



ПРИРАЧНИК

АГЕНЦИЈА ЗА ПОДДРШКА НА
ПРЕТПРИЕМНИШТВОТО ВО
РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА
МАКЕДОНИЈА

Издание на:
ХЕРА - Асоцијација за здравствена едукација и истражување
Скопје, 2020 година

Авторки:
Александра Илоска и Климентина Илијевски

Графичко уредување:
Јана Мишева

Тираж: **100**

СОДРЖИНА

1	За што служи овој прирачник?.....	4
2	Зошто социјално претпријатие?.....	4
2.1	Финансиската криза од 2008 година и појавата на социјалните претпријатија.....	4
2.2	Дали КОВИД-19 кризата е најава за ерата на социјалните претпријатија?.....	5
3	Примери на социјални претпријатија на ниво на ЕУ.....	6
3.1	Задруга за зелена енергија - Загреб, Хрватска.....	6
3.2	Bremen Heimstiftung - Бремен, Германија.....	7
3.3	Scoop-ti, задруга на работници, Франција.....	7
3.4	Nuova Dimensione, Италија.....	7
3.5	Windmill Hill City Farm, Лондон, Англија.....	8
4	Примери на социјални претпријатија во Република Северна Македонија.....	9
4.1	НАША ДОБРА ЗЕМЈА- првата задруга на потрошувачи во Македонија.....	9
4.2	МАМА ОРГАНА- циркуларен бизнис за производство на органско ѓубриво.....	10
4.3	Списание за одржлив развој „Лице в лице“.....	10
4.4	Црвен крст на град Скопје – Центар „Солферино“ - Струга.....	11
4.5	КОПЧЕ - продавница за облека од втора рака	12
4.6	ЕСНАФ.....	12
4.7	Бејгл - пекарница што интегрира.....	13
4.8	АВ-АВ ХЕПИ ДОГ - забава, грижа и љубов за кучиња.....	14
4.9	НЕГА ПЛУС - сервис за грижа и нега на стари и изнемоштени лица.....	14
4.10	Покров - социјално претпријатие за производство на органска храна.....	15
5	Клучна терминологија.....	16
5.1	Екосистем за социјални претпријатија.....	16
5.2	Социјална економија.....	17
5.3	Социјално претприемништво.....	17
5.4	Социјално претпријатие.....	17
5.5	Социјални претпријатија за работна интеграција.....	18
5.6	Социјални инвестиции.....	18
5.7	Социјална иновација.....	19
	ДОДАТОК 1: ОПЕРАТИВНА ДЕФИНИЦИЈА ЗА СОЦИЈАЛНИТЕ ПРЕТПРИЈАТИЈА.....	20

1 За што служи овој прирачник?

Овој прирачник е наменет за потребите на Агенцијата за поддршка на претприемништвото во Република Северна Македонија. Истиот е изготвен во согласност со потребите и капацитетите идентификувани преку истражувањето спроведено во текот на јули - август 2020 година и еднодневната работилница која се одржа во ноември, 2020 година, во рамките на проектот „Зајакнување на капацитетите на Агенцијата за поддршка на претприемништвото на Република Северна Македонија за развој на социјалното претприемништво“ поддржан од Владата на Република Северна Македонија.

Прирачникот дава увид во потребата од социјалните претпријатија и нивната улога во социо-економските реформи. Понатаму, дава преглед на пет социјални претпријатија од земјите членки на Европската Унија, по што следи преглед на десет постоечки социјални претпријатија од земјава кои оперираат според различни законски рамки со цел да се прикаже нивната разновидност и улога во општеството. На крај, во согласност со утврдените потреби, прирачникот дава увид во клучната терминологија која е релевантна за секторот, како и за обезбедување заедничко разбирање за истиот.

2 Зошто социјално претпријатие?

2.1 ФИНАНСИСКАТА КРИЗА ОД 2008 ГОДИНА И ПОЈАВАТА НА СОЦИЈАЛНИТЕ ПРЕТПРИЈАТИЈА

Повеќекратните глобални кризи и сè повидливите социјални и еколошки последици од економскиот раст и либерализацијата, го зголемија интересот за алтернативно производство и потрошувачка шема, како и за нови начини за организирање на претприемачките активности.

Рецесијата и финансиската криза што го зафатија пазарот на Европската Унија и пошироко во 2008 година ја истакнаа потребата за размислување за нови, различни модели за економски развој. Причината за кризата, експертите ја идентификуваат во политиките, социјалните и економските процеси, како и глобализацијата на националните модели на капитализмот и социјалната заштита, управувањето во Европа и интелектуалните парадигми на општествените модели. Со цел да се надминат последиците од економската и социјалната криза и да се подготви за нови предизвици, во 2010 година Европската Унија ја усвои Стратегијата Европа 2020, која ја утврдува визијата за европската социјална пазарна економија за XXI век. Стратегијата предлага три

приоритети што меѓусебно се надополнуваат: паметен раст (развој на економија што се заснова врз знаење и иновации), одржлив раст (промовирање на економија што поефикасно ги искористува ресурсите, што е позелена и поконкурентна) и инклузивен раст (негување економија со висока стапка на вработеност што обезбедува социјална и територијална кохезија).

Веќе на почетокот на 2011 година социјалните претпријатија станаа дел од агендата на Европската комисија, како нов модел во решавањето на европските предизвици. Како причини, официјалните анализи и истражувања ги идентификуваат следните: 1) длабочината на економската криза од 2008 година и намалената доверба во институциите на ЕУ водеа кон барање на нови решенија; и 2) новиот бран на општествени и институционални барања, како на пример отвореното писмо на академската заедница „Од зборови до акција: поддршка за кооперативите и социјалните претпријатија за остварување на инклузивна, одржлива и просперитетна Европа“ од 2010 година. Во отвореното писмо од Комисијата се бара ревидирање на постоечкиот економски модел, и надминување на парадигмата дека профитниот

сектор и јавните институции се единствените релевантни актери кои придонесуваат кон колективните општествени и економски цели.

Потенцијалот на социјалните претпријатија сè уште не е целосно искористен, меѓутоа брзиот пораст на разновидните општествени потреби и појавата на многубројни еколошки предизвици ја наложуваат потребата за нивен похрабар развој. Денес, Советот на Европа ги препознава социјалните претпријатија како клучен поттикнувач на економскиот и општествениот развој на Европа. Генерално, социјалната економија се идентификува како успешна европска приказна која добива сè позначајна и повидлива улога во зголемувањето на вработувањата и социјалната кохезија, но и како клучен актер во Агендата 2030 за одржлив развој на Обединетите нации. Денес, социјалната економија во ЕУ обезбедува повеќе од 13.6 милиони платени работни места, вклучува над 82.8 милиони волонтери и 232 милиони членови.

2.2 ДАЛИ КРИЗАТА ОД КОВИД-19 Е НАЈАВА ЗА ЕРАТА НА СОЦИЈАЛНИТЕ ПРЕТПРИЈАТИЈА?

Меѓународната заедница сè повеќе ја препознава потребата од преиспитување на пристапите кои се применуваат во развојот. Традиционалниот бизнис-сектор го нема потребниот капацитет да ги превенира финансиските кризи, кризите со пристапот до храна, климатските промени, долгорочната сиромаштија и зголемувањето на нееднаквостите. **Во контекст на Агендата 2030 за одржлив развој, неопходно е да го негуваме развојот на социјалните претпријатија како ефективна алатка во трансформирањето на светот и на економијата.** Социјалните претпријатија треба да ги гледаме како заедничка визија за локалниот развој кој проактивно ги регенерира и развива локалните области преку нови работни места, мобилизација на локални ресурси и капацитети, управување со ризиците и реинвестирање на остварените профити. Овие ентитети истовремено ја прошируваат и структурата на локалната економија и пазарот на трудот, притоа адресирајќи ги незадоволените потреби за различни добра и услуги.

