

УЧЕБНО ПОМАГАЛО

ТЕМА 5:

Разлики между социалното предприемачество и традиционните предприятия

Този документ е създаден в рамките на проект Growing Social, който се осъществява с финансовата подкрепа на Програма за трансгранично сътрудничество ИНТЕРРЕГ V-A Гърция – България 2014-2020 г., съфинансиран от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие. Цялата отговорност за съдържанието на публикацията се носи от МИГ „Златоград – Неделино” и при никакви обстоятелства не може да се счита, че този документ отразява официалното становище на Европейския съюз и Управляващия орган на Програма за трансгранично сътрудничество ИНТЕРРЕГ V-A Гърция – България 2014-2020 г.

С Ъ Д Ъ Р Ж А Н И Е

I. СЪЩНОСТ И ОСНОВНИ ПОНЯТИЯ.....	3
II. ФУНКЦИЯ И ОРГАНИЗАЦИЯ НА СОЦИАЛНОТО ПРЕДПРИЕМАЧЕСТВО	9
III. ФУНКЦИЯ И ОРГАНИЗАЦИЯ НА ТРАДИЦИОННИТЕ ПРЕДПРИЯТИЯ.....	16
IV. РАЗЛИКИ МЕЖДУ СОЦИАЛНОТО ПРЕДПРИЕМАЧЕСТВО И ТРАДИЦИОННИТЕ ПРЕДПРИЯТИЯ	30

I. СЪЩНОСТ И ОСНОВНИ ПОНЯТИЯ

1. Що е социално предприятие, основни характеристики и отличителни черти

Социалното предприятие е популярен термин в цяла Европа, който характеризира широк набор от структури и организации, които развиват стопанска дейност с цел постигане на социален ефект. В днешно време динамиката на развитие на пазара и на обществено-икономическите отношения налага създаването на хибридни форми, които да запълват нишите на пазара и да се намесват там, където държавата не може да изпълни своите ангажименти. Основното, което отличава социалните предприятия от традиционните пазарни субекти, е, че те не преразпределят печалба, имат колективно управление и решават различни социални проблеми.

Социалното предприемачество и социалната икономика като концепции позволяват създаването на алтернативни модели за извършване на стопанска дейност, които са пазарно ориентирани и в същото време интегрират всички участници на свободния пазар – работници и служители, работодатели, инвеститори, потребители и др. Чрез популяризирането на концепцията за социалното предприемачество за първи път започва да се говори за стопанска дейност, ориентирана не само към максимизиране на печалбата, но и към постигането на резултати, свързани с благоденствието на цялата общност и определени социални групи в неравностойно положение.

2. Определения за социално предприятие

Едно от популярните определения за социално предприятие, което се използва и като отправна точка за развитие на концепцията, е възприето от Британското правителство през 2002 година (за първи път е публикувано в документ на Министерство на търговията и икономиката „Социално предприятие - Стратегия за успех”) и гласи: След появата на това определение започват редица изследвания на концепцията и нейната същност във Великобритания, но паралелно с това възникват и доста трудности за прилагането на

концепцията в практиката. Това, което е важно като резултат, е успешният опит на правителството да класифицира концепцията и да даде възможност на 5300 социални предприятия да функционират под обща организационна форма.

Социалното предприемачество е сравнително нова тенденция в икономиката и обществото, която отразява нуждите за решаване на социално значими проблеми по един интересен и устойчив начин. Решенията които социалното предприемачество предлага са свързани с продукти, услуги и иновации, разработени и внедрени от съществуващите или новосформирани бизнес организации. Социалното предприятие прилича на търговското (бизнес) предприятие по това време, че работи в условията на пазарна икономика, използвайки традиционни за бизнеса механизми като генерира печалба от дейността си. Отличително при социалните предприятия е, че печалбата не е цел, а средство за осигуряване на жизнеспособност на организацията. Целите, които социалното предприятие си поставя и за които е създадено на първо място са различни и отразяват разнообразни нужди и интереси на обществото. Тези цели могат да бъдат свързани с решаване на социални проблеми, неравенства, напрежения, намаляване на негативните социални явления и опазване на околната среда. В този смисъл, социалното предприятие е интересен хибрид между бизнес организация и благотворително дружество. Това е сравнително ново икономическо явление, което предстои да бъде дефинирано в теоретичен, практичен и правен аспект.

Социалното предприемачество е процес, при който се разработва и внедрява иновативни продукти и услуги с цел решаване на социално значими проблеми и/или опазване на околната среда. Социалният предприемач е индивид , който създава и внедрява продукти, услуги или процеси, които подобряват благосъстоянието на населението и/или на отделни социални групи. Социалното предприятие е организация (със стопанска или идеална цел), която е създадена за да реши социални предизвикателства. Тази организация управлява ресурсите и процесите по начина, който води до максимизиране на социалните въздействия, като използва устойчиви бизнес модели.

Таблица 1. Терминология на социалното предприемачество

Социално предприятие	Организация (фирма, компания, предприятие), която произвежда и предоставя социални продукти и услуги. Основни разлики между социалното и търговското бизнес предприятие са видът на продукта (услугата), моделите на ценообразуването, каналите за дистрибуция и средствата за реклама, които са насочени към това да улеснят достъпа и да максимизират потреблението от страна на целевата социална група.
Социална инициатива	Това е термин с широк обхват, който може да се отнася за проект, дейност, организация или всяко друго начинание, което създава позитивна промяна в обществото или околната среда.
Социален предприемач	Индивид, който планира, създаване и внедряване нов метод, процес, продукт или услуга в отговор на социален проблем или предизвикателство.
Социална иновация	Действие на разработване на концептуално нов метод, процес, продукт/услуга, предназначени за решаване на социален проблем или такъв свързан с околната среда.
Социално предприемачество	Действие по създаване на иновативен модел, процес, продукт/услуга, който по устойчив начин цели да реши съществуващ или потенциален социален проблем чрез създаване на нова организация или инициатива.

