/> Над 61 години | 5 |

20. С какво образование сте?

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> начално и по-ниско | 1 |
| <input type="checkbox"/> основно | 2 |
| <input type="checkbox"/> средно | 3 |
| <input type="checkbox"/> висше | 4 |

21. В коя община работите?

- | | |
|---------------------------------------|---|
| <input type="checkbox"/> Хасково | 1 |
| <input type="checkbox"/> Димитровград | 2 |
| <input type="checkbox"/> Харманли | 3 |

- Минерални бани 4
- Стамболово 5
- Друга/коя 6

22. Моля за Вашите конкретни препоръки за бъдещото развитие на социалните предприятия в България?

.....
.....
.....

БЛАГОДАРЯ ЗА УЧАСТИЕТО!

Приложение 2 Сценарии за фокус групите

Сценарии №1

за участниците, представители на местните власти във фокус групите за социалното предприемачество

Дата на провеждане:

Място на провеждане:

Встъпление:

Добре дошли на нашата дискусия, която е част от провеждащо се изследване! То се реализира във връзка с Проект SOCIAL FORCES, който се финансира от Interreg V-A Greece-Bulgaria 2014-2020 с водещ партньор: Агенция за регионално развитие „Родопи“ – Комотини, Гърция.

Изследването си поставя за цел да проучи мнението на представителите на НПО сектора, бизнеса и местните власти, което ще даде възможност да се направи реална оценка на нагласите и готовността на заинтересованите страни за развитието на социалното предприемачество като се регистрират и предложения за неговото ефективно развитие.

(Модераторът се представя съвсем кратко, след което представя правилата при които ще се провежда дискусията.)

Анонимността на всички участници в дискусията ще бъде запазена. Вашите мнения ще се представят в обобщена форма. За регистрирането на резултатите от дискусията ще се водят записки без да се прави запис от срещата. За нас е важно да разберем личното мнение на всеки участник, затова максимален брой от участниците трябва да изразят своето мнение по всеки обсъждан въпрос. Последователността на изказванията ще бъде според това как са седнали участниците. Ще се следва посоката от ляво на дясно за да има възможност всеки, който има какво да каже да има тази възможност. Ако нямате мнение или се съгласявате с вече казаното просто го потвърждавате и се преминава към следващия въпрос. В дискусията няма верни и грешни отговори, а само лични мнения и оценки. Никой никого няма право да критикува и да обижда. Моля ви да се изслушвате и да не се прекъсвате! Бъдете кратки и представяйте мнението си ясно! Аз като модератор ще задавам и доуточняващи въпроси, ще се опивам да обобщавам мненията и да постигам консенсус по дискутираната тема или ще регистрирам очерталите се различни мнения по дадения въпрос.

Въпроси за дискусията:

1. Проявявате ли интерес към социалното предприемачество?
2. Информирани ли сте за развитието на социалното предприемачество до момента?
3. От къде получавате информация по темата? Случайно ли попаднахте на информацията или съзнателно я търсехте?
4. Познавате ли европейския опит в социалното предприемачество? Ако „ДА“, кой е източникът на вашата информираност?
5. Смятате ли, че социалните предприятия реално могат да решат проблемите на част от уязвимите социални групи?
6. Знаете ли за създадено и добре функциониращо социално/и предприятие/я във Вашата или друга община в региона? Как оценявате неговата/тяхната дейност?

7. Познавате ли проблемите и предизвикателствата пред които са изправени социалните предприятия? Моля посочете някои от тях?
8. Какво смятате, че е определящо и особено важно за успеха на всяко едно социално предприятие?
9. Запознати ли сте с националната и регионалната политика в областта на социалната икономика?
10. Познавате ли нормативната уредба уреждаща функционирането на социалните предприятия?
11. Вие като представител на местната власт проявявате ли интерес към социалното предприемачество? Ако отговора е „Да“ на какво се дължи този интерес?
12. Бихте ли предприели някакви стъпки от позицията, която заемате за създаването на социално предприятие във Вашата община? Ако отговора е „Да“ при какви условия?
13. Съществуват ли пречки да инициирате или подкрепяте социалното предприемачество на този етап? Какви са те?
14. Какво трябва да направи според Вас общинското ръководство, за да се подкрепи социалното предприемачество на територията?
15. Какво според Вас трябва да направи държавата, за да се стимулира социалното предприемачество?
16. Участвали ли сте в съвместни инициативи с представителите на социалните предприятия? Кой е бил организатора на подобни прояви?
17. По какъв начин партньорството между бизнеса и властите на местно и регионално равнище може да стане по-ефективно за социалната икономика?
18. Как смятате, че трябва да бъдат уредени публично-частните партньорства, за да се постигне по-голяма ефективност в социалната икономика?
19. Каква трябва да бъде връзката между бизнеса, институциите и хората в неравностойно положение?
20. Съществуващата институционална и правна рамка стимулира ли в необходимата степен социалното предприемачество?
21. Чия трябва да бъде инициативата за създаването на социални предприятия в региона?
22. Трябва ли да се осигурява преференциален достъп на социалните предприятия до обществените поръчки?
23. Имат ли полза общините при включването си в различни трансгранични, трансрегионални и транснационални инициативи на социалното предприемачество? Какви са те?
24. С какво според Вас общинските предприятия предлагачи традиционни услуги са предпочитани от общините в сравнение със създаването на социални предприятия?
25. Трябва ли общината да създава общински социални предприятия или трябва да подкрепя бизнеса и НПО-тата да развият социалната икономика?
26. Какво според Вас е бъдещето на социалната икономика?

Сценарии №2

за участниците, представители на НПО сектора във фокус

групите за социалното предприемачество

Дата на провеждане:

Място на провеждане:

Встъпление:

Добре дошли на нашата дискусия, която е част от провеждащо се изследване! То се реализира във връзка с Проект SOCIAL FORCES, който се финансира от Interreg V-A Greece-Bulgaria 2014-2020 с водещ партньор: Агенция за регионално развитие „Родопи“ – Комотини, Гърция.

Изследването си поставя за цел да проучи мнението на представителите на НПО сектора, бизнеса и местните власти, което ще даде възможност да се направи реална оценка на нагласите и готовността на заинтересованите страни за развитието на социалното предприемачество като се регистрират и предложения за неговото ефективно развитие.

(Модераторът се представя съвсем кратко, след което представя правилата при които ще се провежда дискусията.)

Анонимността на всички участници в дискусията ще бъде запазена. Вашите мнения ще се представят в обобщена форма. За регистрирането на резултатите от дискусията ще се водят записки без да се прави запис от срещата. За нас е важно да разберем личното мнение на всеки участник, затова максимален брой от участниците трябва да изразят своето мнение по всеки обсъждан въпрос. Последователността на изказванията ще бъде според това как са седнали участниците. Ще се следва посоката от ляво на дясно за да има възможност всеки, който има какво да каже да има тази възможност. Ако нямате мнение или се съгласявате с вече казаното просто го потвърждавате и се преминава към следващия въпрос. В дискусията няма верни и грешни отговори, а само лични мнения и оценки. Никой никого няма право да критикува и да обижда. Моля ви да се изслушвате и да не се прекъсвате! Бъдете кратки и представяйте мнението си ясно! Аз като модератор ще задавам и доуточняващи въпроси, ще се опивам да обобщавам мненията и да постигам консенсус по дискутираната тема или ще регистрирам очерталите се различни мнения по дадения въпрос.

Въпроси за дискусията:

1. Проявявате ли интерес към социалното предприемачество?
2. Информирани ли сте за развитието на социалното предприемачество до момента?
3. От къде получавате информация по темата? Случайно ли попаднахте на информацията или съзнателно я търсехте?
4. Познавате ли европейския опит в социалното предприемачество? Ако „ДА“, кой е източникът на вашата информираност?
5. Смятате ли, че социалните предприятия реално могат да решат проблемите на част от уязвимите социални групи?
6. Знаете ли за създадено и добре функциониращо социално/и предприятие/я във Вашата или друга община в региона? Как оценявате неговата/тяхната дейност?

7. Познавате ли проблемите и предизвикателствата пред които са изправени социалните предприятия? Моля посочете някои от тях?
8. Какво смятате, че е определящо и особено важно за успеха на всяко едно социално предприятие?
9. Запознати ли сте с националната и регионалната политика в областта на социалната икономика?
10. Познавате ли нормативната уредба уреждаща функционирането на социалните предприятия?
11. Вашето НПО проявява ли интерес към социалното предприемачество? Ако отговора е „Да“ на какво се дължи този интерес?
12. Бихте ли създали в бъдеще социално предприятие? Ако отговора е „Да“ при какви условия?
13. Съществуват ли пречки да се заемете със социално предприемачество на този етап? Какви са те?
14. Какво трябва да направят според Вас общините, за да се подкрепи социалното предприемачество на територията?
15. Какво според Вас трябва да направи държавата, за да се стимулира социалното предприемачество?
16. Участвали ли сте в съвместни инициативи с представителите на социалните предприятия? Кой е бил организатора на подобни прояви?
17. По какъв начин партньорството между НПО и властите на местно и регионално равнище може да стане по-ефективно за социалната икономика?
18. Как смятате, че трябва да бъдат уредени публично-частните партньорства, за да се постигне по-голяма ефективност в социалната икономика?
19. Каква трябва да бъде връзката между НПО-тата, институциите и хората в неравностойно положение?
20. Съществуващата институционална и правна рамка стимулира ли в необходимата степен социалното предприемачество?
21. Чия трябва да бъде инициативата за създаването на социални предприятия в региона?
22. Трябва ли да се осигурява преференциален достъп на социалните предприятия до обществените поръчки?
23. Имат ли полза НПО-тата при включването си в различни трансгранични, трансрегионални и транснационални инициативи на социалното предприемачество? Какви са те?
24. С какво според Вас досегашната Ви работа в НПО сектора е предпочитана пред развитието на социалното предприемачество?
25. Какво според Вас е бъдещето на социалната икономика?

Сценарии №3

за участниците, представители на предприемачите във фокус групите за социалното предприемачество

Дата на провеждане:

Място на провеждане:

Встъпление:

Добре дошли на нашата дискусия, която е част от провеждащо се изследване! То се реализира във връзка с Проект SOCIAL FORCES, който се финансира от Interreg V-A Greece-Bulgaria 2014-2020 с водещ партньор: Агенция за регионално развитие „Родопи“ – Комотини, Гърция.

Изследването си поставя за цел да проучи мнението на представителите на НПО сектора, бизнеса и местните власти, което ще даде възможност да се направи реална оценка на нагласите и готовността на заинтересованите страни за развитието на социалното предприемачество като се регистрират и предложения за неговото ефективно развитие.

(Модераторът се представя съвсем кратко, след което представя правилата при които ще се провежда дискусията.)

Анонимността на всички участници в дискусията ще бъде запазена. Вашите мнения ще се представят в обобщена форма. За регистрирането на резултатите от дискусията ще се водят записки без да се прави запис от срещата. За нас е важно да разберем личното мнение на всеки участник, затова максимален брой от участниците трябва да изразят своето мнение по всеки обсъждан въпрос. Последователността на изказванията ще бъде според това как са седнали участниците. Ще се следва посоката от ляво на дясно за да има възможност всеки, който има какво да каже да има тази възможност. Ако нямате мнение или се съгласявате с вече казаното просто го потвърждавате и се преминава към следващия въпрос. В дискусията няма верни и грешни отговори, а само лични мнения и оценки. Никой никого няма право да критикува и да обижда. Моля ви да се изслушвате и да не се прекъсвате! Бъдете кратки и представяйте мнението си ясно! Аз като модератор ще задавам и доуточняващи въпроси, ще се опивам да обобщавам мненията и да постигам консенсус по дискутираната тема или ще регистрирам очерталите се различни мнения по дадения въпрос.

Въпроси за дискусията:

1. Проявявате ли интерес към социалното предприемачество?
2. Информирани ли сте за развитието на социалното предприемачество до момента?
3. От къде получавате информация по темата? Случайно ли попаднахте на информацията или съзнателно я търсехте?
4. Познавате ли европейския опит в социалното предприемачество? Ако „ДА“, кой е източникът на вашата информираност?
5. Смятате ли, че социалните предприятия реално могат да решат проблемите на част от уязвимите социални групи?
6. Знаете ли за създадено и добре функциониращо социално/и предприятие/я във Вашата или друга община в региона? Как оценявате неговата/тяхната дейност?

7. Познавате ли проблемите и предизвикателствата пред които са изправени социалните предприятия? Моля посочете някои от тях?
8. Какво смятате, че е определящо и особено важно за успеха на всяко едно социално предприятие?
9. Запознати ли сте с националната и регионалната политика в областта на социалната икономика?
10. Познавате ли нормативната уредба уреждаща функционирането на социалните предприятия?
11. Вие като предприемач проявявате ли интерес към социалното предприемачество? Ако отговора е „Да“ на какво се дължи този интерес?
12. Бихте ли създали в бъдеще социално предприятие? Ако отговора е „Да“ при какви условия?
13. Съществуват ли пречки да се заемете със социално предприемачество на този етап? Какви са те?
14. Какво трябва да направят според Вас общините, за да се подкрепи социалното предприемачество на територията?
15. Какво според Вас трябва да направи държавата, за да се стимулира социалното предприемачество?
16. Участвали ли сте в съвместни инициативи с представителите на социалните предприятия? Кой е бил организатора на подобни прояви?
17. По какъв начин партньорството между бизнеса и властите на местно и регионално равнище може да стане по-ефективно за социалната икономика?
18. Как смятате, че трябва да бъдат уредени публично-частните партньорства, за да се постигне по-голяма ефективност в социалната икономика?
19. Каква трябва да бъде връзката между бизнеса, институциите и хората в неравностойно положение?
20. Съществуващата институционална и правна рамка стимулира ли в необходимата степен социалното предприемачество?
21. Чия трябва да бъде инициативата за създаването на социални предприятия в региона?
22. Трябва ли да се осигурява преференциален достъп на социалните предприятия до обществените поръчки?
23. Имат ли полза фирмите при включването си в различни трансгранични, трансрегионални и транснационални инициативи? Какви са те?
24. С какво според Вас традиционния бизнес привлича основната част от предприемачите в сравнение със социалното предприемачество?
25. Какво според Вас е бъдещето на социалната икономика?

Част 2.

Предприемаческата готовност за създаване на социални предприятия от страна на местните власти в региона на Хасково (Анализ)



Проучването на предприемаческата готовност за създаване на социални предприятия в област Хасково се провежда в рамките на проект SOCIAL FORCES.

Проектът е съфинансиран от Европейския фонд за регионално развитие и от националните фондове на страните, участващи в програмата Interreg V-A „Гърция-България 2014-2020“.

Съдържанието на това проучване е отговорност единствено на „СВР“ – Хасково и по никакъв начин не може да се счита, че отразява възгледите на Европейския съюз, участващите страни, Управляващия орган и Съвместния секретариат.

Съдържание

Въведение	3
Анализ на резултатите от изследването за готовността на местните власти за развитие на социална икономика на територията на област Хасково	6
Изводи и препоръки.....	33
Европейска политика в областта на социалното предприемачество	47
Социалната политика в България.....	50
Заключение	52
Източници и литература:	54

Въведение

Настоящият анализ има за цел да се изследва състоянието и общественото мнение на представителите на местните власти за социалното предприемачество на територията на област Хасково, като се регистрират състоянието, проблемите, тенденциите, нагласите и готовността за развитие на социалното предприемачество на територията. Анализът включва изследване на общественото мнение на представителите на местните власти, което е изследвано посредством проведени интервюта сред 100 респондента и две фокус групи в общините: Хасково, Димитровград, Хармани, Стамболово и Минерални бани. Проучването на информираността и готовността за развитие на социалното предприемачество на представителите на местните власти ще осигури необходимата информация, която да е в помощ на ключовите структури: местни власти, неправителствени организации и бизнес, чието мнение също е изследвано посредством същите инструменти. След регистрацията на проблемите по ключови структури ще се набележат и предложения, които да подпомогнат местните и регионалните власти за подобряване на средата на по-ниските нива на управление чрез засилване на разбирането за развитие на социалната икономика и нуждата от партньорства, които да я разширяват и задълбочават.

В процеса на анализа се засягат и част от законовите и подзаконовите нормативни документи, които регулират сферите на дейност на социалните предприятия. Посочват се и част от стратегическите документи, които, без да са нормативни, дават „рамката“ на политиките и мерките, които следва да се развиват, за да се насърчи социалното предприемачество в област Хасково.

Въпреки своеобразния ръст на социалните предприятия все пак е трудно да бъдат анализирани съществуващите практики, тъй като достъпът до качествена информация не винаги е възможен и надежден. Най-важната информация, касаеща местните власти на територията, е, че в община Димитровград са създадени през 2008-2009 г. две общински предприятия, от които едното е затворено преди две години. Другото предприятие продължава да работи подкрепяно от общината. Функционират и 5 други социални предприятия, които са създадени и се управляват от фирми и една кооперация. От тях три се развиват сравнително добре, а останалите срещат доста финансови и логистични затруднения. Това е най-общата картина на социалната

икономика в област Хасково. На този етап освен община Димитровград интерес към създаване на общински социални предприятия от останалите общини липсва.

Важно е проучването да събере актуална и обективна информация за действащите предприятия или изграждането на бъдещи такива и отношението на местните власти към тях, за познатите практики и проблеми и на тази база да се обособят по категоричен начин тенденциите или да се прогнозират бъдещите перспективи за развитие на социалните предприятия (СП) на територията. Настоящият анализ е и сериозен опит да се обобщи съществуващата информация за отношението на местните власти към типа социални предприятия, за механизмите за тяхното финансиране, както и за отстраняване на предизвикателствата, стоящи пред тях. Анализ се прави и на ситуацията – на европейските и националните политики, на тенденциите в развитието на социалното предприемачество, на възможностите за развитието на социалните предприятия, на формите за тяхното съществуване, развивани на местно и регионално ниво. Използваната методология се базира на проведени анализи, които включват още:

- Преглед на актуалните стратегически документи;
- Анализ на съществуващата правна рамка за регламентиране на дейността на социалните предприятия;
- Преглед на секторите, в които работят социалните предприятия;
- Ролята на доброволците, сподвижниците и дарителите;
- Препоръки за развитие на институционалната среда, партньорствата и логистиката;
- Резултати от проведените интервюта сред малките и средни предприятия, органите на местно самоуправление и неправителствените организации.

При изготвянето на анализа са използвани следните подходи:

- **Изследователски подход:** изследване и анализ на нормативни документи, свързани с дейността на социалните предприятия, с фокус да се изследват възможностите и да се изготвят препоръки за промени на средата, позволяваща по-доброто функциониране на социалните предприятия; Интервюиране и фасилитиране на респондентите във фокус групите;

- **Системен подход:** секторната насоченост и дейност на местните власти, НПО и бизнеса към социалните предприятия;
- **Прагматичен подход:** при осъществяването на дейностите се отчитат реално съществуващите нормативни бариери за повече финансови стимули и предлаганите мерки, търсят се прагматични краткосрочни и дългосрочни решения за тяхното преодоляване, както в рамките на действащата правна рамка, така и за изготвянето на препоръки за по-нататъшно усъвършенстване на местните стратегически документи и политики.

Разработен по този начин анализът ще допринесе за по-задълбочената оценка на ситуацията на територията на област Хасково и за обобщаването на направените предложения, необходими за предприемането на институционални промени, водещи до промяна на социално-икономическата среда, променяща нагласите и разбиранията на представителите на местните власти и развитието на необходимите политики, подкрепящи развитието на социалната икономика.

Макар световните тенденции през последните две десетилетия да са насочени към прехвърляне стопанската инициатива към частния сектор, от което следва публичните власти, в това число регионалните и местните власти постепенно да предават управляващите лостове на бизнеса и НПО, то топлата връзка между социална политика и икономическо развитие остава като естествена симбиоза между управляващи и управлявани. Тази симбиоза трябва да се инициира, да се поддържа, да се стимулира и да се подкрепя, защото социалната икономика играе основно обществена и социална роля, които не винаги се свързва с печалбата. Нещо повече, публичните власти са тези, които трябва да осигурят свободни пътища за развитие на бизнеса, като своевременно и адекватно реагират на динамиката и на кризите в световната икономика, особено в условията на пандемия от Ковид 19.

Анализ на резултатите от изследването за готовността на местните власти за развитие на социална икономика на територията на област Хасково

Проучването бе проведено на терен в периода от 15.03.2021 г. до 16.04.2021 г., като интервютата бяха направени от 15 до 30 март 2021 г., а фокус групите се проведоха през първата половина на месец април. Предвид пандемичната обстановка публичните дискусии бяха проведени онлайн, като в едната се включиха представителите на местните власти от община Хасково, а във втората представителите от община Димитровград и община Стамболово.

Изследвани чрез интервюта бяха 100 респонденти, които се разпределят по демографски характеристики както следва:

Демографски характеристики			
		Брой	Процент %
Вие сте:	Кмет/Зам. кмет/секретар	5	5%
	Председател/зам. председател на Общинския съвет	1	1%
	Общински служител	76	76%
	Общински съветник	9	9%
	Друго	9	9%
	Общо	100	100%
Вашият пол е:	Мъж	30	30%
	Жена	69	70%
	Общо	99	100%
Вашата възраст е:	от 21 до 29 г.	14	14%
	от 30 до 50 г.	70	70%
	от 51 до 60 г.	13	13%
	над 61 г.	3	3%
	Общо	100	100%
Вашето образование е:	средно	11	11%
	висше	89	89%
	Общо	100	100%
В коя община работите?	Хасково	20	20%
	Димитровград	20	20%
	Харманли	20	20%
	Минерални бани	20	20%
	Стамболово	20	20%
	Общо	100	100%

Участниците във фокус групите бяха общо 18, като от община Хасково те бяха 8, а от община Димитровград и от община Стамболово бяха 10 участници.

За целите на анализа работните дефиниции за Социално предприемачество са следните:

Понятието „предприятие“. Това е обособяване на различни ресурси - човешки, материални, финансови, нефинансови и други, с цел осъществяване на разнообразна по рода си стопанска дейност.

„Социално предприятие“ е стопанска дейност, развивана от ЮЛНЦ, бизнес и общини, имаща изразен социален ефект върху лица от уязвими групи с цел да:

- Подобри жизненото им равнище;
- Осигури заетост;
- Предостави услуги или друга форма на подкрепа, имаща за цел ефективното им социално включване.

Социалните предприятия може да бъдат¹:

- такива, за които социалните цели или общественият интерес са причината за търговската им дейност, която често е под формата на социална иновация;
- чиито печалби основно се реинвестират за осъществяването на тези социални цели;
- и чиято организация или система на собственост отразява мисията, опираща се на демократични или миротворчески принципи, или на идеята за социална справедливост.

Социалните предприятия също така може да бъдат:

- предприятия, които предоставят социални услуги и/или стоки и услуги, предназначени за уязвими потребители (достъп до жилище или до грижи, помощ за възрастни хора или инвалиди, приобщаване на рискови групи, грижи за деца, достъп до работа, образование, справяне със зависимост...);
- в Съобщението на Комисията до Европейския парламент, Съвета, Икономическия и социален комитет и Комитета на регионите това са предприятия, чийто начин на производство на стоки или предоставяне на услуги има за цел укрепване на социалния ред (социална и професионална интеграция чрез достъп до работа на лица в неравностойно положение, особено поради ниска квалификация или социални или професионални проблеми, които са

¹ https://www.ngobg.info/bg/documents/49/1246analiz_inovacii.pdf

причина за изолация или маргинализация), но чиято дейност може да обхваща стоки или услуги, различни от социалните.

- „В социалните предприятия също така се включват предприятия, които използват метод на производство на стоки или услуги със социална цел, но чиято дейност може да бъде извън сферата на предоставянето на социални стоки или услуги. Тази дейност включва социална и професионална интеграция чрез средствата на достъп до заетост за хора в неравностойно положение, по-специално поради недостатъчна квалификация или социални или професионални проблеми, водещи до изключване и маргинализация“².

Макар през последните години социалното предприемачество да се развива и разширява, то все още е твърде непознато за голяма част от българското общество в т.ч. и за представителите на местните власти. В проведените две фокус групи участниците не успяха да изброят дори най-основните характеристики на социалното предприятие. Това се опита да направи само един участник, което говори за доста слаба информираност или по-точно за наличие на известна информираност, която е хаотична, разбъркана и неясна. По този начин участниците във фокус групите се чувстваха през цялото време несигурни и затова отговаряха трудно, кратко и боязливо.

Тази ситуация ни кара да направим обобщението, че даваните отговори във фокус групите бяха основани повече на предположенията, базирани на оскъдната информираност, и по-малко на опита и компетентността на участниците. Основната част от тях обаче са убедени, че потенциалът на този тип предприятия се крие в намирането на решения на важните за обществото социални проблеми от различно естество. Макар в края на 2018 г. да се прие Закон за предприятията на социалната и солидарна икономика и съгласно информацията на МТСП към 2019 г. предприятията, които се самоопределят като социални, да са над 4 700, темата остава неясна за представителите на местните власти. Освен това не всички регистрирани СП отговарят на изискванията, които законът въведе и в националния регистър на социалните предприятия към април 2021 г. има вписани едва 33 социални предприятия.

Действащите предприятия в социалната икономика на Европа са над 2 милиона и представляват 10% от всички предприятия. Реално заетите са около 14,5 милиона души

² <https://www.eesc.europa.eu/sites/default/files/files/qe-04-17-876-bg-n.pdf>

в Европейския съюз, което е 7% от населението, 70% от заетите в този сектор работят към неправителствени организации, 26 % в кооперации и 3 % във взаимоспомагателни кооперации³. Това прави европейската картина на социалното предприемачество доста по-ясна, пъстра и разпознаваема.

Декларираната осведоменост на интервюираните по отношение на социалното предприемачество допълва заключенията от фокус групите. На въпроса: „**Запознати ли сте кое предприятие се определя като социално предприятие?**“ прави впечатление, че само 29% са запознати много добре, а 9% не са запознати с темата. Преобладава групата на тези, които имат известна информация, но това не означава, че познават добре темата. Това са цели 62%.



Най-добре осведомени са представителите на местните власти в Димитровград, където отговорите се разпределят така:

- Да, много добре – 45%;
- Да, в известна степен – 40%;
- Не – 15%.

Това е обяснимо, тъй като в Димитровград има създадени социални предприятия.

Най-неинформирани са представителите на местните власти в община Минерални бани, където отговорите са следните:

- Да, много добре – 15%;
- Да, в известна степен – 60%;
- Не – 25%.

³ https://www.eesc.europa.eu/sites/default/files/resources/docs/a_ces11042-2012_00_00_tra_etu_bg.pdf

Липсват неинформирани по темата в община Стамболово, където отговорите са следните:

- Да, много добре – 35%;
- Да, в известна степен – 65%;
- Не – 0%.

Като цяло може да се направи заключението, че местните власти на територията на област Хасково имат известна информация за социалното предприемачество, но тя е недостатъчна за да се формират достатъчно мотивиращи нагласи за подкрепа и инициране на подобни проекти на територията на отделните общини. С други думи представителите на местните власти имат известна информация за социалната икономика и нейните възможности, но тя е частична, разпокъсана и неясна. Информацията и компетентността не са достатъчни за да мотивират, да стимулират предприемаческата инициатива, да подкрепят обосновано конкретни предприемачески идеи, да мониторираат и да изграждат успешни партньорства, каквото се очаква от страна на местните власти в тази област.

В случая е особено важно от къде се получава необходимата информация за социалните предприятия, за да може добре да се планират бъдещите информационни кампании по темата.



Интернет се оказва основният източник на информация. Относителните дялове на интервюираните в общините Хасково, Харманли и Стамболово, използващи интернет за информация, е много по-голям и варира от 85% до 70%. Това означава, че представителите на местните власти в основната си част търсят и намират подобна информация, а не я получават организирано и целенасочено. Поради приоритизирането на този източник и поставянето му на основно място, резултатите на подобни изследвания и всички нормативни документи, анализи и други материали по темата винаги трябва да се публикуват в различни сайтове и преди всичко в сайтовете на МТСП, областите и общините. По този начин всички интересуващи се ще могат най-

бързо да стигат до тях, когато проявят интерес към социалната икономика и нейните възможности.

В случая в анкетата не бяха посочени социалните медии, които навлизат доста бързо в информационната среда, но във фокус групите бяха разгледани техните възможности. Има регистриран известен интерес към тях от страна на респондентите, който не е голям, но който показва, че те заедно с интернет възможностите биха разширили информираността и допълнили въздействията сред целевата група.

На второ място с 29% са посочени медиите, с 20% са семинарите и конференциите, 11% са се информирали от работната си среда и 7% включвайки се в обучителен курс. Медиите са основен източник за представителите на община Стамболово, цели 60% от интервюираните. Тези данни показват, че целенасоченото търсене, информиране и обучение на бенефициентите по темата води до по-добри резултати. Ето защо при организирането на рекламни кампании, семинарите, курсовете и пряката трудова ангажираност трябва да се използват особено активно за формиране и промяна на нагласите. Информирането посредством медиите е важно, но то е случайно и рядко може да се използва целенасочено при възникнала необходимост, тъй като се публикува или излъчва във време, когато самата медия прецени, а не когато даден специалист или структура има тази потребност. Въпреки това медиите могат да провокират интерес и да допълват знанията, което е също доста важно. Затова и тяхното използване не бива да се подценява.

Кое провокира интереса към социалната икономика сред представителите на местните власти?

Това са преди всичко основните характеристики на социалното предприемачество, като например благотворителността в бизнеса, включването на печалбата и реинвестирането в решаването или смекчаването на най-належащите проблеми в обществото. Доходите не се разпределят между участниците в стопанските субекти, а се инвестират в области като намаляване на безработицата и засилване на защитата на правата на гражданите и околната среда. В тази област се прилагат не само тествани във времето, но и нови, научно обосновани подходи за решаване на съществуващи и сравнително скорешни проблеми. Всичко това провокира интерес и създава предпоставки за развитие на социалното предприемачество. Основната провокация на

интереса към социалната икономика е възможността за подкрепа на хората в риск, това смятат 69% от анкетираните. В същото време е важно конкретната бизнес инициатива да е добра, да е иновативна и да осигурява печалби. Освен това тя трябва да подобрява и доходите на заетите. За да е успешно едно социално предприемачество, то трябва не само да провокира интереса, но и да обединява всички гореизброени изисквания. В противен случай социалното предприятие няма да е успешно и ще създава проблеми не само на предприемачите, но и заетите в него. Любознателността е предпоставка и условие, за да се направи крачка напред в социалното предприемачество, но не е достатъчно условие за неговото развитие. Тя трябва да се допълва и с всички останали изисквания на успешния мениджмънт, защото това е и бизнес, който трябва да познава пазара и да поддържа адекватно пазарно поведение.

Интересът към социалното предприемачество е разнопосочен и той се формира под влиянието на различни фактори, които въздействат, мотивират, допълват се и провокират инициативност от различни заинтересовани страни, посредством изграждането на различни партньорства и по различно време, базирани на потребности, ресурси и местен потенциал.



От отговорите на горната диаграма става ясно, че интересът към СП се провокира според 69% от анкетираните от възможността за подкрепа на хората в риск, затова и социалното предприемачество може да бъде най-кратко описано със следната фраза: „Печелете пари, като помагате на другите“. Социалното предприемачество е решение на осезаемите и специфични проблеми на обществения живот, допринасяйки за

постигането на положителни устойчиви промени. Трябва да се подчертае, че това дело не е благотворителност, а помощ, която се предоставя на принципа „дай не риба, а въдица“. Всичко това чрез посочените отговори в горния въпрос се потвърждава като разбиране от страна на целевата група.

В същото време тази подкрепа на хората в риск не трябва да бъде сляпа, въпреки предположенията, че доходите на хората в риск ще се подобрят, защото тя е резултат и на преценката на предлаганата бизнес инициатива и нейната конкурентоспособност, това смятат 17% от анкетираните. Създаването на една мъртвородена бизнес инициатива не е решение на социалните проблеми, а възможност за изхабяване на много усилия и за непостигане на целите.

Анкетираните разбират, че създаването на социално предприятие не е лесна работа, защото освен гореизброените изисквания, те изискват още силна институционална и финансова подкрепа, които не винаги са налице, затова е много малък делът на тези, които искат да инициират създаването на социално предприятие. Проблеми за липсата на подобна инициативност са, че някои от местните власти нямат нужните правомощия да реализират подобна идея, това смятат 15% от анкетираните, от друга страна създаването на социално предприятие, което да е свързано с конкретна бизнес идея не е винаги удачно решение според 3% от респондентите. С други думи, анкетираните разбират сложността на проблема и се отнасят внимателно към подобни инициативи.



Нямат такава нагласа цели 32% от анкетираните и са несигурни в успеха 14% от респондентите, което формира групата на въдържалите се, които са преобладаващи

като относителен дял сред представителите на местните власти. Това показва не само сериозна преценка на ситуацията от страна на целевата група, но и липса на стимули за развитие на социалното предприемачество, които да насърчат колебещите се и недостатъчно уверените в успеха. Въпреки че проблемите от социално значение присъстват сериозно в нашето общество, защото са причинени от невъзможността да се гарантира задоволяването на нуждите на всички негови членове, темата за социалното предприемачество е по-взискателна към връзката между публичната справедливост и ефективността на икономическата дейност според анкетираните и това трябва да се отчита винаги. Битуващото обществено мнение на въздържащите се и колебливите изобщо не означава, че съществуващите в страната публични институции и техните представители са противници на социалното предприемачество. Напротив, те могат да отговарят на преобладаващите условия и да отразяват постигнатия политически компромис въпреки рисковете. Самият предмет на социалното предприемачество издига летвата на отговорността на по-високо ниво, след което тя става до известна степен локомотивът на еволюцията на разбирането за справедливостта, но за целта са необходими допълнителни средства, които да намалят рисковете и да осигурят тази справедливост.

Осигуряването на финансови и гаранционни условия е доста важна предпоставка за развитието на социалното предприемачество. Това би предизвикало интерес сред заинтересованите доставчици на микрокредитиране на социалните предприятия, защото това ще даде възможност на тези доставчици и инвеститорите в социални предприятия да предоставят услугите си на предприемачи, които иначе не биха финансирани поради съображения, свързани с риска. Затова Европейската комисия създава различни финансови и гаранционни инструменти, които могат да осигурят микрофинансиране и кредитиране, които да подкрепят реално социалното предприемачество и да минимализират рисковете.