Од аспект на развојната агенда, почетокот на 2020 година го одбележа **Светскиот економски форум**. На јубилејниот, 50-ти по ред, Светски економски форум што

се одржа во јануари 2020 година главната порака беше: „Капитализмот што го познаваме е мртов, потребен е нов и поодговорен систем. Опсесијата со максимизирање на профитот за своите акционери нè доведе до неверојатни нееднаквости во општеството и глобална климатска криза“. Многумина сметаат дека годинешниот јубилеен состанок би можел да претставува симболичен исчекор кон поодржлив свет и поправеден капитализам. Во официјалната комуникација на Форумот, широко се промовира концептот на капитализам на засегнати страни. Притоа, како клучни фактори, што придонесуваат за обновување на идејата за капитализам на сите засегнати страни, се јавуваат зголемувањето на нееднаквоста во светот и покрај силниот економски развој, глобализацијата, новите технологии и јавната недоверба во глобалните компании.

Во рамките на јубилејното издание, промовиран е и нов Манифест 2020: Универзалната цел на Компанијата во Четвртата индустриска револуција. Според новиот манифест, целта на компанијата е да соработува со сите засегнати страни во заедничкото и одржливо создавање вредност. Во креирањето на таква вредност, компанијата не им служи само на акционерите, туку им служи на сите засегнати страни: вработени, клиенти, снабдувачи, локални заедници и општеството во целина.¹

Светската организација на трудот² во резимето за јавни политики за бизнисите ги препознава и социјалните претпријатија како витална мрежа на бизниси за поддршка на ранливата и маргинализирана популација. На краток рок социјалните претпријатија можат да бидат инструмент во дистрибуцијата на итната поддршка до граѓаните, особено во области каде што јавните институции немаат развиен пристап.

Обединетите нации: Уште во 2013 година Обединетите нации ја основаа меѓусекторската работна група за социјална и солидарна економија при Обединетите нации.³ Целта е унапредување на видливоста на претпријатијата на солидарната и социјалната економија во рамките на глобалното знаење и

1 Повеќе информации на следниот линк: <https://www.weforum.org/agenda/2019/12/davos-manifesto-2020-the-universal-purpose-of-a-company-in-the-fourth-industrial-revolution/>

2 Повеќе информации на следниот линк: https://www.ilo.org/wcms-sp5/groups/public/---ed_emp/---emp_ent/documents/publication/wcms_741870.pdf

3 <http://unsse.org/>

креирањето на политиките, истовремено препознавајќи дека овие ентитети се со капацитет да ги адресираат економските, социјалните и еколошките пристапи во одржливиот развој. Со невидени влијанија врз сите аспекти од нашите животи, КОВИД-19 ги откри недостатоците на социјалните и економските системи во и меѓу земјите. Обединетите нации ја препознаваат иновативноста на актерите и практиките од социјалната и солидарна економија, ефективно придонесувајќи кон надминување на недостатоците во социјалниот и економскиот систем, вклучувајќи го секторот за здравствена заштита во ублажувањето на негативните влијанија. Солидарноста и довербата во и надвор од овие ентитети се очекува да бидат

фундаментална основа за закрепнување и трансформација од кризата по КОВИД-19. Собирањето и систематизацијата на податоците, информациите и знаењето за акциите, актерите и организациите активни во социјалната економија во услови на кризата со КОВИД-19 ќе помогне во подоброто искористување на оваа заедница, да се вклучат во дебатите за политика за трансформација на нашите економски, социјални и политички системи кои покажаа структурна слабост за време на кризата.⁴

4 Повеќе информации на следниот линк: <http://unsse.org/sse-responses-to-covid-19-information-from-the-members-and-observers-of-the-untfsse/>

3 Примери на социјални претпријатија на ниво на ЕУ

На ниво на Европската Унија, социјалната економија е активна во сè поголем број сектори, и додека некои од нејзините чинители се мали непрофитни организации, други, пак, се големи организации со меѓународни активности. Генерира од 6% до 8% на бруто домашниот производ на Европската Унија. Сепак, тоа е двигател не само на економската активност туку и на нормативните вредности, како што се солидарноста и социјалната вклученост на најранливите.

3.1 ЗАДРУГА ЗА ЗЕЛЕНА ЕНЕРГИЈА - ЗАГРЕБ, ХРВАТСКА

Име на социјалното претпријатие: Задруга за зелена енергија (ЗЕЗ)

Година на основање: 2013 г., со програмата на УНДП за развој на енергетски задруги

Правна форма: задруга

Основна дејност: клучните активности на задругата подразбираат планирање и управување со извори на обновлива енергија; подготовка на студии за инвестиции; подготовка на прелиминарен дизајн и проектна документација за финансирање проекти во директен контакт со финансиски институции кои подразбираат алтернативни финансиски

механизми како *crowdfunding*⁵ платформи, кофинансирање од страна на донатори итн. „Енергетска заедница“ претставува модел што истражува начини како граѓаните можат да користат обновливи извори на енергија и како граѓаните можат да инвестираат во локални енергетски проекти. Задругата е препознатлива по успешната имплементација на ЗЕЗ-моделот во 2018 година, имплементиран во соработка со градот Крижевци како клиент. За имплементацијата на моделот била отпочната првата иницијатива за *crowdfunding* на иницијатива за обновлива енергија во Хрватска, која им овозможува на граѓаните да инвестираат во системи за соларна енергија, што ќе бидат поставени на покривот на административната зграда на Центарот за развој и технолошкиот парк, кои се во сопственост на градот. Заштедите на енергија продуцирани преку соларниот систем, претставуваат основа за поврат на инвестицијата. Денес задругата брои вкупно 20 членови и 6 вработени.

Социјална мисија: развој на иновации во областа на обновливи извори на енергија и зелена енергија.

Повеќе информации за задругата можат да се најдат на следниот линк: <https://www.zez.coop/>

5 пракса на финансирање проект преку собирање средства од голем број луѓе каде што секој придонесува со релативно мала сума, обично преку интернет.

3.2 BREMEN HEIMSTIFUNG - БРЕМЕН, ГЕРМАНИЈА

Име на социјалното претпријатие: Bremen Heimstifung

Година на основање: 1953 г., со одлука на Сенатот на градот Бремен домовите за нега на стари лица во сопственост на градот да ги пренесе за управување на фондацијата Bremen Heimstifung

Правна форма: фондација

Основна дејност: ова социјално претпријатие како примарна дејност обезбедува услуги за домување за стари лица. Истовремено развива и нуди и други услуги за развој на заедниците како: градинки, услуги за лица со попречености, грижа за пациенти на кои им е потребна долгорочна нега и грижа итн. Претпријатието има вкупно 2.200 вработени и свои претставништва на 30 локации низ градот Бремен, во согласност со идентификуваните потреби.

Социјална мисија: обезбедување услуги за потребите на заедницата

Повеќе информации за Bremen Heimstifung, можат да се најдат на следниот линк: <https://www.bremer-heimstifung.de/kundencentrum/ueber-uns/>

3.3 SCOOP-TI, ЗАДРУГА НА РАБОТНИЦИ, ФРАНЦИЈА

Име на социјалното претпријатие: Scoop-ti

Година на основање: 2014 г.