Социалното предприемачество има широко спектърно действие и може да обхваща множество области и приложения. Неговата насоченост е към решаване на определени социални неравенства, конфликти или облекчаване на проблеми на обществото. От друга страна, то може да бъде фокусирано върху подпомагане на регионално или местно

развитие и подобряване благосъстоянието на хората като цяло. В обхвата на социалното предприемачество влиза и грижа към природата, опазване на околната среда, стимулирането на употребата на възобновяеми енергийни източници, здравеопазване и повишаване на здравната култура на живот и хранене. Някои от областите, в които социалното предприемачество работи са:

- Помощ на хора в неравностойно положение (социално, физическо, икономическо и др.);
- Помощ за хора с физически или умствени увреждания;
- Подкрепа и развитие на деца и младежи;
- Опазване на околната среда;
- Подкрепа за социално приобщаване на хора от маргинализираните групи, групи в риск или изолирани от обществото групи (етнически малцинства, имигранти и др.);
- Подкрепа за хора в уязвимо положение на трудовия пазар (хора с ниски шансове за заетост, дългосрочно безработни и пр.);
- Помощ за обучение, тренинг, квалификация и преквалификация на младежи, възрастни, дългосрочно безработни и други групи в риск от отпадане от трудовия пазар;
- Работа в посока местно и регионално развитие и благоденствие;
- Подкрепа на разнообразни социални каузи;
- Намаляване на бедността;
- Подкрепа за развитие в областите на култура и спорта;
- Предоставяне на социални услуги;
- Подкрепа за социални иновации и предприемачество (консултантски услуги и обучения за социални организации);

- Поощряване на здравословен начин на живот, здраве и профилактика;
- Опазване на човешки права солидарност в глобален план;
- Активна подкрепа за равенство между половете (включително и на пазара на труда);
- Насърчаване на доброволческия труд и организиране на доброволчески инициативи.

3. Възникване на социалното предприемачество

Традиционно, предприемачество се свързва с идеята за производство и предлагане на стоки и/или услуги, които да реализират печалба за собствениците. До скоро решаването на глобалните и локални социални и екологични проблеми се считаше основно в ресора и компетенциите на местните власти, правителството, международните асоциации, хуманитарните и религиозните организации и структури. В последните години обаче, разрывът между бизнес и социални нужди става все по-дълбок. От една страна, конкуренцията между търговските корпорации става все по-ожесточена и стремежът към печалба и завоюване на нови пазари често води до практики, които застрашават общественото благоденствие и екологичния баланс. От друга страна става ясно, че правителствата на отделните държави както и съществуващите международни организации не са в състояние да отговарят адекватно на разнообразните и комплексни проблеми на обществото. Медиите оповестиха много случаи на етични, морални и екологични престъпления, в които участват големи световни корпорации. Използване на канцерогенни продукти, ГМО земеделие и животновъдство, експлоатация на детски труд в производства изнесени в третия свят, злоупотреби и корупция, замърсяване на околната среда и прочие са само част от примерите, които показват необходимостта от смяна на парадигмата и промяна на фокуса на традиционните предприятия към създаване на повече блага за природата и обществото, а не към тяхното безогледно експлоатиране. В израз на тази необходимост възникват нови тенденции в управлението на предприятията като „корпоративна социална отговорност”. Все повече търговски дружества се включват в

подкрепа на социално значими каузи и инициативи. В следствие на този нов подход към бизнеса като начин за стимулиране на положителна социална промяна се проявяват и социалните предприятия. Те са фокусират върху създаване на социална и финансова стойност използвайки бизнес стратегии за решаване на обществени и екологични проблеми като същевременно реконфигурират човешкия и финансовия капитал за постигане на своите цели. Така например те привличат доброволци (безплатен човешки ресурс) за подкрепа на своите каузи. Средства за финансиране и осигуряване на капитал са разнообразни и включват както традиционни източници (като например приходи от дейността), така и иновативни способи като групово финансиране (crowd funding), спонсорство и пр. Социалните предприемачи често си сътрудничат с правителствени структури като решават обществено значими проблеми посредством бизнес методи, технологии и процеси. По този начин социалните предизвикателства се посрещат своевременно, чрез иновативни устойчиви решения.

Социалното предприемачество като концепция може да бъде забелязано още в началото на 19 век, но неговото дефиниране става едва в средата на 20 век с книгата на Х. Боуен „Социални отговорности на бизнеса”. Един от видните социални предприемачи на 20 век е политикът Майкъл Йонг, който за периода 1950 до 1990 г. основава над 60 социални организации по света, включително и Училище за социални предприемачи във Великобритания, Австралия и Канада. В исторически план може да проследим много знаменитите личности, които биха могли да дефинирани като социални предприемачи със своя принос към подобряване благоденствие на обществото.

Социалното предприемачество е същевременно еволюционен и революционен феномен. То еволюира през годините като хибрид между комерсиално ориентираното предприятие и хуманитарната организация, като същевременно е революционно по своята новаторска идея и подход. Макар в много случаи да разчита на финансиране и помощ отвън, неговата концепция е създавана на добавена стойност както за потребителя, така и за предприемача и за общество като цяло – т.е. всички страни трябва да печелят и да имат полза неговата дейност. Принципите и концепциите на социалното предприемачество се

развиват непрекъснато като се обогатяват с нови технологии, подходи и примери, и обхващат все повече региони, групи, хора и проблеми за решаване.

II. ФУНКЦИЯ И ОРГАНИЗАЦИЯ НА СОЦИАЛНОТО ПРЕДПРИЕМАЧЕСТВО

1. Модели и структура на социалното предприятие

Най-популярен модел на социално предприятие е модел за създаване на заетост и развитие на работната сила. При този модел икономическата логика на бизнес начинанието се основава на възможността да се създадат работни места за хора в неравностойно положение. Доста често този модел се свързва с така наречената защитена заетост, където социалното предприятие е работодател на хора с увреждания.



ДОПЪЛНИТЕЛНА ИНФОРМАЦИЯ

Пример за социално предприятие, което предоставя заетост на хора с увреждания, е нестопанска организация, която работи за интеграцията на незряци и хора с намалена трудоспособност, като създава заетост и условия за по-добър живот на своите членове. След анализ на различни бизнес възможности организацията решава да създаде масажен център, като по този начин се използват пълноценно активите на организацията – офис в центъра на курортен град. Едновременно с това в социалното предприятие работят хора с намалено зрение, които обаче имат изострена чувствителност на ръцете и са много подходящи за професията масажист. При планиране на идеята за социално предприятие те правят предварителни проучвания за търсенето на тази услуга и установяват, че търсенето на масажи е много голямо, особено в активния туристически сезон.

Друг модел на социално предприятие е предприемаческият модел, където социалното предприятие се явява посредник между хората в неравностойно положение и пазара. При този модел под формата на трудова терапия хора с увреждания участват в производството на продукти, за които социалното предприятие търси пазар и се ангажира с маркетинг и дистрибуция.



ДОПЪЛНИТЕЛНА ИНФОРМАЦИЯ

Пример за предприемачески модел на социално предприятие е нестопанска организация на родителите на деца и младежи с увреждания. Те са обособили ателие за арт-терапия в дневния център, в който децата и младежите прекарват по-голяма част от времето си, като им предлагат възможности да участват в изработката на сувенири, картички и дребни керамични изделия. След организиране на няколко благотворителни разпродажби на произведените сувенири, и виждайки удовлетворението и радостта на децата и младежите от продажбата на техните произведения, родителите – членове на организацията решават да намерят постоянен пазар на продуктите. Така се стига до идеята за социално предприятие – работилница за сувенири, които се предлагат в магазини, на изложения и изложби. Социалното предприятие отговаря за търсене на магазини, които да предлагат сувенирите, подписва договори с тях, формира ценовата политика, планира доставките на материали, прави маркетинг на продуктите. Получените средства от продажбата се използват за закупуване на нови материали и осигуряване на допълнителни услуги в дневния център.

