

СОЦИАЛНОТО ПРЕДПРИЕМАЧЕСТВО-КОНЦЕПЦИЯ ЗА ЕДИНСТВО ОТ БИЗНЕС-МОДЕЛ И СОЦИАЛНИ ИНОВАЦИИ

SOCIAL ENTREPRENEURSHIP – A CONCEPT OF UNITY OF BUSINESS MODEL AND SOCIAL INNOVATION

Станка Ринкова

Stanka Rinkova

Abstract: *Social entrepreneurship is seen in the context of the social economy. It is the production, distribution and/or organization of consumption goods with socially significant effect. Social entrepreneurship is a voluntary non-profit activity operating in the non-government, the third sector, which is not necessarily tied to profit. The argument is that it is a business model, used to solve social problems and combining the social focus of the business and entrepreneurial approach to organization and management. Social enterprise is an organizational entity of social entrepreneurship. The paper outlines the legal basis in the EU and Bulgaria and refers to specific practices.*

Key words: *social economy, social entrepreneurship, business model*

ВЪВЕДЕНИЕ

В началото на новия век социалното предприемачество все повече е предмет на научни изследвания и към него се отправят все повече обществени очаквания за решаване на социално значими проблеми, особено по време на криза. Социалното предприемачество трябва да се разглежда в контекста на социалната икономика. То е производство, предлагане и/или организация на потребление на блага със социално значим ефект. Социалното предприемачество е доброволна нестопанска дейност в неправителствения, трети сектор или е съпътстваща дейност на бизнеса във формата на корпоративна социална отговорност. Той е икономически процес, свързан с изразходване на значими ресурси (публични, частни, дарителски, получени по различни програми от Европейски фондове), който не е обвързан непременно с печалба. **Тезата** в настоящата статия е, че това е бизнес модел за решаване на социални проблеми чрез прилагане на социално-иновативни подходи и практики. Тук е налице съчетаване

на социалната насоченост на дейността на социалното предприятие и предприемачески подход в организацията и управлението му.

Целта на разработката е да се определи същността на социалното предприемачество, съотношението му с другите бизнес модели, социалното предприятие като организационен субект на социалното предприемачество. Очертани са правните основи в ЕС и в България, посочени са конкретни практики на социалното предприемачество и социални предприятия.

АНАЛИЗ И ОБСЪЖДАНЕ

1. Социалната икономика

Социалната икономика е нова социално-икономическа парадигма, която се появява в средата на XX век. В основата ѝ е концепцията и идеите за подчинение и насочване на икономическото развитие към решаване на най-важните социални проблеми на индивида и обществото. Последните се превръщат в приоритет за социално ориентираната, все по-интелектуалоемка икономика на знанието. Повишаването на благосъстоянието предполага извеждане на ключовата роля на държавата при защита и стимулиране на икономическото и социалното благополучие на гражданите. Относно участието на държавата в социално-икономическия живот, т. е. „какъв да е размера на държавата“ е въпрос, който е неточен. По-скоро би било необходимо и полезно да знаем „доколко ефективно е държавното участие“ в социално-икономическия живот в страната. **Теорията за общественото благосъстояние**, която е в основата на социалната икономика, се гради на принципите на равните възможности, на справедливото разпределение на богатството и обществена отговорност за тези лица и групи в обществото, които не са в състояние да се възползват от възможностите за подобряване на своя живот и/или не могат поради социални, здравословни и други причини да направят това. През 80-90 години на XX век активно се разви неокласическата икономическа теория и започна процеса на нейната институционализация. В икономическата наука се въведоха **понятията „институционална икономика“, „социоикономика“, „социална икономика“, а социоикономист е една от професиите на бъдещето.**

Целите на социалната и социално-ориентираната икономика са удовлетворяване на тези жизнено необходими потребности на гражданите и обществото, които не могат да бъдат удовлетворени в необходимата степен от пазара и неговите пазарни структури. Социалната икономика изследва взаимовръзките на икономиката и социалния живот в обществото, механизмите на въздействие на икономиката върху развитието на социалните процеси и обратно-влиянието на социалните фактори върху икономиката. Основно звено в тази взаимна връзка е човека, който от ресурс в индустриалното общество се превръща в цел. Човешкият фактор реално е един от основните носители на конкурентни преимущества за бизнес структурите и за националните икономики.