Правна форма: задруга

Основна дејност: Scoop-ti е работничка соработка од 60 работници создадена во 2014 година по четири години борба против Унилевер (Unilever), која ја затвори фабриката за чај во Геменос (јужна Франција). Работниците сега се организирани како работничка задруга што ја користи опремата на фабриката. Нивната мисија е да одржуваат и да развиваат економска активност на нивната територија и да го подобруваат квалитетот

на нивните производи (чај и ароматични билки) со користење на локални суровини, системи за одржливо производство и органско земјоделство.

Социјална мисија: нивната цел е да ја ревитализираат локалната индустрија со што ќе придонесуваат за одржлив економски развој во регионот. На пример, тие се обидуваат да ја ревитализираат локалната индустрија за вар во Прованса, која беше уништена од Унилевер, бидејќи на компанијата ѝ беше поевтино да купува вар од друга земја.

Повеќе информации за социјалното претпријатие можат да се најдат на следниот линк: www.scop-ti.com

3.4 NUOVA DIMENSIONE, ИТАЛИЈА

Име на социјалното претпријатие: Nuova Dimensione

Година на основање: 1981 г.

Правна форма: Тип-А, задруга

Основна дејност: социјалното претпријатие е активно во неколку дејности: 1) услуги за лица со попречености. Притоа услугите вклучуваат обезбедување училишна и домашна помош и се целосно наменети за потребите на лица кои поради попреченост не можат да функционираат самостојно и се изложени на ризик од социјална исклученост; 2) услуги за стари лица, кои подразбираат домашна и болничка помош, како и управување со центри за дневна грижа за лица кои не можат да живеат самостојно поради старост и пациенти со Алцхајмерова болест; и 3) социјален туризам. Од 2009 година ова социјално претпријатие нуди услуги за развој на социјален и одржлив туризам. Основната цел е да се промовира развојот на социјалниот туризам во регионот преку социо-економски развој на локалните заедници и организација на летни и зимски кампови за деца, стари лица и лица со попреченост. Денес *Nuova Dimensione* има вработено повеќе од 200 работници, од кои скоро 80% се членови на самата задруга. Поголемиот дел од персоналот се жени (72, 82%).

Социјална мисија: социјалното претпријатие е основано во градот Перуџа со цел да создаде ефективни решенија за справување со бројните општествени предизвици и проблеми

во регионот. Првите услуги што ги нуди вклучуваат грижа за децата и домашна помош за загрозените лица (стари лица, лица со попреченост или лица на кои им е потребна психијатриска поддршка).

Повеќе информации за социјалното претпријатие можат да се најдат на следниот линк: <http://www.nuovadimensione.com/>

3.5 WINDMILL HILL CITY FARM, ЛОНДОН - АНГЛИЈА

Име на социјалното претпријатие: Windmill Hill City Farm

Година на основање: 1976 г.

Правна форма: компанија која работи во интерес на заедницата

Основна дејност: посветениот тим од 72 вработени успешно соработува со локалната заедница и спроведува активности за луѓе со здравствени и социјални потреби како и потреби поврзани со менталното здравје, тешкотии во учењето, лекување зависност и сл. Исто така, нуди можности за

личен развој преку кратки курсеви за возрасни кои имаат потреба од поддршка. Претпријатието обезбедува простор и на други организации со слични цели и услуги преку кои нуди едукативни, рекреативни и терапевтски активности за различни групи клиенти, вклучувајќи уметност и занаетчиство, комплементарна терапија, јога и поезија, градини во заедницата, излетничко место, кафуле и продавница за земјоделски производи, изнајмување спортски терени, зграда на заедницата со простории за изнајмување и расадник.

Социјална мисија: урбаната фарма има цел да го подобри квалитетот на животот на локалното население преку своите услуги и капацитети. Урбаните градини и фарми се особено популарни во урбаните населби, со голема концентрација на жители во Велика Британија. Урбаната фарма Windmill Hill City е основана од група локални жители со цел да организираат едукација за (зачувување на) животната средина, како и развој на решенија за зголемување на зелените површини во Лондон.

Повеќе информации за социјалното претпријатие можат да се најдат на следниот линк: <https://www.windmillhillcityfarm.org.uk/>

4 Примери на социјални претпријатија во Република Северна Македонија

Ентитетите што го сочинуваат спектарот на социјалните претпријатија во Р. С. Македонија се разновидни. И покрај отсуството на специфични институционални форми, дел од постојните законски акти овозможуваат основање и функционирање ентитети што делумно или целосно можат да бидат препознаени како социјални претпријатија, како на пример: граѓански организации, задруги, заштитни друштва, земјоделски задруги, занаетчии и занаетчиски комори, а и неформалниот сектор за собирање отпад има потенцијал да биде трансформиран преку социјално претприемништво. Во моментот во земјава не постои јасна јавна политика која обезбедува дефиниција за социјалните претпријатија и тие не се препознаени во клучните реформи на Владата. Како резултат, во земјава пристапот до податоци за социјалните претпријатија е лимитиран. Постои недостиг на систематизирано знаење и препознавање на ентитетите, нивните правни форми, постоечки капацитети, потреби и предизвици.

Постојната законска регулатива во Северна Македонија не ги препознава и не ги регулира социјалните претпријатија и социјалното претприемништво, бидејќи сè уште не постои заедничко разбирање за концептите.

4.1 НАША ДОБРА ЗЕМЈА - ПРВАТА ЗАДРУГА НА ПОТРОШУВАЧИ ВО МАКЕДОНИЈА

Назив на социјалното претпријатие: НАША ДОБРА ЗЕМЈА

Година на основање: 2015 г.

Правна форма: Задруга (Закон за задругите). Претставува прва задруга на потрошувачи во Македонија.

Дејност: организира продажба само на македонски органски производи, и тоа на два начини: преку органска неделна кошничка за членовите на кооперативата и за потрошувачите

кои не се членови во задругата (преку продавницата на задругата, која се наоѓа во Скопје). Основната цел е да постават алтернатива на постојниот систем на производство, дистрибуција и консумација на локална храна. Клучни активности на задругата се:

- 1) Обезбедување суверенитет во прехраната;
- 2) Пристап до локална и органска храна;
- 3) Директно поврзување на потрошувачи со производители - скратување на ланецот на достава и загадување, доверба, социјална кохезија;
- 4) Јавни градини и компости;
- 5) Зголемување на јавната свест за градинарење и сопствено производство на храна (со најмал еколошки отпечаток);
- 6) Рециклажа, реупотреба на материјали („Добра земја“ е можеби првата продавница во Македонија која не користи пластични кеси);
- 7) Намалување на сметот при достава на производи;
- 8) Намалување на загадувањето произлезено од транспортот на производите.

