

Зајакнување на Ромките преку основање на социјално претпријатие
Проектот е финансиран од Европската Унија



Анализа на потребите за развој на социјални претпријатија во Република Македонија

Ана Филиповска, автор

јуни 2017



»INCO



Анализа на потребите за развој на социјални претпријатија во Република Македонија

Ана Филиповска, автор

јуни 2017

Содржина



Резиме на анализата	3
Методологија на изработка на анализата	5
Национален контекст за развојот на социјалната економија и на социјалното претприемништво во Македонија	7
- Конкурентност есенцијална за социјалните претпријатија	8
- Инструментот за претпристапна помош II (ИПАII), која социјалните претпријатија може да ја искористат како иницијална финансиска поддршка	10
- Јавна поддршка и иницијативи како поддршка на развој на социјалните претпријатија	11
- Мрежи и координативни механизми за заедничка поддршка на развојот на социјално претприемништво	12
- Поддршка од мрежата на домашни инвеститори (бизнис-ангели) за социјалните бизниси	12
Предизвици за финансиска одржливост на социјалните претпријатија	14
- Финансиска одржливост	14
- Зајакнување на човечките ресурси	16
- Потреба од капитални инвестиции за опрема и машини за работа	16
- Подобрување на продажбата на производи и услуги	16
Можности за развој на социјални претпријатија во посебни индустри	18
- Текстилна индустрија (конфекција)	18
- Рурален развој	20
- Животна средина	21
- Креативни индустрии	23
- Енергија	26
- ИКТ (информатичко-комуникациски технологии)	26
Препораки за одржлив развој на социјалните претпријатија во Македонија	11
Користена литература	12

Резиме на анализата



Социјалното претприемништво во Македонија сè повеќе се гледа како алтернативен и иновативен модел за промоција на социјалната инклузија, ресоцијализацијата, интеграцијата на пазарот на трудот и вработувањето за лицата од ранливите групи граѓани. Во литературата, како и во правната легислатива во Македонија, нема консензус за тоа што претставува социјалното претприемништво, кои се моделите што се најсоодветни и применливи во Македонија, ниту постои подетална економска анализа во кои индустрии потенцијално треба да развиваме социјални претпријатија во иднина, кои би биле во согласност со побарувачката на локалниот пазар, за да бидат претпријатијата долгорочно одржливи. Иако нема стратегиски национални документи, документирајќи го и следејќи го развојот на социјалните претпријатија во Македонија, може да забележиме дека постои зголемен тренд на невладини организации што почнуваат да основаат социјални бизниси, а дел од нив да вршат активна едукација за развој на социјалната економија и социјалното претприемништво. Сè поголем е интересот за вработување на ранливи категории луѓе: млади долгорочно невработени лица, лица со посебни потреби, жени жртви на семејно насилство, лица што користат дроги итн.

Во поширока смисла, под социјално претприемништво се подразбира користењето иновативни практики во производството и во продажбата на производи и/или услуги на локалниот пазар за генерирање приход што ќе се искористи за остварување социјална/општествена мисија на една територија.

Во последната година има публикувано неколку изданија од различни организации и фондации што го промовираат развојот на социјалното претприемништво, констатирајќи ја моменталната ситуација. Печатеното издание на Фондацијата „Фридрих Еберт“, под наслов: „Анализа на состојбите и предизвиците на социјално претприемништво во Република Македонија“ има идентификувано 20 потенцијални социјални претпријатија или невладини организации што работат во областа на социјално претприемништво. Повеќето од тие социјални претпријатие се формирале заради економско засилување на одредени ранливи групи, каде што невработеноста е многу голема (на пр.: Избор – Струмица, Нега плус – ХЕРА). Сепак, досега нема анализи и насоки во кои индустрии го гледаме развојот на социјалните претпријатија. Ова кратка анализа на потребите за развој на социјалните претпријатија конкретно ќе посочи во кои индустрии има потреба од социјални и економски иновации.

Во кратката анализа се посочени индустриите според моментална ситуација во Република Македонија, како насоки за следните социјални претприемачи и невладините организации што сакаат да развиваат социјални претпријатија на нашата територија.

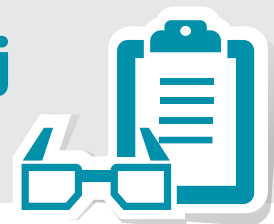
Идентификувани предизвици:

- недостиг на соодветни маркетинг/пазарни анализи за локалниот пазар за потенцијален развој на социјалните претпријатија;
- социјалните претпријатија немаат соодветна маркетинг-стратегија;
- нема пристап на социјалните претпријатија до инвестициските фондови за капитални инвестиции;
- недостиг на соодветен претприемачки кадар и претприемачки вештини во социјалните претпријатија.

Предлози за надминување на предизвиците:

- национална стратегиска рамка со финансиска и техничка поддршка на социјалните претпријатија со конкретен буџет;
- формирање официјална мрежа на социјални претпријатија, кои ќе развијат менторски систем на соработка и кои ќе развијат заеднички систем на продажба и маркетинг на своите производи и услуги;
- хоризонтална соработка на актери за одржлив развој на социјалните претпријатија: бизнис-заедница, меѓународни организации, невладини организации, локални заедници, владини институции и агенции, синдикати, асоцијација на потрошувачи, академски институции и истражувачки центри;
- посебен фонд за капитални инвестиции за развој на социјалните претпријатија во Македонија

Методологија на изработка на анализата на потребите за развој на социјалните претпријатија



Ана Филиповска, автор на „Анализа на потребите за развој на социјални претпријатија во Република Македонија“ има специјализирано во областа на социјалната економија и социјалното претприемништво на Универзитетот во Фиренца, Италија. Таа е автор на конкретно истражување направено во Институтот за политичка економија Карл Поланиј во Монреал, Канада на тема како развојот на социјалната економија води до подобар економски развој на една територија, со повеќе од 11 години работно искуство во работа во невладиниот сектор и давање конкретна поддршка и менторство за развој на социјални претпријатија на претприемачи во Република Македонија. Моментално е вработена како извршен секретар во мултисекторско тело, кое го промовира социјалното претприемништво како начин за економска независност на ранливите категории лица како модел на одржливост на граѓанските организации што работат на програмите за превенција за ХИВ/СИДА и туберкулоза во Република Македонија. Дополнително, во изминатите шест години работи како консултант, тренер и ментор на претприемачи, ранливи групи и граѓански организации заинтересирани да основаат социјални бизниси и работа на конкретни пазарни анализи за потребите на конкретните социјални претпријатија. Таа има искуство во областа на програмите за вработување на лица што се долгорочно невработени, ангажирана од страна на УНДП и Агенцијата за вработување, и има обучено и менторирано повеќе од 1000 индивидуални претприемачи што основале претпријатија во изминатите пет години. Дел е од тимот за пишување на Стратегијата 2020 за развој на социјалната економија во земјите од Југоисточна Европа.