В институционалната икономическа теория се отделя специално внимание на активната роля на политическата власт и различните социални организации за „изграждане“ на социалната държава. Социалната ориентация на икономическото развитие зависи и от икономическите стратегии на държавата, политическата воля на субектите на държавната власт.

Острите социални противоречия, задълбочаването на неравенството, нарастването на бедността и социалното изключване, маргинализиране на цели групи и в развитите общества, обуславят необходимостта от реформи, насочени към институционализация и изграждане на икономическите устоя на социалноориентирана пазарна икономика. Тези реформи се вписват във визията и посланията на основните цели на Стратегия ЕВРОПА 2020 за интелигентен, устойчив и приобщаващ растеж.

Изводът е, че социалната икономика разглежда човека с неговите постоянно нарастващи потребности като крайна цел на икономическото развитие, а социалното предприемачество като част от същността и съдържанието ѝ. В следващото изложение ще анализираме тези процеси.

2. Социалното предприемачество – предпоставки, определение и организационна същност

За понятието социално предприемачество има различни трактовки, определения, а практиките са изключително много. В социалната икономика се открояват две тенденции: „европейска“ тенденция, която разработва виждане за колективно предприемачество (кооперации, взаимно спомагателни дружества) и „американска

тенденция”, която е по-тясно обвързана с услугите и индивидуалния подход (фондации, благотворителни организации, тръстове).

Интересът към социалното предприемачество нараства, за което свидетелствата изследванията на редица световно известни автори-П. Дракър, К. Алтер, Б. Дрейтън, Дж. Кикал, Т. Лайонс, Дж. Мейр, З. Мартин, С. Осберг, Дж. Деес, А. Московская и др. Най-често научните и изследователски търсения са облечени и в практически „одежди”, т.е. самите автори са инициатори на определени социални иновации. У нас по тези проблеми работят видни автори като К. Тодоров, Р. Мадгерова, Н. Радев, Л. Русанова, К. Нарлева, М. Стефанова и др. Социалната икономика и социалното предприемачество са обект на специално внимание и на Европейската комисия /ЕК/ особено през последните години. Доказателство за това са: Доклад на Европейския парламент относно социалната икономика, 2009 г.; Съобщение на ЕК Инициатива за социално предприемачество, 2011 г.; Регламент на Европейския парламент и Съвета относно европейски фондове за социално предприемачество, 17 април 2013 г.

Според посочените изследователи социалното предприемачество е един нов начин за социално-икономическа дейност, в която се съединяват в единство социалните функции на организацията, които са с приоритет и предприемаческия дух и новаторство. Становището на Алтер [12] е, че „субектът на социалното предприемачество са социалните предприятия, които се създават с цел решаване на определени социални проблеми и функционират на основата на иновации, финансова дисциплина и икономически ред валиден и за частния сектор”. Така понятията **социално предприемачество и социално предприятие се разглеждат като взаимно свързани, където социалното предприемачество означава процес и дейност, а социалното предприятие е негов носител, организационна структура и институция, в рамките на която и чрез която съответната социална дейност се възпроизвежда и се постига съответен социален и икономически резултат.**

Грегори Деес, директор на Центъра за развитие на социалното предприемачество в Университета в гр. Дюк, САЩ обяснява същността на социалното предприемачество така: „то съединява в себе си страст към социална мисия и присъщите за бизнеса дисциплина, иновации и решителност”. Този автор е убеден, че е време социалните проблеми в обществото да се решават с „предприемачески средства” [11, с. 27].

Необходимостта от такъв подход произтича от следните обстоятелства: опитите или поне усилията на държавните организации са далеч от очакванията да се решават в пълнота, качествено и навреме социални проблеми на отделните групи и на обществото. Оказва се, че не малка част от институциите в публичния сектор, които по своите функции и същност трябва да предлагат социално значими блага (образование, здравни услуги, социални грижи и сигурност и др.) не работят ефективно.