Третият модел на социално предприятие, който е най-пряко свързан с доставчиците на социални услуги, е моделът за пряка услуга. При този модел социалното предприятие предоставя социални услуги срещу заплащане на външни клиенти, и едновременно с това е доставчик на социални услуги на своите членове, като заплащането става по договор с общината или държавата. Важно е да се отбележи, че при модела за пряка услуга социалното предприятие развива едни и същи услуги, насочени

към различни потребители и клиенти. Много често при този модел има и елемент на заетост за хората с увреждания, които участват в предоставянето на социални услуги към клиенти в по-тежко състояние.

2. Правно-организационна форма за социалното предприятие

Социалните предприятия в България не се регистрират като отделно юридическо лице, тъй като в законовата уредба липсват изрично изброени форми, които могат да бъдат социално предприятие. Изборът на правно-организационна форма зависи от характера на стопанската дейност, която ще извършва Вашето социално предприятие. Въпросите, на които трябва да отговорите преди да определите под каква форма да развиете Вашето социално предприятие, са следните:

- Стопанската дейност, която планирате да започнете, свързана ли е с идеалните цели на организацията?
- Допълнителност на дейността – очаквате ли приходите от стопанска дейност да надвишават приходите от нестопанската дейност на организацията?
- Типа стопанска дейност изисква ли точно определена правна форма (например за извършване на здравни услуги социалното предприятие трябва да е учредено под формата на търговско дружество и кооперация).
- Имате ли партньори или съмишленици, които могат да се включат със собствени ресурси за стартиране на социалното предприятие. Ако да, може би ще е добре да обсъдите възможността за включването им като съдружници в търговско дружество

2.1. Юридическо лице с нестопанска цел

Всяко юридическо лице с нестопанска цел, което според ЗЮЛНЦ може да бъде сдружение или фондация, може да извършва стопанска дейност при спазване на

законовите изискванията, а именно: стопанската дейност да е допълнителна, свързана с предмета на основната дейност, целево използване на приходите от стопанска дейност за постигане на идеалните цели, регламентираност на стопанската дейност в устройствения акт и забрана за разпределяне на печалба. В този случай социалното предприятие е неразделна част от самата организация и функционира като допълнителна стопанска дейност.

На практика в България нестопанските организации традиционно имат активно присъствие в сектора на дейностите по социално включване и успешно партнират на държавата при провеждане на ефективна политика за преодоляване на социалната изолация. Голяма част от тези ЮЛНЦ извършват стопанска дейност, която има характеристиките именно на социално предприемачество.

2.2. Социално предприятие като търговско дружество

Другата правна възможност за извършване на стопанска дейност е чрез отделен правен субект, учреден от нестопанската организация или директно свързан с нея. Най-често срещана в практиката форма на търговско дружество като социално предприятие е ЕООД, еднолично дружество с ограничена отговорност. Изискването за социално предприятие, което е регистрирано като търговско дружество, е собственик на мажоритарната част от капитала да е нестопанската организация, като по този начин се гарантира запазване на основната цел на предприятието да подпомогне изпълнението на мисията на организацията. Подобно решение може да се обоснове с нуждата от обособяване на стопанската дейност в отделно дружество с отделно управление, ресурси и счетоводна политика. Това е и предпоставка за избягване на потенциални данъчни проблеми, свързани с отчитането и третирането на стопанска дейност, извършвана от юридическо лице с нестопанска цел.

2.3. Специализирано предприятие и кооперации на хора с увреждания

Специализираните предприятия и кооперации на хора с увреждания са самостоятелни юридически лица, които са подробно уредени в съществуващото българско

законодателство. Според чл. 28, ал. 1 от Закона за интеграция на хората с увреждания (ЗИХУ) специализираните предприятия и кооперации на хора с увреждания са тези, които отговарят на следните условия:

1. регистрирани са по Търговския закон или по Закона за кооперациите;
2. произвеждат стоки или извършват услуги;
3. имат относителен дял на лицата с увреждания, както следва:
 - а) за специализирани предприятия и кооперации за незрящи и слабовиждащи лица - не по-малко от 20 на сто от общия брой на персонала;
 - б) за специализирани предприятия и кооперации на лица с увреден слух - не по-малко от 30 на сто от общия брой на персонала;
 - в) за специализирани предприятия и кооперации на лица с други увреждания - не по-малко от 50 на сто от общия брой на персонала;
4. вписани са в регистъра към Агенцията за хората с увреждания.

За да се квалифицира по смисъла на ЗИХУ едно лице като специализирано предприятие или кооперация на хора с увреждания, то трябва да отговаря кумулативно на тези четири категории изисквания. Първото условие, което законът въвежда за СПКХУ, е те да са регистрирани по Търговския закон (ТЗ) или по Закона за кооперациите. С това изискване ЗИХУ определя възможните правно организационни форми за специализираните предприятия и кооперации на хора с увреждания. Тук може да бъде направен изводът, че основните правно-организационни форми се регистрират както следва:

- а) кооперациите на хората с увреждания се регистрират по Закона за кооперациите, защото според българското законодателство това е единствената възможност за регистрация на кооперация.
- б) специализираните предприятия на хората с увреждания се регистрират по Търговския закон.

Според Закона за кооперациите кооперацията е доброволно сдружение на физически лица с променлив капитал и с променлив брой членове, които чрез взаимопомощ и сътрудничество осъществяват търговска дейност. Освен търговската дейност, законът позволява кооперациите да осъществяват социална и културна дейност за задоволяване интересите на техните членове. Кооперациите се регистрират при спазване на условията и реда на Закона за кооперациите.

3.. Услуги и дейности на социалните предприятия

Три са основните сфери на дейност на социалните предприятия в България: това са социалните услуги, услуги по здравеопазване и превенция и образователни услуги и обучения. Освен това много често социалните предприятия придобиват качеството на работодател на хора в уязвимо социално положение, независимо от сферата на дейност. За илюстрация на различните сектори по-надолу ще разгледаме различните проявления на социални предприятия:

- **Доставчици на социални услуги:** Социалната област е най-естественият сектор за развитие на социални предприятия в България. Предоставянето на социални услуги се извършва срещу заплащане и по този начин се акумулират приходи от стопанска дейност. Много често при доставката на социални услуги държавата или местната власт поемат заплащането на услугата. Таксите за социални услуги, финансирани от републиканския бюджет, се заплащат по тарифа, утвърдена от Министерски съвет. По настоящия правен режим на социалните услуги нестопанските организации са равнопоставени доставчици на социални услуги, заедно с търговските дружества, държавата и общините. Съществува изискване за задължителна регистрация на всички частни доставчици на социални услуги в Агенцията за социално подпомагане. В случаите когато се предоставят социални услуги на деца до 18-годишна възраст, има изискване за лиценз от Държавна агенция за закрила на детето.