Методологијата за изработка на анализата на потребите за развој на социјални претпријатија во Република Македонија беше направена преку опсежно канцелариско истражување, кое вклучуваше:

- опсежна анализа на стратегиските национални документи во областа на економијата и собирање информации за да се проценат можностите во кои индустрии потенцијално има простор за развој на социјални претпријатија за вработување на ранливи категории граѓани. Дополнително, анализирани се публикации издадени од академски институции, од граѓанскиот и од приватниот сектор, како и од меѓународни организации;
- направена е соодветна анализа на моменталната ситуација во Македонија за можноста за развој и имплементација на одржливи иновации во јавниот сектор, кои социјалните



претпријатија можат да ги задоволат. Прегледани и анализирани се сите јавни стратегиски документи во областа на претприемништвото, кои објавени изминативе пет години;

- направено е соодветно истражување и анализа на постојните социјалните иновации во јавниот сектор и јавните услуги и прегледани се документи за практиките во земјите од Европа, особено предизвиците со потребите што настануваат со населението кое старее и кои услуги можат да им се понудат преку социјални бизниси, кои би вработеле ранливи категории лица;
- направена е анализа на можен развој и примена на нови социјални иновации, или реплицирање на старите социјални иновации од искуствата добиени од одржливи социјални претпријатија во Југоисточна и Западна Европа, со цел да се изготват подобри решенија, кои можат да се искористат на локално ниво во насока на вработување на ранливото население.

Национален контекст за развојот на социјалната економија и социјалното претприемништво во Македонија



Преку развој на социјалната економија и социјалното претприемништво ќе се придонесе за одржлив развој во Република Македонија. Според Националната стратегијата за одржлив развој во Република Македонија за 2009–2030, усогласена со дефиницијата на Светската комисија за животна средина и одржлив развој (позната како комисија Brundtland), одржливиот развој се дефинира како развој што ги задоволува потребите на сегашните генерации, без да ја загрози можноста на идните генерации да ги задоволат своите потреби. Оваа дефиниција ги поткрепува гледиштата за одржлив развој на Република Македонија: „Во суштина, одржлив развој е процес на промени, во којшто користењето ресурси, насочувањето на инвестициите, ориентацијата на техничкиот развој и институционалните промени се во хармонија и ги зголемуваат како сегашните така и идните потенцијали, со цел да се задоволат човечките потреби и аспирации.“

Одржливиот развој вклучува три заемно зависни и испреплетени димензии, кои се есенцијални во социјалната економија и социјалното претприемништво:

- економска димензија (економски ресурси, развој и раст);
- димензија на животната средина (природни ресурси, заштита и одржливо користење на природата и превенција и борба против загадувањето);
- социјална димензија (социјални ресурси, солидарност и борба против сиромаштијата).

Во Стратегијата Европа 2020 посебно се потенцира дека за развој на социјална економија преку развој на социјално претпримеништво потребно е паралелно да се работи на повеќе меѓусебно поврзани столбови на развој:

- интегриран раст – со промовирање на поврзаностите на регионалната трговија и инвестициите, како и политики што се недискриминачки, транспарентни и предвидливи;



- паметен раст – со заложба за иновација и конкурентност на додадената вредност, а не конкурентност по секоја цена да се намали цената на работната сила;
- одржлив раст – преку подигнување на нивото на конкурентност во приватниот сектор, развој на инфраструктурата, како и поеколошки и поенергетски ефикасен раст;
- инклузивен раст – со ставање поголем акцент на развојот на вештините, создавање вработувања и инклузивно учество на пазарот на работна сила, на здравството и на благосостојбата;
- со добро владеење до раст – преку зголемување на капацитетот на јавните администрации да се засили владеењето на правото и да се намали корупцијата за да се создаде клима што го поттикнува работењето на социјалните бизниси и обезбедување јавни услуги кои се неопходни за економскиот развој.

Индустриски сектори во кои може да се развива социјално претприемништво во Македонија, во кои гледаме социјални претпријатија и можности за вработување на маргинализирани лица:

1. Текстилна индустрија (конфекција);
2. Земјоделство и рурален развој (агробизнис/преработка на храна);
3. Креативни индустрии;
4. ИКТ (информатичко-комуникациски технологии);
5. Енергетика

Подолу во анализата е дадено подетално објаснување за поодделните сектори и можностите за развој на социјалното претприемништво во секој од нив. Генерално, претприемништвото во овие индустрии сè уште не е развиено, па затоа социјалните претприемачи со своите иновации треба да го покријат јазот што постои.

Конкурентност есенцијална за социјалните претпријатија

Конкурентноста е дефинирана како способност на една земја да произведува добра и услуги под слободни и фер услови на глобалните пазари, истовремено одржувајќи и проширувајќи ги реалните приходи на своите граѓани на долгорочен план.¹ Друга дефиниција гледа на конкурентноста како на збир од институции, политики и фактори што го одредуваат нивото на продуктивност на една земја. Нивото на продуктивност, пак, го поставува нивото на просперитет што може да се оствари од една економија.²

1 ОЕЦД, 2005 год.

2 Глобален извештај за конкурентност, 2014–2015 год.



Иако поимот на конкурентноста лежи во срцето на развојот на социјалниот бизнис, како и бизнисот воопшто, нејзината дефиниција често пати покрива многу прашања и не се однесува само на едноставно мерење. Јасно е дека конкурентноста на една организација или земја зависи од мноштво фактори, кои се поврзани меѓу себе и не можат да се разгледуваат одделно.

Бидејќи Република Македонија се стреми кон продолжување на економскиот пораст, важно е државата да развие конкурентност. Исто така, бидејќи Македонија нема да може да биде конкурентна со ниски трошоци за плати на долгорочен план, подобрувањето на конкурентноста преку поголемо и социјално претприемништво, додадена вредност и продуктивност е од пресудно значење. Ова води кон клучните теми што спаѓаат во рамките на Стратегијата за конкурентност во македонски контекст:

- деловно опкружување што дава можност развој на социјални претпријатија кои сè повеќе се прифатени од генералната популација;
- индустриска политика со посебни анализи во кои индустрии социјалните претпријатија би можеле да придонесат со конкретни социјални иновации и да вработат лица од најранливите категорииграѓани;
- пристап до пазари/интернационализација и едукација на социјалните претприемачи за можностите за продажба;
- претприемачки вештини со кои социјалните претпријатија ќе бидат одржливи и подготвени да се адаптираат во сите економски услови;
- пристап до финансии за капитални инвестиции на социјалните претпријатија и можност за развој и проширување на капацитетите и можностите за дополнителни вработувања.