Социјална мисија: обезбедување одговор на негативните општествени процеси во земјава, намалување на нивното влијание врз здравјето на луѓето, обезбедување одговор на растурањето на локалните заедници и сузбивањето на локалните иницијативи. Како главен елемент, претставува загадувањето и несвесното (неразумно) користење на природните ресурси и нивно бескрајно загадување. **„Добра земја“ како концепт настојува да одговори на неколку негативни трендови на пазарот.** Со глобализацијата, како дадено опкружување, и со маркетингот како алатка, постојано нè бомбардираат со реклами и акции за производи како: „плати три - добиј пет“, „најдобар квалитет - најниски цени“ и слично. Но, тој производ не може да биде и квалитетен и евтин истовремено. Супермаркетите се снабдени со производи спакувани во пластика, со што подолг рок на траење (а повеќе адитиви за таа цел), со овошје и со зеленчук донесени од

различни делови на светот, понекогаш во годишно време што е сосема неприродно, и сето ова ја претставува денешната реалност. Во исто време, преку маркетингот нè убедуваат кои ни се реалните потреби, за кои навидум не сме свесни ни самите. Одговорот што го дава „Добра земја“ на овие негативни трендови е обезбедување пристап до храна на која точно и се знае потеклото, производителот, начинот на одгледување.

Повеќе информации за „Добра земја“ можат да се најдат на следниот линк: <https://dobrazemja.org/mk/>

4.2 МАМА ОРГАНА - ЦИРКУЛАРЕН БИЗНИС ЗА ПРОИЗВОДСТВО НА ОРГАНСКО ЃУБРИВО

Назив на социјалното претпријатие: „Мама органа“

Година на основање: 2016 г.

Правна форма: Регистриран занаетчија, според Законот за занаетчиство

Основна дејност: производство на органско ѓубриво и супстрат. „Мама органа“ промовира иновативен производ каков што нема на домашниот пазар, ниту во регионот. Исклучително се фокусирани на развојот на производот, за кој добивале и награди од натпревари за стартапи. Последен таков натпревар е *Startup Europe Awards*, на кој „Мама органа“ освои награда во категоријата *Best Job Growth*. Ѓубривото го добиваат од калифорниски црви, а во исто време создаваат и репроматеријал за супстрат, кој, пак, е збогатен со природни минерали, вулкански камења што служат за регулација на водата и воздухот внатре во почвата. Иновативноста е и во тоа што секој, без оглед на тоа каде живее, со овој супстрат може да одгледува и да произведува органска храна, а нема допир со земја (ниту со земјени површини). Дополнително, произведуваат и продаваат билки кои го прочистуваат воздухот во внатрешни простории и екопесок за мачки.

Социјалната мисија им е во две компоненти - вработување и зајакнување на самохрани родители, истовремено таргетирајќи го и општествениот проблем со пристап до здрава храна, вода и воздух, органско производство на

храна и намалување на отпадот. Работата на „Мама органа“ подразбира и подигање на свеста за реупотреба и за рециклирање, тежнеење кон „нула отпад“, кој се трудат да го применуваат максимално и во секој сегмент. „Мама органа“ како основен ресурс користи органски отпад, а целиот процес се одвива во конструкции направени од веќе користени материјали. Амбалажата што ја употребуваат е од рециклиран картон и е биоразградлива, па може да се користи за расад и директно да се засади во почвата. Не употребуваат етикети и пластична амбалажа, освен во случаи кога е пропишано со закон. Настојуваат во секој сегмент да остават колку што е можно помал отпечаток. И ова не е важно само од еколошки аспект, туку и од економски. Паралелно со „Мама органа“, работат и на проектот „Љубов на втора“, кој подразбира дека сè што некогаш ни било потребно, посакувано или сме го поседувале, со мала модификација може да се направи повторно употребливо.

Повеќе информации за „Мама органа“ можат да се најдат на следниот линк: <https://www.facebook.com/MaMaOrgana/>

4.3 СПИСАНИЕ ЗА ОДРЖЛИВ РАЗВОЈ „ЛИЦЕ В ЛИЦЕ“

Назив на социјалното претпријатие: Списание за одржлив развој „Лице в лице“

Година на основање: 2012 г.

Правна форма: Здружение на граѓани, според Законот за здруженија и фондации. Регистриран печатен медиум според Законот за медиумите.

Основна дејност: „Лице в лице“ е независно улично списание, посветено на универзалните вредности, на социјалната правда, на принципите на еднаквост, демократија и на хуманост. Главната економска активност на „Лице в лице“ е продажба на уличното списание, како и обезбедување приходи од реклами во списанието, продажба на новогодишни честитки. Во дистрибуцијата на списанието, партнерски организации - дистрибутери на „Лице в лице“ се: Црвениот крст на град Скопје, Дневниот центар за деца на улица од Шуто Оризари, „Порака Неготино“ од Неготино,

„Порака Неготино“ од Волково, „Порака нова“ од Струга, „Порака наша“ од Куманово и МКЦ од Битола. Темите што ги третира ја подигнуваат јавната свест за важни општествени прашања видени низ дискурсот на визионери, експерти, аналитичари, новинари кои се фокусираат на одржливиот развој, на универзалните вредности, на социјалната правда, на принципите на еднаквост, на улогата на индивидуалната и колективната одговорност.

Социјална мисија: списанието има двојна социјална мисија и тоа социо-економско зајакнување на ранливи категории сограѓани и промовирање на граѓанско учество кое се базира на вредности и солидарност. Оперира на принципите на социјално претпријатие за работна интеграција, обезбедувајќи работен ангажман за граѓани од ранливи категории. Крајни корисници на претпријатието се лица со попречености, младинци од улица, бездомни лица, лица што живеат со зависности и други сограѓани во социјален ризик. Во моментот, списанието обезбедува работен ангажман за околу 40 продавачи од пет градови – Скопје, Куманово, Неготино, Струга и Битола. Списанието се продава по цена од 100 денари, при што секој продавач добива 50 % од цената на секој примерок на списанието. Останатите приходи се за развој и имплементација на програми за развој на продавачите - за подготовка и печатење на нов број на списанието - 40 % и за зајакнување на партнерските организации преку кои се ангажираат продавачите - 10 %.

Повеќе информации за „Лице в лице“ можат да се најдат на следниот линк: <https://licevlice.mk/>

4.4 ЦРВЕН КРСТ НА ГРАД СКОПЈЕ – ЦЕНТАР „СОЛФЕРИНО“ - СТРУГА

Име на социјалното претпријатие: „Солферино“

Година на основање: 2014 г.

Правна форма: Здружение на граѓани, според Законот за здруженија и фондации

Главна дејност: „Солферино“ е центар за едукација на кадри што функционира во рамки на Црвениот крст на градот

Скопје, по моделот на социјално претпријатие. Сместен е на крајбрежјето на Охридското Езеро, во Струга и е место каде што може да се организираат семинари, обуки, тим-билдинг активности за организации, но и приватно сместување. Во однос на капацитетите, центарот располага со :

- 1) сопствена плажа - уреден двор;
- 2) две сали за состаноци;
- 3) 24 трокреветни соби;
- 4) 13 двокреветни соби;
- 5) 3 еднокреветни соби;
- 6) 3 апартмани;
- 7) 2 четирикреветни соби;
- 8) сопствен паркинг.

Центарот пред сè е наменет за потребите на активностите на Црвениот крст, но во периодот кога има слободни капацитети, истите се користат и за надворешни потреби на други компании и организации.

Со овој тип на економска активност, се обезбедуваат редовни приходи за вработените на Црвениот крст и Центарот „Солферино“, кои во најголем дел се лица од ранлива категорија. Со ваквиот начин на функционирање, се прават промени во заедницата и се промовира работната интеграција на потешко вработливите категории на граѓани, но од друга страна се обезбедува и одржливост на активностите на Црвениот крст.