- **Социални предприятия, предоставящи здравни услуги:** Здравеопазването и грижата за здравето са друг сектор с активно присъствие на социални предприятия. Здравните услуги, които се предоставят от социалните предприятия, са по-елементарни, като мерене на кръвно, мерене на кръвна захар, помощ от медицински сестри, рехабилитационни услуги и др. Много често здравните услуги съпътстват предоставянето на социалните услуги, и в този смисъл е трудно да се прави разделение на доставчиците. Това, което е важно да се знае, са различните законови изисквания за здравните услуги, регламентирани в Закона за лечебните заведения. Той предвижда най-общо три големи групи лечебни заведения според вида на извършваната медицинска дейност. Това са лечебни заведения за извън болнична помощ, лечебни заведения за болнична помощ и други лечебни заведения, където се включват хосписите. Финансирането на лечебните заведения може да става по линия на здравното осигуряване (на база на сключен договор със Здравната каса), директни плащания от пациентите и финансиране по различни донорски програми.
- **Обучения и образователни услуги:** Образователните услуги са една от сферите на обществения живот с най-активно присъствие на социални предприятия. Това е така поради тяхната ориентация към въвеждане на иновации, подкрепа и промоция на концепцията „учене през целия живот” и склонност за споделяне на положителен опит. Нормативната база в България не регламентира никакви специални норми, свързани с обучения извършвани от социални предприятия. За извършване на различни форми на обучение се изисква акредитация и лицензиране с цел да се издава валиден документ за придобита степен на образование и професионална квалификация. Таксите за обучение, които се събират от участниците или се заплащат от външен възложител (държавата или международна организация), се явяват приход от стопанска дейност за социалното предприятие.

III. ФУНКЦИЯ И ОРГАНИЗАЦИЯ НА ТРАДИЦИОННИТЕ ПРЕДПРИЯТИЯ

1. Определение и свойства на организацията

„Организацията е основа на дейността на менажерите, тя е причината, която обуславя съществуването на мениджмънта”. За организацията в зависимост от смисъла, за който се употребява, има следните определения:

- Социален институт с известен статус. В този смисъл се разбират предприятията, органите на властта, неправителствени сдружения и др.;
- Като процес, свързан със съзнателното въздействие на организирани хора върху обект (продукт, услуга);
- Като свойство, атрибут на обекта. Има се предвид, когато става дума за организирани и неорганизиран системи, политически обществени организации, ефективни и неефективни организации и др.

Има много определения за организация, от които се отделят типичните концепции за организацията като рационална система или система, насочена към достигане на определена цел. В това отношение са дадени четири основни определения за организация:

1) В съответствие с теорията на Ч. Бърнард организацията е кооперация от хора, които се отличават от други социални групи със съзнателност, предвиждане и цел на постигане. Основно внимание се обръща на съвместните действия на хората, тяхната кооперация и необходимостта за постигане на целите.

2) Марч и Саймон дават друго определение. Организацията е общество от взаимосвързани човешки същества, които са най-често срещани в обществото и имат централна координационна система. Организацията прилича на сложен биологичен организъм. От гледна точка на мениджмънта, организацията е система от приети и реализирани управленски решения.

3) Блау и Скот дават третото определение за организация. Основна характеристика на организацията е, че за достигане на специфични цели тя трябва да бъде формализирана, да има формална структура.

4) По мнението на А. Етциони организацията е социално обединение (човешки групи) съзнателно конструирани и реконструирани за решаване на специфични цели. Основно внимание се обръща на съзнателното членство в организацията и съзнателните действия на нейните членове.

Обикновено се дават основните значими качества на организацията:

- Наличие на двама или повече хора, които се считат, че са една група;
- Наличие на общи съвместими дейности на тези хора;
- Наличие на определени механизми или системи за координация на тяхната дейност;
- Наличие на обща цел, споделяна и приемана от основното голямо мнозинство.

На основата на гореизложеното може да се даде практическо определение за организацията: Организацията е група от хора, дейността на които съзнателно се координира за постигане на обща цел или цели. Социалната същност на организацията се проявява в реализацията на изпълнение на целите и стремленията на своите служещи. Хората ще се обединяват и работят в организацията само тогава, когато ще получат своите работни заплати, ще могат да общуват, да реализират своите способности и да имат професионално израстване. Организацията има разнообразни цели и когато те са свързани една с друга, е прието да се наричат сложни. Всички сложни организации имат редица общи характеристики:

- Наличие, привличане и използване на ресурсите;
- Зависимост от външната среда;
- Хоризонтално и вертикално разделение на труда;
- Обособени подразделения;

- Необходимост от управление.

В литературата има много подходи за построяване на типологията на организацията. Традиционно те се разделят на три вида:

- Предприятия и фирми (производствени, търговски, обслужващи);
- Учреждения (финансови, културни, научни, управленски, образователни, медицински);
- Обществени организации (религиозни, профсъюзни, на обществени начала).

Вторият подход е деление на организациите на основата на обществените отношения: икономически, социални, културни и управленски (държавни, политически и обществени). Във всеки един от тези типове има известно сходство, което определя близостта на целите и функциите на организациите. По мнението на американския социолог А. Етциони организациите се подразделят на три основни групи:

- Доброволни – членовете на които се обединяват на доброволна основа (политически партии, професионални съюзи, клубове и др.);
- Принудителни – членовете на които по принудителен начин се намират в тях (армия, затвори);
- Практични (утилитарни), които се обединяват за постигане на общи и индивидуални цели (предприятия, финансови фирми).

В зависимост от характера на вътрешните връзки организациите се разделят на формални и неформални. Формалната организация е построена на основата на предварително установени връзки, йерархия на позициите, нормативно регулирано поведение, разпределение на функционалните задължения. Те определят отношението към властта, сферата на отговорност на приетите решения и тяхното изпълнение. Те са регистрирани по установения ред (най-често са юридически лица), те имат официален ръководител. Тези организации са резултат на запланирани действия и усилия. Неформалната организация е спонтанно възникнала система от връзки, които са резултат от междуличностно взаимодействие. Тя съществува вътре във формалната, като най-често

я подкрепя. Много от нейните членове намират такива хора, с които те общуват свободно, намират защита. Като водач на неформалната организация обикновено има признат лидер. Тези организации обикновено възникват стихийно. Формалната и неформалната организации имат твърде общи черти, като: имат групи от хора с общи цели; разработват вътрешни норми, стандарти и правила, които регулират различни аспекти на поведението на хората. Немският философ и социолог Макс Вебер е описал идеалния модел на формалната организация – бюрокрация (от френски *bureau* – канцелария и гръцки *kratos* – власт, господство, сила). Това е организация на публичната власт, която се състои от управляващи лица, заемащи длъжности и постове и образуващи определена йерархия.