Сите овие елементи се важни кога зборуваме за развој на социјалните претпријатија, кои го покриваат јазот каде што традиционалните бизниси не се заинтересирани да инвестираат и дополнително одговараат на општествените проблеми, како што е: долгорочната невработеност, доедукацијата и техничка подготовка на лицата од ранливите категории и поддршка на нискобуџетните семејства.

Преку развојот на социјалната економија и социјалното претприемништво ќе дојдеме до побрзо остварување на Национална стратегија за намалување на сиромаштијата и социјалната исклученост во Република Македонија 2010–2020 година. Овој документ има цел да ги исполни предусловите за започнување на процесот за потпишување на заедничкиот Меморандум за инклузија (Joint Memoranda on Social Inclusion),³ како и исполнување на Милениумските развојни цели,⁴ и предвидува:

(1) Зголемена можност на пазарот на трудот за нови работни места.

³ Joint Memoranda on Social Inclusion (http://ec.europa.eu/employment_social/soc-prot/soc-incl/jim_en.html)

⁴ <http://www.un.org/millenniumgoals/bkgd.shtml>



- (2) Справување со сиромаштијата на национално и локално ниво.
- (3) Обезбедување секое дете што започнува со основно образование да биде подготвено и способно да учи и да извлече максимални придобивки од годините поминати во образовниот процес.
- (4) Намалување или сведување на нула на бројката на деца што го напуштаат образовниот процес предвреме или се слабо оспособени за се справат со животот и со работата кога за тоа ќе дојде време.
- (5) Зголемување на учеството во општеството и подготвеност и барање за доживотно оспособување.
- (6) Отстранување на пречките за учество во општеството со кои се соочуваат поединци, вклучувајќи нарушено здравје, недостиг на самодоверба, слаби услови за домување и несакани зависности.
- (7) Елиминирање на дискриминацијата и нерамноправноста поради полот, расата, вероисповедта или инвалидноста.
- (8) Намалување на нерамноправно дистрибуираната здравствена заштита.
- (9) Обезбедување квалитетни услови за домување за секого.
- (10) Намалување и отстранување на разликите меѓу заедниците во општеството и оспособување на ранливите и обесправените заедници за подобро функционирање и стекнување знаење и услови за тоа.
- (11) Поддржување и охрабрување на приватниот сектор, заедно со социјалните бизниси, за нивен придонес за добросостојбата на ранливите заедници.
- (12) Промоција и поддршка на културата на активно граѓанство (добро владеење), со кое ќе биде овозможен: самостоен и самоодржлив развој, учество во цивилниот живот и активности во општеството и грижа за ранливите заедници.

Инструмент за претпристапна помош (ИПА II), која социјалните претпријатија можат да ја искористат како иницијална финансиска поддршка

Инструментот за претпристапна помош II (ИПА II) е средство преку кое ЕУ ги поддржува реформите во „земјите од проширувањето“ со финансиска и техничка помош. ИПА-фондовите ги надградуваат капацитетите на земјите за време на пристапниот процес, резултирајќи со прогресивен и позитивен развој во регионот.⁵ Невладините организации што планираат да основаат социјални претпријатија и постојните социјални претпријатија со здружено дејствување и соработка со социјалните претпријатија во Европа можат да ги искористат фондовите на ЕУ во секторите што се блиски со нивното работење.



Доделените средства за Македонија според ИПА II за 2014–2020 год. се 664,2 милиони €, а приоритетните сектори што ќе ги добијат овие средства се:

- демократија и управување;
- владеење на правото и фундаментални права;
- животна средина и климатски промени;
- транспорт;
- општествен развој;
- земјоделство и рурален развој;
- регионална и територијална соработка;
- конкурентност и иновации.

Во рамките на горенаведеното, финансиската помош од фондовите ИПА II може да се користи за поддршка на социјалните претпријатија преку: подобрување на економската конкурентност; зголемување на продуктивните инвестиции; странски директни инвестиции; диверзификација на извозот; создавање услови за одржлив економски раст и приближување кон ЕУ; зајакнување на деловната рамка (правна и институционална), вклучително и преку спроведување на законот на ЕУ за единствен пазар.

Конкурентноста и иновациите спаѓаат под областа „Социо-економски и регионален развој“, за што се наменети средства во висина од 298,8 милиони €. Од нив, за мерките/програмите за конкурентност и иновации планирани се 73 милиони €. Затоа е многу важно идните социјални претприемачи и невладините организации што сакаат да развијат социјални претпријатија да изградат капацитети за користење на оваа европска финансиска поддршка и да создаваат партнерства со искусни социјални претпријатија во Југоисточна, Централна или Западна Европа.

Јавна поддршка и иницијативи како поддршка на развојот на социјалните претпријатија

Иако владините тела, како Министерството за труд и социјална политика, се вклучени во развојот на политиките и на иницијативите за поттикнување на социјалното претприемништво во нашата земја, сепак, постои недоволна јавна (професионална) поддршка за основање или формирање социјални претпријатија и државна техничка и финансиска поддршка. Во наредниот период е неопходно да се изработи стратесиска национална рамка за поддршка на развојот на социјалните претпријатија во Република Македонија, со утврден акциски план и финансиска рамка.



Мрежи и координативни механизми за заедничка поддршка на развојот на социјалното претприемништво

Постојат неофицијални податоци за постоењето на мрежи на граѓански организации, кои работат заедно и се поддржуваат во развојот на овој сектор. Сепак, официјално и формално нема податоци за официјални мрежи што неопходно треба да вклучуваат не само социјални претпријатија туку и приватни бизниси, академски институции и истражувачки друштва, заедно со асоцијации за потрошувачи, кои заедно ќе се координираат и ќе работат на стимулација и одржлив развој на социјалното претприемништво во Република Македонија. Неопходно е да се направи официјална хоризонтална соработка на сите засегнати актери на територијата на Република Македонија за одржлив развој на социјалното претприемништво.

Поддршка од мрежата на домашни инвеститори (бизнис-ангели) за социјалните бизниси

Инвестирањето на бизнис-ангелите се јавува кога поединец со висока нето-вредност директно инвестира во иновативна стартап-компанија. Ваквите инвестиции се јавуваат за износи меѓу 20 000 и 100 000 евра, опфат што не го покриваат фондовите за ризичен (venture) капитал.⁶ Мрежите на бизнис-ангелите ја помагаат нивната интеракција и размената на информации и го споделуваат ризикот преку коинвестирање во портфолио на стартап-потфати. Владата треба да организира размена на информации за ангелското инвестирање и за олеснување на мрежите на бизнис-ангелите. За ангелите инвеститори, кои се типично малцински акционери, може да биде проблем и правната заштита. Може да се размисли и за конкретни даночни поволности за охрабрување на ангелското инвестирање – на пример, Франција вовеле даночни поволности за данокот на богатство за инвеститорите ангели. Во национална стратесиска рамка треба да се испитаат сите можности на стимулација на домашните инвеститори што сакаат финансиски да поддржат социјални претпријатија за подобри и инклузивни заедници на територијата на Република Македонија.



