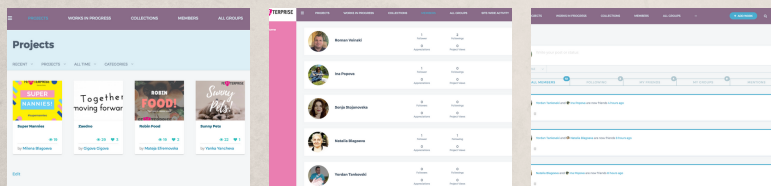




ПРАКТИЧЕН ВОДИЧ ЗА СОЦИЈАЛНО ПРЕТПРИЕМНИШТВО

Проект FEMTERPRISE: Поттикнување на создавање социјални претпријатија преку зајакнување на претприемачкиот потенцијал на младите жени



Проектот е кофинансиран од ЕУ преку Програмата Interreg-IPA CBC Bulgaria—the former Yugoslav Republic of Macedonia Programme.

Оваа публикација е создадена со поддршка на Европската Унија преку Програмата Interreg-IPA CBC Bulgaria – the former Yugoslav Republic of Macedonia Programme, CCI No 2014TC16I5CB006. За содржината на оваа публикација еединствено е одговорно граѓанското здружение Вива Пауталиа и на никој начин не ги одразува ставовите на Европската Унија или управувачкиот орган на Програмата.



www.femterprise.com



ДАЛИ СТЕ ЖЕНА КОЈА ИМА СОН?



Проектот е кофинансиран од ЕУ преку Програмата Interreg-IPA CBC Bulgaria—the former Yugoslav Republic of Macedonia Programme.



ПРАКТИЧЕН ВОДИЧ ЗА СОЦИЈАЛНО ПРЕТПРИЕМНИШТВО

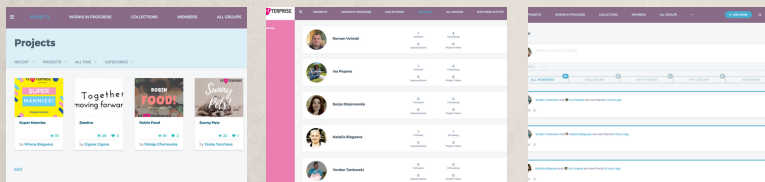
Проект FEMTERPRISE: Поттикнување на создавање социјални претпријатија преку зајакнување на претприемачкиот потенцијал на младите жени

FEMTERPRISE

Interreg - IPA CBC
CCI 2014TC16I5CB006



Оваа публикација е создадена со поддршка на Европската Унија преку Програмата Interreg-IPA CBC Bulgaria – the former Yugoslav Republic of Macedonia Programme, CCI No 2014TC16I5CB006. За содржината на оваа публикација еединствено е одговорно граѓанското здружението Вива Пауталиа и на никој начин не ги одразува ставовите на Европската Унија или управувачкиот орган на Програмата.



Партнери на проектот:
Здружение на жени претприемачи Уникум-Кос
Здружение Вива Пауталиа



Проектот е кофинансиран од ЕУ преку Програмата Interreg-IPA CBC Bulgaria–the former Yugoslav Republic of Macedonia Programme.

Дали сте, млада, активна и креативна жена?

*Дали сакате да отворите ваше сопствено социјално
претпријатие?*

*Дали можете да понудите иновативни и одржливи
решенија за општествени и прашања поврзани со
животната средина во пограничниот регион на Бугарија
и Македонија?*

ОВДЕКА ЌЕ НАЈДЕТЕ КОРИСНИ ИНФОРМАЦИИ КАКО ДА:

Направите вашите идеи да се случат

Најдете и развиете бизнис партнерства

Ги промовирате вашите идеи

Се поврзете со инвеститорите

Споделите знаење

Поттикнете создавање на социјални претпријатија
управувани од жени

ЗАПОЧНЕТЕ ГО ВАШЕТО ПАТУВАЊЕ СЕГА!

СОДРЖИНА

ВОВЕД ВО СОЦИЈАЛНО ПРЕТПРИЕМНИШТВО	3
ИДЕНТИФИКУВАЊЕ НА ПРОБЛЕМИ И РЕШЕНИЈА	9
БИЗНИС МОДЕЛИРАЊЕ	12
ИДЕНТИФИКУВАЊЕ НА ВИСТИНСКАТА ПРАВНА ФОРМА	20
ФИНАНСИРАЊЕ	21
ПРЕТСТАВЕТЕ ЈА ВАШАТА ИДЕЈА.....	32
БИЗНИС МОЖНОСТИ.....	36
FEMTERPRISE ПЛАТФОРМА И МРЕЖА.....	49

ВОВЕД ВО СОЦИЈАЛНО ПРЕТПРИЕМНИШТВО

ШТО Е СОЦИЈАЛНО ПРЕТПРИЕМНИШТВО?