Социјална мисија: при вработување на кадарот секогаш се води грижа да се ангажираат и лица што доаѓаат од ранливите групи од населението. Така, таму, покрај професионалниот тим готвачи, келнери и рецепционери, работат и бездомни лица, самохрани мајки, родители на деца носители на ХИВ-вирус, членови на ЛГБТ-заедницата, жени што се жртви на семејно насилство, како и многу други луѓе, кои не по своја волја се нашле на маргините на општеството или кон кои пазарот на трудот не е соодветно отворен. Во исто време, имаат и договор со локалните фармери за користење на нивните производи - овошје и зеленчук, а храната што им останува ја донираат во казнено-поправниот дом, Струга, во детските градинки, во градската болница. Остатоците од оброците, пак, се собираат и се даваат на локален одгледувач на стока, а за возврат хотелот добива свежо месо, млечни производи и јајца.

Повеќе информации за „Солферино“ можат да се најдат на следниот линк: <https://ckgs.org.mk/centar/centar-solferino/>

4.5 КОПЧЕ- ПРОДАВНИЦА ЗА ОБЛЕКА ОД ВТОРА РАКА

Име на социјалното претпријатие: „Копче“

Година на основање: 2018 г.

Правна форма: Здружение на граѓани, според Законот за здруженија и фондации

Основна дејност: социјалното претпријатие „Копче“ е место каде што може да се најде уникатна облека од втора рака по најповолни цени. „Копче“ е проект што го развија Црвениот крст на Р. Северна Македонија и Црвениот крст на град Скопје како резултат на долгогодишно работење во областа на донирањето на облека и нејзина дистрибуција до граѓани од најранливите категории. Визијата на „Копче“, всушност, е да придонесе во создавање општество на одговорни граѓани со добри навики каде што секој го вреднува тоа што го добива и секој придонесува во заедницата во која живее.

Социјална мисија: „Копче“ е проект создаден за да овозможи поефикасен систем на дистрибуција на облека до лицата на кои им се заканува ризик, лесен пристап до облека со ниски цени за сите граѓани со цел тие што имаат ниски примања, а не бараат помош, да го зачуваат достоинството, вработување ранливи целни групи и придонес во зачувување на животната средина. Ова подразбира дека остварениот профит ќе се насочува кон задоволување поголем број специфични потреби на корисниците. Со работењето на „Копче“ се поддржува еден модел на одржливо живеење. Поттикнува да се донира и да се купува облека, која е веќе создадена и е ресурс што може да ни користи, а водата што би се потрошила за производство на ново парче облека ќе се употреби за пиење, затоа што е и најпотребна. За производство на една маичка се потребни дури 2.700 литри вода, која, во просек, еден човек ја пие за 2,5 години. Со продолжувањето на животот на облеката преку реупотреба, а во иднина, се надеваме и со рециклирање, ќе го намалиме

количеството отпад од облека што ја загадува нашата земја. Во Црвениот крст најразлични групи население од ранливи категории постојано бараат помош. Тоа се најчесто стари лица, бездомници, болни, лица со спреченост, психички болни лица и лица што живеат во длабока сиромаштија и се социјално исклучени. Дел од нив се работоспособни и бараат решенија за своите проблеми, бараат работа и работни ангажмани, но, за жал, многу често не сме во можност да им помогнеме во остварувањето на ваквите цели. Отворениот пазар на трудот не е подготвен да ги вработи тие што немаат работни навики, немаат самодверба и имаат низа проблеми што ги спречуваат да бидат ефикасни. Поради тоа беше потребно да се создаде место што ќе може да помогне во процесот на нивна подготовка за пазарот на трудот и заедно со другите надлежни институции и организации со холистички пристап да ги засилуваме нивните капацитети. „Копче“ е местото каде што ќе можат ваквите лица да се вклучат во процесот на селекција и на подготовка на облеката за продажба или бесплатна дистрибуција. Во овие процеси ќе бидат вклучени и други лица што сакаат своето време да го поминат корисно и тие сите заедно ќе бидат волонтери на „Копче“ и ќе се чувствуваат исполнети и корисни. Тоа, всушност, е вистинска интеграција за социјално исклучените лица. Во „Копче“ веќе работат три лица од ранливи категории, кои изминатите години поминаа низ низа обуки во Црвениот крст.

Повеќе информации за „Копче“ можат да се најдат на следниот линк: <https://ckrm.org.mk/category/kopche/>

4.6 ЕСНАФ

Име на социјалното претпријатие: „Еснаф“

Година на основање: 2019 г.

Правна форма: Регистриран занаетчија, според Законот за занаетчиство

Основна дејност: „Еснаф“ е социјално претпријатие кое ги обединува занаетчиите. Станува збор за платформа за развој на мали занаетчиски бизниси, основана од Институтот „Креативна Македонија“, со цел соединување на занаетчиите

и нивно поврзување со купувачите. Дел од овие занаетчи се лица од ранливи категории, а „Еснаф“ работи и на создавање можности за нивно вработување. Преку платформата, комбинирајќи ги бизнисот и социјалната еднаквост, се промовираат зелени бизниси што не и штетат на природата. Креирана е платформа на интернет и продавница чија мисија е занаетчиите и ракотворците заеднички да застанат наспроти сериски произведените производи што ги потиснуваат и ги истребуваат занаетите, традицијата, националното богатство и пренесеното наследство. На платформата на интернет се понудени рачни изработки, занаетчиски производи и национални културни обележја.

Социјална мисија: промовирање на занаетчиството и вработување, солидарност и поддршка за граѓани од ранливи категории. Со купување на производите на „Еснаф“ директно придонесувате:

- 1) еден занаетчија да го развие својот бизнис;
- 2) една самохрана мајка да го нахрани своето дете;
- 3) во борбата на една жена против малигните заболувања;
- 4) за инклузија на маргинализирано лице.

Повеќе информации за „Еснаф“ можат да се најдат на следниот линк: <https://esnaf.eu/mk/2020/06/26/creative-macedonia-2/>

4.7 БЕЈГЕЛ - ПЕКАРНИЦА ШТО ИНТЕГРИРА

Име на социјалното претпријатие: Бејгел-пекарница

Година на основање: 2019 г.

Правна форма: Здружение на граѓани, според Законот за здруженија и фондации

Основна дејност: пекарницата нуди различни пецива, слатки, торти, но и здрава храна — напитоци од различни овошја. Функционира во склоп на Здружението за советување, лекување, реинтеграција и ресоцијализација на лица зависни од психоактивни супстанции „Избор“. Менито се состои од стандарден „бејгел“, интегрален, сладок и „бејгел“ сендвичи во различни варијанти, а сето тоа зачинето со органски свежи

салати произведени во терапевтската заедница „Покров“. Посебен сегмент ќе претставуваат услугите за доставување храна за организирани прослави и притоа ќе бидат понудени различни пакети во согласност со специфичните потреби на клиентите.

Социјална мисија: ова социјално претпријатие нуди вработување и работна терапија на лица од различни ранливи групи, кои се корисници на „Избор“. Главната интенција за неговото основање и егзистирање е да обезбеди решение за предизвикот како да ги вклучиме маргинализираните лица во општествени и животни текови. Односно, ја решава дилемата дали да ги поддржуваме сограѓаните од ранливите категории само со по некоја пасивна (парична) мерка или, пак, да создадеме услови за нивна достоинствена работа? Ова второво ги решава проблемите на подолг рок и, пред сè, значи одржливост, што е исклучително важно во време на инстант решенија со блиц ефекти. Во пекарницата „Бејгел“ работат зависници од психотропни супстанции, алкохол и од хазардни игри со цел да им се овозможи рехабилитација и реинтеграција во општеството и тоа преку најинклузивната алатка - работата. Тие доаѓаат таму на работна терапија во последните шест месеци од престојот во „Избор“, организацијата што работи на нивното лекување, советување и ресоцијализација. Целта е да ги научат угостителските вештини и пекарскиот занает. Тоа, пак, им дозволува кога ќе се вратат во своите средини, да имаат поголем избор при вработувањето, особено во услови кога македонскиот пазар за работа не е премногу флексибилен и отворен за ранливите категории сограѓани. Добивката од работата, пак, на ова социјално претпријатие се реинвестира во проширување на производствените капацитети и се наменува за потребите на корисниците на програмата „Покров“, која, пак, произведува органска храна што наскоро ќе биде достапна и во самата пекарница.