Препораки за деловно поврзување на социјалните претпријатија во земјата и во странство:

- прибирање, обработка и доставување на информации релевантни за социјалното претприемништво;
- воспоставување и одржување на база на податоци и електронска поврзаност меѓу регионалните центри за поддршка на социјалното претприемништвото;
- реализација на програми од областа на едукацијата, тренингот, обуките и консултантските услуги за социјално претприемништво (организирање трибини, конференции и бизнис-форуми);
- спроведување програми за соработка со земјите од регионот и пошироко, за социјално претпримеништво;
- финансиска поддршка на социјални претпријатија преку субвенционирано советување;
- кофинансирање развојни проекти во соработка со домашни и странски инвеститори и донатори;
- соработка со истражувачки институции, каков што е Економскиот и социјален институт во Скопје, и предлози во однос на следниве четири стратегиски цели:
 1. Зголемување на вработеноста и развој на човечкиот капитал во секторот „социјално претприемништво“
 2. Стимулирање на креативноста и иновативноста во рамките на социјалните претпријатија
 3. Стимулирање на извозот и унапредување на меѓународниот перформанс на социјалните претпријатија
 4. Подобрување на пристапот до финансии и унапредување на условите за работа на социјалните претприемачи (амбиент, инфраструктура).

Предизвици за финансиска одржливост на социјалните претпријатија

Финансиска одржливост

Сите основани социјални претпријатија имаат проблеми со изнаоѓање финансии за капитални инвестиции за развој на своите социјални бизниси. Најголем број финансии доаѓа од грантови, кои се рестриктивен и се непостојан извор. Банките немаат уредено политика за финансирање на невладините организации, зашто немаат доволно гаранции за враќање на кредитот. Меѓународните донатори или националните фондации даваат еднократни финансии, ограничени само на опрема/машини или за градење капацитети. Нерегулираното финансирање ги одвраќа социјалните претприемачи да основаат социјални претпријатија. Затоа, потребни се инвестиции од државниот буџет, од локалните самоуправи или од инвестициски фонд, од страна на донатори за капитални инвестиции, за социјални претпријатија. Социјалните претпријатија, пак, треба да имаат развиено добри бизнис-планови и анализа на пазарот за да докажат дека има доволно побарувачка за нивните производи и/или услуги за да обезбедат приходи што ќе ги покријат оперативните трошоци на претпријатијата. Немањето финансии за изработка на елаборати и пазарни истражувања за да ја идентификуваат побарувачката на производи и услуги може да ги доведе социјалните претприемачи да се соочат со проблеми во продажбата. Истражувачките здруженија и институции треба да се здружат во поддршка на развојот на социјалните претпријатија кои вработуваат ранливи групи за подобра и инклузивна заедница. Многу малку социјални претпријатија се подготвени да продаваат. Додека одредени локални самоуправи откупуваат производи од социјални претпријатија, други воопшто не ја препознаваат потребата. Затоа е потребна локална политика за финансиска, техничка и просторна поддршка на социјалните претпријатија по примерот на Франција, каде што социјалните претпријатија имаат предност во јавните набавки што се вршат од страна на локалната самоуправа или на некоја државна институција.



Клучни бариери за финансиска одржливост:

- немање инвестициски фондови за капитални инвестиции за основање социјални претпријатија;
- немање финансии за дополнителна работа и оспособување на лицата што се долгорочно невработени и/или ранливи;
- немање пазарна анализа за побарувачката на производи/услуги кај социјалните претпријатија;
- немање маркетинг-стратегија и фокус на продажба;
- голема конкуренција.

Препораки:

- создавање државен или приватен инвестициски фонд за развој на социјални претпријатија;
- соработка со истражувачки институции и здруженија за маркетинг-анализи за потребите на социјалните претпријатија;
- техничка поддршка и менторство во областа на финансиите и продажбата;
- создавање формална мрежа на социјални претпријатија, кои исто така, ќе можат да си препродаваат производи/услуги според потребите;
- локална и национална политика за предност во набавки каде што аплицираат социјални претпријатија кои вработуваат ранливи лица.



Зајакнување на човечките ресурси

Еден од главните внатрешни проблеми кај социјалните претпријатија, посебно оние што се основани од невладини организации, е недостигот на бизнис-вештини за водење претпријатие, односно недостиг во областа на бизнис-планирањето, бизнис-менаџирањето, продажбата и водењето на финансиите. Само градењето капацитети во овие области нема да помогне да се премости јазот, туку е потребно и постојано менторство од страна на искусни претприемачи, преку кое може да им се помогне на социјалните претпријатија во надминувањето на нивните предизвици.

Институциите и политиките само можат да помогнат во зајакнувањето на човечките ресурси во социјалните претпријатија преку финансирање програми за градење капацитети, менторство и стимулација на социјалните претприемачи за иновирање. На крајот, иновациите произлегуваат од креативното дејствување на луѓето. Според тоа, развојот на еден збир талентирани и обучени човечки ресурси е основен за поттикнување на иновациите и економскиот раст во Македонија. Според тоа, политиките ќе осигурат дека образованието на сите нивоа ги подготвува луѓето за пазарот на трудот, имено, преку обезбедување способности што ќе им помогнат на социјалните бизниси да бидат иновативни и конкурентни. Целта на политиките ќе биде адаптирање на политиката на образованието кон развивање на вештините што се потребни за иновации, подобрување на квалитетот на стручната обука и промовирање на доживотното учење, како и поголема релевантност на универзитетското образование во однос на социјалните иновации кои би се примениле во социјалните претпријатија.

Потреба од капитални инвестиции за опрема и машини за работа

Постојните социјални претпријатија најмногу се финансирани од донатори преку грантови со набавка на машини и/или опрема. Има недостиг на инвестициски фонд за поддршка на социјалните претпријатија во капитални инвестиции за опрема и машини или технолошки иновации. Исто така, нема дополнителна поддршка за репроматеријали, кои им се потребни на социјалните претпријатија за иницијална работа во првата година. Затоа е неопходна поддршка од државен или од приватен инвестициски фонд за капитални инвестиции за развој на социјалните претпријатија што ќе вработуваат маргинализирани лица.