Организацията се представя като „инструмент“, рационално средство за постигане на ясно определени цели; като съвкупност от отделни самостоятелни части, способни да се променят и заменят една с друга, не нарушавайки при това цялостната структура на организацията. Създателите на този подход, в това число и Макс Вебер, не придават важна роля на неформалните отношения между членовете на организацията. Моделът „организация – машина“ е създаден и разработен от френския инженер и изследовател, идеолог на класическата (административна) школа на управление Анри Файол. Тя има важна роля в развитието на съвременната социология на организацията и теорията на мениджмънта. В тази концепция организацията се разглежда като безличен механизъм, в който преобладават формално рационалните отношения между работниците и йерархичната структура на управление. При това, задачата на администрацията се състои в това да осъществява контрол, координация и планиране на работата на различните звена на организацията.

Операциите, които имат място в управлението на едно предприятие са шест отделни групи: 1) техническа – това са производството, заготовките, преработката; 2) търговска – това са покупката на суровини, продажбата; 3) финансова – това са търсенето на капитали и тяхното управление; 4) охранителна – това е охраната на имуществото и хората; 5) отчетна – това е инвентаризацията, балансът, издръжката, статистика; 6) административна – операциите по предвиждане, разпределение, организиране, съгласуване, контролиране.

Управлението означава планиране, организация, разпореждане, координация и контрол:

- предвиждане – изучаване на бъдещето и съставяне на програма с действия;
- организиране – изграждане на материалния и социален механизъм на предприятието;
- разпореждане – привеждане в действие на хората, на персонала;
- координация – свързване и обединяване на усилията и действията на хората;
- контролиране – наблюдаване, така че всичко да протича съобразно установените правила и разпореждания.

Принципите на управление са:

- Разделение на труда. Довежда до ясна специализация на функциите и разделението на властта в предприятието. Изпълнение на голям обем работа и по-добро качество.
- Пълномощия и отговорност. Пълномощията дават право да се дават нареждания, а отговорността е нейната противоположност. Където се дават пълномощия, там има и отговорност.
- Дисциплина. Тя предполага изпълнение на постигнатите договорености между фирмата и работниците. Тя предполага и справедливо прилагане на санкции при нейното нарушаване.
- Единоначалие. Работникът трябва да получава нареждания само от един непосредствен негов началник.
- Спазване на единството на ръководство, т.е. един ръководител, както и общ план за действията, които предстоят да бъдат осъществени в името на обща за всички цел.

- Подчиненост на личните интереси пред общите. Интересите на един работник или група работници не трябва да са преобладаващи над тези на фирмата.
- Възнаграждение на персонала. За да се осигури изпълнение и поддръжка от работниците, те трябва да получават справедливо заплащане за своята работа.
- Централизация. Степента на централизация зависи от конкретните условия. Това поражда каква да е пропорцията между централизация и децентрализация. Това дава добри резултати при реализиране на изпълнението на плана на фирмата.
- Яснота в йерархията – ясен път, по който преминават съобщенията „от горе-надолу” и „отдолу-нагоре”.
- Ред. Място за всеки и всеки на своето място.
- Справедливост. Това означава доброжелателност с правосъдие.
- Устойчивост. Ръководителите на средно ниво да бъдат задържани на една и съща длъжност за по-продължително време.
- Инициатива. Разработване на план и осигуряване на неговата успешна реализация.
- Корпоративен дух. Той се създава като резултат от взаимното разбирателство на персонала.

2. Организационно-правни форми

Според Търговския закон на Република България са предвидени различни организационно-правни форми на организацията, които се наричат търговски фирми. Първото важно решение, което трябва да се вземе при разкриване на новосъздаваща се фирма, трябва да бъде съобразено с този закон, като се отчетат бъдещите намерения на

тези, които ще управляват фирмата. За да бъде взето най-правилното решение, тези форми трябва да се познават и да се отчитат техните предимства и недостатъци. Необходимо е да се отчитат финансовите възможности на хората, които се заемат с тази дейност, възможностите им за набиране на капитал, управленските им знания и опит, личните им интереси, различните данъчни задължения и много други фактори. Основните форми на търговските фирми според Търговския закон на Република България са: а) еднолична, б) колективна.

2.1. Еднолични форми на търговските фирми

Това е най-често използваната организационна форма на малкия бизнес. Двете основни форми, които се използват в нашата страна, са: едноличен търговец и предприемач нетърговец.

- Едноличен търговец:

Според Търговския закон като едноличен търговец може да се регистрира всяко дееспособно физическо лице с местожителство в страната. Най-важните необходими основни белези на едноличния търговец са:

- Да е физическо лице, т.е. да има правоспособност. Физическото лице е субект на гражданското право и може да придобива само граждански права и задължения. С признаването му обаче за търговец, на лицето се признава правото да бъде страна и по търговскоправни отношения, и то без да възниква нов правен субект. С други думи едноличният търговец става носител едновременно на граждански и на търговски права и задължения. Като търговец той ще носи отговорност по всички свои задължения (търговски и от частния си живот) с цялото си имущество – не само което притежава в търговското си предприятие, но и с останалото си лично имущество.
- Да има местожителство в страната. Лицето трябва да живее постоянно или предимно в дадено населено място в България и да е вписано в неговите

граждански регистри. Това лице може да е и чужд гражданин, стига законно да се е установил да живее в нашата страна.

- Да бъде дееспособен. За да бъде дееспособно, лицето трябва да е пълнолетно, т.е. да е навършило 18 години.

Не може да бъде едноличен търговец лице, което: е в производство за обявяване в несъстоятелност; е невъзстановен в правата си несъстоятелен; е осъдено за банкрут.

Правата на едноличния търговец върху неговата фирма са абсолютни и тя не може да се използва от никой друг. Основни предимства на фирмата на едноличния търговец:

- Лесно се стартира в бизнеса, а при нужда лесно се прекратява;
- Управлява сам фирмата. Той работи за себе си и дори да прави грешки, това са си негови грешки и за тях не дължи обяснение на никого;
- Той разполага с целия си доход. Не се налага да го дели с никого и може да разполага с него по своя воля;
- Едноличният търговец използва данъчни облекчения. Облага се не с данък върху печалбата, а с данък върху общия доход. При това за него се предвиждат редица облекчения и той не се облага с други данъци;
- Едноличният търговец не носи отговорност и задължения пред евентуални съдружници;
- Има облекчени изисквания за водене на счетоводство – едностранно записване, облекчен годишен счетоводен отчет и др.