Анкетираните предпочитат да разполагат с проектно финансиране, което да подкрепя конкретното социално предприятие, това твърдят 30 на сто от анкетираните. 27% биха предпочели държавното финансиране, 20% предпочитат смесените ресурси, тъй като подкрепата не е необходима само при стартирането, а се налага и през останалата част от неговото пазарно утвърждаване. Само 13% смятат, че социалните предприятия могат

да разчитат на общинския бюджет, който е ограничен и доста несигурен. Преобладаващата част от анкетираните – 77%, разчитат на грантовете и на държавната помощ, т.е. те разбират, че със собствени средства и кредити едно социално предприятие трудно би могло да оцелее в условията на остра пазарна конкуренция заедно с останалия бизнес.

Ако решите в бъдеще да предприемете такава инициатива на какъв вид финансов ресурс бихте могли да разчитате?



Частният финансов ресурс е предпочитан само от 9% от анкетираните. Малък е процентът и на тези, които смятат, че даренията и членският внос могат да решат финансовите проблеми. Това са само 7% и те могат само да допълват финансовите нужди, без да имат определящо значение.

„Социалното предприемачество е елемент от възможността за адаптация и реализация на пазара на труда, но и е елемент за социалното включване“ и поради това над 33 милиона от средствата, които България ще получи от Европейския социален фонд, ще бъдат заделени за социално предприемачество в следващия програмен период. Грантовото финансиране е необходимо и предпочитано, но не следва да е единственият инструмент, за да може растежът на сектора да стане видим за обществото. И макар че към момента има няколко програми за микрокредитиране на социални предприятия, финансовите посредници, които ги управляват, като Микрофонд АД и СИС Кредит АД, отбелязват, че интересът е много нисък и към

момента броят на възползвалите се е незадоволително малък⁴. Тази констатация се потвърждава и от отговорите в анкетата и от дискусиите във фокус групите.

Всичко това неминуемо доказва, че е необходимо да се мисли в посока разнообразяване на финансовите инструменти за социални предприятия заедно с грантовите програми, но така, че те да вземат предвид нивото на развитие, в което се намира секторът в момента в страната.

Човешките ресурси са един от най-важните фактори за успеха на социалното предприятие. Това може да се види от отговорите, посочени в следващата диаграма.



Изграждането на перфектния екип е може би най-трудната част от създаването на подобно социално начинание. Членовете на екипа не само трябва да притежават правилния набор от умения и компетенции за вършене на своята работа, те трябва да бъдат отдадени на визията на социалното предприятие и да работят за постигането му, въпреки възможните жертви и препятствия, които ще трябва да преодоляват. Възможно е да има моменти, в които хората ще трябва да работят, без да им се плаща или да се трудят дълги часове в неблагоприятни, нездравословни и неудобни условия, или дори да поемат реални рискове за живота и безопасността си. Всичко това прави въпроса с човешкия ресурс доста важен и определящ за развитието на социалното предприемачество. 42% от анкетираните смятат, че наетите в социалното предприятие

⁴ <http://bcnl.org/news/perspektivite-za-finansovi-instrumenti-za-sotsialnite-predpriyatiya-v-balgariya-idei-i-predlozheniya-za-deystvie.html>

трябва да са отговорни и инициативни хора, това е водещото изискване при техния подбор, на следващо място с 35% смятат, че трябва да могат да разчитат на подкрепата на местната администрация. Това е твърде висок процент, който показва, че надеждите за успех се свързват пряко с местните власти и с тяхната ангажираност с този проблем. И тук, както при всеки бизнес, трябва да се наемат квалифицирани кадри, които да осигуряват просперитета на бизнес инициативите. В това са убедени 27% от анкетиранияте. Хората в неравностойно положение, а именно хората с увреждания, младите хора, безработните специалисти, безработните хора с ниска квалификация и ромите, също трябва да се наемат в социалните предприятия, тъй като социалната икономика е обърната към техните нужди, а това се изисква и от много от финансиращите програми. Това смятат цели 73%. В зависимост от целевите групи социалните предприятия биват ориентирани към: социално слаби лица; лица с физически или психични увреждания; деца и семейства в риск; младежи, които не са интегрирани в обществото (като сираци); етнически малцинства; жени – жертви на насилие; възрастни хора и др.

Въпреки многобройните изисквания за наетия персонал най-важната роля играе предприемачът на социалното предприятие и затова изискванията към неговите качества и преди всичко към ценностната му система са най-важни. Той задължително трябва да е обект с мислене и с висока степен на инициативност, насочени към намиране на различни възможности и постигане на различните цели. В тази интерпретация обхватът от възможните варианти за самоизразяване не се ограничава само до стартиране на бизнеса, а най-вече до неговото утвърждаване и налагането на пазара на произвежданата продукция или на предлаганите услуги. Това обстоятелство позволява да се използва концепцията за решаване на обществено значимите проблеми, като се разглежда социалният предприемач като субект със специална мисия. Нещо повече, тя трябва да бъде основна и определяща, защото трябва да осигури комфорт на хората в неравностойно положение, за чиято заетост той е отговорен. Тези предприятия трябва да възприемат печалбата не само като цел, а и като средство за постигане на желан социален ефект.

Изтъквайки качествата на социалния предприемач, изследователите се обърнаха към наличната специализирана литература по темата. От нея става ясно, че водеща роля

предприемачите имат при спазването на критериите, чрез които се определят социално ориентирани малки предприятия. В известна степен тяхната съвкупност се идеализира и затова е трудно постижима. Според Диз предприемачите на социалните предприятия играят следните роли⁵:

1. Определят собствената си мисия, така че да позволява постигането и стабилното поддържане на социалния ефект.
2. Способни са да разпознават и непрекъснато да използват нови възможности за решаване на проблеми.
3. Включват се активно в текущия процес на адаптация, обучение, иновации.
4. Действат решително, без да вземат предвид ограничените ресурси, налични в момента.
5. Проявяват голяма отговорност към целевата си аудитория и постигнатите резултати.

Диз, подобно на другите си колеги, се фокусира върху необходимостта от иновативен характер на дейностите на социален предприемач. Трябва да се разбере, че иновациите са много важни за всяко едно СП, но не винаги трябва да имат икономически характер.

Социалният предприемач трябва да е готов да работи на прага на загубата и печалбата, да действа толкова дълго, колкото желанието за решаване на проблема му позволява. Компанията, която работи в нормален режим, в случай на загуби просто се затваря, докато социалният предприемач ще трябва да се бори, за да осигури прехраната на хората в неравностойно положение, които са трудово заети. Както показва международният опит, подходите за правене на бизнес се променят във времето според целите и потребностите. Все повече икономически субекти разбират, че е необходимо не само да се реализира печалба, но и да се решават социалните проблеми на хората. Това значително усложнява и затормозява процеса. Въпреки трудностите напоследък броят на инвеститорите, финансиращите компании, осъществяващи социално значими проекти, бавно се увеличава.

⁵ <https://agromassidayu.com/socialnoe-predprinimatelstvo-eto-chto-takoe-primeri-view-684554>

Всички гореизброени високи изисквания намаляват интереса на местните власти към социалните предприятия. Само 6% от анкетиранияте смятат, че интереса им към подобни бизнес инициативи е голям, а 29% – че съществува само в известна степен, което не е достатъчно за налагането на сериозни социални инициативи на територията на Хасковска област. Цели 21% не са запознати със социалното предприемачество, а всички останали са на мнение, че има причини, които възпрепятстват интереса към социалното предприемачество. Като основна причина от 21% е посочено, че хората не са запознати с темата, което допълнително усложнява ситуацията. От всичко изложено дотук става ясно, че липсата на информация се явява определяща за формирането на несигурност и колебания при формирането на нагласи към развитие на социалното предприемачество и неговите перспективи.

Съществува ли според Вас предприемачески интерес към социалните предприятия сред местните власти?



Съществуват и други причини, които възпрепятстват предприемаческия интерес и нагласи сред местните власти. Това са основно липсата на реални преференции и трудното намиране на квалифицирани кадри сред хората с увреждания. Тези две допълнителни причини карат информиранияте представители на местните власти да губят интереса си към социалните предприятия и към техните възможности. Отсъствието на адекватна нормативна база и лошите общински практики не се явяват сериозни препятствия на този етап, въпреки че и те възпрепятстват развитието на социалната икономика в известна степен. Представителите на местните власти са

убедени, че ако липсват предпочитания за социалното предприемачество и ако едно социално предприятие трябва да се развива като всеки друг бизнес, да участва на общо основание на стоковия пазар и да е конкурентоспособно, то неминуемо ще има сериозни проблеми, тъй като ще трябва да наема хора, които отговарят на изискванията на хора с увреждания или хора в неравностойно положение, но им липсва необходимата квалификация, образование и физическа активност. Ето защо за социалните предприятия задължително трябва да се осигуряват предпочитания, които да компенсират регистрираните проблеми, касаещи основно качеството на човешките ресурси.

От отговорите в анкетата става ясно, че социалното предприемачество има известна популярност и интерес сред участниците в дискусиите, но съществуват доста неясноти относно неговите същност, характеристики и обхват. Всичко това, както и голямото многообразие от дейности и цели, често водят до объркване и несигурност, които възпрепятстват развитието на социалната икономика на територията на област Хасково, като мненията на представителите на местната власт в различните общини не се различават съществено. Неяснотите по-скоро демотивират, отколкото да провокират интерес и формиране на предприемачески нагласи, защото се търси убеденост и икономическа сигурност.

Особено често възникват проблеми и несходства в преценките при изясняването на подходящите сектори за развитието на едно социално предприятие. Преобладава мнението на анкетираните, че това са основно социалната сфера и услугите, тъй като те предлагат по-леки условия за работа. Как се разпределят отговорите на респондентите, може да се проследи от следващата диаграма.



Отговорите на анкетата, както и отговорите на участниците във фокус групите са насочени към необходимите промени, респондентите са на мнение, че за развитието на предприемачеството са необходими и секторни реформи. В България социалните предприятия се развиват основно в социалната сфера, в услугите, здравеопазването, образованието и културата. Затова ключов фактор в тяхното развитие са ключовите и надграждащи реформи в тези области, либерализирането на пазара и осигуряването на бърз и лесен достъп до услугите за потребители. Необходимо е лидерство от страна на държавата и устойчиво междусекторно планиране на политики, за да се развие една устойчива и всеобхватна политика за подкрепа на социалното предприемачество.

В момента необходимостта от разширяване на социално-икономическото предприемачество е посочена като важна от страна на респондентите. Това е разбираемо. В крайна сметка тази сфера на дейност е насочена към решаване на конкретни и най-належащи социални проблеми.

Върху развитието на социалната икономика влияят много фактори. На първо място с 52% това е реализиращата се местна и регионална политика, която трябва стратегически да се насочва, да се подпомага и развива от европейската и националната политика. С 43% е посочена правната рамка, която също е много важна за развитието на социалната икономика. Без нейната регламентация трудно може да се формира устойчива политика на местни ниво. Не е за подценяване и институционалната подкрепа, посочена от 33% от анкетираниите. Действащите до момента публични структури не проявяват подобна инициативност, а нови не са създадени. Със същия относителен дял е и преференциалното финансиране на социалните предприятия, следвано от предприемчивостта на местните власти с 28%. Следователно, за да се активизират местните власти в областта на социалната политика, е необходимо да има една устойчива социална политика на национално ниво, която да се подкрепя и развива от регионалните власти, да е нормативно регламентирана и институционално подкрепена на всички управленски нива. Ако липсва нормативната уредба и взаимодействието на трите нива на управление в партньорство със заинтересованите институции, сериозни постижения в социалната икономика не могат да бъдат постигнати. Обществените поръчки и секторните

обединения не са оценени като толкова важни, но все пак те са част от една подкрепяща среда, включваща цял набор от дейности, които са особено важни за развитието на социалната икономика. Кои са посочените фактори от страна на респондентите може да се види от следващата диаграма.

Кой от следните фактори е най-важен за развитието на социалната икономика?



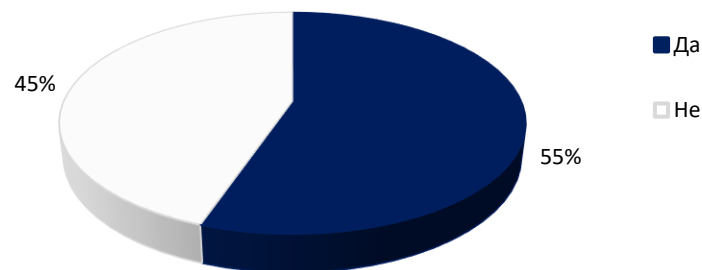
Предпоставките за развитие на социалната икономика трябва да са всеобхватни, допълващи се и интегрирани, за да се получи положителен резултат. Едностранчивите решения няма да доведат до успешен мениджмънт. Още повече, че предизвикателствата пред социалните предприятия са многобройни, а в условията на икономическа криза, особено каквато е тя след пандемичната обстановка, са особено притеснителни.

Основната и най-важна тенденция, която се наблюдава в развитието на социалната икономика в скорошен план, е нейното консолидиране в европейското общество като полюс на обществената полезност, който се намира между капиталистическия сектор и публичния сектор и е изграден от участници, отличаващи се с голямо многообразие: кооперации, взаимоспомагателни дружества, сдружения, фондации и други сходни предприятия и организации.

В област Хасково всички тези изисквания към средата съществуват и е наложително да бъдат изпълнени, за да я подобряват и да решават предизвикателствата, пред които е изправена социалната икономика.

На фона на всички тези мнения и предложения прави впечатление високият процент – 55% от анкетираните, които смятат, че действащата нормативна уредба в достатъчна степен мотивира предприемачите да се захванат със социална икономика.

Смятате ли, че действащата нормативна уредба в достатъчна степен мотивира предприемачите да се захванат със социална икономика?
(Процент спрямо отговорилите)



Останалите 45% смятат, че тя не е подкрепяща. Нормативната среда се е променила в известна степен през последните години, но това все още не е достатъчно основание за безпроблемното развитие и утвърждаване на социалните предприятия.

В действащото българско законодателство все още няма изрична правна регламентация на социалните предприятия, макар такива форми да съществуват в практиката. Действащите социални предприятия имат различни правноорганизационни форми на юридически лица от действащото законодателство (ЮЛНЦ, търговски дружества, кооперации и др.), като е важно да бъде приложен критерият за реален социален ефект. В определени случаи са предвидени и допълнителни регистрации, но това е в зависимост от секторната насоченост на конкретната дейност. Наличието на разпокъсаност в правната уредба (според сектори – доставчици на социални услуги, специализирани предприятия и пр.) неминуемо оказва отражение върху развитието на единната и последователна държавна политика за подкрепа на социалната икономика и социалните предприятия, което в крайна сметка рефлектира върху тяхната устойчивост и ефективност.

За да се създаде подкрепяща среда трябва да се търсят и допълнителни възможности, които да осигурят реални преференции, гарантиращи успеха на социалната икономика.

В резултат на регистрираните проблеми възникват много предизвикателства на областно ниво. Какви са те, може да се проследи от следващата диаграма.



Ресурсното обезпечаване е важен проблем според 54% от анкетираните. Намирането на необходимия финансов ресурс е определящо за стартирането на подобен бизнес. Това е проблем, който засяга всички стартиращи социални предприятия. Някои от тях срещат трудности особено с мениджмънта и маркетинга, което пренася този проблем и в следващите етапи от развитието на предприемаческата идея. Без ясна визия от къде ще може да се получи това финансиране, не може да се получи търсения социален ефект.

От друга страна проектното финансиране води до други проблеми като: бюрокрация, забавяне на дейностите, съобразяване с програмните изисквания, а не с нуждите на пазара. От трета страна предприемаческата активност рядко се основава на конкурентоспособността и др.

Непознаване на спецификата на социалното предприемачество (25%) е следващият важен проблем, който спъва социалната икономика. Много от предприемаческите идеи се започват, защото има подобни проектни възможности, без да се отчитат реалните проблеми и изисквания към нуждите на хората в неравностойно положение и възможностите на социалното предприятие, което трябва да се развива устойчиво. Наемането на квалифицирани служители също е сериозен проблем според други 25% от анкетираните. Въобще кадровото обезпечаване е проблем, тъй като трудно се намират необходимите квалифицирани кадри, а хората с увреждания не винаги притежават необходимата квалификация, затова трябва да се планира и финансирането на обучителните и квалификационните дейности на стартиращите социални предприятия.

От друга страна някои от хората с увреждания поради получаваните помощи не винаги са мотивирани да започнат работа.

Проблемите се засилват в случаите, когато липсва подходяща социално-икономическа среда и целенасочена политика на национално ниво. Липсата на необходимата нормативна база и липсата на реална подкрепа и сътрудничество от заинтересуваните институции допълнително усложняват нещата и възпрепятстват процесите на социална интеграция.

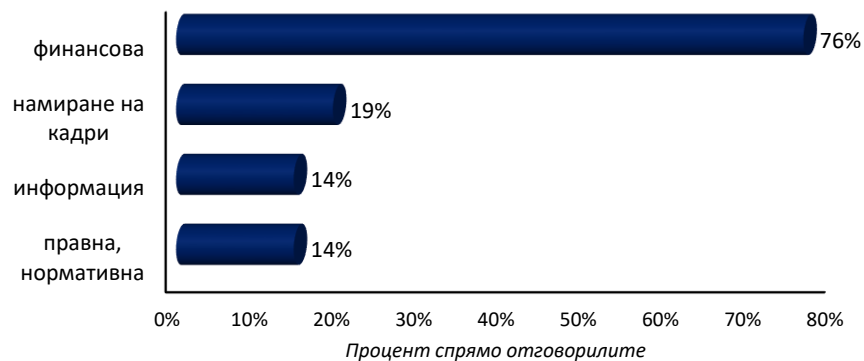
На този етап широките критерии за социални предприятия в България не предлагат сериозни и реални възможности за една действително насърчителна политика, ориентирана към постигането на конкретни производствени и в същото време на социални резултати.

Ограничени са и възможностите за изграждане на институционален капацитет. Липсват адекватни и последователни програми за изграждане на капацитет в социалните предприятия. Макар че има отделни случаи, в които се финансират подобни инициативи, на този етап социалните предприятия все още не успяват устойчиво да изградят необходимия им професионален и фирмен капацитет. Проблемът е, че проектно ориентирани предприятия много рядко постигат и финансова устойчивост. Това пречи социалните предприятия да изградят собствен имидж от една страна, а от друга те не стават разпознаваеми в обществото. По този начин социалните

предприятия все още трудно се налагат като ефективен инструмент за постигане целите на националните и регионалните социални политики.

Развитието на социалното предприемачество е невъзможно без подкрепата на регионалните и националните власти. Тази подкрепа се очаква да бъде основно финансова и институционална. Това смятат 76% от респондентите. Подкрепа се очаква да се получи и в областта на намирането на кадри – 19%, както и информационна и правна подкрепа според 14% от анкетиранияте. В тази посока се развива и европейската политика, която търси ефективните механизми, които да насърчат подкрепата и включването на местните и регионалните власти.

**Ако искате да развivate социално предприемачество
разчитате ли на бъдеща подкрепа от страна на регионалните
или националните власти? Ако „ДА“, каква е тя?**



Един от най-новите документи в тази посока е Планът за действие за социалната икономика, който бе приет от Комисията по социална политика, образование, заетост, научни изследвания и култура на Европейския комитет на регионите. Той демонстрира едно добро планиране на социалната политика при определяне ролята на регионалните власти в реализирането на тази политика през следващия програмен период.

Най-важното решение е, че Комисията планира да изготви ръководство за публичните политики в областта на социалната икономика, което да отразява разнообразието от правни форми на социалната икономика в Европа и да служи като референция за местните и регионални власти. Комисията потвърждава значението на подкрепата, финансирането и укрепването на европейските мрежи на социална икономика и на градовете и регионите, ангажирани със социална икономика, като ключов съюзник за

изпълнението на плана за действие и популяризирането на създаваните от него възможности.

Особено внимание Комисията отделя за подобряване на достъпа до финансиране за предприятията и субектите от социалната икономика, като се отбелязват допълнителните трудности, пред които са изправени предприятията и субектите от социалната икономика при достъпа до финансиране, отчасти поради слабата популярност и разбиране на техните бизнес модели, които отдават приоритет на колективния или на общия интерес пред извличането на максимални печалби.

В Плана се регламентира ключовата роля на фондовете на политиката на сближаване, и по-специално на ЕФРР и ЕСФ, във финансирането на проекти в областта на социалната икономика.

Планира се Комисията да направи по-амбициозни и съгласувани своите инициативи в подкрепа на ролята на местните и регионалните власти за насърчаване на социалната икономика, тъй като много местни и регионални власти вече имат амбициозни стратегии и планове за действие за насърчаване на социалната икономика.

Друго основно направление е насърчаване на видимостта на социалната икономика, като се създаде единна онлайн платформа за подкрепа на предприятията и субектите, и предприемачеството чрез форми на социална икономика, която да свързва всички европейски проучвания и доклади относно социалната икономика, както и възможностите, които ЕС предлага на тези предприятия и субекти.

Планът за действие за социалната икономика включва широка комуникационна кампания, която е разработена и осъществена с участието на Комитета на регионите, Икономическия и социален комитет и мрежите на социалната икономика. Подобна кампания е от съществено значение за насърчаване на колективното предприемачество и повишаване на осведомеността относно европейските инструменти в подкрепа на социалната икономика.

Трябва да се насърчава обучението по предприемачество чрез социалната икономика. Трябва да се подобри достъпът до пазарите и до социално отговорното възлагане на обществени поръчки.

Планът за действие включва последващи мерки и инструменти за мониторинг и насърчаване на структуриран диалог с участниците от социалната икономика и другите институции.

Всичко това ще осигури една благоприятна среда за развитие на социалната икономика след приемането на адекватни ангажименти от страна на националните власти, свързани главно с нормативната уредба, с финансирането им и с осигуряването на реални преференции за СП. Въпреки необходимостта от подкрепяща социално икономическа среда на национално равнище местната политика си остава особено важна за утвърждаването на социалната икономика според анкетираните. Така смятат 31% от респондентите, според които тя трябва да е подкрепяща, да съдейства за утвърждаването на СП, да е заинтересована от развитието на СИ и да осигурява условия за развитие и социално включване.

За други 22% от анкетираните е необходимо всяка община да приеме необходимата общинска нормативна уредба, да води регистър на социалните предприятия, да води локална политика, стимулираща развитието на социалното предприемачество, да провежда изследвания на социалното въздействие, за да адаптира и правилно да насочва своите бъдещи действия, да гарантира устойчивостта на социалните дейности и да задоволява нуждите на хората в риск.

Освен това, за да се развива общинската политика в областта на социалното предприемачество, според 16% от анкетираните тя трябва да е финансово осигурена посредством грантове и това финансиране да е устойчиво, а не еднократно.

Основният инструмент на бъдещата социална политика на една община трябва да се основава на знанието, а не на материалните и физическите ресурси. На този принцип се развива глобалната икономика сега. От експертите, занимаващи се със социална политика, все повече ще се изисква не само да предвиждат бъдещето, но и да познават сърцевината на настоящето, за да създават бъдещето. Това е предопределено от бързината и комплексността на нововъзникващите проблеми, за които все по-малко ще се намират лесни и общовалидни решения. В този смисъл може да се допълни, че основният двигател на развитие ще бъдат точните, правилни и проникателни въпроси, както и рационално дефинирани задачи, включени в плановете за изпълнение. Налага се принципът, че истинската политика трябва да мотивира хората. Добрата мотивация

означава приемане на рисковете, а не тяхното отхвърляне. В динамиката на съвременното развитие на икономиката и в условията на постоянен недостиг от ресурси „на света няма друго богатство освен хората“. Всеки човешки живот, започнал веднъж, трябва да има шанс да се увенчае с успех вместо с провал. Това означава, че обществените институции трябва да намерят подходите, за да може потенциалът на всеки индивид да се реализира, а не да бъде пропилян (или: обществените институции са задължени да създадат условията и средата, за да се случи това).

Каква трябва да бъде общинската политика по отношение на социалните предприятия?



И след като е осигурено всичко това на местно равнище, могат да се осигуряват адекватни социални услуги, да се предоставя методическо подпомагане, да се провеждат обучения, да се осигурява необходимата информация, да се търсят възможности за допълнително финансово подпомагане за повишаване на квалификацията, да се предоставят сгради на СП, да се намаляват данъците и таксите, свързани с тези сгради, да се осигурява логистична подкрепа, да се информира обществото за нуждите и резултатите от социалното предприемачество и да се насърчава комплексно утвърждаването на СП на територията на всяка община. Въобще развитието на социалната икономика не е дело само на националните, само на

регионалните или само на местните власти, а то е колективно дело, резултат от общите политики и действията за тяхното изпълнение. В това обединение има и известна диференциация. Така например общинската политика по отношение на социалните предприятия трябва да бъде според основната част от анкетираниите главно подкрепяща и насърчаваща. В какво и как може да се реализира тази подкрепа? Респондентите посочват различни възможности, които се допълват, макар и някои от тях да си противоречат.

Ето какви са и конкретните предложения, които анкетираниите и участниците в двете фокус групи предлагат да се реализират от страна на местните власти:

- Тъй като в СП се ангажират хора, които също се обгрижват от страна на общината или от социалните институции по други програми и проекти, трябва да се следи те да не се дублират, а само да се допълват и надграждат. Този контрол може да се осъществява от страна на общинското ръководство;
- Подкрепата на СП от страна на общината да гарантира устойчивостта им в дългосрочен план, тъй като се намалява рискът и се подобряват подкрепящите условия;
- Трябва на местно ниво да се създадат среда и регламенти, които да гарантират, че нуждите на хората в риск ще бъдат задоволени и техните права ще бъдат запазени;
- Всяка община трябва да създаде и поддържа регистър на СП, който да прави подкрепящата дейност прозрачна и да съдейства за осъществяване на мониторинг и контрол от страна на общината;
- Общината трябва да подпомага дейността на СП посредством улеснен достъп до административните услуги и осигуряване на преференциални такси или данъчни облекчения;
- Местните власти трябва да работят за повишаване на мотивацията на повече млади хора, които да се заемат със социално предприемачество, като доброволци, менажери, експерти или просто като работещи в този сектор;
- Да се търсят различни възможности за подкрепа на тези, които проявяват интерес и имат капацитет да развият социални предприемачески дейности, като се отчитат конкретните им нужди и техните възможности за развитие;

- Да се търсят възможности в СП да се включват максимален брой хора в риск, като се постига и социалният ефект от подобни дейности, без да се търси формалното изпълнение на изискванията за СП;
- Да се развива устойчива местна политика за подкрепа на СП и да се набелязват конкретни мерки, които да подпомагат пряко бизнеса, ангажиран със социално предприемачество;
- Да се организира информационна кампания за информиране на обществото, на целевите групи и бизнеса, която не само да информира, но главно и да мотивира предприемаческите инициативи и социалното включване в социалната икономика;
- Трябва да се изработи специален План за подкрепа на социалното предприемачество в партньорство с НПО и бизнеса и да се следи за неговото изпълнение;
- Дългосрочното планиране трябва да включва и изготвянето на необходимата нормативна уредба на местно равнище, която да регламентира процеса по създаване, работа и мониторинг на социалните предприятия на територията;
- Общината трябва да съдейства за осигуряване на достъп до необходимите финансови ресурси, които са необходими за стартирането и текущата издръжка на създадените СП;
- Да се насърчават всички възможности, осигуряващи заетост на хората, намиращи се в неравностойно положение;
- Да се насърчава дарителството и доброволчеството, които имат голямо значение за развитие на социалната икономика;
- Социалната икономика трябва не само да осигурява заетост на хората в неравностойно положение, но и да е насочена към предоставяне на социални услуги;
- Трябва да се търсят възможности за повишаване квалификацията на експертите и на заетите в социалното предприемачество, за да се гарантира успехът на СП;
- Общината трябва да подкрепя НПО и бизнеса, да подпомага търсенето на пазари и само в краен случай да инициира общински социални предприятия, които невинаги са рентабилни;

- Общината трябва да има разработени ясни правила и критерии при изграждане на ПЧП, за да няма пристрастия и публични обвинения относно предпочитанията за подкрепа на този или онзи мениджърски екип. Ако все още липсва закон, който да регламентира подобни инициативи трябва да има разработени правила на общинско ниво. Изпълнявайки изискванията за развитие на социалната икономика, ще се пресекат злоупотребите и бъдещите обвинения за пристрастност от страна на местните власти;
- Насърчаването на СП води до насърчаване на заетостта на хората в неравностойно положение, затова е важно и необходимо отговарящите на изискванията инициативи, организирани от бизнеса и НПО, да се подкрепят и да се насърчават по различен начин и с различни средства;
- Общините трябва да развиват и проактивна дейност, тъй като има възможност и за създаване на общински социални предприятия, които също могат да бъдат успешни, ако се съобразяват изискванията към тяхното създаване и развитие и се разчита на добър мениджмънт. В този случай обаче трябва да се разчита на допълнително финансиране, а не на общинския бюджет, който няма такива възможности;
- Държавата с нейните институции трябва да осъществява контрол върху социалните предприятия, тъй като има създадени фиктивни такива, които се възползват от преференциите, но negliжират социалните си функции;
- Общините трябва да се ангажират с: методическа, консултантска и експертна помощ, с осигуряване на кадри, с обучение на персонала и информиране за нормативните промени и положителните практики в социалната политика в страните от ЕС;
- Общините трябва да се съсредоточат върху изграждането на социални мрежи и обединения, както и за осъществяване на международни и трансгранични контакти и нови бизнес възможности за постигане на по-високи икономически резултати;
- Общините е необходимо да осигуряват подходящи помещения за производство и услуги за социалните предприятия;

- Общините трябва да развиват активно партньорствата и съвместните инициативи с бизнеса и с НПО, намиращи се на територията.

Изводи и препоръки

От казаното до тук става ясно, че за да се развива ефективно социалната икономика, тя трябва да се развива успоредно и в партньорство между различните власти и съответните структури, инициращи и подкрепящи социалното предприемачество. В същото време трябва да съществува и известно разпределение между трите нива на управление.

Националните власти трябва да поемат отговорността за бързото адаптиране на нормативната уредба спрямо европейските политики и осигуряването на необходимия финансов ресурс за стартирането и утвърждаването на социалните предприятия. Националните правителства трябва да осигуряват грантове и възможности за микрокредитиране и на квалификационните и професионалните курсове, осигуряващи необходимата подготовка на заетите в социалните предприятия.

Регионалните власти трябва да са ангажирани основно с методическото ръководство и с логистиката, свързана с повишаването на квалификацията.

Местните власти трябва да иницират и да подкрепят социалните предприятия, да създават условия и предпоставки за допълнителни стимули за развитие на социалното предприемачество на територията. Освен това те трябва да участват пряко в изпълнението на конкретните дейности, в контрола на протичащите процеси и да отчитат постигнатите резултати. В случая местните власти имат определяща роля, която е не само най-активна, но и свързваща, защото те допълват нормативната уредба със свои нормативни актове, които също са подкрепящи. Общините освен това планират поредица от структурирани дейности, които насърчават пряко социалното предприемачество на конкретните местни структури. Те трябва да търсят и финансови стимули в тази посока, да участват пряко в протичащите логистични процеси и да мониторира тези процеси, за да се вземат адекватни мерки при регистрирането на възникнали проблеми и допускането на опасни загуби.

Най-общо направените предложения са насочени към предложението за развитие на активна и подкрепяща местна политика от страна на общината за социалните предприятия чрез осигуряване на сгради, грантове, административна, методологическа и известна логистична подкрепа за подобряване условията на труд и професионална реализация на хората в неравностойно положение, живеещи на територията.

Какво по същество трябва да започне да се променя, за да може социалната икономика да се развие сериозно на територията на една община?

Това е един дълъг и сложен процес, който изисква всяка община да бъде проактивна, да бъде търсеща и намираща, да осигури необходимите ресурси, да определи подходящите средства и подходящите партньорства, да формира подходящите екипи и да идентифицира бъдещите пазари, но преди всичко тя трябва да планира дългосрочно този комплекс от дейности, като регламентира прецизно различните процеси, свързани с изпълнението на разработената местна политика.

Обобщение: За да е устойчив този процес е необходима: ясна и дългосрочна местна политика, работеща партньорска мрежа, преференции за социалното предприемачество, осигуряване на основни и допълнителни ресурси, които да финансират и да дофинансират предприемаческите инициативи и преди всичко и постоянно да осигуряват информираност и обучение на заетите в социалната икономика. Липсата дори на един от тези фактори може да доведе до фалит или да обрече на сериозен риск определено социално предприятие. Практиката с немалкото си отрицателни опити, доказва че заплахите съществуват и те не трябва да се пренебрегват. Тяхното познаване и предприемаето на мерки за тяхното отстраняване са необходими и важни действия, които всяка местна власт трябва да осъществява.

Ето какви са конкретните изисквания необходими за развитието на социалната икономика според мненията на интервюираните лица.

Какво трябва да се промени, за да може социалната икономика да се развие сериозно на територията?



От дадените отговори, както и от резултатите от дискусията във фокус групите, става ясно, че за да се развива социалната икономика на територията на една община, е необходимо наличието на:

- информирани, знаещи и можещи активни хора;
- финансова подкрепа не само при стартирането, но и при дофинансирането на социалното предприятие при неговото утвърждаване и налагането му на пазара;
- подкрепяща нормативна уредба и подкрепяща среда, осигуряваща преференции;
- ефективен контрол за недопускане на недобросъвестни практики и имитации на социално предприемачество;
- квалифициран персонал и наемане на хора, намиращи се в неравностойно положение;
- социално отговорни хора, притежаващи нужната предприемаческа култура и професионални умения;
- доброволци и дарители, подкрепящи дадената социална кауза;
- притежаване на умения и практически знания в съответната област на наетите хора в неравностойно положение;

- действащи програми, насърчаващи стопанската дейност, обучението и информираността на хората в риск;
- качествени услуги или конкурентоспособни стоки и ефективна производствена дейност;
- пазар и пазарна реализация на стоките и услугите;
- жизнеспособни социални предприятия, осигуряващи заетост на хората в риск;
- активна местна власт подкрепяща НПО и фирмите, развиващи социално предприемачество;
- изграждане на ПЧП със социална насоченост и др.

Развитието на ефективна социална икономика изисква: да има разработени и прилагащи се насърчителни програми, които да подкрепят, стимулират и мотивират както предприемачите, така и уязвимите групи. Освен това трябва да се осигури необходимият местен ресурсен капацитет и социална среда за създаване на социалното предприятие, което ще може да постига както своите бизнес цели, така и социалните си цели. За да е успешно едно социално предприятие, предварително е необходимо: да бъдат осигурени квалифицирани кадри, финансов ресурс, хората с увреждания да бъдат добре информирани за възможностите и за изискванията на социалното предприемачество; заетите да са професионално обучени; да се повиши разпознаваемостта на социалните предприятия в местната икономика чрез налагане на тяхната специфична характеристика; да се формира необходимата предприемаческа култура; да се придобият умения и практически знания за специалистите и наетите хора с увреждания; да е осигурена подкрепата на местната власт. Без сериозна предварителна подготовка успехът на всяко едно социално предприятие е заплашен.