Подобрување на продажбата на производи и услуги

Потребно е посебна едукација и заедничка координација за продажба на производи и услуги во рамките на мрежите на социјалните претпријатија. Многу социјални претпријатија имаат проблем со самата побарувачка и недоволно познавање на локалниот пазар. Потребна е заедничка официјална платформа на постојната мрежа на социјални претпријатија за промовирање на своите производи и услуги и заштеда на средства од поединечни промоции и маркетинг. Социјалните претпријатија можат да направат заеднички пазар и заеднички да пласираат производи и услуги на локалниот пазар.



Неопходна е соработка со бизнис-мрежи и мрежи на потрошувачи за промоција, заради препознавање на улогата и важноста на социјалните претпријатија и достапност на производите и услугите што ги нудат кај општата популација. Треба да се подобри соработката со социјалните претпријатија во регионот на Југоисточна Европа, особено зашто се работи за пазар кој е сличен по потребите. Препорачливо е социјалните претпријатија да направат и дополнителна соработка, заради размена на искуства и практики со Европската мрежна на социјални претпријатија (European networks of social enterprises eg. ENSIE, SECOP, etc).

Предизвици за функционирање на социјалните претпријатија:

- недостиг на бизнис-вештини;
- потреба од дополнителна, квалитетна работна опрема и соодветен репроматеријал за работа;
- неадекватно развиена мрежа на продажба;
- недоволна промоција и маркетинг;
- слаба вмреженост на социјалните претпријатија со другите засегнати страни.

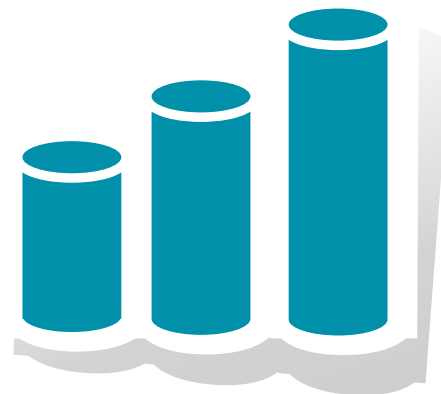
Препораки за подобрување на состојбата

- Соработка со бизнис-заедницата, која може да понуди бесплатна обука и менторство на социјални претприемачи, како дел од нивната социјална одговорност.
- Државен или приватен инвестициски фонд, кој ќе овозможи капитални инвестиции за опрема/машини/репроматеријали за развој на социјалните претпријатија, кои ќе вработуваат маргинализирани лица.
- Основање официјална мрежа меѓу постојните социјални претпријатија, кои заеднички ќе направат план за пласман, маркетинг и промоција на своите производи и/или услуги.
- Учество на нашите социјални претпријатија во Европските мрежи на социјални претпријатија и размена на искуство, практики и учество во заеднички проекти за нивен одржлив развој на една територија.

Можности за развој на социјалните претпријатија во посебни индустрии

1. Текстилна индустрија (конфекција)

Текстилната индустрија претставува една од водечките преработувачки индустрии во земјава, со значителни резултати во формирањето на БДП, во високото апсорбирање на работната сила и во извозот. За разлика од другите стопански дејности, во оваа област релативно повеќе дојдоа до израз претприемачките иницијативи на стопанствениците и остварени се повеќе деловни врски со странски партнери, што претставува основа за натамошен развој.



Производството на текстилни производи во последните години, од 2005 година наваму, бележи негативна тенденција – како кај производството на текстилни ткаенини така и кај производството на облека, за разлика од позитивниот тренд во некои години кај вкупното индустриското производство и, одделно, кај преработувачката индустрија.

Според податоците за индустриското производство во 2015 година, споредено со истиот период од 2014 година, кај производството на текстилни ткаенини имаме зголемување на производството за 14,8%, додека производството на облека бележи зголемување од 6,7%.

Најзастапени групи производи во извозот од текстилната индустрија се: женски блузи, кошули и кошули-блузи, машки кошули од памук, панталони, работни комбинезони, машки јакни и блејзери и слично. Според податоците од Државниот завод за статистика, текстилната индустрија во 2015 година остварила извоз од 596,4 милиони американски долари, што е 13,2 % од вкупниот извоз. Близу 92% од производните потенцијали се извезуваат во земјите членки на Европската Унија, како и во Соединетите Американски Држави и во соседните земји. Во овој период компаниите главно работат лон-производство со странски партнери (Германија, Италија, Холандија). Оттука, во иднина развојот на оваа гранка треба да се движи во насока на развој и креирање сопствено производство (а не само лон), со цел зголемување на конкуренцијата на странските пазари.

За да се стабилизира текстилната индустрија и да почне да бележи позитивни движења во своите економски параметри, мора да помине низ одредени структурни промени, како што е тоа направено во многу европски земји. Социјалното претприемништво може да придонесе :

- Првиот чекор е премин кон повисока фаза на услужното шиее, односно повисока фаза на лон-производство. Тоа би се реализирало, прво, ако материјалите се увезуваат директно во Македонија од источноазиските земји, секако по налог на работодавачот – партнер од ЕУ. Но, за тоа е потребно укинување на царинските давачки на основните репроматеријали за текстилната индустрија.
- По усовршувањето во првата фаза, социјалните претпријатија можат да започнат со свои мали производни серии.
- Третиот чекор на долгорочен план би бил повисока инвестиција во модернизација на производниот капацитет и промовирање сопствени производи.
- Неопходно е намалување на царинските давачки за увоз на репроматеријали од земјите надвор од ЕУ, кои сега се 10% или, пак, тие да се изедначат со стапките на ЕУ за увоз на репроматеријали на 7,5%, со што би се зголемила конкурентноста на македонските производи во Унијата, а со тоа и на извозот.
- Потребен е полесен пристап до поволните финансиски извори на средства за да може дел од лон-производството да се пренамени во класично производство наменето за извоз.
- Намалување, т.е растоварување на високите фискални, парафискални и социјални давачки при исплатата на платите, кои неосновано се пресметуваат според просечната плата на ниво на државата, а не според исплатената плата.



2. Рурален развој – потребан е целокупна стратегија и планирање за развој на социјалните претпријатија⁷

Поволности што можат да се искористат од страна на социјални претпријатија што сакаат да развиваат социјален бизнис во рурален развој:

- зголемување на побарувачката за руралниот туризам на домашниот и на меѓународниот пазар;
- поддршката на ЕУ за диверзификација на економските активности и подобрување на основните услуги во руралните области;
- богатата традиција во производство на различни примарни производи и преработена храна;
- висок природен потенцијал за земјоделско производство и производство на дрвна маса;
- добар имиџ на македонските земјоделски и прехранбени производи кај преработувачката индустрија во земјите од регионот;
- земјоделско-прехранбениот сектор е претставуван од страна на функционални здруженија и стопански комори, кои се активни фактори за креирање и спроведување на политиките за развој;
- достапни образовни капацитети и функционален образовен систем во областа на земјоделството, шумарството и прехранбената индустрија;
- голем број зачувани рурални заедници со богати историски и културни традиции;
- присуството на патна инфраструктура со обезбеден пристап до релативно помали населени места во руралните средини;
- воведени ИКТ-технологии, кои обезбедуваат можности за подобрување на пристапот до услугите и развој на нови бизниси;
- зголемени инвестиции во руралната инфраструктура, вклучително и рехабилитација на училишта и здравствени установи во руралните средини.