Основни недостатъци на фирмата на едноличния търговец:

- Неограничена отговорност. Едноличният търговец носи всички отговорности и задължения на предприятието си. При това тази отговорност не е ограничена само до имуществото и средствата, вложени в бизнеса, а се разпростира и върху личното му имущество като жилище, лека кола, други движими и недвижими имущества и т.н.;

- Ограничени финансови ресурси. Често те са недостатъчни за позначителни бизнес начинания;
- Трудности в управлението. С течение на времето за развитие на неговия бизнес едноличният търговец осъзнава, че му липсват управленски знания и опит, за да извършва ефективно дейността си. Започва да изпитва сериозни затруднения при водене на счетоводството си, оформянето на договори и други различни документи. Налага се да наеме финансови и други специалисти, които да му извършват квалифицирана работа, която обикновено скъпо се заплаща;
- Собственикът на едноличната фирма сам си плаща социалната осигуровка, различните застраховки, годишен отпуск и отпуск по болест и т.н. Такива трябва да плаща и на сътрудниците си, които работят при него;
- Ограничени възможности за интензивно развитие на фирмата. Нарастването на бизнеса е ограничено от малките финансови възможности на собственика. Това често прави предприятието на едноличния търговец недостатъчно конкурентоспособно спрямо други големи фирми и сдружения.
- Всички данъци се изплащат от дохода на собственика.
- Голям недостиг на реално физическо време. Едноличният търговец обикновено е напълно погълнат от бизнеса си и няма време за решаване на важни фирмени и други обществени въпроси, семейни задължения и др.

2.2. Търговски дружества

Търговското дружество е вид търговец. Търговският закон го определя като обединяване на две или повече лица за извършване на търговски сделки с общи средства. Търговските дружества са юридически лица. Учредители на дружеството могат да бъдат български или чуждестранни физически или юридически лица. Единственото изискване

към тях е да са дееспособни, т.е. да са навършили пълнолетие и да не са под пълна или ограничена забрана. Броят на лицата, които могат да образуват дружеството, не е ограничен с горна граница. Поставя се обаче долна граница за броя им – да са най-малко две лица. В предвидени от закона случаи може да се учреди дружество и от едно лице. Участник в търговското дружество може да бъде и държавата, при това не само българската, а и чужди държави.

Основните видове търговски дружества по Търговския закон са:

- събирателното дружество (СД);
- командитното дружество (КД);
- дружеството с ограничена отговорност (ООД);
- акционерното дружество (АД);
- командитното дружество с акции (КДА).

При отделните видове търговски дружества има и някои особени изисквания. Така например, акционерно дружество се учредява от минимум две лица, които откриват подписка, но на самото учредително събрание трябва да присъстват най-малко пет души, записали акции. Когато учредяването става без подписка, достатъчни са само две лица. Учредителите на търговското дружество сключват помежду си договор, наречен дружествен или учредителен. Ролята на такъв договор при акционерните дружества играе уставът. Учредителният договор (уставът) регламентира организацията на търговското дружество и правоотношенията в него. Законодателството изисква минимално необходимо съдържание, а извън него могат да се добавят и различни уговорки в рамките на договорната свобода. Възникването на дружеството не съвпада с момента на сключването на учредителния договор. Към това трябва да се прибави и регистрирането в Агенция по вписванията, при което трябва да се впишат всички изисквани от закона обстоятелства за дружеството.

Регистрирането е достатъчно за възникването на събирателното и командитното дружество, но акционерните командитни дружества с акции и дружеството с ограничена

отговорност възникват едва след обнародването им в Държавен вестник. От това възниква дружество, което е юридически субект. То е нов правен субект, различен от участниците в него. От този момент нататък дружеството може да придобива права и задължения от свое име, да носи отговорност със своето имущество, което е различно от имуществото на съдружниците или акционерите, да бъде ищец или ответник. Дружествата формират своето имущество от вноските (апортите) на съдружниците или акционерите. Затова участниците във всички търговски дружества са задължени да правят вноски. Видът и размерът на вноските зависят от волята на учредителите. Вноските са два основни вида: парични вноски и непарични вноски. Непаричните вноски, които се внасят от съдружниците или акционерите, могат да се обобщят така: вещи (вещни права): право на собственост върху вещи и имоти или ограничени права върху вещи; права върху нематериални блага: търговска марка, патент, лиценз, ноу хау, промишлен образец и други; прехвърляне на вземания; ценни книжа – акции, облигации и т.н.

Има и други признаци, по които могат да се класифицират търговските дружества:

- според основанията за възникването им дружествата са: договорни – възникват по силата на договор, сключен между участниците: събирателно дружество – СД, командитно дружество – КД, дружество с ограничена отговорност – ООД; уставни – възникват по силата на устав, сключен между участниците: акционерно дружество – АД, и командитно дружество с акции – КДА.
- според отговорността на съдружниците търговските дружества са: Съдружниците от СД и неограничено отговорните лица от КД и КДА са неограничено отговорни с личното си имущество по отношение на кредиторите. С ограничена отговорност – съдружниците не носят отговорност с личното си имущество спрямо кредиторите на дружеството. Тяхната отговорност е само по отношение на дружеството и е в размер на вноските им. По отношение на кредиторите на дружеството отговаря самото дружество със собственото си имущество. Такава е отговорността на акционерите в АД, на съдружниците в ООД, както и на ограничено отговорните съдружници в КД и КДА. в

- според стопанската им организация търговските дружества са: Персонални дружества – такива са СД и КД (но в частта за неограничено отговорните съдружници). Характерно за персоналните търговски дружества е, че предполагат лично участие на съдружниците при осъществяване на търговската дейност; че дяловете на съдружниците са непрехвърляеми; че при напускане на съдружник дружеството се прекратява; че отговорността на съдружниците е лична и неограничена. Капиталови дружества - Тези дружества изискват концентрация на големи парични суми, без оглед личните качества на лицата, които ги дават. Затова на преден план излиза не личното участие, а участието с капитал. Характерно за капиталовите дружества е, че съдружниците не участват лично в търговската дейност, а само с капитал; че дяловете на участниците са прехвърляеми; че при напускане на участник дружеството не се прекратява; че отговорността на съдружниците (акционерите) е ограничена. Капиталовите дружества са: АД, КДА и ООД.

2.3. Кооперация

Кооперацията е доброволно сдружение на физически лица с променлив капитал и с променлив брой членове, които чрез взаимопомощ и сътрудничество осъществяват търговска дейност. Тя може да осъществява социална и културна дейност за задоволяване интересите на своите членове. Кооперацията е юридическо лице. Въпросът за образуване, регистриране и функциониране на кооперациите е правно нормиран в Закон за кооперациите, приет от Народното събрание.