Всички тези изисквания на средата, които трябва да се осигурят на местно ниво, трябва да се подкрепят и от националната политика. На този етап социалната политика в България на национално ниво е изразена в Управленската програма на правителството (2017-2021 г.) и в Стратегическия план на МТСП до 2021 г. В нея са посочени приоритетни мерки, чрез които социалната и солидарна икономика в нашата страна ще се развива по посока на по-добра среда и възможности за социалните предприятия и другите субекти на социалната и солидарна икономика. Мерките са конкретизирани чрез действия и отговорни институции за тяхното изпълнение, предвиден е и финансов

ресурс в рамките на средствата по политиката в областта на жизненото равнище, демографското развитие и социалните инвестиции, както и в бюджетната програма „Насърчаване, развитие и мониторинг на социалната икономика и корпоративната социална отговорност“ (Решение № 520 от 29 август 2019 г. на МС).⁶

Социалната и солидарна икономика е възможност за постигане на интелигентен, устойчив и приобщаващ растеж и е основен партньор и заинтересована страна по приложението на Европейския стълб за социални права. Основната цел на предвидените в плана мерки е подпомагане утвърждаването на сектора на социалната и солидарна икономика в страната и приоритетното развитие на всички онези аспекти, които водят до положителна промяна на средата на функционирането на субектите на социалната и солидарна икономика.

Основните приоритети и цели в тази национална политика са:

- Приоритет 1: Повишаване осведомеността на заинтересованите страни относно правните, финансови, информационни и други аспекти, свързани с функционирането на социалната и солидарна икономика и социалното предприемачество.
 - Цел 1: Подобряване на видимостта на социалното предприемачество.
 - Цел 2: Създаване на партньорства и разпространение на добри практики в сферата на социалната и солидарна икономика.
- Приоритет 2: Създаване на подкрепящи структури за социалната и солидарна икономика и социалните предприятия.
 - Цел 1: Осигуряване на институционална подкрепа за социалната икономика.
 - Цел 2: Създаване на партньорства и разпространение на добри практики в сферата на социалната и солидарна икономика.
- Приоритет 3: Информационно осигуряване на социалната и солидарна икономика.
 - Цел 1: Поддържане на информационна среда за развитие на социална икономика.

⁶ Р Е Ш Е Н И Е № 364 от 5 юни 2020 година ЗА ИЗМЕНЕНИЕ НА РЕШЕНИЕ № 148 НА МИНИСТЕРСКИЯ СЪВЕТ ОТ 2020 Г. ЗА ПРИЕМАНЕ НА ПЛАН ЗА ДЕЙСТВИЕ ПО СОЦИАЛНА ИКОНОМИКА 2020 – 2021 Г.

- Цел 2: Създаване на партньорства и разпространение на добри практики в сферата на социалната и солидарна икономика.
- Приоритет 4: Създаване на благоприятни условия за образование, обучение и изследвания в подкрепа на социалната и солидарна икономика,
 - Цел 1: Разработване и прилагане на образователни и обучителни програми в областта на социалната и солидарна икономика.
 - Цел 2: Оценяване на икономическото и социалното въздействие на субектите на социалната и солидарна икономика върху заетостта, социалното включване и постигането на социална и териториална кохезия.
- Приоритет 5: Създаване на благоприятна среда, стимулираща развитието на социалната и солидарна икономика.
 - Цел 1: Оптимизиране на националната нормативна и стратегическа рамка за развитие на социалната и солидарна икономика.

Освен това Правителството прие План за действие за изпълнение на Националната концепция за социална икономика в периода 2020-2021 г. В документа са заложени дейности, които ще допринесат за развитието и утвърждаването на социалната икономика и социалното предприемачество в България.

Планът предвижда създаването на мрежа от ресурсни центрове/инкубатори на местно и регионално ниво за подкрепа на социалната и солидарна икономика, включително за предоставяне целенасочена институционална подкрепа чрез програми за начални и продължаващи обучения, бизнесинкубатори за социални предприятия, платформи за споделяне на опит и подкрепа за развитие на социални предприятия.

В Плана са включени и действия, които ще насочат вниманието на потребителите към продуктите на социалните предприятия на пазара. Предвидени са и мерки за създаване на благоприятни условия за образование, обучение и изследвания в подкрепа на социалната и солидарна икономика.

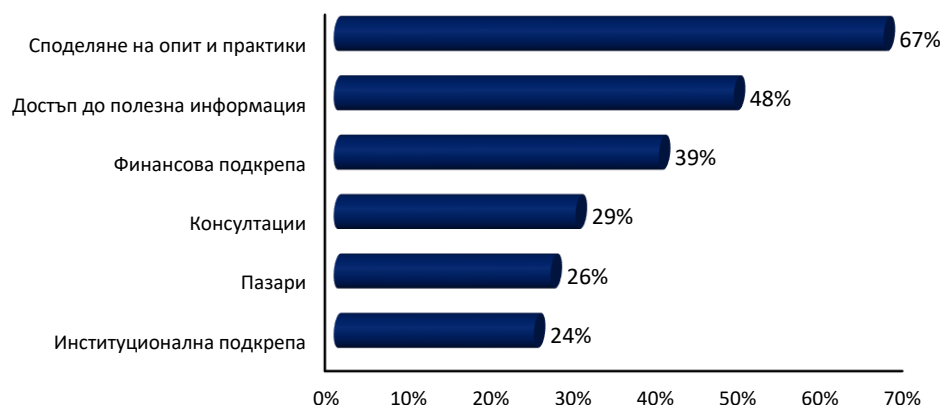
В приоритет 1, Цел 2 гласи: “Създаване на партньорства и разпространение на добри практики в сферата на социалната и солидарна икономика“. На този въпрос участниците във фокус групите отделят специално внимание, тъй като партньорският принцип е фундаментален за прилагане на социалната и солидарна икономика. Това

означава тясно сътрудничество между властите на национално, регионално и местно равнище и другите правителствени и неправителствени организации и институции по време на различните етапи на цикъла на внедряване на всяко едно социално предприятие. Стратегическите указания на ЕС признават важността на привличането на регионални и местни участници и социални партньори, по-специално в областите, в които по-голямата близост е от първостепенно значение, като например иновацията, почиваща върху знанието икономика и новите информационни и комуникационни технологии, заетостта, човешкия капитал, предприемачеството, подкрепата за социалните предприятия, както и достъпът до капиталово финансиране. Тук местните потребности се припокриват с европейските и националните политики, но на този етап все още функциониращите партньорства са епизодични, неустойчиви и несигурни. **Европейските и националните политики не са задействани в необходимата степен и резултатите не са постигнати, въпреки предоставеното голямо разнообразие от инструменти и стратегии. Местните власти са онова ключово звено, което може да обезпечи динамичното развитие на сектора на социалната икономика и да осигури адаптивността на социалните предприятия към външната среда основана на партньорството и подкрепата.** В допълнение към това те трябва да продължат да бъдат по-отзивчиви към социалните предизвикателства, заедно с нарастващите нужди на социално изключените групи. За целта тези нужди трябва да се проучват и познават, да се регистрират и следят представителите на тези групи, за да могат при развитие на социалната икономика и възникване на условия за трудова заетост, те да бъдат въввлечени и интегрирани в този процес.

В следващата диаграма може да се проследи какви могат да бъдат ползите за социалните предприятия от включването им в мрежи и други партньорства.

Според основната група анкетиращи, която е 67 на сто, това може да бъде споделянето на опит и практики; за 48% от респондентите е особено важен достъпът до полезна информация; за 39% финансовата подкрепа; за 29% консултациите, за 29% - пазарите и за 24% - институционалната подкрепа.

Какви ползи могат да получат социалните предприятия от включването си в мрежи или други партньорства?



Всички ползи от социалното предприемачество са оценени макар и с различна тежест, но от отговорите става ясно, че те са важни за успеха на всяко едно социално предприятие.

Така например съществуването на общинско социално предприятие, което е създадено през 2009 г. по проект не може да продължи да съществува без реалната подкрепа на община Димитровград. Неговият предмет на дейност е шивашко производство, ремонт на битова техника и рекламна дейност. Социалното предприятие обслужва основно нуждите на общината и на детските градини на територията, има добри и устойчиви приходи, но въпреки това се налага да се оказва и допълнителна финансова подкрепа от общински бюджет. В това предприятие са ангажирани 19 човека. През същия период е създадена по проект и обществена пералня, която се оказва икономически неефективна и поради тази причина е затворена през 2018 г. Освен прякото участие на местната власт в създаването на едно социално предприятие на територията на област Хасково са инициирани социални предприятия от фирми и една кооперация. Въпреки декларираните нагласи за предпочитаните от местните власти форми на подкрепа като партньорствата и индиректната подкрепа на този етап реални подкрепи на действащите социални предприятия от страна на местните власти не се оказват. Регистрирани са основно информационни проектни инициативи, които включват и социалните предприятия, но дори и те са епизодични и неустойчиви. Тази ситуация води до късане на връзката между местните власти и социалните предприятия и нарушаване устойчивостта на публично-частните партньорства, което е в противовес на националните стратегически документи.

Разбира се, че при всички случаи целите на социалното предприемачество следва да бъдат постигнати в рамките на тясно сътрудничество/партньорство между различните нива на управление, НПО и бизнеса. При възникнала необходимост и в съответствие с действащите на национално равнище правила и практики могат да се създадат партньорства между органите на местната власт и частните организации, които притежават надлежни правомощия и представляват гражданското общество или конкретни фирми, които имат капацитет и могат да станат партньори на местните и регионални власти. Партньорството трябва да се осъществява при пълното спазване на съответните институционални, правни и финансови правомощия на всяка категория партньори, както е регламентирано в законодателната уредба. Общините могат да включват, когато е целесъобразно, различни партньори в различни области и на различни етапи от реализацията на дадена политика, на даден проект, в определения срок и при ясно разписани правила и условия. Преди подписването на партньорския договор е важно да се проведат консултации с организациите, представляващи потенциалните икономически и социални партньори на местно равнище относно помощта, която може да оказва общината по линия на конкретно проектно финансиране или извън него на базата на одобрени материални подкрепи и/или осигурени преференции.

Партньорският принцип трябва да се прилага още при проектиране на предприемаческите идеи, като се привличат капацитетни партньори на местно равнище. Това изисква активно, широкообхватно, балансирано и прозрачно участие на съответните партньори в процеса на инициране, създаване и утвърждаване на всяко социално предприятие. Активността според участниците във фокус групите може да бъде двустранна, но представителите на местните власти предпочитат активността да се проявява основно от страна на фирмите или от страна на НПО. Това е начинът на самоорганизирането и самоподпомагането на местните групи и обединения в решаването на конкретни социални проблеми, които допълнително могат да се подкрепят и от страна на местната власт. Интересуващите се от социалното предприемачество трябва да се промоцират и да покажат капацитет. Търсещите, знаещите и можещите по-лесно могат да се идентифицират и да получат публична подкрепа. Стартирането на стопанска дейност в името на постигането на определена

социална цел, което стои в основата на социалното предприятие ще активизира местните заинтересовани страни и ще помогне да се реализира местната политика за заетост и социално включване. По този начин частните структури ще успеят да мобилизират собствените си ресурси и освен това да използват допълнителните проектни и местни възможности за развитие на социалното предприятие. Така ефективно ще се задоволят възникналите потребности на местно равнище и ще се допринесе за постигането на общото благо на регионално и национално равнище.

Регистрирането на заинтересоваността към социалното предприемачество е важно условие за подобряване на средата на местно ниво, защото то идентифицира заинтересованите страни, които задължително трябва да се включат в социалната икономика и в партньорските споразумения.

Най-заинтересовани от социалното предприемачество са хората с увреждания, така смятат цели 70% от анкетиранияте, следвани от по-широката група на уязвимите социални групи с 50%, като са изредени и други уязвими групи като: безработните, пенсионерите, ромите и младите хора.

Общините и НПО са също част от заинтересованите страни. Как точно са ситуирани заинтересованите уязвими групи, може да се види от следващата диаграма.



Участниците във фокус групите споделят, че да дадеш шанс за достоен живот на човек, който при други обстоятелства не би си намерил работа, е най-голямото удовлетворение от социалното предприемачество, затова хората с увреждания

са тези, които се възползват в най-голяма степен. Такива хора при благоприятни условия могат да демонстрират изумителна самодисциплина, мотивация и старание. Понякога физическите или интелектуални дефицити се компенсират от развитието на друг тип умения, вследствие на компенсаторни механизми в организма.

След обявяването на пандемията от COVID-19 всички социални предприятия бяха засегнати в значителна степен, тъй като работят на границата между бизнеса и социалната сфера. Те бяха принудени да адаптират бизнес моделите си - да направят необходимите промени в услугите и начина на предлаганите от тях продукти, като във фокусът им останаха нарасналите социални нужди на групите, с които работят. Търсенето на алтернативни потоци на финансиране, като организиране на дарителски кампании, насочени към корпоративни и частни дарители, или сътрудничество с нови организации и лица не се реализираха на практика, тъй като се късаше нишката на партньорство с местните и регионалните власти. На европейско ниво именно подкрепата от компаниите в частния сектор е един от задължителните елементи за успешното развитие на социалните предприятия – заради експертното знание и достъпа до пазара на продуктите и услугите на социалните предприятия, които могат да бъдат осигурени.

Поради трудната икономическа и здравна среда се регистрират и много допълнителни проблеми, които стоят пред социалните предприятия. Перспективата пред тях е противоречива според очерталите се мнения на анкетираниите и участниците във фокус групите. 33% от анкетираниите смятат, че тя ще се развива в положителна посока. Въпреки оптимизма на една трета от анкетираниите преобладават мненията, че бъдещето им не е съвсем ясно, ако липсва подкрепяща европейска, национална и местна политика, която да създава и насърчава социалната икономика на местно ниво. Само 16% смятат, че ще се подобряват предлаганите услуги и средата за развитие на социалното предприемачество ще става по-подкрепяща, други 16% от анкетираниите смятат, че НПО на територията на тяхната община ще постигнат успехи при създаването на нови социални предприятия с активната подкрепа от страна на лицата от рисковите групи, други 7% разчитат на местните политики и на възможността за създаване на местна структура, която реално да стимулира и да подкрепя социалното

предприемачество. Мненията на респондентите са разнопосочни и бъдещето е неясно. Ясно е само, че е важно създаването на подкрепяща среда на местно ниво, за да се развият повече социални услуги. Само така ще се реализират по-голям брой социални проекти и ще се насърчава развитието на СП като цяло. Макар и разнопосочно, мнението на представителите на местните власти регистрира очакване за реална промяна на средата и на местните политики.



Голямо значение за развитие на социалното предприемачество се отделя и при тези отговори на подобрения достъп до финансови ресурси. Тази предпоставка участниците във фокус групите поставят на водещо място в сравнение с анкетираните.

Пред развитието на социалните предприятия и готовността на местните власти за реализацията на предприемачески идеи стоят на този етап доста бариери. Основната бариера се отнася до липсата на осведоменост и разбиране на понятието за социалната икономика, социалните предприятия и други свързани понятия в местната общност. Това е много значима бариера за местните власти, които признават, че основната подкрепа за социалната икономика (както финансова, така и за повишаване на осведомеността) идва от програмите и инициативите финансирани от европейските структурни фондове. С тази липса на осведоменост и разбиране е свързана и ниската популярност на социалната икономика, както сред местните власти, така и сред

останалите заинтересовани страни. Във всички общини на територията на Област Хасково се установява липса на реален интерес към социалната икономика, липса на бази данни, официална статистика и надеждни данни за социалните предприятия и тяхното развитие. Освен това има нужда от образователни и обучителни програми в областта на социалната икономика на всички равнища на образование. Втората група бариери се отнася до лидерството и местната администрация. По думите на много респонденти не се усеща водещата роля на общината, липсват и водещи публични институции с отговорност към социалната икономика, социалните предприятия, доброволците и гражданското общество, които да са способни да разработват политики и да насърчават социалната икономика. Макар да има разработена някаква национална стратегия за социалната икономика тази област не се счита за приоритетна част от дългосрочните политики. Една група респонденти смята, че повечето медии и публични власти „виждат необходимостта“ от социална икономика, но не я смятат за свой пряк ангажимент. Донякъде в резултат на съображенията, разгледани по-горе, местните власти не се смятат за подходящи да отговорят на потребностите и усилията на социалната икономика, чрез организирането на реално предприемачество в социалната сфера. Те по-скоро виждат своята роля в създаването на политика и известна подкрепа на социалните предприятия, която не е много ангажираща. От друга страна в някои случаи многостепенните системи на управление и различните министерства не са координирани по въпросите на социалната икономика, което допълнително затруднява областите и общините. В други случаи държавните и местните органи са силно зависими от политическите смени и от разликите в разбиранията за социалната икономика, от конкретните екипи и лицата, формиращи главните управленски структури. Не на последно място може да се постави и инерцията в управлението, бюрокрацията и политиките на икономии от качествен порядък. Това са само част от реалните препятствия, които пречат на организациите от социалната икономика да работят съвместно с местните и държавни органи и организации.

Друга група препятствия са институционалните бариери. Ще разглеждаме посочените от респондентите два вида. Първият вид са промените в разпоредбите на секторното законодателство, които представляват пречки за дейността на организациите от

социалната икономика. Така например при големите договори за обществени поръчки предприятията от социалната икономика биват изтласквани като подизпълнители в полза на големите предприятия от частния сектор; също така е налице тенденция поръчките да се възлагат въз основа на цената, а не на добавената обществена стойност. Вторият вид институционални бариери се отнасят до приемането на нови закони и статuti за социалните предприятия, при които законът за социалното предприемачество изключва различни организации, които вече са осъществявали дейност като социални предприятия.

В Управленската програма на българското правителство (2017-2021 г.) и в Стратегическия план на МТСП до 2021 г. са посочени приоритетни мерки, чрез които социалната и солидарна икономика в България ще се развива по посока на по-добра среда и възможности за социалните предприятия и другите субекти на социалната и солидарна икономика. Мерките са конкретизирани чрез действия и отговорни институции за тяхното изпълнение, предвиден е и финансов ресурс в рамките на средствата по политиката в областта на жизненото равнище, демографското развитие и социалните инвестиции, бюджетна програма „Насърчаване, развитие и мониторинг на социалната икономика и корпоративната социална отговорност“ (Решение № 520 от 29 август 2019 г. на МС).

Въпреки тези политики и въпреки, че в България правителството редовно приема План за действие за изпълнение на Националната концепция за социална икономика, няма настъпила сериозна промяна в социалната икономика, въпреки че в документа са заложили дейности, които трябва да допринасят за развитието и утвърждаването на социалната икономика и социалното предприемачество в България.

Социалната и солидарна икономика е възможност за постигане на интелигентен, устойчив и приобщаващ растеж и е основен партньор и заинтересована страна по приложението на Европейския стълб за социални права. Основната цел на предвидените в плана мерки е подпомагане утвърждаването на сектора на социалната и солидарна икономика в страната и приоритетно развитие на всички онези аспекти, които водят до положителна промяна на средата на функциониране на субектите на социалната и солидарна икономика. Посочените приоритети, цели и мерки са формулирани в резултат на анализирани силни и слаби страни на сектора, на

възможностите и заплахите пред неговото утвърждаване и проявление. Те отразяват необходимостта от повишаване заинтересоваността на обществото към социалната добавена стойност като резултат от дейността на социалните предприятия, от промяна на нагласите и културата на потребление на продуктите и услугите, произвеждани и предлагани от социалните предприятия. Очакванията са тяхното изпълнение да допринесе за обособяването на сектора и превръщането му в по-конкурентоспособен и ефективен⁷.

Планът предвижда създаването на мрежа от ресурсни центрове/инкубатори на местно и регионално ниво за подкрепа на социалната и солидарна икономика, включително за предоставяне целенасочена институционална подкрепа чрез програми за начални и продължаващи обучения, бизнесинкубатори за социални предприятия, платформи за споделяне на опит и подкрепа за развитие на социални предприятия. Предвидени са и мерки за създаване на благоприятни условия за образование, обучение и изследвания в подкрепа на социалната и солидарна икономика. Планът включва и проучвания за състоянието на сектора на социалната икономика и влиянието му върху заетостта на лицата от уязвимите групи, съобразно Закона за предприятията на социалната и солидарна икономика. Проучванията ще обхванат потреблението и инвестициите в социалното предприемачество, както и обема на социалните инвестиции в национален мащаб⁸. На този етап обаче подкрепящи структури няма създадени, няма инициирани и подобни дейности, не се развива като цяло социалното предприемачество или възникват само единични случаи, които не могат да променят кардинално социално-икономическата среда и не подкрепят в достатъчна степен социалното предприемачество.

Европейска политика в областта на социалното предприемачество

За цялостното бъдещо развитие на социалната икономика разбира се основна роля играе европейската политика и нейните стратегически и планови документи. Въпреки проблемите трябва да се отчете, че през последните години на европейско ниво твърдо се наложи понятието „икономиката на сътрудничеството“, което се отнася до

⁷ План за действие на социалната икономика 2020-2021 г.

⁸ <https://seconomy.mlsp.government.bg/page.php?c=38&d=159>

много широк спектър от дейности, свързани с областите потребление, производство, финанси, образование и дори управление. В своето съобщение, озаглавено „Европейска програма за икономиката на сътрудничеството“ (COM/2016/0356 final – 2 юни 2016 г.), Европейската комисия определя икономиката на сътрудничеството като „бизнес модели, при които за улеснение на дейностите се използват платформи за сътрудничество, с които се създава открит пазар за временното използване на стоки или услуги, които често се предоставят от частни лица“. В съобщението са определени три категории участници в икономиката на сътрудничеството: а) доставчиците на услуги – частни лица или професионалисти; б) ползвателите на тези услуги; в) посредниците – посредством онлайн платформа – които свързват доставчиците с ползвателите и които улесняват трансакциите помежду им („платформи за сътрудничество“). Накрая в съобщението се отбелязва, че при трансакциите в икономиката на сътрудничеството не се извършва смяна на собствеността и те може да се осъществяват със или без стопанска цел⁹.

Макар че те не са от решаващо значение за настоящото бурно развитие на икономиката на сътрудничеството, платформите за сътрудничество играят много важна роля и затова те трябва да се познават и използват ефективно от всички европейски страни и от местните власти. Техните основни функции са: а) създаването на платформата, свързваща предлагането с търсенето на стоки; б) създаването на механизмите, които позволяват осъществяването на икономическите трансакции по електронен път, и в) създаването на механизми за удостоверяване, които свеждат до минимум рисковете и разходите при трансакциите, свързани с взаимодействието с непознати лица. Накратко казано, при икономиката на сътрудничеството се използват информационните технологии, за да се намалят информационните асиметрии и разходите по трансакциите за обменяните или споделяните стоки и услуги, както и за да се разширят и задълбочат пазарите на сътрудничеството¹⁰.

Тези изисквания налагат създаването на подкрепящи публични структури, които да се заемат с изпълнението на подобни дейности. Макар и планирани, забавянето на

⁹ <https://www.eesc.europa.eu/sites/default/files/files/qe-04-17-876-bg-n.pdf>

¹⁰ <https://www.eesc.europa.eu/sites/default/files/files/qe-04-17-876-bg-n.pdf>

подобни структури ще затрудни силно развитието на социалната икономика на местно и регионално равнище.

Развитието на социалната икономика в Европейския съюз през последните години премина през различни периоди, но то като цяло определя тенденциите и бъдещите насоки на социалната икономика в различните страни. Европейските програми, основани на ЕСФ, имат широкообхватен структуриращ ефект както на национално, така и на международно равнище, като обединяват и засилват европейската социална икономика чрез федерации, мрежи, научни изследвания, култура и политики. От друга страна, съществуват значителни затруднения, които възпрепятстват средствата и програмите на ЕС да станат достъпни за местните мрежи.

Освен това Европейският парламент пое законодателната инициатива да работи по Устав на социалните и солидарните предприятия. Що се отнася до регулаторните рамки и правните бариери пред развитието на организациите от социалната икономика, доскоро в одобрените директиви не беше обърнато достатъчно внимание на специфичните особености на организациите от социалната икономика. Приоритет беше прилагането на политиката на конкуренция. Още по-наскоро, за да се облекчи тази регулаторна рамка, през 2012 г. Комисията прие регламент *de minimis* в областта на услугите от общ икономически интерес (УОИИ), а през 2014 г. беше одобрен пакетът за реформа в областта на обществените поръчки. Той дава възможност на публичните органи да добавят определени социални клаузи в процедурите и критериите за възлагане на обществени поръчки. Въпреки това той оказва ограничено въздействие. В контекста на регулаторната рамка се налага една нова бариера – политиката на строги икономии от качествен порядък. Тя се отнася до начина, по който са свързани помежду си публичният сектор и организациите от социалната икономика, не само предвид проблема с повишената бюрокрация, но и поради закъсненията, процедурите за кандидатстване и изпълнение и други изисквания, които усложняват или дори изключват сътрудничеството между третия сектор и общественния сектор. Бяха положени усилия както на европейско, така и на национално правителствено равнище за подобряване на познавателното измерение и участието на гражданското общество, например чрез европейските конференции, организирани от председателствата на Съвета на Европейския съюз или в рамките на едно председателство,

последователните становища на ЕИСК, инициативите и становищата на интергрупата на Европейския парламент по въпросите на социалната икономика, а в някои случаи и на Комитета на регионите или дори на самата Комисия. Една от важните инициативи е предприета в Мадрид (23 май 2017 г.), това е „Декларацията от Мадрид“, която беше широко отразена в медиите и социалните мрежи. Въпреки това, за да се увеличат обществената популярност и възприемането сред обществото, трябва да се премине от „макро“ на „микро“ равнище. Освен това по този начин социалната структура на обществата, техният социален капитал от мрежи, се превръща в ключов фактор.

Публичните средства, насочени към социалната икономика, са първият финансов стълб. ЕС (например структурните фондове) и националните и регионалните правителства специално отпускат средства за насърчаване и развитие на социалната икономика. Това са традиционните програми за субсидии за насърчаване на кооперациите и на заетостта в кооперации в Германия, Италия и Испания. В България те са все още пренебрежимо недостатъчни.

Социалната политика в България

На национално равнище и като цяло през последните години в сътрудничество с европейските структурни фондове бяха създадени няколко национални планове за действие. Става дума за случаи, в които оперативните програми на европейските фондове са насочени към социалната икономика и социалното приобщаване. От значение са три ключови фактора за успех: първо, наличието на многогодишна и цялостна рамка, второ, концепцията за партньорство между правителството, социалната икономика и другите заинтересовани страни, като се гарантира, че се посрещат реалните нужди и приоритети, и трето, структуриращият и приобщаващ ефект от европейските структурни фондове в Европа – важна поука за политиците на ЕС.

Особено в периода между 2009 г. и 2018 г. европейските институции осъществиха поредица от инициативи във връзка със социалната икономика или по-точно за развитието на социалните предприятия, които са част от социалната икономика, като поставиха началото на нов период на европейските обществени политики. Що се отнася до правните форми, постигнат е малък напредък. Бяха обсъдени и приети

проектите за Европейски статут за взаимопомогателни дружества и Устав на европейската фондация (ЕФ).¹¹ На тази база бе приет и Закон за предприятията на социалната и солидарна икономика (ЗПССИ), който беше публикуван в брой 91 на ДВ, от 02.11.2018 г., изм. ДВ. бр.17 от 26 февруари 2019 г., в сила от 02.05.2019 г. До приемането на Закона за предприятията на социалната и солидарна икономика в Република България нямаше единна цялостна нормативно или по друг начин устроена система от правила, свързана и съобразена със социалната и солидарна икономика, както и с условията, организацията и реда, при които социалните предприятия функционират и си взаимодействат с държавата и с общините. Законодателството не съдържа изрична регламентация и на социалното предприемачество. Въпреки това в практиката съществуваха редица предприятия, които можеха да бъдат определени или се самоопределяха като „социални“. Те бяха създадени и развиваха дейността си в рамките на допустимото от действащото право, макар и да не са специално разпознати от него като специална категория „социални предприятия“. ЗПССИ има за стратегическа цел обособяването, развитието и насърчаването на стопанския отрасъл, който се характеризира преимуществено със социална насоченост и чиято основна цел е генериране на положителна социална добавена стойност по посока заетост, жизнен стандарт и социално включване на уязвими групи от населението. Законът урежда нови обществени отношения, свързани със социалната и солидарна икономика, видовете субекти и мерките за тяхното насърчаване, както и условията и реда за дейността на социалните предприятия – от чл. 1 от ЗПССИ се вижда, че с него не се осигурява нужната нормативна подкрепяща среда. Целта на ЗПССИ е да насърчи развитието на социалната и солидарна икономика като стопански отрасъл със специални правила с оглед на подобряване на достъпа до заетост и обучения за придобиване или усъвършенстване на професионалната квалификация с цел повишаване на жизнения стандарт на хора от уязвимите групи, създаване на условия за оказване на подкрепа на лицата от уязвимите групи за социално включване и самостоятелен начин на живот, намаляване на социалното неравенство и устойчиво териториално развитие - чл.2 от ЗПССИ.

¹¹ Резолюция на Европейския парламент от 5 юли 2018 г. с препоръки към Комисията относно устава за социалните и основаните на солидарност предприятия

Заклучение

Социалното предприемачество е част от акцентите в Плана за Справедлива България, което говори за някаква готовност и наличен ресурс за тях от страна на финансиращите институции и отговорните за политиките институции на национално равнище. Това на този етап е недостатъчно, необходимо е да се работи още доста активно в тази посока.

За да се подобрят финансовите условия в социалните предприятия е необходимо да се постигнат адекватни финансови инструменти и политики на различните управленски нива за развитието на сектора чрез:

- Въвеждане на **специален** подход при планирането на инструменти за подкрепа на социалните предприятия. Търсеният социален ефект поставя социалните предприятия в по-особено положение на пазара на кредитен ресурс в сравнение с традиционните микро и малки бизнеси. Механизмите за измерването на социалния ефект следва да се комбинират с измерването на финансовата възвращаемост.
- Необходимо е да има **палитра от финансови инструменти**. Социалните предприятия преминават през различни стадии на развитие и съответно на всеки един от тях те трябва да имат достъп до адекватни инструменти за финансиране, които са съобразени както с техните нужди, така и с техните възможности.
- Необходимо е да се **повишат информираността, знанията и уменията** на социалните предприятия за **използването на инструменти, различни от грантовете**.
- Трябва да се планират гъвкави инструменти, които да **комбинират безвъзмездно с възмездно финансиране** за всяко конкретно социално предприятие и по този начин в съчетание да се инвестира в неговото развитие. Това би осигурило необходимата устойчивост и конкурентоспособност.
- Необходимо е да се провеждат повече **семинари и обучения относно изискванията на Закона за предприятията на социалната и солидарна икономика** и възможностите, които дават вписването на социалните предприятия в Регистъра към Министерство на труда и социалната политика.

- Има нужда от допълнителни мерки за развитието на *финансовото управление и маркетинга на социалните предприятия*.
- Социалната политика следва винаги да се прави *в партньорство и широко включване на заинтересованите страни* и участие на всеки етап от процеса на вземане на решение.

Сред представители на общинските администрации все още са факт задръжките по отношение на частните доставчици на социални услуги. Местните власти все още се усещат основно отговорни за организирането и финансирането на услугите, като продължават да се придържат към директната доставка, вместо да делегират тези дейности на НПО или на частните фирми и по този начин да освободят човешки ресурс и административен капацитет за друг тип услуги.

Голяма част от общините не реализират проекти, свързани със социалното предприемачество, поради бюрократични трудности и опасения за устойчивост на предприетите инициативи.

Друг съществен проблем в българската практика на социално предприемачество представлява недостигът на високо квалифицирани предприемачи, които са склонни да развиват подобни инициативи.

Първоначалната оценка на сектора и проучването на съществуващите практики показват, че социалните предприятия се нуждаят от допълнителен капацитет, както в разработването на проекти, които да донесат допълнително финансиране, така и за развитие на организационния капацитет, стратегическо и бизнес планиране. Необходимо е допълнително обучение в сферата на бизнес планиране, счетоводство, финансов мениджмънт, маркетинг, изграждане на партньорства и коалиции, фондонабиране и т. н.

Източници и литература:

1. Закон за предприятията на социалната и солидарна икономика, обн. ДВ. бр.91 от 2 ноември 2018г., изм. ДВ. бр.17 от 26 февруари 2019г., изм. и доп. ДВ. бр.24 от 22 март 2019г., в сила от 02.05.2019 г.
2. Правилник за прилагане на закона за предприятията на социалната и солидарна икономика, приет с ПМС № 115 от 13.05.2019 г., обн. ДВ. бр.40 от 17 май 2019г., в сила от 17.05.2019 г.
3. Мотиви към проекта на закон на Закон за предприятията на социалната и солидарна икономика, одобрен с решение № 559 на Министерския съвет от 06.08.2018 г.
4. Георги Стефанов, „Търговско право- обща част“, изд. “Абагар“, гр. Велико Търново, 2011 г.
5. Резолюция на Европейския парламент от 5 юли 2018 г. с препоръки към Комисията относно устава за социалните и основаните на солидарност предприятия
6. План за действие на социалната икономика 2020-2021 г.
7. Р Е Ш Е Н И Е № 364 от 5 юни 2020 година ЗА ИЗМЕНЕНИЕ НА РЕШЕНИЕ № 148 НА МИНИСТЕРСКИЯ СЪВЕТ ОТ 2020 Г. ЗА ПРИЕМАНЕ НА ПЛАН ЗА ДЕЙСТВИЕ ПО СОЦИАЛНА ИКОНОМИКА 2020 – 2021 Г.
8. Интернет източници:
 - <http://bcnl.org/news/vazmozni-li-sa-novi-horizonti-za-sotsialnite-predpriyatiya-v-balgariya-ili-kak-darzhavata-sche-otgovori-na-tozi-vapros.html>
 - <https://www.eesc.europa.eu/sites/default/files/files/qe-04-17-876-bg-n.pdf>
 - <https://seconomy.mlsp.government.bg/page.php?c=38&d=159>
 - <https://www.eesc.europa.eu/sites/default/files/files/qe-04-17-876-bg-n.pdf>
 - <http://bcnl.org/news/perspektivite-za-finansovi-instrumenti-za-sotsialnite-predpriyatiya-v-balgariya-idei-i-predlozheniya-za-deystvie.html>

- <https://agromassidayu.com/socialnoe-predprinimatelstvo-eto-cto-takoe-primeri-view-684554>
- https://www.ngobg.info/bg/documents/49/1246analiz_inovacii.pdf

Част 3.