Социалните предприемачи са необходими за да създадат новите модели на социално значими дейности за новите условия. За социалното предприемачество са определящи пет фактора според Г. Деез: „приемане на мисия за създаване на социални ценности; прилагане на нови, иновативни възможности за реализация на избраната мисия; осъществяване на непрекъснат процес на адаптация, иновация и обучение; решителност и отговорност на предприемача за своята дейност пред клиентите и обществото“ [11, с. 89].

Често понятието социално предприемачество се разглежда през призмата на дефиницията за двата компонента - **социално и традиционно предприемачество**. Последното е предмет на анализ отдавна и има различни концепции: предприемачеството като създаване на ценност (Ж. Б. Сей), предприемачеството като иновация (Шупетер), предприемачеството като четвърти фактор на производството (Дж. Кларк), предприемачеството като равнозначно на всяка друга професия (Фридрих фон Хайек), предприемачът като агент на промяната (М. Кейсън), предприемачеството като присъщо на всички човешки дейности (П. Дракър), предприемачеството като проводник на промяната (Л. Търоу); предприемачеството като събирателно на три фактора: нагласа, действие и процес (М. Гордън) [3, с. 86-89, с. 127-129].

Социалната компонента на социалното предприемачество намира израз в социалната мисия на социалното предприятие, насочена към удовлетворяване на социални потребности. Социалното предприемачество е форма на социалния капитал, който включва още доверие, сътрудничество, взаимопомощ, иновативни решения. В този смисъл Дж. Колумън пише, че “социалния капитал е всеки аспект на неформалната социална организация, който представлява производителен ресурс за един или повече актьори” [2, с. 82].

Основната разлика на традиционното от социалното предприемачество е, че при първото за измерване на ефективността на дейността се използват финансови показатели, а за второто - определящ критерий за успех е, доколко успешно са реализирани иницираните социални иновации. Необходимо е да се различава социалното предприемачество от социално отговорния бизнес. Този бизнес е на компании, чиято водеща икономическа цел е печалбата, но те имат и вторични, социални цели, които се постигат за сметка на част от печалбата. Потребители на техните социални услуги са заетите във фирмата, групи в обществото и т.н.

Бил Драйтън, основател на компанията „Ашока“, която е глобална асоциация на лидерите по социално предприемачество, определя същността на социалното предприемачество като “Социалните предприемачи не са доволни от това да дадат на човека риба или да го научат как да я лови. Те не се успокояват дотогава, докато не революционизират (иновират - пр.С.Р.) самия рибен отрасъл... социалните предприемачи са амбициозни и настойчиви, когато се отнася до решения на значими социални проблеми и знаят как да достигнат до тези мащабни промени. Вместо да остават решаването на проблемите на държавата и бизнес-сектора социалните предприемачи търсят източника на проблемите и ги отстраняват чрез изменение на системата” [4, с. 48].

Позицията по изследвания проблем на един от водещите български автори К. Тодоров е, че “Социалното предприемачество е вид бизнес, който има двойствен характер - предприемачество с изразен социален ефект... социалният предприемач решава социални проблеми и използва предприемаческите принципи на организиране, създаване и управление на едно социално предприятие за постигане на социални цели в обществото”. Спорец цитирания автор социалното предприятие не трябва непременно да бъде печелившо, т.е. това е “доброволна нестопанска дейност в неправителствения сектор, който не е обвързан с цел печалба”. Той определя като основен принцип на това предприемачество корпоративната социална отговорност. Социалният предприемач по мнението на К. Тодоров, „представя идеи, които са лесни, разбираеми, етични и се ангажира с идея; неговите проекти са със социална насоченост и са в полза на общности, общини, институции, болници, училища и граждански организации; той учи другите на предприемачески умения и стартира социално отговорен

бизнес; поема конкретни ангажименти в полза на обществото” [8, с. 36-40].

Мартин и Осберг дефинират социалното предприемачество като разкриване на устойчиво, но несправедливо равновесие, което е източник на социален проблем; търсене на възможност за производство на социално благо чрез използване на иновативни решения и креативност и постепенно достигане до ново равновесие, което освобождава скрит потенциал или облекчава положението на определени групи в обществото [5, с. 80-102].