4.8 АВАВ ХЕПИ ДОГ- ЗАБАВА, ГРИЖА И ЛЌУБОВ ЗА КУЧИЊА

Име на социјалното претпријатие: „АвАв хепи дог“

Година на основање: 2018 г.

Правна форма: Друштво со ограничена одговорност, според Законот за трговските друштва

Основна дејност: Центарот „АвАв хепи дог“ нуди парк за забава на кучиња, базен за миленици, дневна нега и хотелско сместување за кучиња, кафе бар за релаксирање на нивните сопственици, фризерница за миленици и пекарница. Ова е првиот забавен парк за кучиња во земјава, кој е формиран како социјално претпријатие и целосно е направен од рециклирани материјали, што е во склоп со вредностите, верувањата и убедувањата на основачите, а е во насока и на практикување одговорност кон животните, животната средина и кон планетата воопшто.

Социјална мисија: да се подобри квалитетот на животот на кучињата и трајното вдомување на уличните кучиња преку нивно времено згрижување, а воедно и создавање пријатен простор со многу содржини за едукација, забава и игра на домашните миленичиња и нивните сопственици, со цел на едно место да се најдат сите потребни производи и услуги. „АвАв хепи дог“ првенствено е центар за размена на искуства, за одржување јавни настани со различни содржини, и подигање на свеста за одговорно сопствеништво и одговорност кон добра нега на кучињата од страна на сопствениците, а особено на децата како идни одговорни сопственици на кучиња. Профитот ќе го инвестира за обезбедување нега на бездомните кучиња, а во план им е и градење стационар веднаш до Центарот.

Повеќе информации за „АвАв хепи дог“ можат да се најдат на следниот линк: <https://avavhappydog.mk/>

4.9 НЕГА ПЛУС - СЕРВИС ЗА ГРИЖА И НЕГА НА СТАРИ И ИЗНЕМОШТЕНИ ЛИЦА

Име на социјалното претпријатие: „Нега плус“

Година на основање: 2017 г.

Правна форма: Здружение на граѓани, според Законот за здруженија и фондации

Основна дејност: „Нега Плус“ е социјално претпријатие, односно професионален сервис за грижа и нега на стари и изнемоштени лица во домашни услови, основано во рамки на ХЕРА - Асоцијација за здравствена едукација и истражување. „Нега Плус“ има цел да им овозможи квалитетна и достоинствена зрела доба на старите и изнемоштени лица на територија на град Скопје. Услугите на „Нега Плус“ се прилагодуваат на индивидуалните потреби на корисникот и можат да вклучат: помош и поддршка во секојдневните активности, психо-социјална поддршка, помош во одржувањето на личната хигиена на корисникот итн.

Социјална мисија: подобрување на економската и лична благосостојба на Ромките, како чекор напред кон нивната независност и еманципација. „Нега плус“ е основано да одговори на потребите на тие на кои им е потребна помош, да го зачува нивното достоинство во процесот на стареење и да му помогне на семејството, но и да ги поддржи тие што ја даваат ваквата помош овозможувајќи им заштита при работата и вистинско вреднување на нивниот труд. Кадарот кој работи во ова социјално претпријатие подготвен по стандардизирана програма на Министерството за образование и наука, со дизајниран механизам за контрола на квалитетот и со систем на заштита на потрошувачките и на работничките права. Во иднина добивката што би ја остварило ова претпријатие би овозможила допрофесионализација на нова бројка жени Ромки, кои ќе бидат негувателки во „Нега плус“. На овој начин се обезбедува и директна поддршка на институциите во намалување на трошоците за социјална заштита, во намалување на невработеноста на најранливите и промовирање позитивни општествени промени. „Нега плус“ има желба да расте и да се развие во силно социјално претпријатие предводено од самата заедница и преку таа своја работа да го подигне квалитетот на животот на жената

Ромка. Истовремено ова претпријатие сака да понуди искуство што ќе биде одговор на прашањата како до успешно социјално претпријатие во Македонија и како до конкретни позитивни општествени промени во земјава.

Повеќе информации за Нега+ можат да се најдат на следниот линк: <https://www.facebook.com/negaplus/>

4.10 ПОКРОВ - СОЦИЈАЛНО ПРЕТПРИЈАТИЕ ЗА ПРОИЗВОДСТВО НА ОРГАНСКА ХРАНА

Име на социјалното претпријатие: „Покров“

Година на основање: 2009 г.

Правна форма: Здружение на граѓани, според Законот за здруженија и фондации

Основна дејност: „Покров“ е социјално претпријатие коешто произведува органска храна истовремено работејќи на процесот на: прифаќање, третман, лекување, рехабилитација, ресоцијализација и реинтеграција на лица кои имаат проблеми со зависности. Функционира

на територијата на општина Струмица, и е основано од страна на Здружението за советување, лекување, реинтеграција и ресоцијализација на лица зависни од психоактивни супстанции „Избор“. „Покров“ континуирано ги проширува своите производствени капацитети и ги зајакнува економските активности, а своите производи ги дистрибуира во поголемите маркети низ земјава, во специјализирани продавници за здрава и органска храна, а имаат и продажба на интернетза територијата на целата држава.

Социјална мисија: работна интеграција, терапија односно лекување, менување на навиките на корисниците коишто се вклучени во производство на органска храна (претпријатието има сертифицирано органско производство на овошје и зеленчук). Моделот на терапевска заедница е базиран на современите методи за одвикнување од алкохол, дрога и хазардни игри, вклучуваќи интегриран пристап на професионалните психотерапии: когнитивно-бихевиорална терапија (КБТ), системска семејна психотерапија и методот на терапевска заедница.

Повеќе информации за „Покров“ можат да се најдат на следниот линк: <https://www.pokrov.mk/>

5 Клучна терминологија

ЕКОСИСТЕМ ЗА СОЦИЈАЛНИ ПРЕТПРИЈАТИЈА

Терминот **екосистем** претставува интегриран пристап: се користи за опис на средината во која оперираат социјалните претпријатија, вклучувајќи ги односите со нивните корисници, производителите, добавувачите, засегнатите страни, владата, конкурентите. Тоа го отсликува фактот дека социјалните претпријатија се основаат и развиваат односи со нивните корисници, производители, добавувачи, засегнатите страни, владите, па дури и со конкурентите.

Во суштина, овие екосистеми се комплексни и ја дефинираат средината во која социјалните претпријатија функционираат и се развиваат, а се базираат на два основни столба:

1) јавна политика што ги препознава, регулира и ги поддржува социјалните претпријатија, чијашто цел е мултипликација на социјалните претпријатија и

2) можност граѓаните да се самоорганизираат, што претставува критериум за развој на социјалните претпријатија од самите заедници.