Препораки до социјалните претприемачи што сакаат да основаат социјални претпријатија во рурален развој во Македонија:

- основање социјални задруги по примерот на Италија, со обединување на земјоделците и сточарите и диверзификација на економски активности за подобрување на основните услуги во руралните области;
- интеграција на истражувачките капацитети за развој на земјоделството и шумарството и работа на иновации во земјоделско-прехранбениот сектор;
- оспособување на долгорочно невработените лица и лицата со низок образовен статус за работа во земјоделството;
- преку социјални земјоделски задруги до зголемен капацитет на производството и поквалитетни услуги и заеднички капитални инвестиции вложени во нови машини/ опрема и заеднички пласман и промоција;
- социјалните претпријатија да работат на интеграција на синџирите за храна преку хоризонтална интеграција на сите засегнати актери.

3. Животна средина

Поволности што можат да ги искористат социјалните претприемачи за формирање на социјални претпријатија и заштита на животната средина:

- поволен агроеколошкиот потенцијал;
- богата биолошка разновидност;
- разновидна почва и висока природна вредност на обработливото земјиште;
- постоење долгогодишно искуство на примена на традиционални одржливи практики во земјоделството;
- зголемување на свеста за животната средина;
- нови технологии за заштеда на енергија и производство на обновлива енергија;
- голем интерес за примена на агроеколошки практики и органско земјоделско производство.



Констатирани недостатоци за кои социјалните претпријатија треба да пронајдат соодветни решенија, преку соодветно работење и пример за приватниот сектор:

- интензивна урбанизација на земјоделското земјиште;
- уништувањето на природните живеалишта преку дренажи, орање, градежни активности и употребата на ѓубрива и хемикалии;
- неодржлива употреба на хемикалии во земјоделството;
- неефикасно користење на природните ресурси, вклучувајќи ги и експлоатирање;
- несоодветно користење на водата за наводнување и неефикасни системи со големи загуби на вода, итн.;
- постојан тренд на деградација на почвата, особено под притисок на монокултури;
- висок ризик за оштетување на шумите од природни катастрофи;
- намалување на површините под пасишта и деградација на висинските пасишта;
- глобалните климатски промени и ризиците поврзани со природни катастрофи (т.е. поплави, несреќи, пожари, суша);
- губење на биолошката разновидност;
- зголемување на загадувањето поради употреба на вештачки препарати од која земјата се заситува, индустриски активности, транспорт и туризам;
- употреба на комерцијални сорти и видови, што доведува до исчезнување на традиционалните и автохтони сорти и раси.

Препораки

- Социјални претпријатија што ќе воведат органски практики на традиционалните и автохтони сорти и раси за производство во земјоделството и зачувување на животната средина.
- Работа во екотуризмот и промовирање на природните убавини и локалните бизниси во руралните области.
- Социјалните претприемачи да се насочат кон иновации за ефикасни системи за наводнување во земјоделството за да нема загуби на вода.



4. Креативни индустрии

Поимот „креативни индустрии“ опфаќа широк дијапазон активности, кои ги вклучуваат културните индустрии и сите културни или уметнички, научни, технички и технолошки продукции базирани на знаења и вештини. Креативните индустрии се вид дејност во која спаѓаат продукција и пазарната размена на идеи од областа на културата, уметноста, науката, техниката, технологијата, најчесто олицетворени во конкретни материјални производи, информации и услуги.⁸

Истражувањата покажуваат дека Република Македонија има солиден потенцијал за развој на стратегијата за креативните индустрии. Тој потенцијал е содржан во следниве домени:

- културно-историски споменици од различни историски периоди (праисторија, антика и среден век);
- потенцијал за реализација и афирмација на креативните предиспозиции преку искористување на човечките ресурси (поединци и групи) во различни области, како маркетингот, дизајнот од секаков вид, софтверот и, воопшто, дигиталната технологија, класичните форми на уметничкото дејствување и сл.;
- развиен систем на институционализирано формално и неформално образование, што е еден од предусловите за развој на човечките ресурси;
- природни атракции и реткости (планини, пештери, реки, езера), атрактивни, но споредливи со слични во други делови од светот;
- богата традициска култура, која може да биде предлошка за некои нови форми на туризам и развој на занаетите (особено оние што се ретки и автентични).

За да се започне бизнис во доменот на креативните индустрии, потребни се идеи и финансиски средства, способност, знаење и вештина (познавање на современите форми на маркетинг и менаџмент, но и на идеолошката предлошка на новиот глобален поредок и градење нови животни стилови).

Според резултатите од анализата на податоците добиени со анкетата направена за потребите за мапирање на креативни индустрии во Република Македонија, издадена во јули од 2009 год., најзастапени креативни индустрии во Република Македонија се: адвертајзингот (13,9%), издаваштвото (12,6%), уметничките занаети (10,9%), филмот (9,6%), ликовната уметност (8,3%), современата уметност (7,8%), архитектурата (7,4%), софтверот (7%). Другите културни индустрии се, исто така, застапени, но со помал процент од наведените. Најчестиот продукт на креативните индустрии се услугите и информирањето. Кај речиси половината видови креативни индустрии (што се опфатени со истражувањето) вработени се од едно до четири лица (47,4%), потоа доаѓаат тие со 10–24 вработени



(21%), со 5–9 вработени (15,8%), 25–99 вработени (12,1%) и само 2,8% се со повеќе од 100 вработени. Најголем процент од вработените се во редовен работен однос (56,5%). Најголем процент (70%) од продуктите на креативни индустрии се наменети за домашниот и странскиот пазар, додека 29,4% создаваат производи исклучиво за домашниот пазар. Во основа, голем дел од креативните индустрии не се специјализирани за одредени целни групи и не прават разлика дали нивните потрошувачи се поединци или институции. 46% од нивните продукти се наменети за извоз, а тој најчесто се реализира непосредно (57,7%), но и со посредувачи (42,3%). Извозот се остварува преку институции (25,9%), поединечно (20,7%) или преку фирми (19%). Најголемиот број креативни индустрии соработуваат со институции од областа на културата – 77%, 64,8% со граѓански здруженија, 50,2% со економски институции, а само 24,8% соработуваат со политички институции. Наведенава соработка најчесто се однесува на: учество во заеднички проекти, односно бизниси (76,5%); размена на услуги (73,5%); размена на информации (68,7%) и административна поддршка (51,3%). Продуктите на креативните индустрии на домашниот пазар претежно имаат просечна побарувачка (52%). Дека е побарувачката голема, се изјасниле само 25,3% од испитуваните институции, а дека е таа мала изјавиле 21,8% од нив.