Социалното предприемачество е процес, които включва в себе си комбинация от ресурси за създаване на възможности за ускорени социални промени и/или удовлетворяване на социални потребности; то е механизъм за решаване на социалните проблеми в обществото за създаване на социално благо от печеливша или частично печеливша дейност; то е вид иновация чиято полезност е за определена група или за цялото общество.

В своята книга „Социалното предприемачество - мисия за да направим света по-добър” **Дж. Кикал и Т. Лайонс пишат за уникалните черти на социалното предприемачество** [1, с. 20] .

„Социалното предприемачество акумулира най-доброто от бизнеса и държавния сектор. От една страна то въплъщава в себе си предприемаческия дух на частния сектор и на икономическите пазари. А от друга страна, то се опитва да поправи пазарните дефекти и да постави интересите на обществото над частните. Затова то е достойна алтернатива на изключително свободния пазар и на изключително централизираните подходи за решаване на обществени и екологични проблеми.”

Социалното предприемачество се признава като перспектива за развитие на третия сектор (освен частния и обществения), бизнеса и социалната политика на държавата. Но някои автори поставят акцента върху развитието на социалното предприемачество в нестопански организации, които разработват алтернативни стратегии за ресурсно осигуряване на социални мисии (напр. създадената Банка за храни у нас). За други автори социалното предприемачество е перспектива за развитие на социалната отговорност на бизнеса, който създава или съвместно с основното предприятие изпълнява социални мисии (т. нар. корпоративна социална отговорност). Трети автори считат, че това е

реализиран иновационен потенциал, способност на тези социални предприятия да бъдат катализатор за решаване на значими социални проблеми. За последният аспект ще посочим като пример мултиплициращият ефект, който има например социалната услуга, оказвана от социално предприятие (НПО или друга форма), обучение и придобиване на професионални компетенции от лица, които живеят в т. нар. маргинализирани групи. Постъпване на работа е условие тези лица да се оттласнат от дъното на бедността, да преодолеят постепенно социалното изключване от обществото и т. н.

Така посочените по-горе три подхода не си противоречат, а взаимно се допълват. За всички тях е характерно:

а) икономическа устойчивост чрез продажба на стоки и услуги (те може да са безплатни или частично платими за реципиента, а финансирането да бъде за сметка на публични източници, от целеви програми, вкл. и от европейски фондове, от дарения);

б) преследване на определени цели - предлаганите социални услуги да са средство за решаване на социален проблем;

в) иновационна активност при предоставянето на социални услуги и извършване на социални промени.

Бил Драйтън идентифицира социалното предприемачество като явление и понятие, чиято основна характеристика е социалната промяна. Тази мисъл, да дадеш на човека не риба, а въдица за да си я налови сам не е достатъчно да се визира (както често се прави пред адуториия или в СМК). Според автора социалното предприемачество е свързано с постоянно внедряване на новости – техника и технологии, нови методи на управление и нови комбинации на ресурси в третия сектор, развиване на социалните предприятия, така както и пазара, постепенно създаване на нова все по-икономически и социално ефективна среда, позволяваща да се решават социалните проблеми и с пазарни принципи.

Икономическите последици от прилагането на социалното предприемачество като специфичен бизнес-модел има измерения на микро и макрониво. Увеличава се оборота на ресурси, които преди това са „бездействали“. Това са материални и човешки ресурси - отпадъци от производства, социално изключени групи и възникване на солидарност и доверие между хората, когато са обединени от общи цели и т. н. Тези ефекти се постигат и когато се прилагат нови, иновативни комбинации на ресурси. Например извънкласните форми на работа с

учениците, развитие на спортните занимания и школи и други ги „оттласкват“ от някои форми на девиантно поведение. Създаване на сдружение на плетачките на дантели и продажбата на техния продукт чрез интернет също е социален проект с икономически, но и със значими социални измерения. Други икономически измерения са: намаляване на безработицата, създаване на заетост, особено за някои групи в риск (младежи, лица пред пенсиониране, социално слаби и др.).