Предприемаческата готовност за създаване на социални предприятия от страна на бизнеса в региона на Хасково (Анализ)



ПРОДУКТ НА
СОЦИАЛНО
ПРЕДПРИЯТИЕ

Проучването на предприемаческата готовност за създаване на социални предприятия в област Хасково се провежда в рамките на проект SOCIAL FORCES.

Проектът е съфинансиран от Европейския фонд за регионално развитие и от националните фондове на страните, участващи в програмата Interreg V-A „Гърция-България 2014-2020“.

Съдържанието на това проучване е отговорност единствено на „СВР“ – Хасково и по никакъв начин не може да се счита, че отразява възгледите на Европейския съюз, участващите страни, Управляващия орган и Съвместния секретариат.

Съдържание

Въведение	3
Анализ на резултатите от изследването за готовността на бизнеса за развитие на социална икономика на територията на област Хасково	8
Изводи и препоръки.....	41
Заключение	46
Източници и литература:	48

Въведение

Социалните предприятия представляват уникална по рода си форма на социално предприемачество, позволяваща едновременното съчетаване на икономически и социални цели в едно, което се явява предпоставка за провеждане на ефективна социална политика и осигурява подкрепа за уязвимите групи в българското общество.¹

Последната световна социално-икономическа криза демонстрира невъзможността на пазарната икономика да се справи с редица обществени проблеми, което провокира създаването и развитието на принципно нова концепция – колаборация между бизнеса и държавата, позната като социална икономика, която на практика е правене на бизнес със социални цели. Ползите от развиването на подобна хибридна форма биха могли да се търсят в две посоки – социална (разглеждана като потенциал за интеграцията на индивидите, повишаване на заетостта на лицата в неравностойно положение, подобряване на процесите по социално включване и не на последно място по формиране на социален капитал) и икономическа (свързана с реализиране на икономии от публични средства за социални помощи и извършването на допълнителни разходи за противодействие на дългосрочната безработица). За развитието на икономическата част особено значение има ролята на предприемача и затова неговите качества и квалификация са особено важни за съществуването на всяко едно социално предприятие. Умението да се изпълняват и двете функции е не само изискващо, задължаващо, но и социално отговорно. Ето защо проучване мнението на представителите на бизнеса е толкова важно за качествения анализ на социалната икономика и за нейното развитие.

По думите на включените в изследването респонденти се усеща водещата роля на общината или наличието на водещи публични институции с отговорност към социалната икономика, социалните предприятия, доброволците и гражданското общество, които да са способни да разработват политики и да насърчават социалната икономика. Липсата на национална стратегия за социалната икономика и ясното изясняване ролята на общините в нея затруднява това развитие, защото не се счита за приоритет на публичните политики.

¹ <https://core.ac.uk/download/pdf/226113027.pdf>

Част от респондентите смятат, че повечето публични структури и дори медиите „не виждат необходимостта“ от социална икономика. В някои случаи те установяват липса на доверие и отхвърляне на икономическите дейности, осъществявани от организации с нестопанска цел. Донякъде в резултат на съображенията, разгледани по-горе, държавните органи не са подходящи да отговорят на потребностите и усилията на социалната икономика. В някои случаи многостепенните системи на управление и различните министерства не са координирани по въпросите на социалната икономика. Освен това в стратегическите и плановите документи също липсва подобна координация. В други случаи държавните органи са силно зависими от политическите промени, например през 2015 г. датското държавно бюро за предприятията от социална икономика беше закрито, когато правителството се смени. Не на последно място е бюрокрацията и политиките на строги икономии от качествен порядък, които пречат на реалната подкрепа на социалната икономика.

Предоставянето на социални услуги към уязвимите групи, които имат нужда от подкрепа за водене на самостоятелен живот, е особено важна възможност, тъй като социалните услуги играят ключова роля за осигуряване на ефективна и ефикасна социална защита на уязвимите членове на обществото.

Социалните предприятия са различни и е особено важно в проучването да се опише макар и кратко какво е социалното предприятие, какъв е предметът на неговата дейност и с какво точно се отличава от традиционните предприятия. По този начин ще може да се направи необходимата оценка на неговия потенциал, ресурси и реални възможности.

Социалните предприятия могат да се разделят условно на три вида:

- а) Предоставяне на социални услуги;
- б) Предоставяне на друг вид услуги;
- в) Осъществяване на производствена дейност.

Тези различни видове социални предприятия изискват различни условия, различен капацитет и различен мениджмънт.

Социалните услуги са в основата на подхода на социални инвестиции и на системите за социална защита, тъй като те, заедно със социалните помощи, покриват различни

видове рискове, с които едно лице може да се сблъска в рамките на своя живот. Ето защо допълняемостта и релацията между помощите и социалните услуги следва да бъде засилена, за да се осигури адекватна намеса, със специален акцент върху услуги за активиране, за да се даде възможност на хората да се включат активно в пазара на труда и в обществения живот.

Същевременно, в областта на „производството“ на социални услуги могат да бъдат идентифицирани редица предизвикателства, измежду които: необходимост да се подобри качеството на предоставянето, достъпността и покритието. Освен това, търсенето на социални услуги в последните години неимоверно се повишава в резултат на появата на принципно нови, разнородни и по-сложни нужди, задвижвани от демографските промени, икономическите и социалните последици от кризата, нарастващото неравенство, технологичните промени, както и от реформиращите се национални социални системи.

Организирането на производствената дейност изисква добър мениджмънт и ефективно пазарно поведение, за да се осигурят едни нормални доходи и печалби за социалното предприятие.

Социалните предприятия работят предимно в следните области:

1. Производство и търговия – Голяма част от социалните предприятия развиват производствена и търговска дейност, най-често в областта на леката промишленост – производство на козметични продукти, сувенири, стоки за бита, дрехи, храни и други, а в някои случаи и на дребна битова техника, като след това реализират своята продукция на пазара. Генерираната печалба се реинвестира в икономическата им дейност.

2. Социални услуги – Според Закона за социалното подпомагане, „социални услуги“ са дейности, които подпомагат и разширяват възможностите на лицата да водят самостоятелен начин на живот. Те се извършват в специализирани институции или в общността. Социалните услуги се основават на целенасочена социална работа в подкрепа на лицата, с цел осъществяване на ежедневни дейности, както и за тяхното социално включване и гарантиране на независим живот. Доставчици на социални услуги могат да бъдат държавата; общините; български физически лица, регистрирани по Търговския закон; юридически лица, включително организации с нестопанска цел;

физически лица, извършващи търговска дейност; както и юридически лица, възникнали съгласно законодателството на друга държава членка на Европейския съюз, или на друга държава от Европейското икономическо пространство.

3. Образователни услуги – Провеждането на обучения е друга област, в която социалните предприятия могат да работят. Законодателството в България не налага специални правила за образователни услуги, извършвани от социални предприятия, но дава право на нестопанските организации и на търговските дружества или кооперации да се регистрират като училища и центрове за професионално обучение и да издават валидни спрямо законодателството в България дипломи за образование или придобита професионална квалификация. Социалните предприятия, извършващи образователни услуги, могат да наемат като обучители лица от социално уязвими групи или да организират обучения за подобни лица. Таксите за тези обучения представляват печалбата от тази дейност.

4. Здравни услуги – В предоставянето на здравни услуги и консултации са ангажирани предимно нестопански организации. Най-често тези услуги включват измерване на кръвно налягане или кръвна захар, оказване на помощ от медицински персонал, услуги от рехабилитатори, профилактични прегледи, психиатрични и сексологични консултации, безплатно тестване за СПИН и други. Обикновено те се предоставят едновременно със социалните услуги.

5. Земеделие, еко- и селски туризъм – Една от перспективните области, в които могат да се развият социалните предприятия, е земеделието и селския туризъм. Подобни предприятия съществуват в доста държави в ЕС – например в Гърция, Испания, Италия и Германия. Предвид природните и културни дадености на България, тук също може да се насърчи развиването на подобна дейност. Освен производство и продажба на екологично чиста селскостопанска продукция, социалните предприятия могат да работят още и в сферата на селския туризъм, изработването и търговията с традиционни предмети и други.

Една от областите, в които традиционно социалните предприятия извършват дейност, както вече бе акцентирано, е именно социалната сфера. В тази връзка се очертават три модела на социално предприятие, а именно:

- модел за създаване на трудова заетост и за развитие на работната сила, при който социално-икономическата логика на бизнес начинанието може се корени в идеята да се създадат нови работни места за хора в неравностойно положение;
- предприемачески модел, при който социалното предприятие опосредства участието на лицата с увреждания на пазара на труда, включвайки същите в процеса на производството на стоки под формата на трудова терапия;
- модел на предоставяне на пряка услуга, при който социалното предприятие предоставя социални услуги срещу заплащане на външни клиенти, като едновременно с това се явява доставчик и на социални услуги за своите членове. Предоставянето на платени социални услуги (третият модел), има за резултат акумулиране на приходи от стопанска дейност и в този смисъл представлява вид социално предприятие, включително в рамките на юридически лица с нестопанска цел, в качеството им на доставчици на подобен род услуги.

Социалните предприятия носят различни икономически ползи:

- Първата и най-голямата икономическа полза на социалното предприемачество е и най-очевидната, а именно **създаване на работа и работни места за хората в риск**.
- **Иновации** – Социалните предприятия разработват и прилагат иновации, които са важни за социалното и икономическо развитие и същевременно те водят до предлагането на нови стоки и услуги.
- След икономическия капитал едно от най-важните блага, създавани от социалните предприятия, е **социалният капитал**. Този термин се отнася за институциите, взаимоотношенията и правилата, които определят количеството и качеството на социалните връзки в едно общество.
- **Насърчаване на равенството** – Социалното предприемачество благоприятства за развитието на по-равнопоставено общество като обръща внимание на социалните проблеми и се опитва да постигне постоянен устойчив ефект чрез своята социална мисия, вместо да се стреми единствено към максимална печалба.

Отчитайки всички тези ползи за обществото, ЕСФ активно подкрепя създаването на социални предприятия като източник на работни места, особено за групи от хора, които изпитват затруднения с намирането на работа по редица причини. Те включват:

- млади дългосрочно безработни лица;
- хора с увреждания;
- хора с проблеми, свързани с психичното здраве;
- бивши затворници и много други.

Тази подкрепа приема разнообразни форми. Тя може да включва обучение в управленски умения за онези, които ще ръководят предприятията, предлагащо умения в областта на човешките ресурси, трудовото законодателство, здравето и безопасността и т.н. Може да включва специфичните технически умения, от които дадено предприятие се нуждае: познания за туристическия бизнес, умения за продажби и маркетинг или умения и знания за консултиране на новосъздадени фирми. Освен това ЕСФ подкрепя социалните предприятия при намирането на финансова подкрепа за дейностите им и за гарантиране на дългосрочната им устойчивост.

Разглеждайки по този начин социалното предприятие, чрез направеното проучване се търсеха изискванията към водещата роля на предприемача, проучиха се неговите разбирания и нагласи за социалната икономика, за да може на тази база да се разбере доколко представителите на бизнеса са готови да отговорят на новите изисквания на социалната икономика и да оползотворят съществуващите възможности в България.

Анализ на резултатите от изследването за готовността на бизнеса за развитие на социална икономика на територията на област Хасково

Проучването бе проведено на терен в периода от 15.03.2021 г. до 26.04.2021 г., като интервютата бяха направени от 15 до 30 март 2021 г., а фокус групите се проведоха през месец април. Предвид пандемичната обстановка една от публичните дискусии бе проведена онлайн, а другата на живо, като в едната се включиха представители на бизнеса от община Димитровград, а във втората представители от община Хасково. Срещнаха се доста трудности с организацията предвид пандемичната обстановка.

Изследвани чрез интервюта бяха 31 респондента, които се разпределят по демографски характеристики както следва:

Демографски характеристики			
		Брой	Отн. дял %
Вие сте	Предприемач	31	100%
	Общо:	31	100%
Вашият пол е:	Мъж	17	57%
	Жена	13	43%
	Общо:	30	100%
Вашата възраст е:	от 30 до 50 г.	17	55%
	от 51 до 60 г.	11	35%
	над 60 г.	3	10%
	Общо:	31	100%
С какво образование сте?	средно	11	35%
	висше	20	65%
	Общо:	31	100%
В коя община работите?	Хасково	9	29%
	Димитровград	11	35%
	Харманли	8	26%
	Друга	3	10%
	Общо:	31	100%

Мъжете предприемачи са 57%, а жените 43%. От интервюираните 90% са до 60 години, а 10% са над 60 години. Има представители на общините: Димитровград, Хасково, Харманли и Стамболово. Най-много са представителите на бизнеса в Димитровград – 11 на брой, а най-малко в Стамболово - трима човека.

Събраната информация не е представителна, но дава представа за информираността, за общите проблеми, за насоките и за предложенията за промяна на средата. Добавените резултати от проведените две фокус групи в Хасково и в Димитровград подобряват качеството на събраната информация.

Във фокус групите се включиха общо 20 човека, като от Димитровград те бяха 8, а от Хасково 12 човека.

Прави впечатление, че запознатостта на представителите на бизнеса със социалната икономика е сравнително добра, много добре са запознати 10%, докато при местните власти тази група е 29 на сто. Цели 74% са запознати в известна степен със социалните предприятия, докато при местните власти този процент е 62%. Общите дялове на двата показателя отразяващи информираността при предприемачите е 84% при бизнеса, докато при местните власти той е 91%. Тези данни показват, че представителите на

местните власти са малко по-добре информирани от представителите на бизнеса по отношение на социалната икономика и нейните възможности. Водещи по отношение на информираността са НПО при които много добре са запознати – 43% от интервюираните, а запознати в известна степен със социалните предприятия са други 43 на сто, което прави общо 86%. Двете групи информирани лица са почти еднакви при бизнеса и НПО, като при НПО групата на добре информирани е доста по-голяма. Това говори за една по-голяма активност от страна на третия сектор, който явно се интересува в по-голяма степен от социалната икономика в сравнение с предприемачите. Местните власти като относителен дял имат по-добра информираност, но тя за съжаление е непълна и не до там изяснена.



От посочените данни става ясно, че на територията на Област Хасково, представителите на местните власти, бизнеса и НПО имат известна информация за СП, която е доста по-добра при НПО и при местните власти и най-слаба при бизнеса, който по принцип е по-активен в предприемаческите инициативи. Резултатите говорят за регистриран слаб интерес и недостатъчно подкрепяща среда, която да провокира, да мотивира и да подкрепя подобни предприемачески инициативи.

Източниците на информация са разнообразни и допълващи се, основните видове средства за масова информация са:

- традиционните печатни издания – като книгите и периодичните издания (научни сборници, алманаси и пр.);
- печатните медии – вестниците и списанията;

- електронните медии – радиото (радио каналите) и телевизията (ТВ каналите), информационните агенции, интернет (интернет изданията, блоговете, социалните медии) и др.

Външната заобикаляща ни среда също може да представлява форма за масово осведомяване, посредством поставени билбордове, табели, плакати. Формите на публични срещи, семинари, конференции и събирания също могат да се разглеждат като форма на средствата за масова информация.

Интернет медиите са в състояние да постигнат масово осведомяване сами по себе си поради многото услуги, които предлагат. Поради тази причина много масови медии днес вече имат присъствие и в интернет, като по този начин се постига по-лесна достъпност. От дадените отговори в следващата таблица може да се проследи от къде бенефициентите най-често черпят необходимата им информация. Разбира се Интернет, който обединява най-голям брой източници на информация, е и най-предпочитаният. Това смятат цели 65% от интервюираните.



В Интернет мрежата има достатъчно сайтове, които могат да помогнат с голямо количество информация на респондентите. Това може да бъдат: ръководства, нормативни документи, примери за СП, законодателство и др. Източниците на информация са създадени, за да отговорят на информационните нужди на всеки индивид. Наличните в Интернет количества публични данни, могат идеално да осигурят информираността на интересуващите се. Освен това видовете източници могат да се комбинират в зависимост от ориентацията на интересуващия се и неговите

нужди. Участниците във фокус групите са единодушни в преценките си за водещата роля на Интернет и в техните предпочитания да се възползват при нужда от Мрежата.

На следващо място с 48% са поставени медиите, което е също висок процент за търсещите информация. Въпреки намаленото влияние тяхната конвенционална роля на прозорец към света все още нараства. Медиите са придобили нови функции като форум за социално взаимодействие и комуникация, място за покупка или продажба на стоки или за събиране на информация за всякакви задачи, както и за публикуване на лично направено медийно съдържание. Глобалните телекомуникационни мрежи служат не само като средство за предоставяне и получаване на информация, но са превърнали информацията в един от най-ценните активи и в основа на новата глобална информационна икономика.

Семинарите и целевите обучения са посочени само от 10% от интервюираните, което показва, че бизнесът не е склонен да посещава подобни инициативи. Според участниците във фокус групите организирането на информационни кампании е доста важна възможност, която трябва да се използва активно и която трябва да комбинира различните източници на информация.

Развитието на комуникационните технологии и широко обхватните медийни мрежи промениха нашия начин на живот особено в условията на пандемия. Хората прекарват все по-голяма част от работното и свободното си време пред екрана. Особено бързо се разпространява дистанционната работа и електронното обучение. От посочените отговори става ясно, че днес все по-малко хора разчитат на по-традиционните формати като вестниците, телевизията и радиото и все повече прибягваме към онлайн медийните източници, сателитната телевизия, блогите и много често до социалните мрежи, които обединяват хората със сходни интереси, които сами събират информация и я разпространяват помежду си. От участниците в дискусиите става ясно, че се търси предимно информация от журналисти, експерти и разпространители, които притежават високо ниво на познания, експертно мислене, добра информираност и иновативни идеи, а не само от традиционно информираните лица. Всичко това формира нагласите сред представителите на различните групи, тъй като оказва влияние върху социалната, политическата и икономическата среда и моделира нейната промяна.

Никой новостартиращ предприемач не е експерт в сферата, в която иска да стартира, или в работата си с уязвимите социални групи. Почти няма предприемачи, които да притежават предприемачески, професионални и социални умения едновременно. За да се осигури устойчивост на планирания бизнес, трябва да се събере необходимата информация за даденото производство или услуги. Събраната информация може да е и от Интернет, но по-сигурно е тя да бъде от местна бизнес организация или бизнес инкубатор. Тази информация е важна и ключова при стартирането на нов бизнес. Потърсената информация трябва да е професионална и да е от надежден източник. Това е важно, за да се направят необходимите разчети и да се прецени доколко с планирания бизнес може да се осигурят условия за издръжка на фирмата и на хората в риск. Затова участниците във фокус групите посочиха като надеждни източници на информация обединенията на определени бизнеси, браншове или бизнес инкубатори, които не бяха включени във въпросника.

Освен това трябва да се идентифицират потенциалните партньори и подкрепящи структури, да се проведе разговор с тях и да се потърси тяхната подкрепа. Така че според участниците в дискусиите тези структури също са обект на важна и необходима за социалното предприемачество информация и затова не бива да бъдат пренебрегвани.

Всички участници в изследването споделят разбирането, че стартирането и ръководенето на социалния бизнес е една сложна и комплексна по своята същност задача, която води след себе си много предизвикателства и изисква голямо търпение, но най-вече промяна в навиците, нагласите, както и в мислите и в действията на заетите в социалната икономика. На първо място трябва да се анализира мотивацията и да се направи самооценка. За да стане това факт при старта е необходимо да се провокира интересът към социалното предприятие. Това може да стане според участниците в интервюто от възможността една бизнес идея да бъде подкрепена по някакъв начин – това смятат 39% от интервюираните. Други 32% твърдят, че интересът им към социалното предприемачество може да бъде провокиран от възможността за подкрепа на хората в риск.

От какво може да се провокира Вашия интерес към социалното предприемачество?



Според данните от горната диаграма 23% от респондентите смятат, че просто любознателността и любопитството може да ги подтикнат към социалното предприемачество, а други 16% са убедени, че това може да бъде възможността за подобряването на доходите. Участниците в дискусиите добавиха още: обучението и информационните събития като предпоставка за формиране на интерес, промяната в нормативната среда и възможностите на проектно финансиране, което на практика е възможност за подкрепа на дадената бизнес инициатива. Всичко това говори, че реалната подкрепа, била тя финансова, нормативна или от страна на местната власт е онзи необходим стимул, който предизвиква интерес, мотивира и активизира предприемачите да се захванат с реализацията на една или друга предприемаческа идея в социалната сфера. Възможността за подкрепа на хората в риск и увеличаване на доходите влияят на този процес, но не в такава висока степен като финансовата подкрепа. Изброявайки всички възможни причини, които провокират интереса и мотивират предприемачите, може да се обобщи, че при осигуряването им като набор от мерки може да се постигне най-висок резултат в нагласите и интересите на предприемачите към социалната икономика. В тези случаи не трябва твърде много да се разчита на любопитството любознателността, а трябва да се създават реални условия и предпоставки, които да водят до активизиране на предприемаческите инициативи и до промяна на икономическата среда като цяло.

За да се формира нагласата у един предприемач за стартиране на едно социално предприятие, е необходимо според участниците в дискусиите да се направи реална самооценка на личните качества и на наличните ресурси, които се планира да се включат в бъдещото производство. Тази самооценка налага да се анализират подробно

и компетентно: физическите и умствените възможности, реализма в преценките, икономическия и производствен опит и умения, правните знания, познаването на проблемите на уязвимите групи, наличната база, квалифицирания персонал и др. Всичко това може да формира, да засили или да отхвърли определена нагласа за стартирането на ново социално предприятие. При всички случаи анализът е необходимото стъпало в процеса на реализация на социалната икономика.

Каква е готовността на бизнеса да стартира социални бизнес инициативи може да се проследи от отговорите на въпроса, отразен в следващата диаграма.

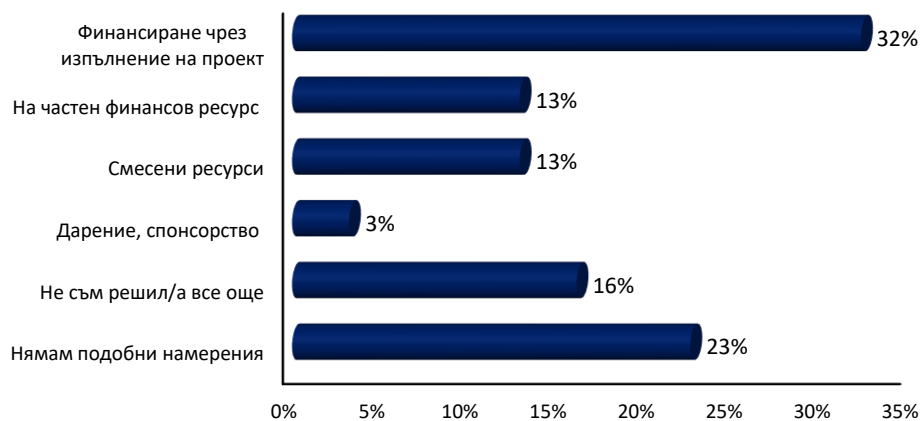


От посочените отговори се вижда, че част от представителите на бизнеса имат някаква готовност и това са общо само 6% от интервюираните лица. На най-голямата група интервюирани – 23%, подобни идеи не са им съвсем чужди и те се опитват да обмислят подобни идеи, като основното препятствие за тях е липсата на финансов ресурс. Цели 62% обаче нямат подобни нагласи, което е разбираемо в условията на остра икономическа криза, неясни предпочитания за социалните предприятия, в условията на голяма пазарна конкурентост, високи социални изисквания и многобройни отговорности.

Особено възпираща в случая е и необходимата социална отговорност на хората в риск и особено на тяхното адаптиране към трудовата дейност, която в масовия случай липсва. Участниците във фокус групите споделиха, че при включването на младежи, излизачи от институциите и започващи работа в социалните предприятия, най-големият проблем са били липсата на трудови навици, на отговорност, на дисциплина и умения за работа в екип. За целта са отделяни голям брой часове от страна на

социалните работници, които са работили с тях, за да може да се гарантира тяхната успешна адаптация към производствената дейност. С други думи социалните предприемачи се сблъскват с повече проблеми, отколкото обикновените бизнеси. Принципите на социалната икономика, които са вдъхновени от принципите на кооперирането, не са нищо друго освен прилагане на корпоративната социална отговорност във всичките ѝ аспекти. Може да се каже, че социалната икономика е пионер в прилагането на корпоративната социална отговорност, тъй като тя е неразделна част от ценностите и правилата за функциониране на социалната икономика. Всичко това задължава, ангажира и съвсем разбираемо възпира основната част от предприемачите да инициират, да се ангажират и да развиват социалната икономика. Тези препятствия се дължат освен на липсата на информираност и реална подкрепяща среда и на обективното отчитане на препятствията от страна на предприемачите, с които се сблъсква създаването и поддържането на едно социално предприятие.

Ако решите в бъдеще да предприемете такава инициатива на какъв вид финансов ресурс бихте могли да разчитате?



Преодоляването на регистрираната нерешителност от страна на предприемачите може да се реализира на практика основно чрез финансирането на подобна бизнес инициатива посредством проектно финансиране. На това разчитат 32% от интервюираните. 13% разчитат на смесените ресурси, а други 13% на частните ресурси.

КАК МОЖЕ ДА СЕ ФИНАНСИРА ЕДНО ПРЕДПРИТИЕ?

Основно условие е доставчиците на социални услуги да са вписани в регистъра към Агенцията за социално подпомагане. Те може:

- Да кандидатстват за финансови средства за извършване на социални услуги от републиканския бюджет и от общинските бюджети;
- Да финансират дейностите си от приходи от такси за социални услуги, заплащани от техните ползватели;
- Да кандидатстват за средства от Фонд „Социална закрила“ или от други държавни фондове, които финансират социални услуги;
- Да кандидатстват с проекти за финансирани по Оперативна програма „Развитие на човешките ресурси“;
- Да се финансират от друга стопанска дейност на търговското дружество, ако става дума за такова.

Въпреки изброените възможности предприемачите, участващи във фокус групите, смятат, че те са недостатъчни и са доста бюрократично обременени.

От дадените по-горе отговори става ясно, че даренията и спонсорствата явно не се възприемат като източник на реализацията на подобни социални инициативи. На тях разчитат само 3% от интервюираните. От отговорите и дискусиите става ясно, че без сигурен финансов ресурс не може да се развива подобно корпоративно производство, което води до доста сериозни предизвикателства, свързани с големи изисквания и с големи отговорности.

Средства могат да бъдат набирани от:

- лични и колективни дарения от български и чуждестранни физически и юридически лица;
- организиране на концерти, изложби, търгове, спектакли и други с благотворителна цел, с оглед набиране на средства, необходими за осъществяване целите на организацията;
- дарения от държавата, държавни органи и организации;
- завещания от български и чуждестранни физически лица;
- продажба на дарени или завещани движими и недвижими вещи;
- приходи от спомагателна стопанска дейност и др.

Според участниците в дискусиите дарителството е трудна и неблагодарна работа, която е обречена на неуспех особено в условията на икономическа криза и пандемия.

Особен проблем в случая е фактът, че в българското законодателство съгласно ЗКПО облекчението за дарители – юридически лица се изразява в признаване за данъчни цели на счетоводни разходи за дарения в общ размер до 10 % от счетоводната печалба, когато разходите за дарения са направени в полза на лицата, посочени в чл. 31 от закона (например: училища, детски градини и ясли, юридически лица с нестопанска цел в обществена полза (ЮЛНЦ). Дарения в полза на културни институции и организации (по смисъла на закона за меценатството) могат да намалят данъчната основа с до 15%.

Съгласно ЗДДФЛ облекчението за дарители – физически лица се изразява в: намаляване до 5 на сто на годишният доход на лицето с направени през годината дарения. Дарения в полза на културни институции и организации (по смисъла на закона за меценатството) могат да намалят данъчната основа с до 15%.

Всичко това според участниците в дискусиите е недостатъчно и трудно може да се осигури в практиката. По тази причина едно социално предприятие рядко може да разчита на дарителство и спонсорство.

Друг сериозен въпрос в социалното предприемачество е формирането на екипа. Ключова характеристика за успеха на социалния предприемач е умението му да подбира екипа, с който ще работи. На тези хора той трябва да се довери и да инвестира в развитието им. Всъщност постигането на устойчивост и дългосрочна предвидимост на бизнеса зависи най-вече от този човешки потенциал и умението на хората, подбрани да бъдат членове на екипа. Те трябва да се научат да работят в синхрон и в екип за постигане на определената бизнес цел.

Ако решите в бъдеще да предприемете такава инициатива на какъв човешки ресурс бихте могли да разчитате?



При предприемането на подобни инициативи 23% от интервюираните предприемачи ще разчитат на членовете на екипа, с който вече работят и в които имат изградено доверие, други 23% ще разчитат на хората с увреждания, 19% на младите хора, 16% на безработните специалисти, 6% на роднини и приятели, 3% на безработни работници с ниска квалификация, 3% на ромите. Не са решили 19% от интервюираните и не смятат да предприемат подобна инициатива – 13%. От дадените отговори се вижда, че трябва да има някаква балансираност между различните уязвими групи и утвърдените работници и специалисти, за да се постигне нужният ефект. Участниците във фокус групите изказаха основните си опасения при наемането на представителите на уязвимите социални групи, а именно липсата на трудови навици, трудова дисциплина и отговорност. Тези представители на уязвимите социални групи до започване на трудовата си дейност най-често са били обгрижвани по някакъв начин от близки и социални структури и не са били ангажирани от своите близки с конкретни дейности и отговорности. Изведнъж наети в социалното предприятие, те разбират, че трябва да се научат да ходят редовно и навреме на работа, да изпълняват трудовите си задължения в срок и с необходимото качество и да постигат трудовите си цели наравно с останалите наети лица. Като се добавят и физическите им проблеми, става ясно, че те не могат да изпълняват ефективно своите трудови ангажименти като обикновените хора. Разбира се участието им в едно СП е особено важно за тяхната трудова, професионална и социална интеграция, за превръщането им в активни хора, които

могат да водят един нормален начин на живот. Освен това предприемачеството и самостоятелната заетост спомагат за създаването на работни места, развиването на умения и осигуряват възможност на безработните и уязвимите хора да участват пълноценно в обществото и в икономиката. Постигането на подобен баланс изисква от предприемача да обучава наетите на работа не само на производствени умения, но с тях трябва да работят психолози и социални работници, които да им помагат при преодоляването на многобройните проблеми, с които те се сблъскват в своето ежедневие. Това разбира се са допълнителни разходи и допълнителни дейности, които натоварват допълнително социалното предприятие и мениджърския екип.

Доброволчеството е възможност, която социалните предприятия също могат да използват. Проблем в случая се явява липсата на регламентация на доброволчеството. България е единствената страна в Европейски съюз, в която доброволческият труд не е законово регламентиран. Липсват дефиниция за доброволец, какви права и задължения има човек, когато полага доброволен труд, и какви права и задължения имат организациите, които приемат доброволци. В много случаи полагането на доброволен труд директно противоречи на Кодекса на труда и създава затруднения на организациите, които разчитат на доброволци. Доброволният труд е огромен ресурс (предвид факта, че 3% от brutния вътрешен продукт на Европейския съюз е от доброволчески труд) и е важно да има рамка, която да го регулира и насърчава.

Както в развитите, така и в развиващите се страни чрез предприемачеството се решават важни икономически и социални задачи като намаляване на безработицата, повишаване на иновационната активност, ускоряване на структурните промени на икономиката, регионално развитие и др. Предприемаческата дейност води до поява на нови бизнес модели, които повишават производителността на икономическите агенти в частност и конкурентоспособността на икономиката като цяло. Въпреки това според интервюираните липсва предприемачески интерес към социалните предприятия. Така мисли основната група на интервюираните, която е в размер на 81%, 13% не са запознати, а само за 9% смятат, че такъв интерес съществува.

Съществува ли според Вас предприемачески интерес към социалните предприятия?



Причините за липсат на интерес са различни и това са: липсата на информация; липсата на адекватна нормативна база; липсата на реални преференции; страха от ниската работоспособност на хората с увреждания; трудното намиране на квалифицирани кадри и редица проблеми и рискове свързани с управлението на хора от уязвимите социални групи.

Особено сериозно е заплашено икономическото състояние на социалните предприятия след обявяването на пандемията от COVID-19. Вследствие на здравната криза всички социални предприятия бяха засегнати значително, защото работят на границата между бизнеса и социалната сфера. Според участниците в дискусиите социалните предприемачи бяха принудени да адаптират бизнес моделите си – да направят необходимите промени в услугите и начина на предлаганите от тях продукти, като във фокуса им остават нарасналите социални нужди на групите, с които работят. Затова според участниците в дискусиите е особено важно търсенето на алтернативни потоци на финансиране, организирането на дарителски кампании, насочени към публични, корпоративни и частни дарители или осигуряване на сътрудничество с нови организации и лица, имащи по-голям капацитет и ресурси. Именно подкрепата от външни структури е един от възможните подкрепящи елементи за успешното развитие на социалните предприятия – заради по-големите финансови възможности, заради експертното знание и достъпа до пазар на продуктите и услугите на социалните

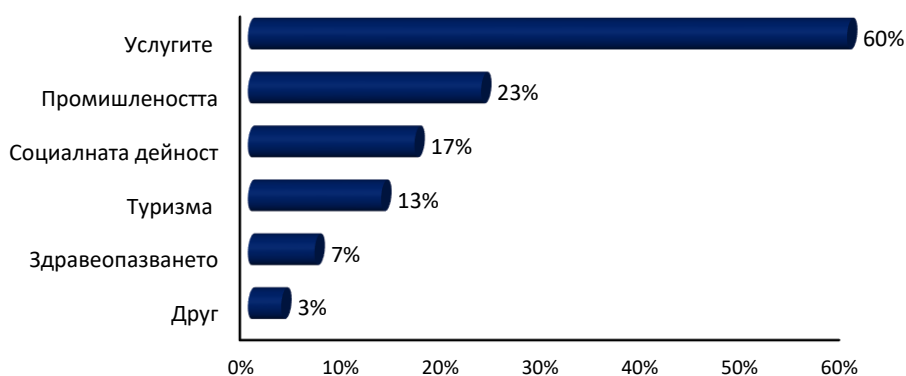
предприятия, които те могат да осигурят. За съжаление тази външна подкрепа на този етап липсва и е трудно да бъде осигурена.

В ситуацията на криза още по-значима става подкрепата от страна на държавата и от общините. Чрез различни финансови стимули и програми подпомагането на социалните предприятия е на практика помощ за най-уязвимите, за които често оставането без работа означава трайно изпадане от системата и невъзможност за намиране на друга алтернатива. Министерството на труда и социалната икономика у нас направи промени в Плана за действие по социална икономика за 2020–2021 заради променената от пандемията обстановка. Очаква се конкретни мерки за предприятията на социалната и солидарна икономика да залегнат в Механизма за възстановяване и устойчивост към Регламент на Европейския парламент и на Съвета на Европа, така че да се осигури специфична за социалните предприятия у нас подкрепа, но това все още не е факт.