Овие два основни столба влијаат на други развојни фактори што го сочинуваат целосниот екосистем на социјалните претпријатија, а тој вклучува:

- 1) политичко препознавање и правни форми што се препознаени на национално ниво;
- 2) пристап до пазари;
- 3) јавна поддршка за социјални претпријатија - стартапи, како и за нивен пораст и развој, вклучувајќи ја и фискалната рамка;
- 4) пристап до финансии;
- 5) мрежи и механизми за заемна поддршка;
- 6) истражување, образование и развој на вештини.



Слика 1: Преглед на компонентите на екосистемот на социјалните претпријатија

СОЦИЈАЛНА ЕКОНОМИЈА

Социјалната економија е економија чија главна цел е да им служи на членовите на заедницата, а не максимизација на профитот. Таа се потпира на демократски процеси на одлучување, кои претставуваат структурни процедури за контрола на реалното постигнување на целите на организацијата. Како дел од организациите кои припаѓаат на социјалната економија можат да се мапираат асоцијациите, кооперативите, фондациите и социјалните претпријатија. Повелбата за принципите на социјалната економија промовирана од Европската постојана конференција за задруги, здруженија и фондации (СЕР-СМАФ), репрезентативна институција на ниво на ЕУ за овие четири форми на организации на социјална економија ги потенцира следниве дефинирачки карактеристики на организации за социјална економија:

- Приоретизација на поединецот и општествената цел над капиталот;
- Доброволно и отворено членство;
- Демократска контрола со членство (не се однесува на фондации бидејќи немаат членови);
- Комбинација на интересите на членовите / корисниците и / или општиот интерес;
- Примена на принципот на солидарност и одговорност;
- Автономно управување и независност од јавните власти;
- Најголем дел од вишоците од приходот се користат за остварување цели за одржлив развој, услуги од интерес на членовите или општ интерес.⁶

⁶ Терминот **општ интерес** се однесува на придобивките на јавноста воопшто или на одредена група корисници. Услугите од општ интерес покриваат широк ранг активности кои имаат силно влијание врз благосостојбата и квалитетот на животот на општеството во целина. Се рангираат од основна инфраструктура (на пример, снабдување со вода и енергија, транспорт, поштенски услуги, управување со отпад), па до основни сектори како здравство, образование и социјална заштита.

СОЦИЈАЛНО ПРЕТПРИЕМНИШТВО

Терминот **социјално претприемништво** покрива широк ранг на активности и иницијативи, вклучувајќи и општествени иницијативи имплементирани од страна на профитни бизниси, ентитети кои експлицитно спроведуваат општествена цел, релации и практики кои носат бенефит за општеството, претприемачки трендови на ниво на непрофитни организации. Ваквите иницијативи можат да се спроведуваат од страна на индивидуалци, непрофитни организации, јавни агенции или непрофитни организации во партнерство со профитни претпријатија во обид да го балансираат корпоративниот профит со општествената одговорност. Од ваквите иницијативи не се очекува да бидат финализирани со краен производ, ниту се очекува да останат стабилни, односно одржливи со текот на времето.

Генерално, социјалното претприемништво е интерпретирано како активност спроведена од индивидуалци или група, без притоа да демонстрираат организациски карактеристики (модел за управување, забрана за дистрибуција на профитот кон инвеститорите/сопствениците итн.), меѓутоа со главна цел да остваруваат позитивни општествени промени.

Главната разлика меѓу социјалното претприемништво и социјалното претпријатие е во фактот што иницијативите за социјално претприемништво се спроведуваат од страна на нивните промотери и е базирано на нивна волонтерска одлука. Од друга страна, пак, во социјалното претпријатие спроведувањето на целите од јавен интерес се институционализирани.

СОЦИЈАЛНО ПРЕТПРИЈАТИЕ

Според дефиницијата од комуникацијата на Иницијативата за социјален бизнис на Европската комисија: „Социјално претпријатие е оператор во социјалната економија чија главна цел е да има општествено влијание наместо максимизација на профитот за своите сопственици или засегнати страни. Со својата работа обезбедува добра и услуги на пазарот преку иновативен и претприемачки начин и ја користи својата добивка првенствено за да оствари општествени цели. Со него се управува на отворен

и одговорен начин и, особено, ги вклучува вработените, потрошувачите и заинтересираните страни кои се под влијание на неговите комерцијални активности“.

Социјалните претпријатија мора да имаат експлицитно дефинирана општествена цел, да ѝ служат на заедницата или на специфична целна група. Терминот „општествена“ треба да се разгледува во поширока смисла и да вклучува обезбедување на културни, здравствени и образовни услуги, како и услуги за заштита на животната средина.

Во Додаток 1 на оваа публикација е дадена детална оперативна дефиниција на социјалните претпријатија која се користи од страна на Европската комисија.

СОЦИЈАЛНИ ПРЕТПРИЈАТИЈА ЗА РАБОТНА ИНТЕГРАЦИЈА

Социјалните претпријатија за работна интеграција претставуваат независни економски ентитети, чија главна цел е професионална интеграција на лица, кои се соочуваат со потешкотии при инклузија на пазарот на трудот. Интеграцијата се постигнува преку продуктивна активност, или преку обука и едукација за развој на вештини на корисникот.

Форми на работна интеграција

Транзициско вработување - ваквите вработувања ѝ обезбедуваат на целната група работно искуство или обука на работно место со цел постигнување интеграција на лица што се соочуваат со тешкотии да се вклучат на отворениот пазар на трудот. Транзициското вработување најчесто обезбедува вработување во времетраење од една година, кое е субвенционирано со јавни средства. Целите на транзициското вработување се осигурување приход добиен како резултат на работен ангажман и намалување на пасивните мерки, подобрување на вработеноста на лица со тешкотии да се вклучат на отворениот пазар на трудот, унапредување на квалитетот на животот во заедниците.

Трајни самофинансирани работи места овозможуваат отворање работни места што се стабилни и економски одржливи на среден рок за лица што се соочуваат со тешкотии да се вклучат на пазарот на трудот. Во првата

фаза, се исплаќаат јавни субвенции, кои, всушност, треба да ја надоместат ниската продуктивност на корисниците. Овие субвенции се повремени и траат сè до моментот кога корисниците ќе станат конкурентни на отворениот пазар на трудот. По завршувањето на фазата на јавно субвенционирање, самото претпријатие ги надоместува трошоците за корисниците, најчесто преку економски активности.

Професионалната интеграција со перманентни субвенции е дизајнирана за лица за кои интеграцијата на пазарот на трудот на среден рок е малку веројатна. Во земјите во Европа, ваквата форма на вработување најчесто се нуди на лица со физички и со ментални пречки во развојот, но и на лица со тешка социјална спреченост. Оваа форма на социјално претпријатие отвора работни позиции за најранливите, најчесто во форма на заштитни друштва.

Социјализација преку производствена активност. Целта на оваа форма на социјално претпријатие не е професионална интеграција на отворениот пазар на трудот, туку ресоцијализација на одредени целни групи преку практикување „структуриран начин на живеење“, како на пример: почитување правила, социјален контакт итн. Активноста на корисниците е полуформална, односно не постои легален статус или формален договор завработување. Оваа форма на социјални претпријатија за работна интеграција најчесто работи со лица со сериозни социјални проблеми (зависници од дрога и од алкохол, поранешни затвореници итн.), како и со лица со сериозна телесна или интелектуална попреченост.