Социалното предприемачество е успешен бизнес-модел за решаване на тежки и сериозни социални проблеми. А в глобализацията се свят сме свидетели на трансфер на социални иновации в различни страни. Например банка „Грамини“ си поставя като социална цел да повлияе върху изкореняването на бедността на жените в Бангладеш чрез отпускане на микрокредити. „Мондрагон груп“ създава работни места и възможност за икономическо и социално развитие на уязвими групи на пазара на труда чрез развиване на дейности в областта на финансите, социалната защита, обучение и кариерно развитие [6, с. 30]. Социалният предприемач е по-инициативен и по-ефективен в сравнение с традиционната „социална държава“, защото тук липсва бюрокрацията. Този бизнес-модел е по-иновативна система, която работи с по-малко разходи. Чрез този модел освен блага за потребление, социалната услуга може да има и друго изражение - да насърчи лицето да поеме отговорност, да го мотивира, да вдъхне самоувереност и нова социална позиция на личността.

Заслужава специално внимание „конструкцията и рамката“, в която се реализира **социалното предприемачество - социалното предприятие**. В Стратегия Европа 2020 за тях се сочи, че са източник на нов приобщаващ икономически растеж, двигател за изграждане на социална икономика и висококонкурентен пазар, сближаване степента на териториално развитие. Според дефиницията на ЕС като реални субекти в социалната икономика, социалните предприятия са предприятия, чиято основна цел е да оказват приоритетно благотворно социално въздействие, а не да акцентират върху реализирането на печалба. Тези предприятия имат приоритет на социалните цели и обществените интереси и използват инструменти и подходи за постигане на социални цели. Търговската дейност често е под формата на социална иновация, тъй като тук имаме съединение в едно на социален и стопански (физически и финансов) капитал. Реинвестирането на получената печалба е с цел осъществяване на

социалните цели и задачи, а стратегиите за развитие са ориентирани към реализация на социални мисии. Мисията им се гради основно на принципите на социалната справедливост и предлаганите социални услуги са насочени главно към социално уязвими групи, възрастни хора, инвалиди, малцинства, справяне със зависимости и т.н.

По данни на Евростат в социалната икономика на ЕС са ангажирани повече от 12 млн. души, което е повече от 8% от заетите [14]. В Европа тези икономически субекти имат специален юридически статут (кооперативи, фондации, асоциации, взаимно спомагателни фондове). За Европейските измерения на изследвания проблем ще се спрем по-долу. В България има няколко модела на социални предприятия:

- предприятия, осигуряващи заетост от рискови социални групи или предоставящи обучение и развитие на професионални умения и компетенции;

- нестопански организации, които предлагат социални услуги на посочените групи срещу заплащане от потребителите от държавата или общините;

- нестопански организации, които извършват допълнителна стопанска дейност и с приходите реализират набелязани социални мисии.

Спорен е въпроса доколко типичните, бизнес предприятия, които развиват корпоративната социална отговорност са социални предприятия. Приемаме позицията, макар и с уговорки на К. Тодоров, че това са тип социални предприятия, въпреки че социалните им функции не са приоритет.

Логичната обвързаност по веригата социални предприятия-социално предприемачество-социално-отговорни инвестиции-социален капитал-социални иновации е ядро за разгръщане на потенциала на тези предприятия да генерират заетост и да създават социална добавена стойност като отговарят на обществените интереси“ сочи Деес [11, с. 124].

3. Социалното предприемачество-институционална рамка, проблеми и практики

3.1. Европейски измерения

Социалното предприемачество и социалните предприятия са ключов елемен на Европейския социален модел. Тяхното нарастващо

значение особено по време на кризата стимулира създаването на политическа и институционална рамка на тези процеси. В доклад на Международния център за изследвания и информация за публичната, социалната и кооперативната икономика (CIRIEC) през 2012 г. се посочва, че статутът на социалната икономика или социалните предприятия се признава законово в ЕС. Посочени са повече от две трети от държавите, в които има приети и закони за правна регулация на тези процеси, но в България няма специален закон. При изследване в отделните държави по отношение на дефинирането на социално предприятие съществуват различни форми – частни компании, кооперативи, асоциации, доброволни организации, благотворителни и взаимоспомагателни организации. Например във Великобритания определението за социално предприятие е „бизнес с водещи социални цели“ [7, с. 23].