Предизвици

Најголем дел од креативните индустрии што беа вклучени во истражувањето (60,2%) немаат проблеми со снабдувањето со репроматеријали и полупроизводи. 63,9% од нив се снабдуваат со алатки, односно средства за производство од земјата, а 57,3% имаат потреба за набавки од странство. Половината од нив (50,2%) не располагаат со сите потребни алатки, односно средства за производство, а другата половина (49,8%) го имаат сето она што им е потребно. Најчесто, претставниците на креативните индустрии не се задоволни со законските и подзаконските акти, со кои се регулира дејноста во областа на културните индустрии (86,1%). Речиси ист процент (84%) сметаат дека не постојат посебни поволности во законот за деловните субјекти од доменот на креативните индустрии. Во однос на авторските права, 63,4% од испитаниците сметаат дека тие не се заштитени, а дури 58,3% укажуваат дека се соочиле со случаи на злоупотреба на авторскиот труд од страна на други субјекти. Иако кај 52,5% немало случаи на неовластено продавање на нивниот продукт од страна на други субјекти, сепак, висок е процентот (47,5%) на тие на кои тоа им се случило. 53% од креативните индустрии забележале дека постојат плагијати на нивните продукти.



Препораки за развој на социјални претпријатија во областа на креативните индустрии:

- сервисирање, обука и професионален развој за носителите на активностите за развој на културниот туризам, чии проекти ќе се развиваат како модели што служат за повторување во сите други слични или идентични региони;
- предложените проекти треба да овозможат и да демонстрираат исклучително ниво на опслужување на посетителите;
- формирање заедништва врз база на добрите практики, решените проблеми и идентифицираните трендови, кои најмногу придонесуваат за развој на креативните индустрии во функција на културниот туризам и на наследството;
- техничка асистенција преку програми што овозможуваат економски развој, посебно во доменот на уникатните производи и пакети на производи од одредени региони;
- во овој сектор најголемиот дел од вработените се во редовен работен однос, но не е мал бројот и на оние што се времено ангажирани (на пример, на одделни проекти). Организациите од овој сектор во најголем дел вработуваат од 10, па до над 100 лица (според нивната природа и ингеренции). Постои импозантен број на стручна и квалификувана работна сила што може да се вработи во овој сектор, но таа не е целосно искористена;
- техничка асистенција преку програми што овозможуваат економски развој, посебно во доменот на уникатните производи и пакети на производи од одредени региони;
- овозможување поволни кредити од страна на државата во областа на заштитата и афирмирањето на културното наследство;
- овозможување даночни олеснувања од страна на државата во областа на заштитата и афирмирањето на културното наследство;
- државата треба да обезбеди поголемо и поразвиено учество на секторот во имплементацијата на сите видови јавни политики (културни, образовни, научни, уметнички, оние што се однесуваат на урбаниот развој и на планирањето на просторот итн.).



5. Енергетика – потреба за структурни промени во однос на енергетските извори и цените на енергијата⁹

Земјите од регионот, како потписнички на Спогодбата за енергетска заедница, се обврзаа на реформи на енергетскиот пазар и на регионална интеграција, кои треба да се спроведат соодветно и навремено за да се постигнат нивните целосни придобивки: одржливи, безбедни, сигурни и достапни енергетски услуги.

Консолидирани заклучоци во секторот енергетика, на кои социјалните претприемачи заинтересирани за овој сектор сакаат да работат:

- Изворите на енергија треба да се менуваат со зголемена употреба на гас и обновливи извори на енергија за производство на топлинска и електрична енергија.
- Треба да се охрабрат структурните промени во индустријата во полза на оние индустрии што не користат големи количества електрична енергија и кои имаат вкупно помало негативно влијание врз животната средина.
- Енергетската ефикасност, како од страната на производителот така и од страната на купувачот, би требало да се подобри преку наменски програми, образование, обука и подигнување на свеста.
- Треба да се користи механизмот за чист развој според протоколот од Кјото како дополнителна алатка за спроведување проекти за намалени емисии на стакленички гасови и поттик на руралниот развој.

6. ИКТ (информатичко-комуникациски технологии)

Целта на димензијата на ИКТ (информатичко-комуникациските технологии) е дополнително да се зголеми соработката за економски и социјален развој во Југоисточна Европа и да се искористи целиот потенцијал на информатичките и на комуникациските технологии за да се поттикне иновативноста, економскиот раст, регионалната конкурентност и да се подобри квалитетот на животот.

Постојат опширни заеднички карактеристики на приоритетите во Југоисточна Европа и во ЕУ за градење на единствен дигитален пазар, брз и ултрабрз интернет-пристап, интероперабилност и стандарди, зголемување на довербата и безбедноста, на истражувањето и на иновацијата, зголемени дигитални вештини и писменост и проширување на придобивките од ИКТ за инклузија на повеќето маргинализирани слоеви во општеството.



Според таа димензија предвидени се неколку главни акции:

- поддршка на иновациите водени од ИКТ во јавниот сектор за понатамошна модернизација на јавната администрација;
- развој и зголемување на нивоата на интерактивност и пристапност на електронските јавни услуги и онлајн-достапност на интероперативни електронски јавни услуги на национално ниво и во целиот регион на ЈИЕ;
- развој на регионалната широкопојасна инфраструктура за да се обезбеди брз интернет-пристап за сите;
- унапредување на безбедноста на мрежата и заштита на податоците во регионот на ЈИЕ;
- обука за ИКТ за јавната администрација и за граѓаните;
- ИКТ за инклузија на маргинализираните групи (жени, лица со посебни потреби, рурални сиромашни лица, Роми итн.) и пренос на know-how.

Визијата и стратегиските цели за политиката за иновации 2012–2020¹⁰ дефинирани се во четири сегменти:

- зајакнување на склоноста на бизнис-секторот, како и на социјалниот бизнис за внесување иновации;
- зајакнување на човечките ресурси за иновации;
- создавање регулациско окружување за поддршка на иновациите;
- зголемување на тековите на знаења меѓу актерите во иновациите;
- зголемување на свеста на социјалните претприемачи да користат социјални и економски иновации во своето работење.