Управлението на всяко социално предприятие е предизвикателство, но наложилите се реалности произтичащи от безпрецедентната криза доведоха до необходимостта да бъдат овладени нови умения и да се пристъпи към вземането на бързи решения. Иновациите в социалния сектор според участниците в дискусиите са особено важни и кризата може да се окаже възможност за голяма част от социалните предприятия да реализират потенциала си в друга, неочаквана посока, която може да се окаже търсеният изход.

Често социалните предприемачи осъществяват дейността си без да търсят лична изгода или да акцентират на печалбата, която могат да реализират. Една част от тях са отдадени на каузата, като изграждат иновативни бизнес модели, които са изцяло подчинени на крайната цел да създават стойност, решавайки социално значими проблеми. Въпреки това не е достатъчно само да се търси социалният ефект. Важно е социалното предприятие да има балансирани приходи, които да осигуряват неговата устойчивост. Затова е важна правилната ориентация към определен сектор. В условията на криза развиващите се сектори се променят драстично. Към кои сектори са насочили своето внимание интервюираните, може да се проследи в отговорите от следващата диаграма.

Кой сектор според Вас е най-подходящ за развитие на социалното предприемачество?



Социалните предприятия съществуват и имат място във всички сфери на стопанската дейност – производство на всякакви стоки и предоставянето на различни услуги. Не трябва да се отъждествява дейността на социалните предприятия с дейности единствено в социалния сектор. Това би бил само частен случай.

Услугите, които се предоставят от социалните предприятия, трябва да насърчават възможностите за заетост и кариерното развитие за хората без работа, били те с увреждания и/или други, които са представители на уязвимите групи, както и съдействие при намирането/завръщането на работа. Освен това могат да се използват възможностите за самостоятелна заетост, предприемачество, стартиране на самостоятелен бизнес.

От горната диаграма става ясно, че услугите са най-предпочитаните от страна на предприемачите, това смятат 60% от интервюираните. Интервюираните смятат, че това са преди всичко социалните (17%), здравните услуги (7%), а според участниците в дискусиите това са образователните и туристическите услуги. Възможни са и производствени предприятия, които според участниците в дискусиите се организират доста по-трудно и без реална подкрепа от страна на държавата или общината те не могат да функционират дълго време.

Какви могат да бъдат предприятията в различните сектори според участниците във фокус групите и интервюираните? Това могат да бъдат:

- **Социални услуги**, които са дейности, насочени към подкрепа на подпомаганите лица за водене на пълноценен живот и за социално включване. Те осигуряват

необходимия социален ефект, което означава подобряване на социалния статус на лицата от различни групи, като той се проявява по различен начин:

- при самото извършване на дейността, когато лицата са облагодетелствани от факта, че намират трудова заетост;
 - при ползване на резултатите от дейността, когато тези лица получават стоки или услуги на привилегировани цени или безплатно.
- **Немедицински здравни заведения** – този тип социални предприятия могат да предоставят основни здравни услуги, които изискват специализация – измерване на кръвно налягане, оказване на помощ от медицински сестри, рехабилитатори, консултиране за приема на лекарства, превързочни дейности, профилактични прегледи и консултации, анонимно безплатно консултиране и тестване за СПИН и други. На практика тези услуги са част от социалните услуги, предоставяни от предприятието – независимо дали става дума за домашен социален патронаж, или за социални услуги за зависими, ромски групи, млади жени и т. н.

Към тези два вида социални предприятия участниците в дискусиите показаха интерес, тъй като застаряващото население се нуждае от подобни грижи. Такива дейности трябва да се свържат пряко с патронажната грижа и с местните власти, които я осъществяват. Проблем в подобни случаи е намирането на квалифицирани кадри, финансиране на подобни дейности на частни структури особено в условията на пандемия и недостатъчната подкрепа от страна на местните власти.

- **Образователни услуги:** Законът дава право както на нестопански организации, така и на търговски дружества или кооперации да бъдат регистрирани по предвидения специален ред като училища и центрове за професионално обучение. Те могат да издават валидни дипломи за придобита образователна или професионална степен, ако самите предприятия имат съответната регистрация и акредитация. Социалният аспект на този тип дейност се състои в наемането на представители на социално уязвими групи и хора със специални потребности като обучители или да бъдат организирани специализирани обучения за самите тях.

Посочените дотук социални предприятия могат да се финансират основно чрез: такси за предоставяните услуги, като част от социалните услуги, чрез целево проектно финансиране, отново като част от останалите услуги и чрез финансиране от страна на общинските бюджети. Подобни услуги обаче участниците в дискусиите смятат, че могат да се развиват основно от НПО и по-малко от бизнеса.

- **Предприятия, осигуряващи туристически услуги.** Развитието на туризма в България в съвременните условия се характеризира с навлизането на малкия частен бизнес във всички сфери на туристическото обслужване. Предприемаческият бизнес в туризма се отличава с редица особености, свързани с характера на туристическата дейност, предлагания продукт и спецификата на различните обслужващи дейности, което създава предпоставки за развитие на социалното предприемачество в този сектор. В Хасковска област има създадено едно такова социално предприятие, което след проектното си финансиране трудно успява да се справи с предизвикателствата на здравната криза, която силно затрудни развитието на туризма.
- **Производствени предприятия,** които са основно малки или средни предприятия, които произвеждат продукти предимно в сферата на леката и хранително-вкусовата промишленост и земеделието. Те се финансират основно чрез реализация на създадената продукция и чрез проектно финансиране. И тук на територията на Хасковска област има такива предприятия, които са 3 на брой. И те са силно засегнати от икономическата криза и се нуждаят от подкрепа.

Според участниците в дискусиите тези производствени дейности и туристически услуги могат да се развиват основно от фирмите и от кооперациите, тъй като се предполага, че те имат в по-голяма степен подготвени професионалисти от НПО. Имайки предвид специалното положение, в което се намират СП, трябва да се отчитат променящите се условия на социално-икономическата среда и възникващите проблеми, които засягат доста силно социалните предприятия.

Участниците в дискусиите се оказаха по-информирани в това отношение от интервюираните представители на бизнеса.

При проверката на нагласите за сътрудничество, развитие на синергии и нови услуги на бизнеса от едната страна и социалните предприятия от друга, изглежда, че и двете

страни споделят един и същ интерес към съвместна работа и сътрудничество. Освен към социалното предприемачество участниците във фокус групите изразиха интерес и към сътрудничество между социалните предприятия в различните сектори, което е добра предпоставка за бъдеща подкрепа и/или изградени партньорства, които са особено важни за развитието на социалната икономика. Дадени бяха примери със съществуващите в миналото обединения на „Тих труд“, когато членовете на подобни обединения са се подкрепяли често в различни трудни ситуации. Представителите на бизнеса във фокус групите са убедени, че такива обединения и оказване на взаимна подкрепа са отново необходими, особено в условия на кризи.

Направеният анализ показва, че социалните предприятия в България като сравнително нова форма за социална ангажираност на бизнеса, не са свързани помежду си и не ползват опита на действащите подобни обединения в страната от миналото, както и чуждестранния опит за работа в мрежи. Социалните предприятия на Хасковска област не се възползват в достатъчна степен от възможностите за сдружаване помежду си и не познават в достатъчна степен ползите от подобно сътрудничество. Висок е относителния дял на социалните предприятия на територията, които си сътрудничат инцидентно с други социални предприятия в страната и чужбина, с представители на държавната администрация, асоциации на социалните предприятия и браншови организации.

Факторите, които влияят върху социалното предприемачество, са различни и многообразни, но те могат да бъдат положителни и отрицателни. Как интервюираните определят тяхното значение за успеха на едно социално предприятие може да се проследи от следващата диаграма.

Кой от следните фактори е най-важен за развитието на социалната икономика?



Изследването представя широк кръг от проблемни области, които са обусловени от различните типове предприятия, от различните подкрепи и от различния мениджмънт на даденото предприятие.

Липсата на **ресурсно обезпечаване** е поставено като основна причина, стояща пред социалната икономика и това смятат 70% от интервюираните, според които липсата на финансов ресурс е основно препятствие пред развитието на едно социално предприятие. Този проблем засяга на практика всичките социални предприятия и се отнася както до първоначалното, така и до обратното финансиране на предприятието. Много често има чудесни идеи, но липсват ресурси за стартиране на бизнеса, освен това е остър дефицитът и на мениджърските познания и опит в конкретния предмет на дейност. По този начин липсата на ресурсно обезпечаване, включващо липсите на финансов ресурс и на човешки ресурс (квалифициран и с опит мениджърски екип) е основното препятствие пред социалната икономика.

За 33% от интервюираните **намирането на подходящи за работа хора с увреждания** е проблем, който трудно може да се реши, защото изисква дълъг период на квалификация, на адаптация и на полагане на комплексни грижи. Освен липсата на квалификация, участниците в дискусиите твърдят, че липсата на трудови навици на представителите на рисковите групи и адаптацията им към изискванията на трудовия процес е не по-малко проблемна от квалификацията и физическата им издръжливост. За тази група хора трябва много внимателно да се подбира както работното им място,

така и да се полагат допълнителни грижи от страна на психолози и социални работници, които да подпомагат процеса на трудовата им адаптация и на формирането на нови трудови навици и умения, на отговорност и съпричастност към проблемите на целия трудов процес и работата в екип. Проблеми с дисциплината се срещат най-вече при излезлите от социалните институции младежи и ромите, които трудно приемат производствените норми и трудовата дисциплина като личен ангажимент. Хората в риск често смятат, че щом са представители на съответната уязвима група, то те няма нужда да защитават своята квалификация и своите умения наравно с останалите заети в предприятието, а това създава недоволства сред другите членове на екипите. Въобще ангажиментите на мениджърския екип към работната сила в социалното предприятие са много по-големи, защото носят много повече отговорности, а това изисква допълнителни ресурси и допълнителни ангажименти.

Недостатъците на **проектното финансиране** се регистрират най-често при предприятията с доминираща социална кауза. В тези случаи се акцентира основно върху изпълнението на проекта, който е с тежки и тромави процедури, а не на мениджмънта и маркетинга, които са по-важни за оцеляването на едно социално предприятие. Практиката показва, че след края на проекта съответното предприятие остава безпомощно в своето развитие, тъй като производството и реализацията на продукцията не са устойчиви, а социалните нужди не са решени. В този случай е необходимо проектното предложение или да акцентира върху маркетинга, рекламата и реализацията на продукцията или върху извършваните допълнително социални дейности, подкрепящи конкретните лица в риск. Това могат да бъдат два вида проекти или един интегриран проект, който да предлага и производствена, и социална подкрепа. В противен случай финансирането на проектното предложение би било едностранчиво. Подкрепата на тези две основни направления трябва задължително да се обединява и да се развива успоредно, за да се обезпечи в максимална степен целият трудов процес и трудовата адаптация на заетите, като се решават и конкретните им нужди.

Липсата на пазари е определена от 13 на сто от интервюираните като проблем, с решаването на който също се срещат големи проблеми. Липсата на пазари намалява реализацията на продукцията, а от там и приходите и печалбите на социалното

предприятие. Това е основополагащо изискване за устойчивостта на всяко едно социално предприятие и то трябва да бъде водещо при проектната подкрепа на всеки един проект.

С 13% е определено и **неразбирането на социалното предприемачество** от голяма част от обществото, от местните власти и от мениджърските екипи. Не се разбира и оценява неговата специфика и неговите изисквания и реални възможности. Често ангажираните с подобен род дейности са изненадани от непрекъснато възникващите проблеми, свързани с неговото управление, което води до недотам добри резултати. Сблъсъкът с много и с различен род проблеми в процеса на работа и липсата на реална подкрепа от страна на публичните власти е най-често резултат от липсата на информация и компетентност. Придобиването на необходимите знания, умения и готовност за намиране на ефективни решения и ангажирането на максимален брой ключови фигури на територията е основното разковниче на успеха.

Другите проблеми и предизвикателства са свързани със **средата и с условията**, които се осигуряват за развитието на социалната икономика. В основната част от общините в Хасковска област липсва целенасочена политика на регионално и местно ниво и последователното ѝ прилагане. На практика такава политика има само община Димитровград. В останалите общини има разписани някакви местни политики, но те се прилагат едностранчиво и без включване на необходимия местен ресурс, без сериозна подкрепа от страна на институциите и без сътрудничество и реална подкрепа от различни партньорски организации. Липсата на обществени поръчки, трудният достъп до грантове, както и намирането на дарения са препятствия, отстраняването на които трябва да се реши по най-бързия и ефективен начин.

Следващото важно предизвикателство е **човешкият ресурс**, който включва следните проблеми: липсата на мениджърски умения; трудности, свързани с набирането на доброволци, и трудности с намирането и наемането на квалифицирани служители. Трудности се срещат и при осигуряването на социални и здравни услуги за хората в риск. Какви са точно предизвикателствата пред социалното предприемачество и как те се оценяват от страна на респондентите, можете да проследите подробно в отговорите посочени в следващата диаграма.

Какви са основните предизвикателства, пред които са изправени социалните предприятия във вашия регион?



Недостатъчно подкрепящата среда е най-сериозното предизвикателство пред социалната икономика според респондентите. Тя включва: осигуряването на подходящ финансов ресурс, осигуряването на подходящи за работа хора с увреждания, намирането на пазари, осигуряването на достатъчно информация и условия за обучение, осигуряване на подкрепа от страна на регионалните и местните власти, осигуряване на възможности за получаване на обществени поръчки, лесен достъп до грантове и т.н. Участниците във фокус групите добавиха като проблеми още **неефективната национална политика**, която се стреми частично да решава проблемите, стоящи пред СП, лошата **нормативната уредба**, която е недостатъчно адаптирана към проблемите на социалните предприятия. Не е реформирано напълно и **данъчното законодателство**, а **публичните институции** в основната си част са незаинтересувани и неангажирани. Социалните предприятия срещат проблеми още с **банковото кредитиране** и главно с дейността и възможностите на гаранционните фондове, които трудно могат да гарантират даден кредит и да обезпечат безпрепятствено получаването на необходимия банков заем.

Опитът показва, че много от проблемите, към чието решаване са насочени проектите особено на ЕСФ, имат сложен характер и често изискват партньорство с местните или регионалните власти. В подобни случаи ЕСФ подкрепя партньорства между организации, включително на нивото на местни общности, които могат да осигурят критичната маса, необходима за намиране и прилагане на решения, например чрез създаване на по-добър достъп до здравни, социални или друг тип услуги на представителите на хората в риск.

Проектите и програмите на ЕСФ включват редица участници в подготовката и осъществяването им — не само европейски и национални институции, но и регионални и местни власти, НПО, агенции на местно равнище и социални партньори, включително профсъюзни организации и представители на бизнеса. Това обаче се случва рядко и трае само докато бъде изпълнен съответният проект.

Интервюираните за съжаление не акцентират върху създаването и развитието на устойчивите партньорства, които могат да осигурят интегрирана, дългосрочна и устойчива подкрепа за всяко едно социално предприятие, а смятат, че отделни подкрепящи инициативи биха помогнали на социалното предприемачество. Така например от следващата диаграма става ясно, че за 50% от интервюираните съдействието за намиране на помещение от страна на общината е добра подкрепа, както и по-ниските социални осигуровки, които се подкрепят от 38% от интервюираните.

**Ако искате да развivate социално предприемачество разчитате ли на бъдеща подкрепа от страна на местните или регионални власти?
Ако „ДА“, каква е тя?**



Устойчивото сътрудничество се подкрепя от 13 на сто от респондентите. Възможностите за участие в обществените поръчки също се подкрепя от 13% от интервюираните. Други 13% очакват от общините и допълнителна финансова подкрепа. Тук няма засрещане на вижданията, тъй като общините разполагат с ограничен бюджет, който трудно може да поема дофинансирането на социалните предприятия според интервюираните представители на местните власти. Те се притесняват, че при оказване на финансова подкрепа ще бъдат обвинени в пристрастия или конфликт на интереси към едно или друго социално предприятие. За да не възникват подобни проблеми, е необходимо да се акцентира върху изграждането на партньорските мрежи и тяхното поддържане, което трябва да е прозрачно и да работи при формулирани ясни правила. Това би било най-доброто решение, което да задоволи и очакванията на бизнеса, и да намали опасностите, заплашващи подкрепящата и контролираща роля на местните и регионалните власти.

Представителите на бизнеса очакват при всички положения общинската политика да подпомага и да подкрепя социалната политика. В това са убедени цели 56% от интервюираните.

Каква трябва да бъде общинската политика по отношение на социалните предприятия?



От отговорите, посочени в горната диаграма, става ясно, че 25% от респондентите смятат, че местните и регионални власти трябва да подпомагат с материална база, да се оказва съдействие за намиране на подходящо помещение на преференциални цени. Тук има единомислие между представителите местните власти и представителите на

бизнеса по отношение на предоставянето на подходящи сгради и помещения. Това е най-компромисната подкрепа, изразена от двете групи интервюирани респонденти.

Финансовото подпомагане е потвърдено за пореден път в интервютата и във фокус групите. То е задължително и неотменно.

Освен това задача на местните власти е да осигурява връзка на социалните предприятия с държавните служби и институции – 6%; да осигурява данъчни преференции – 6%, и да подпомага с услуги структурите на социалната икономика.

Промяната в законодателството е основната предпоставка за развитието на социалната икономика, това смятат 33% от интервюираните според следващата диаграма. Преобладава мнението, че направените законодателни промени нито задоволяват реално, нито подкрепят социалните предприятия, а само симулират действия от страна на държавата според участниците във фокус групите.

И тук представителите на бизнеса смятат, че финансовото подпомагане е важно, това смятат 27% от интервюираните. Освен това държавата трябва да стимулира, като осигурява повече мерки в посока развитие на социалната икономика.

Какво трябва да се промени, за да може социалната икономика да се развие сериозно на територията?



Трябва да се обърне по-голямо внимание на данъчните облекчения и на по-ниските социални осигуровки, това искат 20% от интервюираните.

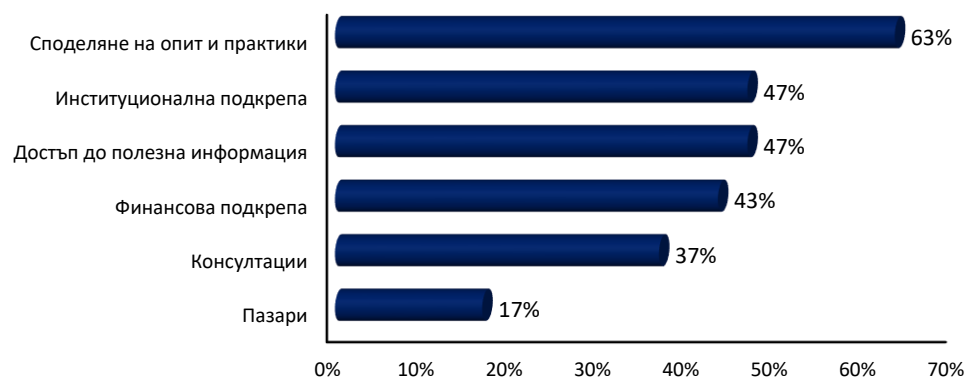
За да се създадат устойчиви модели на социално предприемачество в област Хасково, е необходимо да се обърне внимание на предварителните подкрепящи условия, за създаването на които следва да се работи и на национално ниво. Конкретните

предложения за това по какъв начин може да се използва социалното предприемачество, за да се постигне по-добър резултат за уязвимите групи, както и какви конкретно действия следва да се предприемат, са обединени в следните три области:

- Подкрепа за благоприятна среда на базата на разработена устойчива местна и регионална политика;
- Инвестиции в капацитет и продуктивност на социалните предприятия;
- Развитие на партньорства и работа в мрежи.

Ползите за социалните предприятия от включването им в мрежи и други партньорства могат да бъдат проследени в следващата диаграма, от която става ясно, че това е преди всичко възможност за споделяне на опит и практики, според 63% от интервюираните. За 47% е важна институционалната подкрепа, от която се нуждаят социалните предприятия в различни свои етапи на развитие. Освен това 47% разчитат да получат полезна информация, която да ги ориентира в конкурентната среда. И тук не е пропуснато очакването за финансова подкрепа, изразена от 43 на сто от респондентите.

Какви ползи могат да получат социалните предприятия от включването си в мрежи или други партньорства?



Консултациите по значими за социалното предприятие въпроси са важни за 37% от интервюираните. Осигуряването на пазари – за 17% от респондентите. Отговорите показват нужда от постоянна подкрепа, включваща набор от структури и действия, подкрепящи конкретни инициативи, които да се прилагат на практика, а участниците във фокус групите допълниха и социалните поръчки към пазарите, тъй като те биха подпомогнали всяко социално предприятие да оцелее в условията на остра

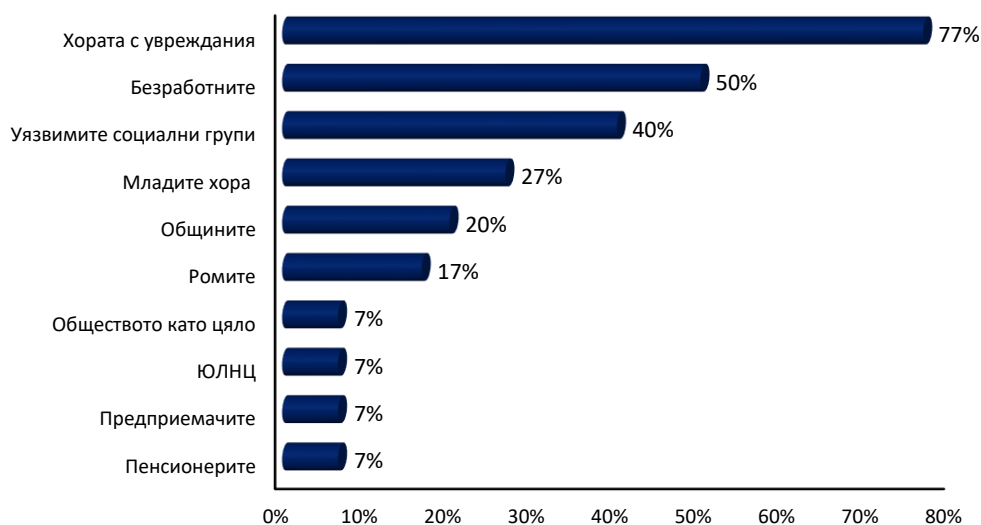
конкуренция. Въобще очакванията са за едно продължително партньорство, включващо доста дейности, които да са целенасочено регламентирани и които да подкрепят комплексно социалната икономика, а не тя да се крепи върху еднократни действия или събития.

Социалното предприемачество работи в голяма степен за развитието на работната среда, което е особено важен резултат за уязвимите социални групи. Постигат се и други икономически ползи, които са важни за обществото. Първата голяма икономическа полза от социалното предприемачество е и най-очевидната, която то споделя с други предприемачи и компании, а именно създаване на работа и работни места. Освен това то създава иновации/нови стоки и услуги, които са полезни за цялото общество. Социалните предприятия разработват и прилагат иновации, важни за социалното и икономическото развитие и същевременно предлагат нови стоки и услуги за нуждаещите се. Създаването на социален капитал е следваща полза, която не трябва да се пренебрегва. След икономическия капитал едно от най-важните блага, създавани от социалните предприятия, е социалният капитал. Този термин се отнася за институциите, взаимоотношенията и правилата, които определят количеството и качеството на социалните връзки в едно общество. Следващата полза е насърчаване на равенството. Социалното предприемачество благоприятства за развитието на по-равнопоставено общество като обръща внимание на социалните проблеми и се опитва да постигне постоянен устойчив ефект чрез своята социална мисия, вместо да се стреми единствено към максимална печалба.

Въпреки че потенциалните ползи, предлагани от социалното предприемачество, са известни на хората, промотиращи и финансиращи тези дейности, истинската цена на това, което правят социалните предприемачи, за да постигнат този успех, е малко позната. И въпреки това социалният бизнес събира в себе си всички видове обществено полезни дейности.

Разбира се ползите за обществото от социалното предприемачество са много повече и засягат много уязвими социални групи, които са заинтересовани от разширяването на социалното предприемачество. Кои са те, може да се проследи от следващата диаграма.

Кой според Вас е най-заинтересован от разширяването на социалното предприемачество?



Хората с увреждания са определени като онази целева група, която е най-заинтересована от разширяването на социалното предприемачество, това смятат 77% от интервюираните. Създаването на възможности на трудоспособните хора с увреждания да упражняват своите качества и умения в социалния и икономически живот е особено важна възможност, която социалната икономика осигурява. Специализираните предприятия допринасят за предотвратяване на продължителното и постоянно изключване на хората с увреждания, като се съсредоточават върху възможностите на индивида и участието му в социални и трудови отговорности, спомагат за процеса на социалното включване, предизвикват солидарност и зачитане на уменията и способностите на всеки отделен човек. Важно в случая е да се подкрепя и да се съдейства на работодателите, наели лица с увреждания да развият своята предприемаческа дейност, за да им осигуряват постоянни условия за труд и професионална реализация.

В условията на икономическа и здравна криза не само България, но и всички държави членки на ЕС трябва да се справят със сериозните предизвикателства в краткосрочен план, като осигурят икономическата и финансова устойчивост, социалното благоденствие и по-специално създаването на работни места, като се отдели особено внимание на най-уязвимите групи, сред които са, наред с изброените до тук, и младите хора, жените, претърпели насилие, самотните майки, по-възрастните хора, трайно безработните, имигрантите или представителите на ромската общност, хората,

изтърпели наказанията си и др. За да се посрещнат тези предизвикателства, също така трябва да се гарантира, че се вземат предвид и бъдещите предизвикателства като застаряването на населението или обезлюдяването на селските райони. Респондентите отчитат заплахите, стоящи пред различните социални групи, и определят тяхната тежест с различен относителен дял. Така например 50% от интервюираните смятат, че това са безработните лица, които в условията на пандемия се увеличиха неимоверно много, 40% от респондентите са на мнение, че това са всички уязвими социални групи, а 27%, че това са конкретно младите хора, част от които са с нисък образователен ценз, без квалификация и без създадени трудови навици. Следват ромите със 17% и цялото общество със 7%, ЮЛНЦ – 7%, предприемачите – 7% и пенсионерите - 7%. От дадените отговори става ясно, че всички социални групи, както и видовете предприемачи, са оценени като заинтересовани страни от социалната икономика, тъй като предприятията на социалната икономика са тези, чиято основна цел е да оказват въздействие върху обществото, а не да извличат печалби за своите собственици или акционери. Освен това други отличителни черти на социалните предприятия, които бяха посочени от участниците в дискусиите са: колективното управление и демократичното вземане на решения; задължителното реинвестиране на печалбата в социални дейности, а не разпределянето ѝ под формата на дивиденди; комбинираното използване на пазарни и публични ресурси; стремежът към максимизиране на социалните ползи за обществото. Тези данни показаха, че представителите на бизнеса са значително по-добре информирани за особеностите на социалното предприемачество. Постигането на основната цел на социалното предприятие е постигането на равновесие между генерирането на приходи и достигането на ясно изразен социален ефект. Въпросният социален ефект, би могъл да приеме следните форми: създаване на реални възможности за социална и професионална интеграция; коригиране на социалните разходи; създаване на социална добавена стойност; генериране на трудова заетост посредством въвличане на контингента от определени целеви групи в стопанската дейност; предоставяне на портфолио от социални услуги, непривлекателни за действащия бизнес на лица, намиращи се в неравностойно положение.

Голямо значение за развитието на социалната икономика имат предоставяните от социалните предприятия социални услуги, които са отразени в основните стратегически документи. Те са дефинирани като дейности, които подпомагат и разширяват възможностите на индивидите да водят самостоятелен начин на живот и се извършват, както в специализирани институции, така и в общността. Съгласно Закона за социалното подпомагане, „социални услуги“ са онези дейности, предоставяни като услуги, които са насочени към подкрепа на подпомаганите лица за водене на пълноценен живот. Като съществена част на понятието „социална услуга“ участниците в дискусиите посочиха социалната интеграция на потребителя на същата, която следва да съпътства непрекъснато процеса на предоставяне на самата услугата. Това според респондентите следва да става по начин, който да не поставя лицето в зависимост от услугата, съответно от институцията, която я доставя. Макар че според действащия правен режим, юридическите лица с нестопанска цел са равнопоставени доставчици на социални услуги наред с останалите юридически и физически лица, регистрирани по Търговския закон, държавата и общините, то участниците в дискусиите смятат, че това са основно публичните институции и НПО-тата. Българското законодателство не предвижда запазване на определени дейности в областта на социалните услуги за конкретни доставчици, като например само държавните структури да имат правото да предоставят определен вид социални услуги. Всеки доставчик би могъл да предоставя всички видове социални услуги, ако отговаря на законовите изисквания и може да гарантира финансирането на тяхното извършване и то за един по-дълъг период.

В ситуацията на криза, в която се намираме в момента, подкрепата от страна на държавата става още по-значима. Чрез различни финансови стимули и програми подпомагането на социалните предприятия е на практика помощ за най-уязвимите, за които често оставането без работа означава трайно изпадане от системата и невъзможност за намиране на друга алтернатива. Министерството на труда и социалната икономика у нас направи промени в Плана за действие по социална икономика за 2020-2021 заради променената от пандемията обстановка. Очаква се конкретни мерки за предприятията на социалната и солидарна икономика да залегнат в Механизма за възстановяване и устойчивост към Регламент на Европейския

Парламент и на Съвета на Европа, така че да се осигури специфична за социалните предприятия у нас подкрепа.

Управлението на социално предприятие е предизвикателство, но наложилите се реалности и безпрецедентна криза, доведоха до необходимостта да бъдат овладени нови умения и да се вземат бързи решения. През 2020 г. социалната икономика бе в преход, който продължава да се развива в новата икономическа среда и да развива мисията си и през 2021 г. В тази кризисна и в същото време променяща се среда иновациите в социалния сектор никога не са били по-важни за тяхното развитие, защото кризата може да се окаже възможност за голяма част от социалните предприятия да реализират потенциала си.

Използването на социални иновации разширява портфолиото на възможните решения и позволява осъществяването на трансфер на социални иновационни схеми от една географска област в друга. Макар и все още скромни, предприемаческите инициативи са по-ефективни от традиционната „социална държава“, защото са по-малко бюрократични, по-гъвкави и способни да формират повече привързаност. Социалното предприемачество развива нови модели на активно социално подпомагане и включване, в което потребители и клиенти се насърчават да поемат по-голяма отговорност. Въпреки сериозните промени, които се извършват през последните години – законодателни и административни – все още може да се говори за недостатъчната ангажираност на държавната и местната власт към дейността на социалните предприятия. Те все още се възприемат по-скоро като поредното „ново течение“, а не като осъзнат фактор за развитие и подпомагане на местните общности. Все още липсва ясна разпознаваемост в обществото на социалните предприятия като особен тип предприятие и често, излизайки на пазара, те се натъкват на конкуренция, като при това социалната им мисия не е причина за тяхното толериране, а по-скоро се превръща в тежест и препятствие.

При социалните иновации се подчертава и индивидуалната роля на социалния предприемач, който възприема мисията да създава и поддържа стойност за обществото (а не само за частното лице), да разпознава и използва новите възможности, да служи на тази мисия, да участва в процес на непрекъснато новаторство, адаптиране и обучение, да действа смело, без да се ограничава от

наличните ресурси в момента, и да показва засилено чувство за отговорност и отчетност пред общностите, на които служи, както и за резултатите, които постига. Накратко, социалните предприемачи изпълняват социална мисия и основният критерий за преценяване на социалния предприемач е въздействието, свързано с реализацията на тяхната мисия (а не толкова създаването на богатство). При подхода на социалните иновации формата на собствеността на социалното предприятие (публична, частна въз основа на капитала или такава, каквато се разбира под понятието „социална икономика“) е второстепенна, а ключовата фигура е социалният предприемач в качеството му на основния носител на предприемачеството и социалната промяна. Отчитайки всичко това, участниците в дискусиите оценяват водещата роля на предприемача, значението на неговите лични качества и умения. Затова неговият избор трябва да се прави внимателно и прецизно.

Социалните предприятия, съгласно чл. 10 и чл. 11 от ЗССПИ, се вписват в регистъра на социалните предприятия (РСП), който се създава, води и поддържа от Министерството на труда и социалната политика (МТСП) като единен национален административен регистър - чл. 2 от ППЗПССИ. РСП е публичен и съдържа информация за наименованието, правноорганизационната форма и идентификационния номер на вписаното предприятие; класа на социалното предприятие; датата, основанието на вписването в регистъра и заличаването от него; основната стопанска и социална дейност и/или социална цел на предприятието - чл. 11, ал. 1 от ЗССПИ, която се публикува на интернет страницата на МТСП.

Регистрационната процедура за вписване в РСП според участниците в дискусиата е значително усложнена поради изискването за представяне на многобройни документи, които удостоверяват изпълнението на условията по чл. 7 и чл. 8 от ЗПССИ и въпреки освобождаването от държавни такси може да се характеризира като значителна административна тежест за предприемачите. Измерването на произведената социалната добавена стойност, регламентирана в чл. 7, т. 1 от ЗССПИ се извършва съгласно методика, утвърдена от министъра на труда и социалната политика, което внася субективизъм в процедурата. Според представителите на бизнеса, тези два недостатъка поставят на практика под въпрос доколко регистрационният режим е

именно такъв и възникват съмненията дали това не е всъщност лицензионен (разрешителен) режим.

Сдружаването на гражданите през последните години макар и в ограничен обем регистрира някакво присъствие и на територията на Хасковска област. Насърчават се солидарни бизнес инициативи, насочени към производството и разпространението на публични или социални блага. Наблюдава се известен интерес към сътрудничеството между движенията за сдружаване и коопериране и развитието на социалните предприятия и възможностите, които те предлагат. Способността на тези инициативи да отговорят на новите обществени потребности, за пореден път подчертава значението на социалната икономика.