Във всички европейски документи се сочи, че социалното предприятие е неразделна част от гражданското общество и компонент на сектора на социалната икономика. В Приоритет 3 на Стратегия Европа 2020 е записано „постигането на приобщаващ растеж, чрез който да се стимулира икономиката с високи равнища на заетост, която да доведе до териториално и социално сближаване“. Публикувано е съобщение на ЕК „Инициатива за социално предприемачество-създаване на благоприятна среда за насърчаване на социалните предприятия“ като основни участници в икономиката и социалната иновативност. Тук се съдържат **три основни направления** в подкрепа на социалното предприемачество в Европа. Първото цели улесняване на достъпа до частно финансиране и мобилизиране на европейски средства за подкрепа на социалните предприятия. В Програма за социална промяна и социални иновации в изпълнение на Регламент за европейски фондове за социално предприемачество, приет от ЕП и Съвета на 17 април 2013 г., се предвижда създаването на европейски финансов инструмент в рамките на 90 млн. евро. Второто направление засяга подобряването на информираността за социалното предприемачество. В тази посока у нас има решение за създаването на Единен регистър на социалните предприятия. Третото направление е подобряването на правната среда за социалното предприемачество, като се уточняват от ЕК правните им форми.

В Европейската стратегия за заетост се сочи необходимостта от по-голяма гъвкавост и сигурност при наемане на работа, създаване на

повече и на-по-добри работни места. Тук се предлагат действия, които пряко ще рефлектират върху организацията и поведението на социалните предприятия. Те са – образование и обучение по предприемачество, приобщаване към предприемаческата дейност на жените, младежите, безработните, мигрантите; създаване на благоприятна среда за растеж и развитие на предприятията, достъп до финансиране, разширяване на електронното обслужване и др.

Необходимостта от създаване на по-благоприятна и ефективна институционална среда за функционирането на социалните предприятия и предоставянето на по-добри финансови възможности са едни от предизвикателствата пред ЕС.

3.2. Състояние, приоритети и проблеми в развитието на социалното предприемачество в България

В България социалното предприемачество решава едни от най-трудните и сериозни социални проблеми. С използването на социални иновации, внесени отвън или наш български „патент“ се разширява портфолиото за възможни решения. Социалното предприемачество развива нови социални модели на активно социално подпомагане, на социално включване на изолирани икономически и социални групи в обществото. Но социалните предприятия в България са все още неоползотворен бизнес модел. Сега действащите социални предприятия са основно неправителствени организации регистрирани по Закона за юридическите лица с нестопанска цел. **Дейностите им са в различни сектори с различен предмет на дейност: доставка на социални услуги, предоставяне на работа на хора с увреждания, посредничество при намиране работа на незаети лица, предоставяне на здравни услуги, дейности в сферата на образованието и други.** При реализирането на тези дейности водещо е не производството, а постигането на определен социален ефект за самите лица.

У нас съществуват **три основни модела** на социални предприятия:

а) най-разпространеният модел е този, който създава заетост и развива работната сила. Чрез стопанска дейност се създават работни места за хора в неравностойно положение, инвалиди с увреждания. Целта е да се създадат по-добри условия за живот;

б) социални предприятия, в които се произвеждат и стоки, за които се търси пазар. Целта е да се провежда трудова терапия за хора с увреждания, безработни или в състояние на социално изключване и тези лица да имат поносим жизнен стандарт;

в) третия модел е предоставяне на социални услуги от социалното предприятие срещу заплащане на външни клиенти и такива на своите членове. Заплащането става по договор с общината или държавата.