Кооперация могат да учредят най-малко 7 дееспособни физически лица, които вземат решение на учредително събрание. Учредителното събрание приема устав и избира председател на кооперацията, управителен съвет и контролен съвет. Кооперацията е открита за членуване на физически лица, които са навършили 16 години, не са поставени под пълно запрещение и са съгласни с устава ѝ. Едно лице може да членува в повече от една кооперация. Уставът урежда взаимоотношенията между кооператорите и правилата

за функциониране на кооперацията. От деня на регистрирането ѝ тя става юридическо лице със свой предмет на дейност, права и задължения. Кооперация, която не започне дейност в срок една година от вписването ѝ, се прекратява или се заличава. В кооперацията могат да бъдат приемани нови членове. Изискванията към тях са да са съгласни с устава и да са навършили 16 години. При това всички кооператори имат равни права и задължения. Задълженията им са да спазват устава и решенията на органите на кооперацията.

Имуществото на кооперациите се състои от право на собственост и други вещни права върху дълготрайни и краткотрайни активи, права върху търговски марки, промишлени образци, лицензи, ценни книги, дялово участие в дружества и други права и задължения.

Средствата на кооперациите се формират от:

- встъпителни вноски на членовете,
- дяловите им вноски,
- допълнителните им вноски,
- доходите от дейността на кооперацията,
- други постъпления.

Кооперациите отговарят за задълженията си със своето имущество, а членовете им са ограничено отговорни за тях само до размера на дяловите си вноски. Кооперациите имат някои допълнителни данъчни облекчения. Така например, те плащат на държавата данък върху оборота, мита, такси и акцизи, но са освободени от данъци и такси във връзка с тяхното образуване, преустройство, прекратяване и ликвидация. Кооператорите са освободени от данъци и такси за вноските си и за свързаните с тях прехвърляния и права. Те се освобождават и от данък върху дивидента им, когато с него се увеличава дяловата им вноска. Някои кооперации допълнително се освобождават и от други данъци.

Висш ръководен орган на кооперацията е общото събрание. То е законно и може да взема решения, ако присъстват повече от половината членове, а за изменение или

допълнение на устава, за преустройство и за ликвидация на кооперацията – ако присъстват повече от две трети от членовете. Независимо от размера на дяловите вноски всеки член има право на един глас. В устава на кооперацията може да се предвиди един член на кооперацията да представлява до трима членове на кооперацията в общото събрание въз основа на писмено пълномощно.

Основните предимства на кооперациите се свързват с това, че:

- сами могат да вземат решения за развитието си, а също така да излизат без посредничество на пазара;
- позволяват на дребните собственици съвместно да извършват дейности, които не са по силите отделно на всеки един от тях;
- финансовата отговорност на кооператорите е ограничена;
- използват управленските знания и опит на мениджърите на кооперацията, които обикновено не достигат на дребните собственици;
- имат по-големи финансови възможности (включително и за получаване на кредити);
- реализират икономии, свързани с мащаба на дейността им;
- ползват се от някои данъчни облекчения.

Недостатъците на кооперациите най-често се търсят в трудностите по организирането и установяването им. Всяка кооперация може да създава кооперативни предприятия или да образува с други кооперации междukoоперативни предприятия за извършване на стопанска дейност. Решението за образуване на кооперативни предприятия или за участие в междukoоперативно предприятие се взема от общото събрание, което определя капитала или дела в капитала и упълномощава управителния съвет да извърши или да участва в създаването на предприятието.

Кооперативното предприятие е еднолично дружество с ограничена отговорност или еднолично акционерно дружество. Междukoоперативното предприятие може да бъде

дружество с ограничена отговорност или акционерно дружество. То се учредява от 2 или повече кооперации. Фактическият състав на учредяването изисква приемане на решение на ОС на всяка една от кооперациите учредителки. В тези решения трябва да се определи капиталът, който всяка една от кооперациите ще запише. В това решение се овластява УС на съответната кооперация да извърши необходимите действия по учредяване на междукооперативното предприятие. Междукооперативното предприятие ползва финансови облекчения като кооперация.

IV. РАЗЛИКИ МЕЖДУ СОЦИАЛНОТО ПРЕДПРИЕМАЧЕСТВО И ТРАДИЦИОННИТЕ ПРЕДПРИЯТИЯ

Важно е да се знае, че социалното предприятие не е проект, а бизнес, т.е. стопанска дейност, която има двойствен характер:

- ***Предприемачество с изразен социален ефект***

Дейностите на социалното предприятие обикновено са в сфери, не особено привлекателни за бизнеса, поради очакваните ниски печалби и по-бавната възвръщаемост на вложените инвестиции. В бизнеса основната цел е печалбата, социалният ефект остава повече или по-малко в периферията. Обратно е положението в едно социално предприятие, където социалният ефект от дейността играе основна роля. Той може да се проявява под различни форми, например: ***Социалното предприятие е бизнес с водещи социални цели, чийто излишък е реинвестиран обратно в бизнеса или в общността, отколкото да е воден от нуждата да максимизира печалбата за собствениците на капитала или акционерите.***

- **Социалното предприятие се характеризира с:**
 - Колективно управление;
 - Печалбата не се преразпределя, а се инвестира в социални дейности;
 - Комбинират пазарни и обществени ресурси;
 - Основна цел – максимизиране на социалните ползи за общността.

- **Традиционният бизнес се характеризира с:**
 - Ограничен брой собственици;
 - Печалбата се преразпределя между собствениците/акционерите;
 - Използват само частни ресурси;
 - Основна цел – максимизиране на печалбата;
 - Влагане на генерираните приходи за подпомагане на целевите групи;
 - Участие на част от целевите групи в стопанската дейност (създаване на заетост);
 - Предоставяне на услуги, непривлекателни за бизнеса, на хора в неравностойно положение;
 - Създаване на възможности за професионална и социална интеграция;
 - Създаване на социална добавена стойност;
 - Спестяване на социални разходи.

С други думи основната цел на социалното предприятие не е генериране на печалба на всяка цена, а постигане на равновесие между генерирането на приходи и постигането на изразен социален ефект. Важно е също да се разбере, че финансирането на социалното предприятие е смесено: то може да използва пазарни ресурси - приходи от собствена стопанска дейност, или договори за услуги (например делегирани дейности в сферата на социалните услуги, здравеопазването и образованието от държавата или местната власт), както и непазарни ресурси – безвъзмездно финансиране (грантове) и дарения.