Изводи и препоръки

Препоръките, дадени в интервютата и най-вече по време на дискусиите за подобряване на правната и институционалната среда за развитие на социалните предприятия, са доста различни, но са логични и допълващи се. Ето какви са те:

- Необходима е промяна на правната среда;
- Необходима е промяна във финансирането на социалното предприемачество;
- Възникнала е необходимост от секторни реформи най-вече в областта на социалните услуги, образованието, здравеопазването и културата;
- Възникнала е остра нужда от либерализация на пазара и осигуряване на бърз и лесен достъп до предлаганите услуги от страна на потребителите;
- Необходимо е да се разшири обхватът на уязвимите социални групи, които могат да се включват в социалните групи, като: самотните майки, жените, претърпели насилие и др., които обикновено имат добра квалификация и умения, но трудно могат да си намерят работа;
- Трябва да се създадат условия за изграждане на собствен имидж и разпознаваемост на социалните предприятия особено на местно и регионално равнище;
- Трябва да се постави акцент върху изграждането на собствен капацитет от подготвени и квалифицирани кадри, който да е базиран основно на проектното финансиране и да не бъде еднократен акт, а да се осигурява текущо, като

включва не само професионални умения, а и психологическа подкрепа и умения за работа в екип;

- Да се създадат повече възможности за достъпно стартово финансиране. Не са достатъчни възможностите, които се осигуряват до момента от страна на структурните фондове и програмите. Те подкрепят на практика малък дял от желаещите да развият подобен бизнес. Освен това те изискват сериозно префинансиране, което доста затруднява бенефициентите, а банките не предлагат възможности за подобни подкрепи;
- Ориентирането към пасивното организиране на социалното предприемачество, което развива основно различните видове услуги и по-рядко избира да развива производствена дейност, която е доста по-трудна за изпълнение, води често до фалит и невъзможност да се продължи напред;
- Липсата на подходяща материална база и оборудване възпира често стартирането на добри предприемачески инициативи;
- Липсата на адекватен персонал, който да обезпечи безпроблемното развитие на социалното предприятие, е съществена спирачка пред социалната икономика;
- Липсата на преференции при текущото поддържане на социалното предприятие;
- Липсата на пазари за реализация на произведената продукция от страна на СП;
- Липсата на партньорско взаимодействие и изграждане на мрежи с други социални предприятия, организации, бизнеси и институции;
- Липсата на реална и осезателна подкрепа от страна на местните и регионални власти;
- Неефективно използване на наличните ресурси на всички нива на управление;
- Липсата на разработени и реализиращи се местни и регионални политики в областта на социалната икономика.

Дарителството е друго важно средство за развитие на социалното предприемачество, но за съжаление липсват адекватни механизми за неговото насърчаване. Така например предвидените в българското законодателство данъчни облекчения са недостатъчни, за да бъдат определени като „насърчаващи” даренията и спонсорството. Механизмите, които се използват за публичното набиране разкриват някои специфики,

които правят сега действащите общи правила и изисквания неприложими или утежняващи самия процес. Например, необходимостта от издаване на документи от страна на получателите на дарения с оглед възможността за ползване на данъчни облекчения от страна на дарителите. При публичното набиране на дарения, контактът между дарител и получател е в много случаи индиректен, което затруднява издаването и връчването на документи, доказващи дарението. Освен това дарителството не се признава за разход, което е голям проблем.

В различните европейски страни съществуват и други механизми, които реално подкрепят социалното предприемачество. Пример за подобен механизъм е процентното законодателство, известно още като Закон за 1%, и което съществува в редица европейски страни като: Унгария, Румъния, Словакия, Литва, Полша. Според този механизъм данъкоплатците могат да определят по какъв начин ще се използва определен процент от платения от тях данък. Процентът е различен в различните страни. Освен финансовия ефект, този механизъм има и следните важни характеристики и последици:

- Данъкоплатците сами определят как да се изразходва част от техните данъци;
- Подпомага се развитието на социално ангажирано гражданско общество;
- Допринася се за развитие на дарителска култура;
- И в България социалното предприемачество може да решава някои от най-спешните и сериозни социални проблеми, които обществото среща. Използването на социални иновации разширява портфолиото на възможните решения и позволява осъществяването на трансфер на социални иновационни схеми от една географска област в друга. Макар и все още скромни, предприемаческите инициативи са по-ефективни от традиционната „социална държава“, защото са по-малко бюрократични, по-гъвкави и способни да формират повече привързаност;
- Социалното предприемачество развива нови модели на активно социално подпомагане и включване, в което потребители и клиенти се насърчават да поемат по-голяма отговорност. Въпреки сериозните промени, които се извършват през последните години – законодателни и административни – все още може да се говори за недостатъчната ангажираност на държавната и местна

власт към дейността на социалните предприятия. Те все още се възприемат по-скоро като поредното „ново течение“, което се очаква да отшуми, а не като осъзнат фактор за развитие и подпомагане на местните общности.

- Все още липсва ясна разпознаваемост в обществото на социалните предприятия като особен тип предприятие и често, излизайки на пазара, те се натъкват на конкуренция, като при това социалната им мисия не е причина за тяхното толериране, а по-скоро се превръща в тежест.
- Сред представители на общинските администрации все още са факт задръжките по отношение на частните доставчици на социални услуги. Местните власти все още се усещат основно отговорни за организирането и финансирането на услугите, като продължават да се придържат към директната доставка, вместо да делегират тези дейности на частните предприемачи или НПО и по този начин да освободят човешки ресурс и административен капацитет за друг тип услуги.
- Социалното предприемачество в България беше подкрепено от Оперативна програма „Развитие на човешките ресурси“. Въпреки това голяма част от общините не реализираха подобни проекти поради бюрократични трудности и опасения за устойчивостта на предприетите инициативи.
- Съществен проблем в българската практика на социално предприемачество представлява недостигът на високо квалифицирани предприемачи, които са склонни да развиват подобни инициативи. Първоначалната оценка на сектора и проучването на съществуващите практики показват, че социалните предприятия се нуждаят от допълнителен капацитет, както в разработването на проекти, които да донесат допълнително финансиране, така и за развитие на организационния капацитет, стратегическото и бизнес планирането. Необходимо е допълнително обучение в сферата на бизнес планирането, счетоводството, финансовия мениджмънт, маркетинга, изграждането на партньорства и коалиции, фондонабирането и т. н.

Въпреки неефективната законова уредба, практиката в Хасковска област показва, че съществуват организации, макар и ограничен брой, които развиват социално предприемачество на сравнително добро ниво. Все пак, за да се превърне това в устойчива политика, която да има реален резултат за хората, е необходимо не само

пилотиране на различни модели, но и добро институционализиране в правната рамка, което ще стабилизира всяка интервенция и ще даде дългосрочна перспектива на инвестициите. Към това трябва да бъде добавена и подходяща стимулираща финансова политика, която да гарантира чрез позитивна дискриминация, че „равният шанс“ с обикновения бизнес ще бъде осигурен.

Ето и предложенията за подобряване на средата:

1. Оптимизиране на законодателството и създаване на гъвкава правна среда. Важното в случая е да се създадат условия за развитие на дейността и конкурентоспособността на СП, за да бъде постигната добавената стойност в посока социално включване на различните уязвими групи.
2. Да се регламентират различни данъчни облекчения при осъществяване на дейност като социално предприятие или реализиране на услугите/стоките, произведени в рамките на тази дейност.
3. Да се открият добрите практики и възпроизводимите модели, като да се разработи заедно със засегнатите страни пълна карта на социалните предприятия в България чрез определяне на характеристиките им, икономическите им модели, икономическата им тежест, потенциала им за трансграничен растеж, съдържанието и критериите на правните устави и данъчните режими, както и съществуващите механизми.
4. Да се облекчат достъпът и процедурите за участие на социалните предприятия като изпълнители на обществени поръчки, като се създадат и механизми, гарантиращи изпълнението на нормативните документи.
5. Да се изготвят разяснителни облекчени процедури за работодателите на социалните предприятия – какви документи следва да подготвят, наемайки хора с увреждания/хора в неравностойно положение, с цел да бъде избегната административната тежест от страна на работодателите, както и последващи санкции от страна на ИА „Главна инспекция по труда“.
6. Да се развият повече мерки, които са насочени към стимулиране и подкрепа дейността на социалните предприятия, с цел изграждане на капацитет и конкурентоспособност и развитие на иновации. Съществуващите програми са реална възможност СП да бъдат финансирани по оперативните програми.

7. Да се улесни достъпът до финансиране за социалните предприятия при започването на дейността им, развитието и разширяването им чрез инвестиции в социалните инвестиционни фондове, които предоставят инструменти на собствения капитал и дългово финансиране.
8. Търсене на възможности за използване на програмен период 2021-2027 г. за планиране и осигуряване на средства за осъществяване на националните и местни политики за стимулиране на социалното предприемачество.

Заклучение

Насърчаването на иновационни идеи в публичните политики има решаващо значение за подкрепа на ценностите на една активна, ориентирана към решаване на проблемите социална система. Тези възгледи стоят в основата на протичащите социални реформи в различни страни и поставят акцент върху развитието на социалното предприемачество и ролята на социалните предприемачи. Изтъква се разбирането, че именно социалните предприемачи имат способност чрез локализиране на използваемите ресурси - човешки капитал, сгради и оборудване, да намират гъвкави подходи за задоволяване на неудовлетворените социални нужди.

Концепцията за социалното предприемачество е сравнително млада и като теория, и като практика. Безспорно битува неразбирането не само от страна на обществото, но и от органите на данъчното и законодателното регулиране. В обществените представи се е оформила идеята, че социалното предприятие е вид трудоустройване на социално незащитени групи в търговски предприятия. Опитът на развитите страни сочи, че по-голямата част от социалните предприемачи стартират своя бизнес с дарения или грантове, в условията на действащи и подкрепящи мрежи от взаимоотношения и познанства, свързани с общи ценности и интереси. Набирането на средства от благотворителност, което е рядко явление в нашата страна, доброволчески труд и корпоративна отговорност води до разрастване на капитала, а от там и до генерирането на нови продукти и услуги.

Насърчаването на иновационните идеи в публичните политики има решаващо значение за насърчаване на ценностите на една активна, ориентирана към решаването

на проблемите социална система. Тези възгледи стоят и в протичащите в нашата страна реформи и поставят акцент в развитието на социалното предприемачество с акцент върху социалните предприемачи. За съжаление подкрепящата среда на този етап е недостатъчна за активното развитие на социалната икономика на територията на област Хасково.

Въпреки проблемите социалната икономика се опитва да утвърди способността си да дава своя ефективен принос в разрешаването на нови обществени проблеми, както и да укрепи позициите си в традиционни сектори като: селското стопанство, туризма, промишлеността, услугите, продажбите на дребно и др. С други думи, социалната икономика си създава репутация на необходим институт за икономическо развитие, осигуряване на по-справедливи доходи и разпределение на богатството, постигане на съответствие между услугите и потребностите, увеличаване на стойността на икономическите дейности, които обслужват обществените нужди, коригиране на неравновесията на пазара на труда, както и задълбочаване и засилване на икономическата демокрация. Новата социална икономика се оформя като нов сектор, който е все по-необходим с оглед на предоставянето на адекватен отговор на новите предизвикателства на глобалната икономика и обществените нужди. Тези предизвикателства са в основата на нарастващия интерес към ролята, която социалната икономика може да играе в социалното общество.

Източници и литература:

1. Закон за предприятията на социалната и солидарна икономика, обн. ДВ. бр.91 от 2 ноември 2018г., изм. ДВ. бр.17 от 26 февруари 2019г., изм. и доп. ДВ. бр.24 от 22 март 2019г., в сила от 02.05.2019 г.
2. Правилник за прилагане на закона за предприятията на социалната и солидарна икономика, приет с ПМС № 115 от 13.05.2019 г., обн. ДВ. бр.40 от 17 май 2019г., в сила от 17.05.2019 г.
3. Мотиви към проекта на закон на Закон за предприятията на социалната и солидарна икономика, одобрен с решение № 559 на Министерския съвет от 06.08.2018 г.
4. Георги Стефанов, „Търговско право- обща част“, изд. “Абагар“, гр. Велико Търново, 2011 г.
5. Резолюция на Европейския парламент от 5 юли 2018 г. с препоръки към Комисията относно устава за социалните и основаните на солидарност предприятия
6. План за действие на социалната икономика 2020-2021 г.
7. Р Е Ш Е Н И Е № 364 от 5 юни 2020 година ЗА ИЗМЕНЕНИЕ НА РЕШЕНИЕ № 148 НА МИНИСТЕРСКИЯ СЪВЕТ ОТ 2020 Г. ЗА ПРИЕМАНЕ НА ПЛАН ЗА ДЕЙСТВИЕ ПО СОЦИАЛНА ИКОНОМИКА 2020 – 2021 Г.
8. Интернет източници:
 - <http://bcnl.org/news/vazmozhni-li-sa-novi-horizonti-za-sotsialnite-predpriyatiya-v-balgariya-ili-kak-darzhavata-sche-otgovori-na-tozi-vapros.html>
 - <https://core.ac.uk/download/pdf/226113027.pdf>
 - <https://www.eesc.europa.eu/sites/default/files/files/qe-04-17-876-bg-n.pdf>
 - <https://seconomy.mlsp.government.bg/page.php?c=38&d=159>
 - <https://www.eesc.europa.eu/sites/default/files/files/qe-04-17-876-bg-n.pdf>
 - <http://bcnl.org/news/perspektivite-za-finansovi-instrumenti-za-sotsialnite-predpriyatiya-v-balgariya-idei-i-predlozheniya-za-deystvie.html>

- <https://agromassidayu.com/socialnoe-predprinimatelstvo-eto-cto-takoe-primeri-view-684554>
- https://www.ngobg.info/bg/documents/49/1246analiz_inovacii.pdf

Част 4.
**Предприемаческата готовност за създаване на
социални предприятия от страна на
неправителствените организации в региона на
Хасково
(Анализ)**



Проучването на предприемаческата готовност за създаване на социални предприятия в област Хасково се провежда в рамките на проект SOCIAL FORCES.

Проектът е съфинансиран от Европейския фонд за регионално развитие и от националните фондове на страните, участващи в програмата Interreg V-A „Гърция-България 2014-2020“.

Съдържанието на това проучване е отговорност единствено на „СВР“ – Хасково и по никакъв начин не може да се счита, че отразява възгледите на Европейския съюз, участващите страни, Управляващия орган и Съвместния секретариат.

Съдържание

Въведение	3
Анализ на резултатите от изследването за готовността на НПО за развитие на социална икономика на територията на област Хасково	6
Изводи и препоръки.....	44
Заключение	48
Информационни източници	51

Въведение

Въпреки че ЕС разработи доста политики в областта на социалната икономика и създаде доста предпоставки за нейното развитие, понятието за социална икономика все още е слабо известно или е в процес на установяване в следните държави: Австрия, Чешката република, Естония, Германия, Латвия, Литва, Малта, Нидерландия, Словакия и Хърватия.

Свързаните със социалната икономика понятия „нестопански сектор“, „сектор на доброволните организации“ и „неправителствена организация“ са доста по-отдавна познати. Що се отнася до нововъзникващите понятия, най-добре познати в държавите от ЕС са „нестопански сектор“, „трети сектор“, „сектор на гражданското общество и на доброволните организации“, „корпоративна социална отговорност“, „социални предприятия“ и „социални иновации“. При други понятия, като „кръгова икономика“ или „икономика на сътрудничеството“, се наблюдава тенденция на нарастване на равнището на знания в повечето държави от ЕС, докато понятията „икономика за общото благо“ и „солидарна икономика“ трудно намират прием в много държави от ЕС, в които те са слабо познати или напълно неизвестни¹.

Социалната икономика е различен начин на икономическа активност (правене на бизнес, стопанска дейност), която смесва находчивостта на бизнеса със социалната мисия на НПО, което осигурява умелото съчетаване и баланс на социалните и икономическите цели, затова НПО са най-добрите форми за организиране на предприемаческа дейност в областта на социалната икономика. Още повече, че социалното предприемачество представлява дейности, насочени към разрешаването на важни обществени проблеми, като едновременно с това тези дейности носят и приходи за предприятието. Социалното предприятие е баланс между организациите с идеална цел и обикновените бизнес начинания, защото може да се самоиздържа и да носи печалба, а едновременно с това и да помага за преодоляването на социални трудности.

Социална икономика е част от икономиката, наричана понякога Третият сектор (другите два са частният сектор и публичният сектор). При частния сектор основна цел на организациите е печалбата. В третия сектор основната цел е подобряването на качеството на живот на уязвими групи или изпълнението на социални мисии. Тук се включват доброволчеството, дарителството, дейността на социалните предприятия и кооперациите.

¹ <https://www.eesc.europa.eu/sites/default/files/files/qe-04-17-876-bg-n.pdf>

В българските условия към социалния сектор се отнася и т.нар. временна заетост, която се предлага на дълготрайно безработни лица с цел адаптиране и последващо преминаване в частния сектор на икономиката.

Част от социалната икономика са всички видове предприятия, които имат социални цели, например:

- кооперации;
- местни самоподпомагащи се предприятия или групи;
- асоциации;
- взаимоспомагателни дружества;
- фондации;
- сдружения и др.

В някои концепции изрично са посочени като социални предприятия и регистрираните по ЗЮЛНЦ неправителствени организации, които развиват стопанска дейност с изразен социален ефект по отношение на уязвимите групи – като това включва подобряване на жизненото им равнище, трудовата им заетост, предлагането на услуги или други форми на подкрепа, целящи активното им социално включване.

Социалното предприемачество може да се разглежда като нов, различен тип бизнес, който целенасочено ограничава печалбата, като я насочва към социални каузи. Т.е. принципът на генериране на печалба в полза на собствениците или акционерите, който е в основата на предприемаческата философия, тук е заменен от един „по-мек” вариант - социалните предприятия реализират печалба, но тя се реинвестира в организацията или в общността. В този контекст социалното предприемачество е изключително подходяща форма за българското общество, при което е налице висока концентрация на рискови фактори, които рефлектират в нарастване като брой хора и задълбочаване на проблемите на уязвимите групи.

Под каква форма съществуват социалните предприятия в България?

Както вече казахме, най-често социалните предприятия в България към настоящия момент са свързани с дейността на неправителствените организации (НПО), тъй като те са най-подходящи за социалния сектор. Ето и какви видове могат да бъдат те:

- **Неправителствени организации, предоставящи услуги на представители на своите членове или на целевите групи**, към които са насочили усилията си – услугите могат да бъдат образователни, консултантски услуги за хора от уязвими социални групи, социални или здравни услуги, за социално подпомагане, за осигуряване на елементарни медицински услуги и т. н.
- В практиката съществуват и **неправителствени организации, които изпълняват стопанска дейност** – те използват печалбата от тази стопанска дейност за финансиране на дейности в изпълнение на социалната мисия на организацията.
- Друг тип организации, които влизат в кръга на социалните предприятия, са **НПО, осигуряващи заетост на хора от рискови социални групи**, обикновено хора с увреждания.
- През последните години, особено насърчавани от финансирането, осигурявано от ЕС и донорските организации, са **неправителствените организации, които създават заетост и развитие на работната сила**. Те създават нови работни места за определени социални групи, които са целеви за нея. Често този модел е свързан с така наречената „защитаваща заетост“, където социалното предприятие е работодател на хора с увреждания – типичен пример за това са различните съюзи и обединения на хора с увреждания – на слепите, на глухите и т. н.
- Друг често разпространен модел на неправителствена организация – социално предприятие, е този на **организациите, които играят ролята на посредници** между целевата група – най-често това са хората с увреждания, и пазара. Тези организации създават работни навици, работна среда и възможности на хора с увреждания да се трудят, като след това посредничат за продажбата на произведеното – било чрез базари, чрез специални търговски обекти и т. н. Печалбата се използва за закупуване на нови материали и развиване на допълнителни услуги.
- **Предоставянето на социални услуги** е друг срещан модел на съществуване на социално предприятие в рамките на НПО – предоставят се платени социални услуги към външни клиенти и в същото време неправителствената организация е доставчик на социални услуги за своите членове, като това се субсидира от общината или от държавата след сключване на договор.

През последните години се полагат целенасочени законодателни и административни усилия за създаване на възможности за все по-широкото навлизане и на търговските дружества в сферата на социалното предприемачество. И тук формите са доста разнообразни, такива са:

- Самостоятелни търговски дружества – дружества, регистрирани по Търговския закон, които обаче се стремят освен постигането на максимална печалба да осигуряват заетост, да предоставят услуги на маргинализирани групи или хора с увреждания.
- Друг тип търговски дружества са тези, които неправителствените организации създават в изпълнение на своите функции. Те може да предоставят социални услуги, да наемат хора с увреждания или да предоставят друг тип услуги, но приходите от тяхната дейност трябва да бъдат инвестирани в социални услуги за конкретни целеви групи.
- Специфичен тип търговски дружества са тези, които са собственост на съюзите на хора с физически или ментални увреждания – те в голяма степен се припокриват като специфики с търговските дружества на НПО, но са насочени към една конкретна целева група и обслужват преимуществено нейните интереси.

Данните показват, че на този терен НПО и търговските фирми се срещат, преплитат се, допълват се и често се обединяват, за да могат да подкрепят по-устойчивото си съществуване. Ето защо ние ще разглеждаме тези два вида предприемачески инициативи паралелно, за да можем да намерим допирните им точки и да констатираме разликите, които те притежават.

Анализ на резултатите от изследването за готовността на НПО за развитие на социална икономика на територията на област Хасково

Проучването бе проведено на терен в периода от 15.03.2021 г. до 26.04.2021 г., като интервютата бяха направени от 15 до 30 март 2021 г., а фокус групите се проведоха през месец април. Предвид пандемичната обстановка една от публичните дискусии бе проведена онлайн, а другата на живо, като в едната се включиха представителите на

неправителствените организации от община Димитровград, а във втората представителите от община Хасково. Срещнаха се доста трудности с организацията предвид Ковид кризата.

Изследвани чрез интервюта бяха 30 респондента, които се разпределят по демографски характеристики както следва:

Таблично представяне на резултати от изследването сред представители на НПО

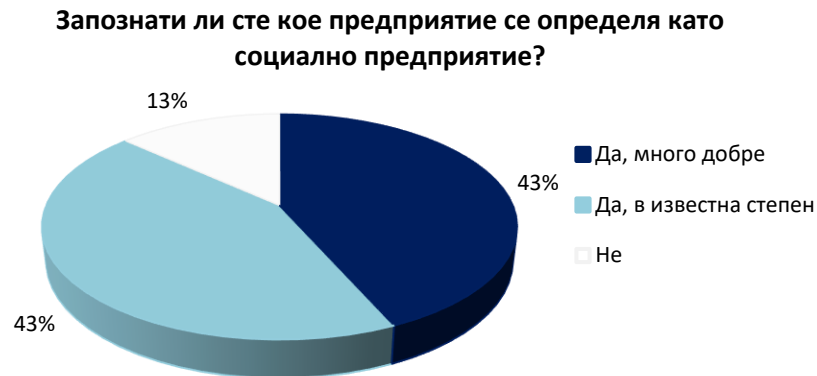
Демографски характеристики			
		Брой	Процент %
Вие сте	Представител на НПО	30	100%
	Общо:	30	100%
Вашият пол е:	Мъж	3	10%
	Жена	27	90%
	Общо:	30	100%
Вашата възраст е:	от 30 до 50 г.	19	63%
	от 51 до 60 г.	6	20%
	над 61 г.	5	17%
	Общо:	30	100%
С какво образование сте?	средно	7	23%
	висше	23	77%
	Общо:	30	100%
В коя община работите?	Хасково	8	27%
	Димитровград	10	33%
	Харманли	9	30%
	Друга	3	10%
	Общо:	30	100%

Интервюирани са 30 броя представители на НПО, от които мъжете са 10%, а жените - 90%. В третия сектор като цяло по-разпространено е участието на жените. От интервюираните 83% са до 60 години, а 17% са над 60 години. Това се дължи на факта, че представителите на слепите, на глухите, на диабетиците и на хората с увреждани са по-възрастни хора. Разбира се, че хората с висше образование преобладават, те са 77% от интервюираните спрямо тези 23%, които са със средно образование. Има представители на общините: Димитровград, Хасково, Харманли и Стамболово. Най-много са представителите на НПО в Димитровград – 10 на брой, а най-малко в Стамболово - 3 човека.

Събраната информация не е представителна, но дава обща представа за информираността, за общите проблеми, за насоките и за предложенията за промяна на средата. Добавените резултати от проведените две фокус групи в Хасково и в Димитровград подобряват качеството на събраната информация и помагат да се направят едни по-задълбочени изводи и заключения, тъй като в дискусиите се обсъждат доста по-обстойно регистрираните проблеми на територията на Хасковска област.

Във фокус групите се включиха общо 16 човека, по 8 от Димитровград и от Хасково.

Отговорите на въпроса „Запознати ли сте кое предприятие се определя като социално предприятие?“ могат да се проследят в следващата диаграма.



Диаграма, представяща отговорите на представителите на НПО сектора

От данните става ясно, че цели 43% от представителите на неправителствения сектор са запознати много добре със социалното предприятие, което сравнено с представителите на бизнеса (Вж. следващата диаграма) е доста висок резултат, защото тази група сред предприемачите е само 10%.



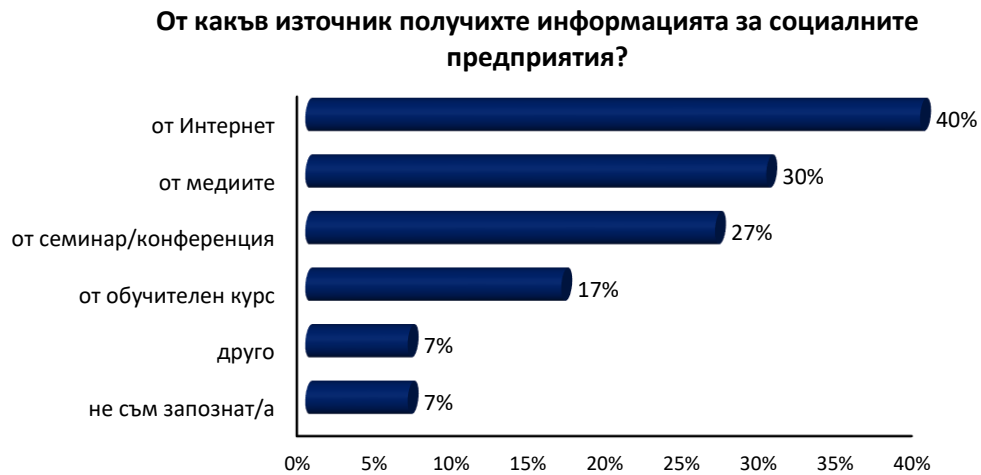
Диаграма, представяща отговорите на представителите на бизнеса

Наличието на информация в известна степен е характерно за 43% от представителите на НПО сектора и за цели 74% от представители на бизнеса. Тези данни разделят на две неравностойни групи информираността сред представителите на НПО сектора и показват силен превес на групата на частично информирани сред представителите на бизнеса и ниския им дял сред представителите на много добре информирани.

Незапознатите представители на НПО сектора са 13%, а на бизнеса – 16%. Тези относителни дялове на представителите на двете целеви групи се доближават. На базата на сравнените данни се вижда, че представителите на НПО сектора като цяло са значително по-добре информирани от представителите на бизнеса. Това се дължи основно на факта, че **ролята на тези организации за общественото развитие е особено значима и тя се променя заедно с промяната на средата, в която живеем.** Гражданското общество може да бъде особено влиятелно върху развитието на социалната икономика, най-вече когато е добре организирано. Хората, които са включени в неправителствените организации, посвещават знанията и уменията си за разрешаването на различни социални проблеми и това ги прави по-добре подготвени да решават проблеми в социалната сфера, както и да водят диалог с властта (когато такъв е възможен) или да изискват действия, адекватни на нуждите на хората. Освен това за представителите на НПО сектора се организират повече информационни събития, а и те са по-склонни да ги посещават.

Източниците на информация по темата, разбира се, са различни, но те взаимно се допълват. Интервюираните представители на НПО сектора също като при представителите на бизнеса черпят информация главно от Интернет, това твърдят 40 на сто от респондентите, което въпреки първото място отредено на Интернет на тази група, е сравнително по-малко в сравнение с представителите на бизнеса, които са 65%. При предприемачите се регистрира и висок процент на информиране от страна на медиите – 48%. Това показва, че информираността на предприемачите е резултат главно от индивидуалното им търсене на информация по темата и рядко техните представители се включват в организирани обучително-информационни събития, които предоставят систематизирана и актуална информация. Докато при представителите на НПО сектора този процент е доста висок – 27%, при тях информация се черпи основно от семинарите и конференциите, както и 17% от провежданите обучителни курсове. Всичко това показва, че групата на третия сектор е значително по-масово, целенасочено и организирано информирана в сравнение с представителите на бизнеса. В същото време представителите на местните власти са групата притежаваща средна информираност. При техните представители 54% от респондентите се информират от Интернет, а 29% от медиите. В семинарите и конференциите са били включвани 20%, а в обучителните курсове – 7%. Представените резултати показват, че на национално, регионално и местно равнище

основната целева група, получила най-добрата информираност, са представителите на третия сектор, следвани от представителите на местните власти и чак тогава са предприемачите.



За да се развива успешно социалната икономика на територията, е необходимо подобни обучения, информационни инициативи и кампании да се провеждат равнопоставено. Само така може да се осигури равен шанс за предприемаческа активност и подкрепа от страна на властите. Слабата информираност крие опасности от допускане на грешки, пропуски и осъществяване на неефективни проектни действия, които могат да създават сериозни препятствия пред създаването, утвърждаването и развитието на социалната икономика на територията на Област Хасково.

Провокирането на личен интерес към социалното предприемачество може да се предизвика по различен начин и в резултат на различни причини, които могат да доведат до постигането на конкретни стъпки в областта на предприемачеството, както и постигането на социални резултати. Това може да се проследи от отговорите, отразени в следващата диаграма.

От какво може да се провокира Вашия интерес към социалното предприемачество?



От данните става ясно, че мотивацията при третия сектор се предизвиква от постиганата подкрепа на хората в риск, това смятат цели 60% от интервюираните, като се добавят и 13%, че подобряването на доходите е сериозен стимул. И двете причини на практика водят до подобряване състоянието на хората в риск. Следователно подобряването на общия статус на хората в риск е водещ мотив за представителите на НПО сектора. Следва възможността за подкрепа на конкретни бизнес инициативи, което е мотив за 47% от респондентите. С други думи представителите на третия сектор обръщат по-малко внимание на значението на самата бизнес инициатива и очакваните печалби в сравнение със социалния ефект. Любознателността и интереса към различния вид предприятие е само 3%. При съпоставката с предизвикателствата за бизнеса тези относителни дялове са следните: подкрепата на хората в риск 32%; възможността за подкрепа на конкретни бизнес инициативи е мотив е 39% от интервюираните. Любознателността води 23% от предприемачеството, а подобряването на доходите - 16%. Сравнението показва разликата между мотивацията на двете целеви групи, която представя НПО като акцентиращи върху възможността да подкрепят хората в риск, а бизнеса смята, че водеща в тяхната мотивация е конкретната бизнес инициатива, осигуряваните от нея доходи и любознателността към новите производствени възможности, които тя осигурява. Тези различия са съвсем логични предвид основната ориентация, статут и професионален опит на двете целеви групи.

От събраната информация може да се заключи, **че гражданските организации не само говорят за обществените проблеми, но и работят на терен за тяхното разрешаване.**

Много често социалното предприемачество се реализира като част от обща програма за социални услуги (класически – дневни центрове, центрове за рехабилитация и пр.). На практика първата подкрепа, най-често в ситуация на криза или за да развият определени

умения, се предоставя от социалната услуга. Социалното предприемачество надгражда социалните интервенции като всъщност играе ролята на мост към активно социално включване – заетост, образование, обучение, услуги. Това предопределя в някои случаи механизмите на финансиране, според които определени организации, които развиват тази дейност, получават диференцирано финансиране от различни източници – такси срещу заплащане, донорско финансиране, субсидии за започване на малко и средно предприятие и пр. От една страна, това включва предоставяне на услуги в образователната (всички форми на неформално образование), здравната (здравни медиатори, пациентските организации), социалната сфера (като доставчици на съвременни социални услуги), така че да се посрещат реалните нужди и да се намаляват държавните дефицити в тези области. От друга страна, натрупаните знания и опит използват в диалога си с институциите при формирането на политики и закони, като включват в процеса маргинализираните и най-уязвими групи, или най-неудобните въпроси, и насърчават повече участие и ангажираност на хората, които са засегнати от решенията. А в повечето случаи засегнати от политическите и законодателни решения сме цялото общество. Така че представителите на НПО сектора са най-подходящи за стартиране на ново социално предприятие.

Различията в мотивацията формират и в известна степен различни нагласите за стартиране на социално предприемачество. Така например 10% от представителите на гражданските организации смятат, че в известна степен са готови за подобни инициативи, а други 10%, че обмислят подобен вариант на действие (Вж. следващата диаграма). При бизнеса тези проценти и в двата случая са 3%. Това говори, че по-добрата информираност е осигурила възможности за формиране на по-добри нагласи сред представителите на третия сектор за стартиране на социален бизнес проект. Тяхната мисия ги кара да са по-отворени към социалната икономика и нейното развитие. На 3% от интервюираните представители на гражданските организации и 10% от представителите на бизнеса им липсва финансов ресурс. Главно поради тази причина, както и поради други, подобна инициатива е рискована според 33% от представителите на НПО сектора и за 23% от представителите на бизнеса. Тези данни показват, че и двете групи отчитат значението на риска.

Имате ли нагласа да стартирате ново социално предприятие?



Цели 43% от респондентите, представители на гражданското общество, и 39% от представителите на бизнеса са лишени от нагласата да стартират подобни инициативи, което показва ниската мотивация по отношение на социалното предприемачество и неговото развитие на територията на Хасковска област.

От представената информация може да се заключи, че и двете групи потенциални предприемачи в социалната икономика са възпирани от големия риск и липсата на финанси, независимо от тяхната професионална и мениджърска готовност и информираност по темата.

Един от най-важните въпроси, касаещи предоставянето на социални услуги у нас, е механизмът, посредством който същите се финансират. При отговорите на двете групи респонденти се регистрират различия по отношение на предпочитаните видове финансов ресурс. Техните представители се доближават единствено в предпочитанията и готовността си да използват проектното финансиране, както и в известна степен в нерешителността си да осъществят на практика социалното предприемачество. Големи са разликите в използването на смесени ресурси, на които се надяват в по-голяма степен представителите на НПО сектора (47%) и на частния финансов ресурс – 13% на групата на предприемачите. В следващите таблица и диаграма може да се проследи мнението на представителите на НПО сектора сравнено с това на представителите на бизнеса. На въпроса **„Ако решите в бъдеще да предприемете такава инициатива, на какъв вид финансов ресурс бихте могли да разчитате?“** са дадени следните отговори:

Отговори на въпроса	Представители на гражданските организации	Представители на бизнеса
Смесени ресурси	47%	13%
Финансиране чрез изпълнение на проект	37%	32%
Дарение, спонсорство	3%	3%
Не съм решил/а все още	10%	16%
Нямам подобни намерения	10%	23%
На частен финансов ресурс	0	13%

Ето така се подреждат предпочитанията на НПО сектора по отношение на предпочитания финансов ресурс.