СОЦИЈАЛНИ ИНВЕСТИЦИИ

Терминот се однесува на таргетираните активности чија цел е развој на економската средина која на социјалните претпријатија им обезбедува пристап до финансии. Социјалните инвестиции вклучуваат финансиски инструменти (на пример: грантови, заеми, капитал и хибридни инструменти) кои заедно со другите видови поддршка целат кон максимизација на влијанието на социјалното претпријатие. Традиционално, вклучува чинители на страната на понудата (инвеститори) и чинители на страната на побарувачката (организации), посредници и други елементи на финасиската средина. Јавните финансии и приватниот капитал можат

да обезбедат можности за развој на социјални финасиски инструменти: директни јавни инвестиции во социјалните претпријатија и мобилизација на приватен капитал.

Социјалните инвестиции, всушност, се инвестиции дизајнирани за унапредување на вештините на луѓето и нивните капацитети, како и обезбедување поддршка за нивно целосно учество во општествените текови.

Зошто социјалните инвестиции се разликуваат од класичните инвестиции и како можат да ги задоволат потребите на социјалните претпријатија?

Традиционално, инвестициите може да се дефинираат како употреба на финансиски средства со цел зголемување (максимизација) на можностите за заработка, или со други зборови - чинот на извршување на капиталот на проект или деловна активност со очекување да се добие приход или

профит. За разлика од традиционалните инвестиции, фокусот на социјалните инвестиции е насочен кон социјалните, еколошките, културните и економските придобивки од една иницијатива, врз работата на организацијата и врз здравјето на општеството како целина.

СОЦИЈАЛНА ИНОВАЦИЈА

Според дефиницијата на Европската комисија, социјалната иновација значи развој на нови идеи, услуги и модели со цел подобро адресирање на општествените проблеми. Како концепт, социјалната иновација може да се однесува на: производ, производствен процес, идеја, општествено движење или комбинација од претходно наведените. Најголем дел од социјалните претпријатија имаат значаен придонес кон иновации во испораката на социјални услуги и развој на организациските иновации.

Додаток 1: Оперативна дефиниција за социјалните претпријатија

Мапирањето на социјалните претпријатија и нивните екосистеми во Европа (Мапирање III) ДЕФИНИЦИЈА НА ОПЕРАТИВНИ СОЦИЈАЛНИ ПРЕТПРИЈАТИЈА

Главна димензија	Општа дефиниција	Релевантни индикатори	Минимум критериум
претприемачко/ економска димензија	Социјалните претпријатија (СП) се вклучени во спроведувањето на стабилни и континуирани економски активности. Со тоа демонстрираат карактеристики кои се типични за сите останати претпријатија.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Дали организацијата е регистрирана во специфични регистри⁷; 2. Дали организацијата е автономна (дали организацијата е контролирана од страна на јавните власти или други профитни / непрофитни организации) и колкав е степенот на автономијата (целосно или делумно) 3. Дали членовите / сопствениците придонесуваат со ризичен капитал (колку) и дали претпријатието се потпира на платени работници во рамките на работењето; 4. Дали постои дефинирана постапка во случај на стечај во СП; 5. Структура на приходите (процент генериран од пазарна побарувачка; процент генериран од јавни договори и процент генериран преку грантови); 6. Дали и до кој степен СП придонесуваат за испорака на нови производи и / или услуги кои не се испорачани од кој било друг оператор; 7. Дали и до кој степен СП придонесуваат за развој на нови процеси за производство или испорака на производи и / или услуги. 	СП мора да бидат пазарно ориентирани. Минимален критериум е 25% од приходот на годишно ниво да биде од економски активности.

⁷ Ова во секоја земја е различно регулирано. Во Северна Македонија секое правно лице се регистрира во централен регистар.

Главна димензија	Општа дефиниција	Релевантни индикатори	Минимум критериум
<p>социјална димензија (општествена цел)</p>	<p>Социјалната димензија е дефинирана со целта на ентитетот и / или со испорачаниот производ/ услуга.</p> <p>Цел: социјалните претпријатија мора да имаат експлицитно дефинирана општествена цел, да ѝ служат на заедницата или на специфична целна група. Терминот „општествена“ треба да се разгледува во поширока смисла и да вклучува обезбедување на културни, здравствени и образовни услуги, како и услуги за заштита на животната средина. Преку промовирањето на општиот интерес, СП ја надминуваат традиционалната ориентација кон сопствениците и акционерите.</p> <p>Производ: во случај кога СП не создава производ преку социјалната и работната интеграција на граѓани од ранливи категории, СП мора да обезбедат производ/ услуга која има општествена вредност.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Дали експлицитната општествена цел е дефинирана на статутарно / законско ниво или доброволно од страна на членовите на СП; 2. Дали производот / активноста што ја извршуваат СП е насочена кон промовирање на признавање на правата загарантирани во националното законодавство / устав; 3. Дали активностите на СП поттикнуваат промени во законодавството; 4. Дали доколку производот не придонесува кон остварувањето на фундаменталните права, придонесува кон унапредувањето на општественото добро? 	<p>Општествената цел мора да биде јасно дефинирана во националното законодавство, во статутот на СП или во други релевантни документи.</p>

Главна димензија	Општа дефиниција	Релевантни индикатори	Минимум критериум
добро управување	<p>За да се идентификуваат потребите и да се вклучат сите релевантни чинители во дизајнот на соодветни решенија, социјалните претпријатија треба да имаат специфична сопственичка структура и модели на управување кои овозможуваат учество на засегнатите страни на различни нивоа.</p> <p>СП експлицитно ја лимитираат дистрибуцијата на профитот и постои забрана за пренос на имот (заклучување на средствата⁸).</p> <p>Лимитирањето на дистрибуцијата на профитот има цел да обезбеди заштита на генералниот интерес и истиот може да биде операционализиран на повеќе начини.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Дали СП поттикнуваат учество и / или вклучување на засегнати страни; 2. Дали законодавната рамка според која работат СП ја налага потребата од примена на процеси на донесување одлуки кои обезбедуваат избалансирано претставување на различните интереси (доколку обезбедуваат, дали е преку формално членство или преку неформални канали); 3. Дали постоечката законска регулатива ја наметнува повеќе стејкхолдерската сопственичка структура (на пример: Франција); 4. Дали од СП се бара да усвојат процедури за социјално сметководство⁹ со закон или тоа го прават во пракса, без да бидат обврзани; 5. Степенот на свест на локалното население за клучната општествена улога што ја имаат СП; 6. Дали ограничувањето во дистрибуцијата на профит се однесува на сопствениците и стејкхолдерите, а не само на сопствениците (работници и корисници): дали ограничувањето е краткорочно (профитот не може да се дистрибуира) или долгорочно (забрана за пренесување на имотот на СП) или и краткорочно и долгорочно. 7. Дали постои ограничување на платите на работниците и / или менаџерите (избегнување индиректна распределба на добивката). 	<p>СП мора да осигураат дека интересите на релевантните засегнати страни се соодветно застапени во спроведените процеси на донесување одлуки.</p>

⁸ Заклучувањето на средствата е задолжителен механизам кој обезбедува сигурност дека вишокот приходи, капиталот, профитот и други видови имот стекнати од страна на правниот субјект не се дистрибуирани до членовите на организацијата, акционерите и други лица. Претставува превентивен механизам за употреба на средствата на организацијата за приватна корист за време на постоењето на организацијата или во случај на нејзин престанок.

⁹ Социјалното сметководство ѝ овозможува на организацијата да ги испита своите резултати во однос на социјалните, еколошките и економските цели и да осигура дека таа работи во согласност со сопствените вредности.