Социалното предприемачество в България е подкрепено чрез приоритена ос **5 на Оперативна програма „Развитие на човешките ресурси“**. Основните субекти, доставчици на социални услуги са общините и държавата. Местните власти са основно отговорни за организирането и доставката на тези услуги. Най-разпространената форма на общинско социално предприятие е домашния социален патронаж. Общините се въздържат да делегират тези дейности на НПО и по този начин да освободят човешки ресурс за да предлагат и друг тип услуги. Един от основните проблеми на българското социално предприемачество е недостигът на квалифицирани предприемачи, които са склонни да развиват подобен вид инициативи. Социалните предприятия се нуждаят от допълнителен капацитет в разработването на проекти, които да донесат допълнително финансиране. Необходимо е да се развива и организационния капацитет, стратегическото и бизнес планиране в тези структури. Особено важно е да се подготвят специалисти в образователно-квалификационна степен бакалавър и магистър с познания по основи на социоекономиката, бизнес планиране и социално прогнозиране, счетоводство, финансов мениджмънт, социален маркетинг, социално предприемачество, с умения за фондонабиране и социален мениджмънт. Тази ниша на пазара на труда може да се попълни и от студенти, завършващи спец. „Социоекономика“ в ЮЗУ-Благоевград. В някои ВУ (във В. Търново, Русе и Варна) има магистърски програми по социално предприемачество.

Интересни резултати ни дава проведено анкетно проучване през м. ноеври-декември 2012 г. за социално предприемачество от Агенцията за социално подпомагане. В проучването са участвали 63 лица, които са доставчици на социални услуги. Респондентите са представители на НПО, на местната власт, на малки, средни предприятия и големи предприятия. Половината от НПО са с основна

дейност "Предоставяне на социални услуги". Другите анкетирани са в следните сфери: туристическа дейност; социални услуги за работа с деца с увреждания; образователни услуги; младежки дейности; услуги за бизнеса; здравеопазване и социална политика.

На въпрос: „Как се финансират организациите“ повече от половината сочат, че се издържат от публични средства (59 %). Прави впечатление, че 9.2 % от респондентите се финансират от европейски програми, 25 % - от приходи от стопанска дейност, 2.6 % — от наеми и под 3% – членски внос, дялов капитал и банков кредит.

На въпрос: „Към кой вид социални предприятия проявявате интерес за взаимодействие“ отговорите са: социални предприятия като доставчик на социални и здравни услуги – 39 %; социални предприятия като обучителни организации – 26 %; социални предприятия като работодатели на лица от маргинализираните групи- 19 %.

На въпрос: „Вашето предприятие има ли намерение да развие социално предприемачество“ отговорите са: да, имам подобни планове - 9.8 %; събираме информация – 42 %; запознаваме се с темата - 32%; нямат намерение - 16%.

На въпрос: „С какви целеви групи имате желание да работите в социалното предприятие“ отговорите са: лица с физически увреждания – 29 %; лица с психически увреждания – 13 %; етнически малцинства - 6,5 %; деца и семейства в риск – 11 %; възрастни -24 %.

По отношение на избор на дейност на социалното предприятие, с която анкетираните искат да се занимават, резултатите сочат, че една трета са отговорили - социални услуги; развлекателни услуги -11 %; образование - 9.24 %; търговия - 5.8 %; преработваща промишленост - 6.74 % и т. н.

Важно значение има установяване на желанието на анкетираните да надградят компетенциите си. В това отношение се констатира, че най-много са нормативни документи относно социалното предприемачество – 24 %; организация и управление на социалното предприятие – 36 %; планиране и финансова устойчивост 14 %; управление на човешките ресурси – 7 %.

На въпроса: „Какви според вас са целите на социалното предприятие“ отговорите са: постоянно да се адаптират услугите спрямо клиентите – 20 %; да се прилагат стратегии за социална отговорност – 15 %; да се променят продуктите и услугите -13 %; да се

подобряват условията на труд – 15 %; да се увеличава продуктивността - 6.8 % и да се намалят разходите - 4.7 %.

На въпрос: „Какво очаквате от отговорните за социалното предприемачество институции“ отговорите са: да подпомагат партньорствата между различните заинтересовани страни – 33 %; да осигуряват възможности за квалификация и обучение – 24 %; да идентифицират проблемите в тази област – 25 % и да ги разрешават - 17 %.