Според действащата нормативна рамка потенциалните възможности за обезпечаване на средства за подобен род дейност са следните:

- доставчиците на социални услуги, вписани в регистъра към Агенцията за социално подпомагане, имат право да кандидатстват за получаване на финансови средства за извършване на социални услуги от Републиканския бюджет и от общинските бюджети;
- доставчиците на социални услуги могат да финансират дейностите си от приходи, получени в резултат от заплащани от ползвателите такси за предоставените им социални услуги;
- всеки доставчик, който е вписан в регистъра към Агенцията за социално подпомагане, може да кандидатства за отпускане на средства, както от фонд „Социално подпомагане“, така и от други държавни фондове, които финансират социални услуги;

- доставчиците могат да кандидатстват с проекти за финансиране по действащите Европейски програми;
- всеки доставчик може да обезпечи средства на база друга стопанска дейност на търговското му дружество;
- в определени случаи, когато става дума за специализирани предприятия и кооперации, собственост на съюзите на хората с увреждания, е допустимо целево финансиране от съответните организации срещу защитени проекти за обучение, квалификация и преквалификация на персонала, технологично обновление и прочие.

Тези различни възможности са значително по-достъпни за гражданските организации, които са по-социално и проектно ориентирани. Това до голяма степен формира и техните предприемачески нагласи, които се различават от предприемаческите идеи на бизнесмените. Следователно социалното предприемачество прави опити за преодоляване на бариерата между бизнес сектора и обществения сектор. Макар да е свързано по-тясно с „нестопанския“ или „третия“ сектор, както и с концепцията за „социална икономика“, тъй като тя набляга на цели, които служат на общността и обществото като цяло, то не трябва да пренебрегва и печалбата на компанията, която да може да се инвестира за подобряване състоянието на рисковите групи. Затова е без значение организационната форма - търговско дружество или НПО, но тъй като НПО концентрират потребностите на отделни уязвими групи, социалните предприятия са възможност за тях да генерират приходи от стопанска дейност като ангажират целевата си група, в търсене на нови и устойчиви ресурси за изпълнение на обществено полезни дейности (подобряването на качеството на живот на уязвими групи, организирането на социални мисии и др.). Като алтернатива на проектната дейност, НПО използват в практиката и доброволчеството, и дарителството, които също ги отличават от бизнеса.

Едно от най-големите ограничения е постигане на устойчивост в дългосрочен план, тъй като социалните цели и задачи затрудняват бизнес частта. Най-често програмите, насочени към подкрепа на социално предприемачество, са малки грантове за започване на дребен бизнес, инвестиции в развитие на бизнес умения, комуникации и пр., които рядко осигуряват необходимата устойчивост на социалното предприятие.

В практиката някои неправителствени организации изпълняват стопанска дейност, което е допълнителна възможност за подкрепа на социалното предприемачество. Те не разпределят печалбата и затова я предоставят за финансиране на дейности в изпълнение на социалната мисия на организацията. Друга използвана от НПО форма на работа е стартиране на предприятие със стопанска или просто с търговска дейност към НПО, което генерира приходи, които се използват за финансиране на организацията, но моментът на тяхното генериране не е свързан с полза за служителите, други уязвими групи или социални мисии. Ако например НПО разполага със сграда, която отдава под наем и използва приходите за финансиране на дейността си, не е социално предприятие, а стопанско предприятие към НПО.

Различните видове форми на социално предприемачество водят след себе си и различните предпочитания за видовете човешки ресурс, който може да се използва в едно социално предприятие.

Ако решите в бъдеще да предприемете такава инициатива на какъв човешки ресурс бихте могли да разчитате?



От представените отговори в горната диаграма става ясно, че представителите на НПО сектора предпочитат работата с младите хора (33%) и членовете на екипа (30%) от интервюираните респонденти.

В съвременните условия за голяма част от младите хора не са осигурени достатъчно възможности за трудова заетост. Бързо извършващата се социална промяна на пазара на труда изисква адаптивност към изискванията на предлаганите възможности. Самонаемането чрез създаване на социално предприятие е един добър начин за осигуряване на заетост. Социалните предприятия освен че оптимизират икономическия

растеж, създават и работни места в рамките на общността. Те обезпечават социалната реализация на представителите на уязвимите социални групи. Социалното предприемачество като цяло осигурява нови възможности за бизнес и трудова заетост особено сред младите хора, които са по-склонни към използването на иновативни подходи и практики.

Участниците във фокус групите, които на практика бяха представители на различните видове НПО на хората с увреждания изразиха своите опасения от включването на хората с увреждания в социалните предприятия. Те споделиха, че в досегашната си работа е трябвало да преодоляват голямо количество проблеми, които са свързани с даваните от тях препоръки за качествата на определени техни членове, така и с липсата на лоялност и разбиране от страна на предприемачите, които нарушават правата на хората с увреждания. Възникващите противоречия между двете страни „работодател“ – „работник“ през годините ги е поставял в доста деликатно положение. От друга страна са малко хората с увреждания, които търсят работа, а тези, които искат да бъдат наети, рядко получават приемливи оферти. След наемането на хора в риск пък възникват доста противоречия между наети и наематели, които са свързани с липсата на квалификация, отговорност, спазване на дисциплина, отнасящи се до наетите, и злоупотреба от страна на работодателите като извършване на допълнителен труд, забавяне или неплащане на заплати и др. Всичко това води до битуването на предубедеността за качеството на работната сила, което възпира предприемачите да наемат безрезервно хората с увреждания. От друга страна по-голямата част от хората с увреждания не са склонни да бъдат наемани, тъй като им е гарантирана някаква минимална финансова издръжка, свикнали са да бъдат обгрижвани по някакъв начин, рядко имат изградени трудови навици и трудовите им потребности не са големи. Всичко това доста затруднява набирането на персонал от тази група, затова и при изразяване на предпочитанията за тяхното наемане, въпреки социалната си мисия само 10% от интервюираните представители на НПО сектора проявяват такова намерение, а от представителите на бизнеса – 23%. По-високият процент предприемачи показва по-малък опит и информираност за наличие на нормативни изисквания в тази посока. Затова бизнесмените са ориентирани в по-голяма степен към хората с уврежданията, а НПО секторът е обърнат към другите групи в неравностойно положение като безработни работници и специалисти, които правят общо 27%, докато при

бизнеса те са общо 19%. Тук трябва да се отбележи, че предприемачите се страхуват да наемат повече от дългосрочно безработните в сравнение с хората с увреждания, тъй като те имат пък повече опит с тази целева група. И дългосрочно безработните често изгубват трудовите си навици, трудно се социализират и адаптират, което не по-малко затруднява работния процес.

И двете групи имат доверие и искат да разчитат на:

- членовете на екипа, с който работят (30% от НПО сектора и 23% от бизнеса);
- роднини и приятели (7% от НПО и 6% от бизнеса).

От представените данни става ясно, че бъдещите предприемачи разчитат повече на своите изпитани екипи, отколкото на своите роднини и приятели, които често нямат нужната квалификация. Това говори за една сравнително трезва оценка на изискванията към качествата на търсения екип.

От отговорите, дадени от страна на респондентите, в следващата таблица се вижда, че предприемаческият интерес сред представителите на НПО сектора е доста нисък. Той е голям само сред 3% от интервюираните, в известна степен той съществува за 10%. Всички останали по различни причини попадат в групата на демотивираниите. Най-сериозните причини са липсата на информация и липсата на сериозни преференции. Съществуват много предизвикателства и проблеми, които трябва да се преодоляват от предприемачите, а подкрепите и преференциите за СП са малко. Всичко това демотивира, разубеждава и плаши потенциалните предприемачи. Представителите на НПО организациите по време на дискусиите изказаха мнението, че това се дължи преди всичко на тяхната неподготвеност за сериозна стопанска дейност, както и за работа с хора, изискващи допълнителни грижи и обслужване. Това са препятствия, чието преодоляване изисква добра подготовка, добра подкрепа и добри ресурси. На този етап на представителите на третия сектор им липсва опит, липсва им подкрепа и реална финансова помощ, от която да се възползват. Те виждат многобройните проблеми, а действащите преференции не могат да ги покрият и затова те не желаят да поставят организациите си в риск. Какви са проблемите, стоящи пред НПО, може да се проследи от следващата диаграма.

Съществува ли според Вас предприемачески интерес към социалните предприятия?

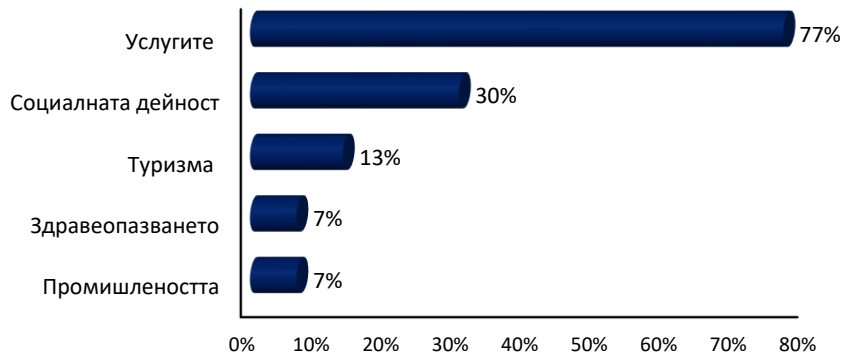


Почти същото пасивно отношение и нерешителност се среща и при представителите на бизнеса. Причините за липсата на интерес са различни и това са: липсата на информация; липсата на адекватна нормативна база; липсата на реални преференции; страхът от ниската работоспособност на хората с увреждания; трудното намиране на квалифицирани кадри и редица проблеми и рискове, свързани с управлението на хора от уязвимите социални групи.

Особено сериозно е заплашено икономическото състояние на социалните предприятия след обявяването на пандемията от COVID-19. В следствие на здравната криза всички социални предприятия бяха засегнати значително – защото работят на границата между бизнеса и социалната сфера. Според участниците в дискусиите социалните предприемачи бяха принудени да адаптират бизнес моделите си - да направят необходимите промени в услугите и начина на предлаганите от тях продукти, като във фокуса им остават нарасналите социални нужди на групите, с които работят.

Правилната ориентация към определен сектор е от особено значение за развитието на дадено социално предприятие. В условията на криза развиващите се сектори и условията в тях се променят драстично. Към кои сектори са насочили своето внимание интервюираните, може да се проследи в отговорите от следващата диаграма.

Кой сектор според Вас е най-подходящ за развитие на социалното предприемачество?



Разбира се услугите са най-приемливи за 77% от интервюираните, следвани от социалната дейност с 30%. След това са изброени туризмът – 13%, здравеопазването – 7% и последно място е отредено на промишлеността също със 7%. Услугите при бизнеса са също на първо място с 60%, следвани от промишлеността с 23 %, социалната дейност – 17%, туризма с 13% и здравеопазването със 7%. От представените данни става ясно, че третият сектор предпочита основно услугите и социалните дейности, а бизнесът - услугите и промишлеността. Тези предпочитания се формират на база на тяхната специфика, опит и практики.

Услугите, които се предоставят от социалните предприятия, трябва да насърчават възможностите за заетост, както и кариерното развитие за хората, останали без работа, били те с увреждания и/или други, които също са представители на уязвимите социални групи, както и съдействие при намирането/завръщането на работа. Освен това НПО могат да подкрепят нови бенефициенти при стартиране на собствен бизнес, при създаване на самостоятелна заетост, при реализация на предприемачески инициативи, стартиране на самостоятелен бизнес, т.е. те могат да играят ролята и на бизнес инкубатор, който да подкрепя представителите на бизнеса и другите НПО в усилията им да развият социална икономика на територията на Хасковска област.

„Социалното предприемачество и социалната икономика като концепции позволяват създаването на алтернативни модели за извършване на стопанска дейност, които са пазарно ориентирани и в същото време интегрират всички участници на свободния пазар – работници и служители, работодатели, инвеститори, потребители и др. Чрез популяризирането на концепцията за социалното предприемачество за първи път започва да се говори за стопанска дейност, ориентирана не само към максимизиране на печалбата,

но и към постигането на резултати, свързани с благоденствието на цялата общност и определени социални групи в неравностойно положение.”²

Какви могат да бъдат предприятията, работещи към НПО, според участниците във фокус групите и интервюираните? Това могат да бъдат:

- **Социално предприятие, работещо в социалния сектор.** Това са социални предприятия, които съществуват и имат място във всички сфери на стопанската дейност - производство на всякакви стоки и предоставянето на различни услуги. Не трябва да се отъждествява дейността на социалните предприятия с дейности единствено в социалния сектор, защото това би бил само частен случай.
- **Стопанско предприятие към НПО.** Това е предприятие със стопанска или просто с търговска дейност към НПО, което генерира приходи, които се използват за финансиране на организацията, но момента на тяхното генериране не е свързан с полза за служителите, други уязвими групи или социални мисии (например НПО разполага със сграда, която отдава под наем и използва приходите за финансиране на дейността си, това не е социално предприятие, а стопанско предприятие към НПО). В него може да се осъществява стопанска и/или търговска дейност. Стопанската дейност е икономическа активност, която води до генериране на приходи от налични ресурси (производство, търговия, услуги и др.) Търговската дейност е вид стопанска дейност, при която приходите се генерират от търговия (покупка с последваща продажба на стоки). Стопанското предприятие към НПО може да бъде и социално предприятие.

Стопанското предприятие към НПО може да бъде регистрирано и като **търговско дружество**. Според българското законодателство съществуват следните видове търговски дружества: събирателно дружество; командитно дружество; командитно дружество с акции; дружество с ограничена отговорност; акционерно дружество. По принцип юридически лица (включително ЮЛНЦ) и физически лица могат да бъдат учредители и съдружници във всеки един от тези видове търговски дружества. Дори и в тази хипотеза, останалите критерии остават гарантирани, доколкото печалбата, реализирана от търговското дружество, може да бъде разпределена само в полза на

² 1 <http://www.millennium.bg/faq>

самото ЮЛНЦ и така пак ще бъде реинвестирана в постигането на социалните му цели.

- **Специализираните предприятия и кооперации на хора с увреждания** са по дефиниция социално предприятие. Техният статут е изрично регламентиран в ЗИХУ. Следва да бъде отбелязано, че съгласно чл. 316 от КТ, общините, държавните органи и работодателите с над 300 работници имат задължението да създават специализирани предприятия или цехове за лица с трайно намалена трудоспособност. Според закона (чл. 28 от ЗИХУ) специализирани предприятия и кооперации на хора с увреждания са тези, които отговарят на следните критерии:
 - регистрирани са като търговски дружества по ТЗ или като кооперации по ЗК;
 - произвеждат стоки или извършват услуги;
 - имат относителен дял на лицата с трайни увреждания, както следва: за специализирани предприятия и кооперации за незрящи и слабовиждащи лица – не по-малко от 20 на сто от списъчния брой на персонала; за специализирани предприятия и кооперации на лица с увреден слух – не по-малко от 30 на сто от списъчния брой на персонала; за специализирани предприятия и кооперации на лица с други увреждания – не по-малко от 30 на сто от списъчния брой на невписани са в регистъра за специализирани предприятия и кооперации, поддържан от АХУ (чл. 29 от ЗИХУ).
- **Стопанско предприятие, работещо в социалния сектор.** Не всички предприятия, предоставящи социални услуги, са социални предприятия. Например предприятие, което предоставя луксозни рехабилитационни услуги, работи в социалния сектор, но не е социално предприятие, ако работещите в него нямат специалната полза от дейността му или ако предприятието се нуждае от дотации за да работи. То може да бъде и социално предприятие, ако предлага услугите си на хора в риск.
- **Дотирано предприятие.** То може да се изгради към НПО, община, държава или към друго предприятие. Това е предприятие, което със своята стопанска дейност не може да покрие разходите си с постъпилите приходи от дейността. В този случай частен донор или друга структура (община) дотира, дофинансира предприятието, за да може то да продължи да съществува. То може да е социално в зависимост от това

на кого предлага своите стоки и услуги. Такова е социалното предприятие в община Димитровград.

Социалната икономика, като част от икономиката, понякога е наричана и Трети сектор (другите два сектора са частния сектор и публичния сектор). За разлика от частния сектор, където основна цел на организациите е печалбата, в третия сектор основната цел е подобряване качеството на живот на уязвимите групи или изпълнението на социалните мисии на всяка една организация. Тук мисията на едно социално предприятие и мисията на една неправителствена организация съвпадат като дългосрочни цели със социален характер. Освен това и в двата случая е възможно включването на доброволчеството и дарителството като дейности на социалните предприятия, кооперациите и НПО. В българските условия към социалния сектор се отнася и т.нар. временна заетост, която се предлага на дълготрайно безработни лица с цел адаптиране и последващо преминаване в частния сектор на икономиката.

Системата от процедури, които трябва да бъдат спазвани от работодателите на работното място, включително права на работници, условия на работа и системите за управление, е социална отговорност, която трябва да се следи и контролира и стриктно да се прилага във всяко социално предприятие на територията.

Практиките на отговорния бизнес, който носи полза на бизнеса и на обществото и подпомага социалното, икономическо и екологично устойчиво развитие, чрез максимизиране на положителното влияние на бизнеса върху обществото и минимизиране на негативното за осигуряване на интелигентен и приобщаващ растеж, се нарича корпоративна социална отговорност. Тя е характерна черта за социалното предприемачество.

Развитието на социалното предприемачество се определя от нормативната уредба, от традициите и от средата, подпомагаща развитието на партньорствата между нестопанския и корпоративния сектор, както и между нестопанските организации и публичните власти.

Интервюираните определят като най-важен фактор за развитието на социалната икономика правната рамка, осигуряваща нормативната подкрепа за социалните предприятия. Това мнение споделят 70% от интервюираните. Въпреки че българското законодателство предлага една комплексна нормативна база за развитие на дейности,

които имат своето съотнасяне към характеристиките на социалната икономика³, то все още не е достатъчно ефективно.

Завишените изисквания към социалните предприятия за регистриране по отдавна чакания и приет през 2019 г. специален Закон за предприятията на социалната и солидарна икономика доведоха до предизвестен резултат. Едва 33 социални предприятия са успели да покрият изискванията в закона и да се впишат в регистъра на социалните предприятия. Като социални предприятия клас А (покрили изискването за печалба и реинвестирането на минимум 50 на сто от нея, но не по-малко от 7500 лв. за осъществяване на социална дейност или цел/или наели не по-малко от 30 на сто и не по-малко от три лица от уязвими групи) са се регистрирали 27 организации. Едно единствено предприятие е успяло да прескочи условието за печалба и инвестиране на минимум 75 000 лв., за да кандидатства за клас А+.

Така рамката на закона се оказва неработеща, още повече, че фигурирането в регистъра не е обвързано изрично с точно посочени насърчителни мерки. Такива има записани единствено за предприятията клас А+, които имат право на възмездно учредяване в тяхна полза на право на строеж или право на ползване върху имоти - частна общинска собственост, без търг или конкурс, както и право на финансово подпомагане за обучение за повишаване на квалификацията на заетите. За предприятията клас А законът предвижда най-общо формулирани насърчителни мерки на ниво министерство и общини.

На този фон представителите на НПО сектора, участващи в дискусиите, са категорични, че новият закон следва да бъде изменен след анализ на въздействието. Това можеше да бъде спестено, ако бяха взети под внимание предложенията на работните групи и ако мнозинството в парламента се бе вслушало в предложенията на заинтересованите страни в закона да не се регламентират непосилни финансови прагове. Голяма част от социалните предприятия едва успяват да излязат на нула, камо ли да формират такива печалби.

Следващият фактор според участниците във фокус групите е местната и регионална политика, подпомагаща социалната икономика, която е подкрепена и от 57% от респондентите. Представителите на НПО констатираха липсата на системна и целенасочена

³ Търговски закон, Закон за кооперациите, ЗЮЛНЦ, Закон за интеграция на хората с увреждания, Закон за насърчаване на заетостта, ЗМСП, Закон за занаятите, Закон за закрила и развитие на културата, Закон за доходното облагане.

политика на местно и регионално ниво. Голяма част от общините и отговорните институции, намиращи се на територията на област Хасково, проявяват едно пасивно и хаотично поведение по отношение на социалната икономика и нейното развитие.

Преференциалното финансиране е важно за 50% от интервюираните. Всички участници в дискусиите се съгласиха, че без сериозен финансов ресурс устойчиво развитие на социалните предприятия е невъзможно.

Изброените три фактора, които посочихме дотук, са отразени и в следващата диаграма. Те са водещи в развитието на социалната политика и затова трябва да се обезпечат в стратегическото планиране, да се регламентират нормативно, да се осигурят финансово, за да могат да се прилагат в практиката ефективно.



Разбира се не трябва да се пренебрегва и значението на по-малките относителни дялове на следващите фактори, влияещи на развитието на социалната икономика. Това са:

- **Институционалната подкрепа**, която е важна за 37% от интервюираните, за съжаление на този етап тя е непостоянна, непоследователна и рядко срещана в практиката, според преценката на участниците във фокус групите.
- **Осигуряването на пазар и обществени поръчки** е важно само за 3% от интервюираните, докато за участниците във фокус групите това е доста по-сериозен фактор, който трябва винаги да се взема под внимание при стартирането на всеки нов бизнес, защото той осигурява текущите приходи за СП.

- **Предприемчивостта на местните власти** е важна за 17% от респондентите - тази черта на местните власти е доста слабо развита на изследваната територия, само община Димитровград проявява такава активност. С тези 17% предприемчивостта на местните власти е оценена като важна от страна на интервюираните и като особено важна от страна на участниците във фокус групите.
- **Секторните обединения за подкрепа и подпомагане на СП** са важни за 10% от интервюираните. Те са особено важни според участниците във фокус групите, защото осъществяват връзката между горните нива на управление, посредничат при решаването на многобройните проблеми на социалната икономика, осигуряват работата в мрежи и могат да подобрят международните контакти и разпространението на положителен опит. Като цяло те се стремят да подобряват средата и могат успешно да си партнират с работните групи, променящи законодателството, да предлагат обучения и консултации и да лобират и защитават интересите на своите членове, затова те са важни и необходими за НПО сектора. Използват се и за конкретни подкрепи на конкретни предприятия.
- **Работата в мрежи** е посочена от 7% от интервюираните и много повече от респондентите от фокус групите. Тя е доста подобна и се допълва от нещата, казани за секторните обединения. За работата в мрежи е характерна обмяната на ресурси, на практики и на информация, както и на обединяване на усилията при възникване на конкретен проблем. Да работиш в мрежа, означава да умееш да споделяш, да подкрепяш, да делегираш и в същото време да си надеждно информиран по актуалните проблеми на общността. Това означава, че част от проблемите, които стоят пред приемачите могат да отпаднат поради общите усилия и да не се налага всеки сам за себе си да открива „топлата“ вода. Така се пестят време и ресурси. За съжаление при съществуващите условия е доста трудно да се реализира в практиката. Участниците във фокус групите заключиха: „Мрежите са възможност, която е почти неизпълнима“, поради следните причини: другите СП се възприемат като конкуренти, налично е желанието на всяка организация да се доказва самостоятелно, да иска да оглави и ръководи всякакви нови партньорски инициативи, да задоволява собствените си потребности и рядко потребностите на останалите. Освен това респондентите констатираха острия дефицит на доверие и битувашката подозрителност доколко ще се съблюдават общите интереси и ще се

намалява пристрастността към едно или друго социално предприятие. Въобще прилагането на партньорския подход в различните инициативи е трудно приложим поради изброяването на горепосочените проблеми.

Предвид социалните цели, които си поставят социалните предприятия, и спецификите на целевите групи, успешното им развитие зависи силно от традициите и средата за развитие на партньорства между нестопанския и корпоративния сектор, както и между нестопанските организации и публичните власти.

Основните предизвикателства, пред които са изправени социалните предприятия, са много, но приоритетният за тях е намирането на необходимия финансов ресурс. Това смятат 53% от интервюираните. Участниците в дискусиите са по-категорични в преценките си относно финансовите възможности. Разбира се, че всеки един предприемач се стреми към възвръщаемост и устойчивост, която е базирана на наличния набор от финансови инструменти. Това не означава социалното да се подценява, а напротив – тези два подхода трябва да вървят в синхрон. Социалните предприятия се стремят предимно към социален ефект и в началото стои добрата идея за решаване на даден социален проблем, но в същото време могат да растат и като бизнес производства и като приходи от бизнеса. Всяко социално предприятие следва да се стреми на първо място да стане устойчиво, като покрива по-голяма част от разходите за дейности от приходи, а в последствие да излезе на печалба, която да реинвестира в производство и в услуги. Всеки един от тези етапи върви ръка за ръка с различни възможни източници на финансиране и е важно те да се познават добре. Грантовете са подходящи за ранния и начален етап от развитието на конкретната идея за социално предприемачество, но този евтин капитал има своите минуси - не е устойчив във времето, често пъти не е фокусиран добре и е непредвидим. За растеж и развитие на предприятието обикновено е необходимо допълващо финансиране и тук идва мястото на финансовите инструменти. В началната фаза подходящ инструмент е хибридно финансиране - заем, който да се трансформира в бъдеще в дялове, така че да се избягва нуждата от оценка на предприятието още в самото начало, каквато е практиката при дяловите инвестиции. Преференциалните заеми са добър източник на фаза растеж, заедно с дяловите инвестиции. За съжаление НПО секторът е обърнат повече към грантовото финансиране, затова 10% от интервюираните смятат, че трудният достъп до

грантове е проблем за СП. Участниците в дискусиите в много по-голяма степен смятат този проблем за предизвикателство пред социалното предприемачество.

Ако се съди по приключилия програмен период, картината на социалното предприемачество не е никак розова. Въпреки наличието на пари, те не успяват да достигнат до социалните предприятия по много от мерките на оперативните програми. Така секторът е далече от ползването на безвъзмездното финансиране и очаквано - още по-неподготвен за използването на финансови инструменти в бъдеще. Основната процедура за финансиране на социални предприятия по ОП "Развитие на човешките ресурси" с бюджет от 51,3 млн. лв., е с относително добро изпълнение – с реално изплатени 43,5 млн. лв. и подкрепени 225 нови и съществуващи организации. Част от процедурите за безвъзмездно финансиране обаче са с плачевно изпълнение – така например по "Подкрепа за устойчив бизнес", по която се предоставят по 5000 лв. за консултантски услуги, сключените договори са 43 за 209 293 лв. при общ бюджет 5,86 млн. лв. Само 2 договора за 286 080 лв. са сключени по процедурата за подкрепа на социални предприятия за лица с психични разстройства и интелектуални затруднения (общ ресурс 3 млн. лв.)⁴.

Почти нулев на този етап е интересът към финансовите инструменти. Само 5 социални предприятия са се възползвали от съществуващите в момента продукти по линия на прехвърления от ОПРЧР ресурс от 70 млн. лв. към Фонда на фондовете. Иначе пари за преференциални кредити и гаранции за покриване на риска има предостатъчно - договореният ресурс с финансовите посредници, който чака кандидати, е в размер на 28,9 млн. лв. "Обяснението за този нисък интерес е двупосочно – както социалните предприятия не познават добре възможностите, така и финансиращите предприятия не разбират добре особеностите в дейността им"⁵.

В новия програмен период социалните предприятия ще се подкрепят както по линия на новата оперативна програма към социалното министерство, така и по линия на Националния план за възстановяване и устойчивост. От МТСП обаче са категорични, че с натрупването на опит финансирането трябва да се насочи именно към гарантирането на устойчивост на създадените предприятия. Не е достатъчно да откриваме нови и нови

⁴ <http://bcnl.org/news/v-dobrata-stara-sotsialna-ideya-ima-myasto-za-biznes.html>

⁵ Пак там.

предприятия, които спират да функционират с изпълнението на проекта. Има известно детайлизиране на проектите по Плана за възстановяване и устойчивост, по който има възможност за сериозно използване на финансови инструменти. Препоръчително е да се създаде отделен фонд за социален ефект с по-ниска възвръщаемост, която да отчита социалния характер на предприятията, и който да предоставя възможност за финансиране на ментори. Участниците във фокус групите настояват държавата да преосмисли и съществуващите форми на подкрепа като данъчни и други преференции⁶.

Представителите на сектора изтъкват редица причини безвъзмездното финансиране да не достига до социалните предприятия. „Дизайнът на много от процедурите е такъв, че са подходящи за големи и богати организации (изискват се банкови гаранции, първоначални инвестиции на средства, които на по-късен етап се възстановяват), а повечето социални предприятия са микро, до 10 човека. Не е тайна и че проектите са бюрократични, погрешно е да се финансират и общинските предприятия, защото социалните предприятия нямат шанс пред общините и това изкривява цялата система. Финансовите инструменти на свой ред не са достатъчно диференцирани. Сигурно е едно: ако бариерите се преодолеят, ако се стимулират адекватно социалните предприятия да се развият, пораснат и с това да решават повече социални проблеми по устойчив начин – по-бързо повече хора ще преминат от ситуация на криза в ситуация на заетост“, смятат респондентите.

Кредитирането е все още трудно достъпно за социалните предприятия. Въпреки затягането на кредитния пазар у нас в резултат на кризата, част от търговските банки разработват специални кредитни продукти за малките и средните предприятия, включително за земеделските стопани. Друг достъпен механизъм за частично финансиране са приходите от частни дарения – реализирани чрез благотворителните кампании и каузи. Най-сериозен механизъм си остава осигуряването на приходи от проектна дейност, в която НПО са изключително силни и активни. В България непосредствено след промените и досега основните източници на финансиране на дейността на НПО продължават да бъдат чуждестранни. Навлизането на европейските структурни фондове в България по един неочакван начин даде ново измерение на партньорството между НПО и държавата – в лицето на МТСП и неговите агенции и общините. Повечето от средствата по европейските програми се разпределят от тези структури и това наложи полагането на допълнителни

⁶ <https://www.mlsp.government.bg/uploads/32/spitao/operativen-plan-na-mtsp-2021.pdf>

усилия за създаване на работещи ефективни отношения между държавния, общинския и нестопанския сектор. И все пак, макар и огромни за нашите мащаби, структурните фондове трудно могат да заместят ролята на държавата и общините като източници за финансиране на дейността на социалните предприятия.

Всичко това създава доста предизвикателства пред социалните предприятия, които трябва да се преборват с отстраняването на редица проблеми от нашата социално-икономическа действителност. Какви са останалите проблеми и как могат те да бъдат решени, може да се проследи от отговорите в следващата диаграма, в която след най-важното предизвикателство – намирането на финансов ресурс, са изброени и доста други.

Какви са основните предизвикателства, пред които са изправени социалните предприятия във вашия регион?



Липсата на пазари (23%) и непознаване спецификата на социалното предприемачество (13%) са следващите препятствия пред социалната икономика.

Наемането на квалифицирани служители (13%) и намирането на подходяща работа на хората с увреждания (10%) са проблеми, които затрудняват представителите на НПО сектора. Това е основната група на хората в риск, чието наемане засяга интересите на огромен брой български граждани, посочени в ЗПССИ⁷, които могат да бъдат подкрепени чрез създаването на заетост, тъй като вече имат статут на: а) хора с трайни увреждания; б)

⁷ <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/BG/TXT/HTML/?uri=CELEX:52011DC0682&from=EN>

продължително безработни лица, които имат право на месечна социална помощ; в) лица до 29-годишна възраст, които нямат предходен професионален опит; г) деца, настанени извън семейството, включително след прекратяване на настаняването им; д) безработни лица над 55 години, които са регистрирани в дирекция „Бюро по труда“; е) лица, които отглеждат деца с трайни увреждания; 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; к) чужденци, получили закрила в Република България през последните три години от постъпването им на работа; л) лица, получили статут на специална закрила по реда на законодателството за борба с трафика на хора; м) лица, пострадали от домашно насилие по смисъла на Закона за защита от домашното насилие. И въпреки големия брой хора в риск достъпът до тях е не само затруднен, но трудно се намира и подходящата за тях работа. Така според участниците в дискусиите трудно се реализират правата на групите лица, посочени в Закона за предприятията на социалната и солидарна икономика (ЗПССИ).

За постигането на търсените резултати е необходимо пълноценното взаимодействие между централната и местните изпълнителни власти и организациите на предприятията на социалната и солидарна икономика.

За да се развие капацитетът на социалните предприятия, трябва да се работи за перманентното привличане на инвестиционния и потребителския интерес и за подобряване видимостта на социалното предприятие. За целта според участниците във фокус групите трябва да се разработят инструменти за по-добро познаване на сектора и увеличаване на видимостта на социалното предприемачество. Една от основните нужди, изразени от участниците, е да се разполага с несложен и бърз достъп до наличната информация за социалните предприятия, който дава възможност за обмяна на опит и разпространяване на най-добрите практики. Това засяга по-специално необходимостта да се разполага със средства, чрез които да се оценява и усъвършенства въздействието и ефективността в социалната област от тези дейности (например като се черпи от опита на

някои държави членки, които са разработили сателитни сметки за събиране на статистически данни за социалните предприятия, по-специално кооперативните и взаимоспомагателните дружества). Възможен отговор на тези предизвикателства са обозначаването и сертифицирането. Трябва също така да се насърчава социалното предприемачество особено сред младите хора. За целта трябва да се открият добрите практики и възпроизводимите модели, като се разработи заедно със засегнатите страни карта на социалните предприятия на територията на област Хасково, чрез определяне на характеристиките им, икономическите им модели, икономическата им тежест, потенциала им за трансграничен растеж, съдържанието и критериите на правните им устави и данъчните режими, както и съществуващите механизми. След събирането и систематизирането на информацията трябва да се създаде публична база данни на обозначенията и сертификатите, приложими към социалните предприятия в България и тяхното съотнасяне към тези в Европа.

Липсата на възможности и достъп до обществените поръчки, както и липсата на подкрепа от местните и регионални власти е доста ниско оценена от интервюираните, но тези две възможности са поставени на доста по-предни позиции от страна на участниците в дискусиите.

Необходимо е и да се насърчава активността, информираността, политиките и обмяната на опит и изграждането на капацитет в регионалните и местните администрации, като се прилагат всеобхватни стратегии за подкрепа, насърчаване и финансиране на социалните предприятия, особено посредством структурните фондове чрез анализи, споделяне на най-добрите практики, повишаване на информираността, създаване на мрежи и тяхната популяризация.

Слабият интерес на представителите на НПО сектора към обществените поръчки може да се обясни с по-рядкото развитие на стопанска дейност и търсенето на такива възможности. Още повече, че СП все още са изправени пред прекомерни трудности при достъпа им до обществените поръчки. Това положение вероятно произтича както от европейските правила в областта, така и от националните законодателства, които са много различни в отделните държави членки, където практиката за „свръхрегулиране“ (goldplating) невинаги е позволявала да се извлече максимална полза от директивите за обществените поръчки. От друга страна, някои публични органи невинаги използват наличния потенциал за

иновация за социалните услуги. Затова е важно в рамките на реформата на обществените поръчки да се усъвършенства елементът на качеството при възлагането на договорите, главно по отношение на социалните и здравни услуги, и да се проучи как в договора могат да бъдат взети предвид условията на работа за лицата, участващи в производството на стоки и услуги, при пълното спазване на Договора във връзка с недискриминацията, равното третиране и прозрачността.