СЪПОСТАВКА МЕЖДУ СОЦИАЛНИТЕ И ТЪРГОВСКИТЕ ПРЕДПРИЯТИЯ		
ХАРАКТЕРИСТИКА	Социално предприятие	Търговско предприятие
ЦЕЛ	Основна цел – максимизиране на социалните ползи за	Основна цел – максимизиране на печалбата

	общността	
УПРАВЛЕНИЕ	Колективно управление	Ограничен брой собственици
РЕСУРСИ	Комбинират пазарни и обществени ресурси	Използват само частни ресурси
ПЕЧАЛБА (приходи – разходи)	Печалбата не се преразпределят, а се инвестира в социални дейности	Печалбата се преразпределя между собственици/акционери

Различното при бизнес плана на социалното предприятие в сравнение с този на традиционния бизнес е:

Социално предприятие	Традиционно предприятие
Социална и финансова насоченост	Само финансова насоченост
Финансови цели, насочени към социално влияние	По-високи приходи и финансова възвръщаемост
Решенията се вземат с цел постигане на повече приходи	Решенията се вземат с цел по-голямо социално въздействие
Ползите са основно за собствениците	Множество заинтересовани страни

До голяма степен социалното предприемачество наподобява традиционното, бизнес предприемачество. Така например и социалното, и комерсиалното предприемачество имат сходни подходи при бизнес планирането, оформянето на бюджета, организирането на дейността, маркетинга, промоцията, логистиката и доставките, както и мониторинг и контрол върху процесите. Социалните предприятия също като традиционните трябва да имат определен правен статут, организационна структура и източници на финансиране. От друга страна, търговските предприятия също

могат да реализират позитивни социални ефекти от своята дейност като например да създават работни места и да предоставят социални облаги и услуги за своите служители, клиенти и обществото като цяло. Ето защо разликата между социално и комерсиално предприятие не е ясно изразена, като техните функции, структура, цели и резултати могат да са подобни и дори до голяма степен да се препокриват. При все това има някои характеристики, които отличават социалното от бизнес предприемачеството и те са:

Социалното предприемачество се отнася до инициативи и проекти, чиято целева група е част от населението, която често е в неравностойно положение по определени критерии (икономически, културни, възрастови, здравословни, расови, религиозни, и д.р.). Социалната инициатива цели намаляване на разликите между тези, които имат достъп до определени услуги и продукти и тези, които нямат. Ако традиционното предприемачество се инициира при наличие на пазарна възможност, то социалното предприемачество много често отговаря на пазарен провал (например: неспособността на фирмите да обслужват гражданите с нисък доход и да им предоставят услуги, които са необходими за тяхното пълноценно съществуване и развитие). Главният резултат, към който комерсиалното предприемачество се цели с финансовият (изразен в приход или печалба от дейността на фирмата). Главният резултат, към който социалното предприемачество фокусира усилията от дейността си е социалният ефект (положителна социална промяна) в следствие от своята дейност. Това не означава, че социалното предприятие не се стреми към финансов положителен резултат, но печалбата в този случай не е крайна цел на съществуването му, а само средство за постигане на финансова жизнеспособност, която му осигурява възможност да посрещне разходите по дейността си, да привлече с конкурентно възнаграждение квалифициран персонал и да предостави високо качество на продуктите и услугите за потребителите си. В много от случаите социалните предприятия предоставят продукти и услугите си безплатно, с цел достигане до максимално много хора от целевата група, за която работят. Тогава те търсят алтернативни източници за финансиране като участия в проекти, грантове, привличане на спонсори и други. Дори ако продуктите и услугите им са платени, средствата от тях се реинвестират в дейността на кампанията, за да могат да обслужват повече хора в неравностойно положение в бъдеще. Бизнес

моделите на социалните предприятия са разнообразни. Могат да бъдат като дружества със стопанска, така и организации с нестопанска цел. Те зависят от видът на услугата или продукта, от средата, в която предприятието функционира (икономическа, социална, правна, правна, демографска и технологична), целевата група потребители, веригата от доставчици и т.н. Интересното при социалното предприемачество е, че целевата група може да бъде както крайните потребители така и служителите на фирмата или обществото като цяло. Така например стремежът на някои фирми е те да предоставят продукт и услуги на нуждаещите се, докато другите социални компании акцентират върху наемането на служители от целевата група, на които да осигурят достойно съществуване и социално включване. В някои случаи фирмите се стремят към постигане на общоползното благо като опазване на околната среда, намаляване на вреди влияния и прочие.

И традиционното и социалното предприемачество изискват определен набор от качества, квалификации и опит на управленския персонал. Това включва компетенции и умения свързани с бизнес планиране, счетоводство, маркетинг, технически и управленски умения, бизнес комуникация, правни познания и т.н. В допълнение към гореизброените бизнес умения социалният предприемач трябва да може да дефинира проблема, който се опитва да реши като събере подходяща информация за целевата група и факторите, които обуславят наличието на проблем. Въз основа на тази информация, той/тя трябва да успее да генерира решение на съответния социален проблем като се отчетат всички особености на средата, потребителите, ресурсната обезпеченост и времевите фактори. Това решение трябва да бъде тествано и периодично проследявано (посредством мониторинг и контрол) до колко адекватно и ефективно е то. В този смисъл, социалното предприемачество изисква умения и компетенции както от областта на бизнеса, така и от областта социалното обслужване и демографията. Освен всичко това социалният предприемач работи за доброто на другите, а не само за собствения си просперитет. В този смисъл, той трябва да притежава високо чувство на дълг към обществото, социална ангажираност, хуманност и съпричастност към нуждите и проблемите на целевата група от потребителите.

Социалното предприемачество е процес, чрез който се генерират и внедряват ефективни, иновативни и устойчиви решения за проблеми свързани с обществото или околната среда. Това става посредством социални инициативи, които могат да бъдат разнообразни като вид и форма. Социалното предприемачество се различава от традиционното/ бизнес предприемачеството по това, че то е насочено към постигането на значими социални ползи, а не към реализиране на печалба. Финансовата жизнеспособност е средство, а не цел за социалното предприятие. Социалната фирма обслужва група от населението в неравностойно положение, хора, които имат нужда от нейните продукти или услуги, но често са неспособни да ги получат по традиционен начин. Ключов фактор за успеха на това предприятие е неговата достъпност и предоставяне на възможности на целевата група да бъдат равностойни потребители на пазара за социални стоки и услуги.

Уменията и компетенциите, които са необходими на социалният предприемач включват управленски, маркетингови, финансово-счетоводни, правни, социални, креативно мислене и иновативен подход, както и наличие на специфични качества като хуманност и алтруизъм. Социалният предприемач е индивид, който има високо чувство за социален дълг, състрадателност и загриженост към по-слабите и уязвимите и се стреми искрено към постигане на положителна промяна в обществото.



УЧЕБНА ЗАДАЧА

Дайте съпоставка, според вашето виждане, между социално предприятие и търговско предприятие:

Социално предприятие	Търговско предприятие
1.	1.
2.	2.

3.	3.
4.	4.
5.	5.
6.	6.
7.	7.
8.	8.
9.	9.
10.	10.



УЧЕБНА ЗАДАЧА

Формулирайте кратка идея за бъдеща стопанска дейност на социално предприятие:

- Имате ли вече идея за бъдещата стопанска дейност на социалното предприятие?

.....

.....

.....

- Виждале ли някакви потенциални пазарни възможности във вашата общност?

.....

.....

.....

-
- Как виждате финансовата устойчивост на идеята си?

.....

.....

.....