На расходите на активностите за иновации не треба да се гледа како на трошок, туку како на инвестиција. Испитувањето на бизнисот спроведено со Прегледот на ОЕЦД на Националниот систем за иновации¹¹ наиде на докази дека македонските фирми што внесувале иновации во периодот 2008–2010 доживеале зголемување на своите профити или обрт. Иако фирмите ги поврзуваат иновациите со зголемен ризик, тие треба да сфатат дека, ако не внесуваат иновации, исто така се изложени и на ризикот од губење на својата конкурентност. Подигањето на свеста за иновации во социјалното претприемништво бара систематски и координиран напор од страна на главните фактори во рамките на националниот систем за иновации – вклучувајќи ја владата, бизнис-здруженијата и универзитетите.

10 Национална стратегија за иновации 2012–2020.

11 ОЕЦД, 2012.

Препораки

- Треба да се поттикнат партнерства, како иновативна и исплатлива мерка, која ги спојува социјалните бизниси, истражувачките институции и локалната самоуправа во конкретен сектор од стопанството.
- Социјалните бизниси со социјални иновации треба да можат да го користат Фондот за иновации и технолошки развој, кој се формира за да се обезбедат дополнителни извори за финансирање на малите и средните претпријатија, со посебен акцент на иновациите. Преку фондот се даваат грантови за иновации, техничка помош за компаниите за олеснување на пристапот до регионалните фондови, условени заеми, еквити-инвестиции, финансиска помош за истражување и развој и слично.
- Техничка помош (консултантски услуги) за да се олесни нивниот пристап до надворешните услуги, како вршење на истражување и развој преку надворешни услуги, тестирање, дизајн, истражување на пазарот, бизнис-консалтинг за пишување на бизнис-планови или физибилити-студии.
- Институциите за јавно истражување да бидат охрабрени да спроведат истражувања за потребите на социјалниот бизнис. Ова може да има неколку облици, вклучително и проекти за заедничко истражување (направени во соработка со социјалните бизниси, претпријатија или кластери) и договорно истражување. Во моментот, преку Програмата за остварување на научноистражувачката дејност, во рамките на технолошко-техничкиот развој во Република Македонија предвидена е поддршка за истражување и развој, кои вклучуваат соработка меѓу малите и средните претпријатија и академските институции.¹
- Соработка со академски институции и финансирање од државни средства за трансфер на нова технологија.
- Обезбедувањето финансиска поддршка на социјалните претпријатија што сакаат да воведат чисти технологии или, пак, производство на еколошки производи, не само што би ја заштитила на животната средина туку со тоа и би се подигнала свеста на претпријатијата за економските придобивки од воведување на еколошки чисто производство, и со тоа би се зголемила конкурентноста на пазарот при пласирањето на еко-производи.
- Адаптација на практиките за јавни набавки, со цел охрабрување на иновативните решенија.

Препораки за одржлив развој на социјални претпријатија во Македонија



1. Обезбедување професионална поддршка за социјалните претпријатија во Македонија

Мапирање на сите засегнати страни кои можат да обезбедат квалитетна техничка поддршка и менторство, како професионална поддршка за развој на социјалните претпријатија за вработување на ранливи категории на лица. Потребен е центар за градење на капацитети и менторство на социјални претпријатија на долг рок. Исто така, советодавни услуги од страна на бизнис-консултант и/или претприемачи со специјално адаптирани тренинг-програми за потребите на социјалните претпријатија. Исто така, треба да постои центар каде што социјалните претприемачи ќе се информираат за конкретната финансиска и техничка поддршка што може да ја искористат.

2. Поддршка за обезбедување деловен простор за социјални претпријатија во Македонија

Обезбедување деловен простор со кои располагаат локалните самоуправи како поддршка за вработување на ранливи лица за социјалните претпријатија. Дополнително обезбедување простории за изложба и промоција на услугите и/или продуктите што ги пласираат самите социјални претпријатија заради зголемување на видливоста и развој на свеста кај крајните потрошувачи и придобивките што ги имаат социјалните претпријатија на една територија.

3. Вмрежување на социјални претпријатија во Македонија, соработка со мрежи во Југоисточна, Централна и Западна Европа

Мора да го земеме предвид фактот дека ние сме на самите почетоци во развојот на социјални претпријатија. Во Македонија досега нема формална мрежа на социјални претпријатија и затоа е неопходно таква понатаму да се формира за да соработува со поголеми мрежи на социјални претпријатија во регионот на Балканот, но и за размена на практики и искуства со мрежи во Централна и Западна Европа. Ова ќе биде дополнителна можност заеднички да се аплицира во европските фондови за понатамошен развој на социјалните претпријатија, со цел вработување на ранливи категории лица.

4. Поддршка на истражувања во областа на социјалното претприемништво

Неопходно е поддршка на истражувања и анализи кои ќе им послужат на социјалните претпријатија во насока на тоа каде е најдобро да ги насочат своите економски и социјални активности според побарувачката на локалниот пазар. Потребни се пазарни истражувања за развој на социјалните претпријатија, а неопходни се и истражувања околу евалуацијата на економските и социјалните придобивки што ги произведуваат самите социјални претпријатија.

Користена литература:

Глобален извештај за конкурентност, 2014–2015 год.

Стратегија за развој на енергетиката во Република Македонија за периодот 2008-2020, МАНУ, Скопје, јуни 2009

Мапирање на креативни индустрии во Република Македонија, Министерство за култура, јули 2009

Национална Стратегија за земјоделството и руралниот развој за периодот 2014–2020

Стратегија за конкурентност со акционен план на Република Македонија 2016–2020

Национална стратегија за иновации 2012–2020 на Република Македонија

Југоисточна Европа 2020: Работни места и просперитет во Европска перспектива, октомври 2013

Национална стратегија за одржлив развој во Република Македонија 2009–2030

Анализа на состојбите и предизвиците за развој на социјално претприемништво во Република Македонија, јануари 2016

Индустриска политика на Република Македонија

Текстилна индустрија во Република Македонија, Здружение на текстилната индустрија, Стопанска комора на Македонија

(Footnotes)

1 Национална стратегија за иновации на Република Македонија 2012–2020.

Оваа публикација е изготвена со помош на Европската Унија. Содржината на публикацијата е единствена одговорност на Х.Е.Р.А. – Асоцијација за здравствена едукација и истражување, Insertion et alternatives – Group SOS и Општина Центар и на никаков начин не може да се смета дека ги одразува гледиштата на Европската Унија.

"This publication has been produced with the assistance of the European Union. The contents of this publication are the sole responsibility of H.E.R.A. – Health Education and Research Association, Insertion et alternatives – Group SOS and Municipality of Centre and can in no way be taken to reflect views of the European Union."