Регионалните и местни власти играят доста важна роля в развитието на социалното предприемачество. Това се дължи на факта, че те са най-близко до гражданите и са отговорни за голяма част от задачите, изпълнявани от общественения сектор. Още повече, че местните и регионални власти изпълняват широк кръг от обществени услуги в това число и предоставянето на социални услуги, което ги прави пряко ангажирани със социалната икономика и нейното развитие.

**Ако искате да развivate социално предприемачество разчитате ли на бъдеща подкрепа от страна на местните или регионални власти?
Ако „ДА“, каква е тя?**



Развитието на социалното предприемачество не може да се реализира без реална подкрепа от страна на местните и регионалните власти. Те обаче имат известни, но не големи възможности и капацитет да оказват различни подкрепи. За половината интервюирани това се изразява основно в съдействието за намиране на помещения и общински терени на преференциални цени. За други 34% е съдействие за достигане на услуги и поръчки до уязвимите групи, за 33% е създаване на преференциална политика, която да подпомогне процеса на справяне с административните тежести, освобождаването от такси, за 17% е

всякакъв вид сътрудничество и подкрепа, а за други 17% е осигуряването на реална финансова подкрепа.

Особено важно за участниците в дискусиите е представянето на всички заинтересовани страни на информация и мерки, които да осигуряват равни възможности за провеждането на широк диалог, и условия за включването им в солидарната икономика. Те смятат, че местните и регионални органи трябва да подкрепят и насърчат развитието на социалните предприятия в рамките на компетенциите си, и по-специално чрез местни и регионални структури за икономическо развитие като търговски палати и стопански камари, като вземат предвид и трансграничното измерение на подкрепяните от тях партньорства и инициативи. Всички тези изисквания могат да станат реалност, ако се разработят общи стратегии, които да улеснят създаването и укрепването на местния капацитет, създаването на мрежа, набирането на частни и публични средства, както и включването на социалните предприятия в споразуменията за заетост и реализация на инициативите за социално приобщаване, реализиращи се на територията на Хасковска област.

Каква трябва да бъде общинската политика по отношение на социалните предприятия?



Общинската политика трябва да подпомага и подкрепя по принцип социалната политика според 27% от интервюираните. Според 20% тя трябва да съдейства за възлагане на услуги и поръчки, осигуряващи пазари, както и според други 20% да подпомага различните услуги,

в т.ч. кандидатстване за обществени поръчки и намиране на персонал. Самата социална политика трябва да е част от Програмата за развитие на общината, като регламентира различни стимули, насърчаващи инициативността на местните хора и създаването на СП. Трябва да се осигуряват преференции по отношение на местните данъци и такси, както и други възможни за предоставяне преференции, като информиране, по-изгодно кредитиране и др.

Визията за развитието на политиката на всяка една община в областта на социалното приобщаване на хората с увреждания за следващия период трябва да бъде насочена към осигуряване на социална подкрепа на хората с увреждания. Хората с увреждания се ползват от особената грижа от страна на държавата и обществото, като се отдава голямо значение на цялостното изпълнение на задълженията, произтичащи от Конвенцията за правата на хората с увреждания, чрез последователна политика за пълноценно и равноправно упражняване на права от хората с увреждания.

Политиката за правата на хората с увреждания е свързана с универсалността, неделимостта и взаимната зависимост на всички права на човека и основни свободи и осигуряване на правни гаранции за недопускане на дискриминация по признак „увреждане“. Основният фокус трябва да се поставя върху създаване на условия и възможности за социално приобщаване и предоставяне на целенасочени подкрепящи и насърчителни мерки на уязвимите групи от хора с увреждания, имащи благоприятно въздействие върху качеството на живот и превенция от социалното изключване. Тази политика трябва да е тясно свързана с прилагането на интегриран подход с хоризонтално въздействие, обединяващ ресурсите в различните секторни политики. Тя трябва да се развива в съответствие с изпълнението на националните ангажменти, съгласно изискванията на Конвенцията за правата на хората с увреждания на ООН и при спазване на приоритетите на релевантните стратегически документи.

Разбира се тази политика трябва да е синхронизирана с държавната политика, това смятат 38% от интервюираните. Според други 23% трябва да се осигури информираност на заинтересованите страни за тази национална и местна политика, за да се осъзнаят ползите от социалното предприемачество. Подкрепата от местната власт е логичен резултат от прилагането на тази разработена политика в практиката. Тя трябва да включва: данъчни и други преференции, облекчения на процедурите, включени в нормативната уредба,

преференциалното финансиране, както и изграждането на нови партньорства, независимо дали те са вертикални или хоризонтални.

По думите на много респонденти рядко се усеща водещата роля на общината или наличието на водещи публични институции с отговорност към социалната икономика, социалните предприятия, доброволците и гражданското общество, които да са способни да разработват политики и да насърчават социалната икономика. Следователно няма национална стратегия за социалната икономика, която да разпределя функциите и отговорностите на различните нива на управление. Социалната икономика не се счита за приоритет на политиките, разработвани на различните нива на управление.

Въпреки многобройните проблеми трябва да се направи много от страна на всички власти, за да може социалната икономика да се развива ефективно на територията на Хасковска област.

Какво трябва да се промени, за да може социалната икономика да се развие сериозно на територията?



Отчитайки комплексния и многостранен характер на мерките за гарантиране на правата на хората с увреждания, политиката в тази област трябва да е насочена към прилагане в дългосрочен план на интегриран подход, основаващ се на принципа за хоризонтално въздействие, който обединява ресурсите от различни политики. Те трябва да бъдат съобразени с националните цели, така например основните цели на Оперативния план на МТСП за 2021 г. в тази област са:

- Осигуряване на финансова подкрепа за хората с увреждания;
- Осигуряване на възможности за заетост на хората с увреждания в обичайна, специализирана и защитена работна среда;
- Осигуряване на асистентска подкрепа за хората с увреждания;
- Предоставяне на възможности за изграждане на достъпна среда за хората с увреждания;
- Подпомагане на мобилността и условията на живот;
- Осигуряване на финансова подкрепа под формата на субсидия на организации на и за хора с увреждания с призната национална представителност;
- Подобряване на законодателството в областта на политиката за правата на хората с увреждания с цел постигане на по-добра целенасоченост, устойчивост, ефективно управление и контрол на финансовите средства и намаляване на административната тежест;
- Синхронизиране на законодателството и практика в областта на политиката за правата на хората с увреждания в съответствие с Конвенцията за правата на хората с увреждания на ООН.

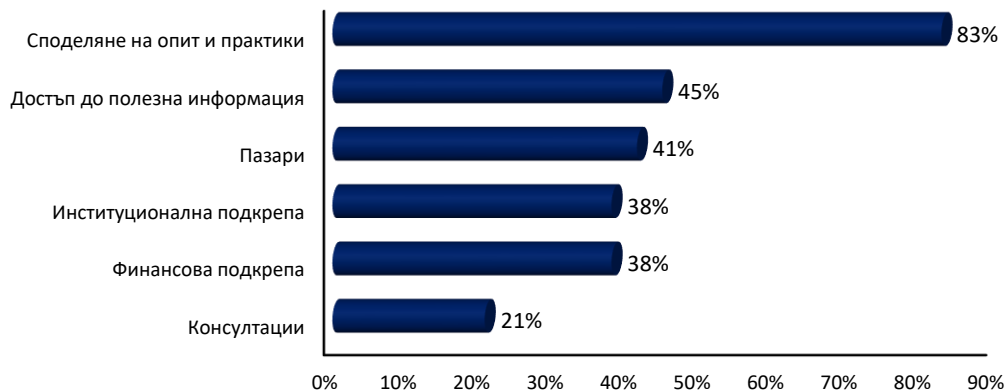
Социалното включване е многосекторна политика, реализирана не само от Министерството на труда и социалната политика, но и от други министерства и институции, включително и от местните и регионални власти. То от своя страна рефлектира на местно и регионално ниво. Освен това е необходимо да се насърчава равнопоставеността на жените и мъжете, мерките в областта на жизненото равнище, демографското развитие, социалната икономика, осигуряване на качествени социални услуги и други. Основните цели през 2021 г. в тази област по отношение на политиките за подкрепа на децата и семействата, деинституционализацията и социалните услуги са: Осигуряване на подкрепа за децата и семействата чрез предоставяне на помощи по реда на Закона за семейните помощи за деца и Закона за закрила на детето и подобряване на законодателството в тази област; Разработване на подзаконова нормативна уредба в областта на социалните услуги; Проследяване и оценка на напредъка по изпълнението на стратегическите документи в областта на дългосрочната грижа; Подготовка за изпълнение на втория етап от процеса на деинституционализация на възрастните хора и хората с увреждания. Във връзка с приетата Национална стратегия за намаляване на бедността и насърчаване на социалното

включване ще бъде изготвен План за действие за периода 2021-2022 г. за изпълнението ѝ. Политиката в областта на доходите и жизненото равнище е част от социалната политика и нейното изпълнение в средносрочен план е сред ключовите приоритети. Всичко това трябва да се отчита от местите и регионалните власти и да се прилага в практиката. А неговото изпълнение трябва да се проследява от т.нар. **граждански контрол**, който изисква от институциите да са прозрачни, да отчитат дейността си по разбираем за хората начин, да поемат и изпълняват ангажиментите си в полза на обществото. Това създава известно „неудобство“ на местните структури и на публичните институции, но те не трябва да противопоставят неправителствения сектор на публичните власти, а да ги допълват като реализират интересите и целите на уязвимите социални групи, които не могат да бъдат реализирани самостоятелно от публичните структури, поради все по-сложните и бързо развиващи се обществени връзки.

Ползите за социалните предприятия са от включването им не само в мрежи на регионално и национално ниво, но и в трансграничните такива. Това е особено важна възможност особено за регион като Хасковска област, който е изцяло трансграничен регион. Тази възможност бе подробно разгледана от участниците във фокус групите. Изграждането на трансгранични мрежи със социални предприятия от Гърция и Турция може да се разшири и да се мултиплицира ефектът от социалното предприемачество. Изисква се изграждането на устойчиво партньорство между различните местни власти, НПО и бизнесите от двете страни на границата. Формирането на нови трансгранични структури е доста труден процес, но е възможно на първо време да се идентифицират структурите, да се постигне обща договореност за съвместни инициативи и конкретни подкрепи, да се търсят възможности за реализация на съвместни проекти.

При всички случаи споделянето на опит и практики е основната услуга, която се очаква да бъде получена от една такава мрежа. Това смятат 83% от интервюираните.

Какви ползи могат да получат социалните предприятия от включването си в мрежи или други партньорства



Според 45% от респондентите достъпът до конкретна информация е втората по важност услуга, която може да осигури една подобна мрежа. Следват ги пазарите с 41%; институционалната подкрепа с 38%; финансовата подкрепа с 38% и консултациите с 21%. Всичко това говори за едни ясни очаквания, които биха направили една такава мрежа ефективна. Лобирането, представителството, промяната в нормативната среда, обученията и консултациите се свързват повече със секторните обединения. Според интервюираните изграждането на мрежата представлява обръщане към проблемите на социалните предприятия и търсене на техните общи и индивидуални решения.

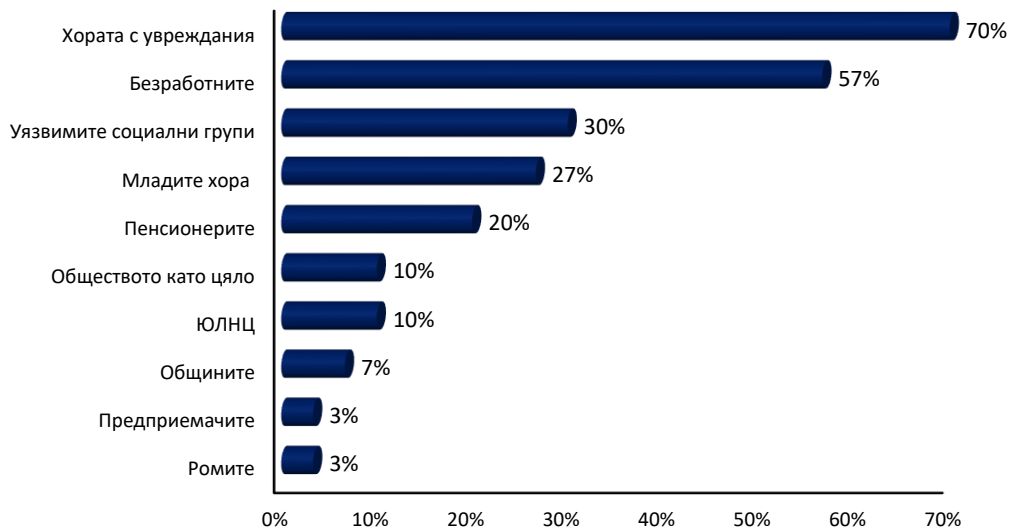
Проблем според участниците във фокус групите е изграждането на мрежата и налагането на партньорството като основна черта, определяща нейното функциониране. Индивидуалните потребности и „дърпането на чергата“ към себе си силно би затруднило този процес според респондентите, затова те винаги подхождат към подобни идеи подозрително. Важното в случая е всеки потенциален член на дадената мрежа да види собственото си място, собствените си ползи и как те могат да бъдат защитени, за да поиска включване в мрежата. Възможности има, не липсват и предпоставки, но все още не се работи за промяна на нагласите и на трите целеви групи: местните власти, НПО и бизнеса. За станат факт подобни мрежи, трябва да се работи активно на национално, регионално и местно ниво за промяна на нагласите.

Социалният предприемач създава социално благо не чрез благотворителност, а чрез дейност, обединяваща икономически и социални цели, осигурява подкрепа за уязвими социални групи, стимулира социалните позитивни промени, удовлетворява социалните

потребности. Той използва оптимално наличните ресурси и прилага иновативни подходи за развитието на социалната икономика.

Социалната икономика заема специфичното пространство между държавата, с нейните защитни механизми и пазара, с неговата икономическа ефективност и насоченост към печалбата, основана на капитала. Колкото по-голямо е това пространство, толкова по-голяма е необходимостта социалната икономика да покрие потребности, които не могат да бъдат удовлетворени от съществуващите институционални практики. Социалната икономика служи и като инструмент за развитие на социални услуги; включване на пазара на труда на групи в неравностойно положение; за подобряване на функционалността на системата от социални услуги; за развитието на местните икономики, както и за борба с бедността и социалното изключване. Ето защо заинтересованите лица и групи от развитието на социалната икономика са не само много, но са и доста разнообразни. Най-заинтересовани от социалната икономика според интервюираните са хората с увреждания. В това са убедени 70% от интервюираните. Следват ги безработните с 57 на сто и уязвимите социални групи (30%), които в повечето случаи се разбират като най-засегнатите в социално отношение. Младите хора (27%), пенсионерите (20%) и ромите (3%) са другите варианти на уязвими социални групи. Посочените данни от интервютата, както и резултатите от фокус групите показват акцентиранието върху уязвимите социални групи, независимо към коя точно група се съотнасят. С други думи социалните предприятия задоволяват в най-голяма степен потребностите на уязвимите социални групи. Това може да се проследи от отговорите в следващата диаграма.

Кой според Вас е най-заинтересован от разширяването на социалното предприемачество?



В значително по-малка степен се задоволяват потребностите на ЮЛНЦ (10%), общините (7%) и предприемачите (3%), и на обществото като цяло – 10%. С други думи освен задоволяване на потребностите на уязвимите социални групи, чрез социалното предприемачество се задоволяват и други икономически и обществени интереси.

Защо социалните предприятия могат да задоволят толкова широк кръг от потребности?

Защото те осигуряват:

1. Заетост на представителите на уязвимите групи. Такава дейност осъществяват специализираните предприятия и кооперациите на хора с увреждания, тъй като едно от изискванията на ЗИХУ към тях е определен брой лица от персонала да бъдат лица с увреждания. Наред с тях в практиката има и редица социални предприятия – ЮЛНЦ, които също наемат на работа лица от уязвимите групи;
2. Предоставянето на услуги на пазарен принцип, пряко предназначени за задоволяване нуждите на уязвимите групи;
3. Генериране на приходи от стопанската си дейност, които се реинвестират в разширяване на подкрепата за уязвимата група;
4. Съчетават и трите подхода – което в случая със социалните предприятия на нестопанските организации е най-често използвания подход.

Най-подходящи в случая за стартиране на социални предприятия са ЮЛНЦ, защото ЗЮЛНЦ предвижда специални изисквания към ЮЛНЦ и извършваната от тях стопанска дейност,

които в най-голяма степен ги доближават до разбирането за социално предприятие. Това са следните специфики на неправителствените организации:

- Техните *основни цели са нестопански (социални)* и са свързани с предмета на основната дейност на ЮЛНЦ;
- Според спецификата си, те са близко до хората и техните проблеми, познават нуждите им и това прави възможно лесно да могат да се ориентират какво ще е най-доброто за хората и да изберат най-подходящите интервенции;
- *Приходите от стопанската им дейност следва да се използват за постигане на определените в устройствения акт нестопански цели на ЮЛНЦ;*
- *Печалбата, реализирана от извършваната стопанска дейност не се разпределя между учредителите, членовете, членовете на органите или други свързани или несвързани лица в организацията, подобно на всички останали търговци. Освен това тяхната основна цел не е преследване на печалба (каквато е на икономическите субекти), а постигане на идеални цели, свързани с развитието на важни сфери от общ интерес, осъществяване форми на подкрепа и пр.;*
- Могат да генерират допълнителни ресурси и да надграждат, като съчетават публичните ресурси с дарителските.

Важно: Изграждането на социални предприятия към НПО е една от най-успешните форми на социални предприятия, тъй като позволяват лесно съчетаване на социалните цели с икономическите такива. ЮЛНЦ имат предимства пред икономическите субекти по повод търсенето на социален ефект. Не бива да се забравя, че в съвременния европейски контекст социалната икономика е утвърдена и неотменна черта на социалната среда и на мрежите за социална защита, която генерира и съчетава успешно стопанската рентабилност и социалната солидарност. Социалната икономика е носител на демократичните ценности, които поставят на първо място човека, като създава работни места и подкрепя активното гражданство. Затова от нейното развитие е заинтересовано цялото общество, а това най-добре може да се реализира от неправителствения сектор. Подпомагането на социалните предприятия е на практика помощ за тези структури, които по най-ефективния начин подкрепят най-уязвимите, за които често оставането без работа означава трайно изпадане

от системата, влошаване качеството на живот и невъзможност за намиране на друга алтернатива.

Макар да има разработена някаква национална стратегия за социалната икономика, тази област не се счита за приоритет на политиките. Част от респондентите смятат, че повечето медии и публични власти „не виждат“ или „не оценяват“ необходимостта от социална икономика. В някои случаи те установяват липсата на доверие и отхвърляне на икономическите дейности, осъществявани от организации с нестопанска цел. Донякъде в резултат на съображенията, разгледани по-горе, държавните органи не винаги са подходящи да отговорят на потребностите и усилията на социалната икономика. В някои случаи многостепенните системи на управление и различните министерства не са координирани по въпросите на социалната икономика. В други случаи държавните органи са силно зависими от политическите цикли и от изборните резултати, които понякога рязко променят политиките в тази област.

Управлението на социално предприятие е предизвикателство, но наложилите се реалности в условията на безпрецедентната Ковид криза, доведоха до необходимостта да бъдат овладени нови умения и взимането на бързи решения. През 2020 г. социалната икономика бе в преход и продължава да се развива в нова икономическа среда и да развива мисията си в доста трудни условия.

Министерството на труда и социалната политика у нас направи промени в Плана за действие по социална икономика за 2020-2021 г. заради променената от пандемията обстановка. След икономическата и политическата криза, настъпила в страната, и очакваните нови избори през лятото, не е ясно как ще се развият нещата на национално ниво. Ясно е само, че при всички случаи решаването на тези проблеми се отлагат доста напред във времето и най-бързите решения стават възможни основно от страна на местните власти.

Иновациите в социалния сектор никога не са били по-важни и кризата, в която е изпаднало българското общество, може да се окаже една сериозна възможност за решаването на голяма част от социалните проблеми посредством социалните предприятия, които имат шанса да реализират потенциала си и да покажат на практика своите възможности, стига това да се развие като политика и да се обезпечат средствата за нейното осъществяване.

Изводи и препоръки

По време на дискусиите във фокус групите бяха направени следните изводи, които охарактеризират средата в България:

- Днес е по-лесно да се създаде социално предприятие, отколкото то да се развива и поддържа;
- Наличната нормативна и регулаторна база не е достатъчна за ефективното развитие на социалното предприемачество;
- Липсва достатъчно квалифициран персонал от мениджъри, специалисти и работници за развитие на социалната икономика;
- Има остър дефицит на мениджърски, технологични и маркетингови умения;
- Липсва целенасочено грантово финансиране, както при стартиране, така и при поддържане на бизнеса;
- Наличие на лоши икономически и социални условия, предизвикани от пандемичната криза;
- Забавени плащания по вече предоставени услуги или доставени стоки;
- Забавено възстановяване на верифицирани разходи;
- Трудности при реализацията на стоки и услуги и оттам трудности с осигуряване на печалбите;
- По-ниска производителност на СП;
- Социалните предприятия са принудени да се конкурират на един и същи пазар с традиционните търговски дружества;
- Ниска е степента на автоматизация на производствените процеси, тъй като разчитат на нискоквалифицирани кадри.

Въпреки регистрираните проблеми по време на дискусиите във фокус групите се направиха предложения, които да подобрят средата и да подкрепят развитието на социалното предприемачество. Така например бе отбелязано, че социалното предприемачество е част от акцентите в Плана за справедлива България и бе заявено желанието, готовността и в същото време наличието на ресурси, с които ще разполагат както финансиращите, така и отговорните за политиките институции още в края на тази година. Споделената информация и представените гледни точки по време на дискусиите помогнаха да се очертаят следните идеи и предложения за това как би могло с общи действия и споделен

ангажимент да се постигнат адекватни финансови инструменти и политики за развитието на сектора. Те са следните:

- Въвеждане на **специален подход** при планирането на инструменти за подкрепа на социалните предприятия. Търсеният социален ефект поставя социалните предприятия в по-особено положение на пазара на кредитен ресурс в сравнение с традиционните микро и малки бизнеси. Механизмите за измерването на социалния ефект следва да се комбинират с измерването на финансовата възвращаемост.
- Необходимо е да има **набор от финансови инструменти**. Социалните предприятия преминават през различни етапи на развитие и съответно на всеки един от тях те трябва да имат достъп до адекватни инструменти за финансиране, които да са съобразени с нуждите и възможностите им.
- Предвиждане на гъвкави инструменти, които **комбинират безвъзмездно с възмездно финансиране** за отделно социално предприятия и по този начин в съчетание да се инвестира в бъдещото му развитие.
- Необходимо е да се **повишават информираността, знанията и уменията** на социалните предприятия за ефективно **използване на грантовете и на различни от тях инструменти**.
- Необходимост от повече **информация, семинари и обучения относно изискванията на Закона за предприятията на социалната и солидарна икономика** и възможностите, които дават вписването на социалните предприятия в Регистъра към Министерство на труда и социалната политика.
- Регистрира се нуждата от допълнителни мерки в развитие на **финансовото управление и маркетинга на социалните предприятия**.
- Разработване и реализиране на политики на различни нива, които винаги да се правят с **покана за широко включване на заинтересованите страни** и участието им на всеки етап от процеса на вземане на решение.

Ясно е, че и подкрепата, различна от финансовата, е от голямо значение за социалните предприятия, независимо от етапа на тяхното развитие (стартиране или разрастване). Като цяло, поради липсата на ресурси за наемане на квалифициран персонал, социалните предприятия нямат опит в управлението, правните въпроси, счетоводството, набирането

на средства и т.н. До момента държавата не осигурява такава подкрепа, нито се грижи редовно да обезпечи образованието и обучението на заетите в социалната икономика. Има няколко неправителствени организации на национално ниво, които предоставят правна помощ, както и обучения за стартиращи фирми, но все пак необходимостта от тази услуга е значителна на регионално ниво. Намирането на пазари за стоки и услуги, предлагани от социалните предприятия, което е идентифицирано като потребност чрез проучването, е резултат от всички горепосочени фактори, поради което подобряването на всяко едно от тях би имало положително влияние. По-голямата част от изброените по-горе предизвикателства са от значение както за бизнес сектора, така и за социалните предприятия. В това отношение не е изненада, че толкова висок процент от представителите на неправителствените организации са отворени за сътрудничество и развитие на социално значими проекти. Освен това перспективите са добри по отношение на промени в съществуващия закон, който трябва да дава по-ясна дефиниция на социалните предприятия, да създава национална база данни и марка за стоки и услуги, разработени от социалните предприятия.

Все още липсва видимост и признание на социалното предприемачество, липсва и структурирана държавна подкрепа. Процедурните и финансовите отстъпки предлагат известен стимул за бизнеса да възприеме концепцията за социално предприемачество. В Програмата за управление на Правителството на Република България за периода 2017-2021 г. българската държава е поставила за цел 2% от БВП на държавата да се генерира от социалното предприемачество, което е сериозна стъпка напред в сравнение със стойността от 0,75% от БВП, генерирана от социалните предприятия. Не се знае какво обаче ще бъде нейното изпълнение.

На база на идентифицираните проблеми, могат да се формулират серия от препоръки за подобряване на средата за социално предприемачество у нас:

- Ресурсите за подкрепа на социалните предприятия, които се изразходват не са достатъчно ефективни.
- Липсата на предприемачески умения и култура у представителите на неправителствения сектор, които осигуряват все още основния кадрови ресурс от социални предприемачи, изисква нов, модерен подход за финансиране на възникващите или съществуващи предприятия, при който предоставянето на

средства не трябва да изчерпва ангажимента на донора, а то трябва да е съпроводено с дългосрочно подпомагане и проследяване на развитието на предприятието.

- Мобилизиране на наличните вътрешни и външни ресурси (възможностите на алтернативните форми на туризъм, привличане на млади и предприемчиви българи от страната и чужбина за каузата на социалното предприемачество), може да осигури много по-широка база за развитие на сектора.
- Активната работа с местния бизнес, за популяризиране на социалното предприемачество и социалните предприятия, също е стъпка в тази посока. На практика възможностите на интегрирания европейски пазар и развитите практики във водещите икономики в Европа са ресурс, който може да бъде използван много по-ефективно. Явното присъствие в Интернет мрежата като представяне на социалното предприемачество, както и развитието на електронната търговия са възможности, които трябва да се използват ефективно.
- Оптимизирането на законодателството и създаването на гъвкава правна среда е необходимо условие за развитие на сектора. Както показва европейската практика, едно проверено решение за подкрепа на социалното предприемачество е създаване на гражданска организация, която да изпълнява ролята на орган, който да защитава интересите на сектора „социално предприемачество“, да генерира и да поддържа база данни от социални предприятия, да лобира на политическо ниво, да промотира социалното предприемачество като дейност в полза на обществото, да следи и мониторира обществените поръчки и схемите за финансиране;
- Необходима е по-голяма публичност на социалните предприемачи, за да се оцени неговият обществен принос;
- Необходимо е да се разнообрази системната подкрепа за развитие на социалното предприемачество, основаващо се върху целенасочена държавна и общинска политика, допълнена със съответните финансови механизми;
- Да се намалят изискванията за получаване на заеми от страна на банките;
- Да се обърне повече внимание и да се увеличи достъпът до обществените поръчки;
- Да се създадат възможности и предпоставки за привличане на квалифицирани работници и специалисти при конкурентни условия;
- Да се включат повече млади хора в социалното предприемачество.

За да се подкрепят младите хора да разширят участието си в социалното предприемачество, което е предпочитано от участниците в дискусиите и интервюираните, е необходимо да се:

- Насърчава младежкото предприемачество чрез образование, обучение и осигуряване на методическа помощ, тъй като образованието се счита за основен инструмент за постигане на индивидуалните потребности на гражданите и начин за подобряване на качеството им на живот;
- Осигурява финансова подкрепа от различни програми на ЕС, които да подпомогнат ресурсно младите хора в усилията им да развият социалното предприемачество;
- Въвежда систематичен подход и използване на съществуващите законови и други инструменти, които да мотивират младите хора при вземането на решения за започване на собствена стопанска дейност и кариера. Освен това трябва да се цели постигането на успех в тази кариера чрез подход, който да подкрепя младите хора, например в тяхната креативност, способността им да се справят с рисковете, управлението, преодоляването на трудностите и тяхното отговорно поведение.

Ако посочените бариери се преодоляват текущо, ако се потърсят ефективни начини за адекватното стимулиране на развитието на социалните предприятия, ще могат на практика да се решават повече социални проблеми по устойчив начин и така по-бързо повече хора в риск ще могат да преминат от ситуация на криза в ситуация на заетост и социално включване.

Заключение

От направеното проучване става ясно, че са необходими реформи и прилагането на иновативни мерки, чрез които да се развият нови подходи и модели за справяне с бедността и социалното изключване. Социалната икономика и предприемачеството са едни от ключовите инструменти, чрез които може да се допълни съществуващата социална политика за социална подкрепа и интелигентен и устойчив растеж. Въпреки предприетите мерки на практика на национално ниво липсва цялостна политика за насърчаване на социалната икономика, включително подкрепяща правна рамка и ефективно финансиране,

както и на конкретни устойчиви мерки за стартиране и подкрепа на социални предприятия и създаване на среда, благоприятстваща развитието на социалната икономика.

През последните години социалното предприемачество все повече слага под въпрос правенето на бизнес само за печалба, а социалните предприятия се развиват по цял свят, дори ако статистически са още само бизнес ниша. Социалните предприятия играят важна роля при решаването на различни социални и икономически предизвикателства, както и спомагат за реализирането на приобщаващ растеж и социална интеграция. Освен че допринасят за създаването на нови работни места на местно ниво, социалните предприятия подкрепят демократичното включване на хората в риск, както и подобряването на предлаганите социални услуги.

Проследяването на наличните практики на територията на област Хасково дава основание да се направи изводът, че структурите, функциониращи в сектора на социалната икономика, получават надежден стимул за развитие, когато на всички нива на управление има разработени програми за тяхното подпомагане, функциониране и развитие.

Все още липсва разпознаваемост на социалните предприятия като иновативен модел за осигуряване на трудова заетост на групи в неравностойно положение, както и като нова форма на активно социално включване. Важно е да се дефинират областите и политиките, при които социалните предприятия са силно подценени.

Необходими са реформи и прилагане на иновативни мерки, чрез които да се развият нови подходи и модели за справяне с бедността и социалното изключване. Социалната икономика и предприемачество са един от ключовите инструменти, чрез които да се допълни провежданата към момента държавна политика за социална подкрепа, интелигентен и устойчив растеж.

Липсата на цялостна и системна политика за насърчаване на социалната икономика на национално ниво, включително правна рамка и финансиране, както и на конкретни устойчиви мерки за стартиране и подкрепа на социални предприятия и създаване на среда, благоприятстваща развитието на социалната икономика, спъва в много отношения нейното развитие. Закъснялото стартиране и интегрираната подкрепа на социалните предприятия и

създаването на среда, благоприятстваща развитието, води до сериозни препятствия за утвърждаването на социалните предприятия.

Необходими са реформи и изграждане на иновативни мрежи, чрез които да се развият нови подходи и модели за справяне с бедността и социалното изключване. Социалната икономика и социалното предприемачество са един от ключовите инструменти, върху които трябва да се акцентира при провеждането на държавната политика за социална подкрепа и интелигентен и устойчив растеж на всички нива на управление.

Подобрената ефективност при изпълнение на дейностите на ЕС все повече зависи от способността на местните и регионални власти да прилагат решенията и законодателството на Общността. Това от своя страна е свързано с административните и финансови възможности на регионално и местно ниво. Една от основните ползи от вземането на решения по-близо до гражданите е по-голямата отчетност и отговорност, които водят до по-ефективно използване на обществените ресурси. Може да се очаква, че намаляването на централния контрол и осигуряване на по-голяма степен на финансова независимост на регионалните и местни власти ще подобри тяхната ефективност.

Информационни източници

- Индекс на устойчивостта на неправителствените организации в България през 2019г.
- Карта на социалните предприятия и техните екосистеми в Европа - Национален доклад: България
- Концепция за социална икономика, 2012
- ОП „Развитие на човешките ресурси“, доклад
- План за действие по социална икономика 2020-2021
- Пътна карта за насърчване и развитие на социалните предприятия, 2015-2020 „Социалното предприемачество в България: бариери пред растежа“
- „Социалните предприятия и социалната икономика напредват“, 2016
- „Социалното предприемачество като възможност за обезкуражените млади хора“, БЦНП България
- Състояние на социалното предприемачество в България и Европа
- „Текущо състояние на социалното предприемачество в България“
- „Факти и цифри за социалните предприятия в България“.

Интернет източници:

- [http://seconomy.mlsp.government.bg/upload/docs/2013-06//NATIONAL SOCIAL ECONOMY CONCEPT.pdf](http://seconomy.mlsp.government.bg/upload/docs/2013-06//NATIONAL_SOCIAL_ECONOMY_CONCEPT.pdf)
- <http://seconomy.mlsp.government.bg/page.php?c=38&d=125>
<http://ec.europa.eu/social/BlobServlet?docId=12990&langId=en>
[http://bcnl.org/uploadfiles/documents/CSOs%20Index%20Bulgaria%202017\(1\).pdf](http://bcnl.org/uploadfiles/documents/CSOs%20Index%20Bulgaria%202017(1).pdf)
- [http://bcnl.org/uploadfiles/documents/CSOs%20Index%20Bulgaria%202017\(1\).pdf](http://bcnl.org/uploadfiles/documents/CSOs%20Index%20Bulgaria%202017(1).pdf)
- <http://socialenterprise.bg/bg/>
- https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3142940
- <http://ideannovaship.eu/wp-content/uploads/Bulgaria.pdf>
- https://www.researchgate.net/profile/Nikolay_Nichev/publication/306324009_Facts_and_figures_on_social_enterprises_in_Bulgaria/links/585a102908aeabd9a58b5075/Facts-and-figures-on-socialenterprises-in-Bulgaria.pdf
- https://www.researchgate.net/publication/306324006_Social_Entrepreneurship_in_Bulgaria_Barriers_to_Growth

- https://www.researchgate.net/publication/313881616_State_of_social_entrepreneurship_in_Bulgaria_and_Europe 14. „Социалното предприемачество в България“, 2017
- <https://ec.europa.eu/docsroom/documents/24501/attachments/1/translations/en/renditions/native>