Визията и **основните цели за насърчаване на социалната икономика в страната са определени в Национална концепция за социална икономика** приета през 2011 г. Тя следва приоритетите на Стратегия Европа 2020. В концепцията са развити и критерии за идентификация на предприятия и организации от социалната икономика. В приетата от МС **Национална стратегия за младежта 2010-2020 г.** се отбелязва, че трябва да се подобрят икономическата активност и кариерно развитие на младите хора, като се популяризира социалното предприемачество сред тях. Затова е необходимо насърчаване на публично-частното партньорство и социалното предприемачество в сферата на услугите. България прие и **Национална стратегия за намаляване на бедността и насърчаване на социалното включване.** Целите са да се увеличи заетостта и доходите включително и с насърчаване на предприемаческата активност. Дългосрочната стратегия за заетост на хората с увреждания 2011-2020 г. цели да се осигури възможност за трудова заетост на тези хора, да се подобри качеството им на живот и по-активно социално включване. В рамките на **Оперативна програма "Развитие на човешките ресурси"** област на интервенция 5.1 Подкрепа на социалната икономика се предоставя подкрепа на съществуващи социални предприятия, кооперации на хора с увреждания, специализирани предприятия. Подкрепя се създаването на нови форми на социални предприятия, в т.ч. и защитени работилници и условия за активизиране на общностни доброволчески инициативи, допринасящи за повишаване на социалния капитал. Публикуван е и **План за действие по социална икономика за 2014 - 2015 г.** Основните приоритети са повишаване осведомеността на заинтересованите страни относно същността и функционирането на социалната икономика, създаване на партньорства и разпространение на добри практики в сферата на социалната икономика, развитие на

активна подкрепяща среда за социалната икономика и за социалните предприятия; информационно осигуряване, създаване на условия за образование и обучение, оценяване на икономическото и социалното въздействие върху заетостта, социалното включване и териториалната кохезия.

Един от основните проблеми си остава разпокъсаната и непълна правна уреба за социалното предприемачество и социалните предприятия. Необходимо е приемането на специален закон и система от подзаконовни нормативни актове, които да са институционалната рамка за социалното предприемачество. Необходимо е да се систематизират и популяризират добрите практики. Така ще се създадат национални и международни мрежи за обмяна на опит и знания. Необходимо е и би било изключително полезно да се координират усилията на държавни, недържавни, граждански организации, частния сектор, представители на академичната общост, т.е. на всички, които имат отношение към умножаването на този социален капитал, каквото е социалното предприемачество.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Направеният преглед в разработката ни дава основание, да направим извода, че са необходими още теоретични усилия за изясняване същността, формите и последиците на този социален феномен-социалното предприемачество. Необходими са законодателни промени за създаване на условия за да работят ефективно институциите, да се мобилизира енергията на гражданското общество, на държавата и бизнеса и действително социалния капитал в обществото да нараства.

ЛИТЕРАТУРА

1. Кикал, Дж., Т. Лаянс. 2014. Социальное предпринимательство-мисия сделать мир лучше, изд. „Альпина Пъблишер“, превод от англ. език, Москва
2. Коулмън, Дж. 1999. Перспективата на рационалния избор за икономическата социология. Икономика и социология. Антология, изд. „Лик“, С.

3. Мадгерова, Р. 2013. Икономически и социални измерения на предприемачеството, Унив. изд. „Н. Рилски“, Благоевград
4. Московска, А., М. Баталина. Озор опыта и концепции социального предпринимательства с учетом возможностей его применения, доступно на www.socpolitika.ru
5. Радев, Н., Л. Русанова. 2010. Основи на социалното предприемачество, Унив. изд. Велико Търново
6. Русанова, Л. 2011. Концепцията за социално предприемачество и българския опит, Научни трудове на русенски университет, том 50, серия 5.1
7. Социалното предприятие и социалното предприемачество. 2013. Анализ на екип от Икономически исоциален съвет
8. Тодоров, К. 2011. Бизнес предприемачество, част първа, Основи. Стартране на нов бизнес, изд. „БАРМП“, С.
9. Социални предприятия и Стратегия Европа 2020 г.: иновативни решения за устойчива Европа, конференция на група „Други интереси“ на ЕИСК, Брюксел, 2012
10. Alter, K. 2007. Social Enterprise, Typolgy
11. Dees, G.G., J. Elias. 1998. The challenges of combining social and commercial enterprise, 12. Business Ethies Quarterly, pp.165-167
13. The Social economy in the European Union CIRIES,2011
14. www.eurostat.eu