Социјалните претпријатија се важни двигатели за креирање на инклузивни работни места и социјална иновација. Тие генерираат одржливи работни места и покажаа поголема издржливост во криза во споредба со општата економија. Социјалните претприемачи се иноватори, тие поттикнуваат социјална инклузија и допринесуваат за остварување на целите на стратегијата ЕУ 2020.

Социјалните претпријатија се јавуваат во сите големини, од мали локални кафетерии до навистина големи интернационални организации, но тие вообичаено се основани од една личност или група со одредена пасија и цел. Тие можат да се појават како бизниси од групи кои што воопшто немале намера да започнат бизнис.

Пасијата често доаѓа со обидите да се реши некој проблем којшто тие го разбираат лично; а целта произлегува од тоа да се има бизнис идеја која ќе го реши тој проблем за другите.

Основањето на социјално претпријатие може да ви даде не само слобода и сатисфакција од водењето на сопствен бизнис, туку и знаење дека вие го менувате светот на подобро.

Овде, на Балканот, на општествата итно им се потребни нови модели, системи и начини на организирање на работата, живеењето и заеднички развој. Нам исто така ни е потребна инспирација и верба во нашите сопствени способности, како и нови дефиниции за успех, профит и заедничко добро.

СПОРЕД ОФИЦИЈАЛНАТА ДЕФИНИЦИЈА НА ЕВРОПСКАТА КОМИСИЈА:

“Социјално претпријатие е оператор во социјалната економија и неговата главна цел е повеќе да изврши одредено општествено влијание, отколку профит за

сопствениците или акционерите. Тоа работи преку обезбедување на добра и услуги на пазарот на претприемачки и иновативен начин и ги користи своите профити примарно за остварување на социјални цели. Тоа е управувано на отворен и одговорен начин и особено вклучува вработени, потрошувачи и стеикхолдери врз кои има влиение со своите комерцијални активности.

ГЛАВНИ ОБЛАСТИ НА ПРОБЛЕМИ КОИ ГИ АДРЕСИРААТ СОЦИЈАЛНИТЕ ПРЕТПРИЈАТИЈА

Ограничен пристап до квалитетна здравствена заштита и образование

- Недостиг на амбиент за автентично претприемништво
- Недостаток на можности за развивање на потенцијалот на младите луѓе
- Растечка нееднаквост, сиромаштија, исклученост и невработеност
- Маргинализација на луѓе со инвалидитет и од ранливи групи

- Намалена инволвираност во иницијативи во заедницата и апатија
- Еколошко загадување, рециклирање, заштита на животната средина
- Популаризација на спортовите, уметностите, културата и заштита на историјата
- Развој на наука, истражување и иновации

КЛУЧНИ КАРАКТЕРИСТИКИ НА УСПЕШНО СОЦИЈАЛНО ПРЕТПРИЈАТИЕ СЕ:

- Социјалните претпријатија решаваат општествени, културни, социјални и проблеми поврзани со животната средина со бизнис пристап и техники
- Ги комбинираат општествените цели со претприемачкиот дух
- Се фокусираат на постигнување на поширока социјална цел, цел поврзана со животната средина и заедницата
- Бараат независност и од државниот и од приватниот капитал преку стратегии кои креираат социјална економија

- Поттикнување на економски еко-систем со многу мали претпријатија во сите сектори наместо со неколку големи стопанственици

КЛУЧНИ КОМПЕТЕНЦИИ НА УСПЕШЕН СОЦИЈАЛЕН ПРЕТПРИЕМАЧ:

Можности: Способност да се видат можности онаму каде што другите гледаат проблеми и очај

Чувство на итност: Енергичност и ентузијазам никогаш да не се откажуваат, да го направат она што е потребно да се направи веднаш штом го воочат

Пасија: Тие ги прават нештата што толку многу ги сакаат, што се подготвени да платат за да можат да ги работат

Зошто/ Цел: Фокусот секогаш да се знае зошто го прават она што го прават. Нив ги придвижува причина.

Издржливост: Способност да се опоравиш брзо од потешкотии и неуспеси и да продолжиш со позитивен став

Храброст: Способност да се издигнеш над стравовите или да не донесуваш одлуки базирани на страв

Ранливост: Способност да ја задржиш честоста и интегритетот дури и кога си изложен на можност да бидеш нападат и повреден физички или ментално.

Ризик: Свесност дека неризикувањето во услови на неизвесност значи воспоставување на просечност и способност за делување во несигурност

Фидбек: Храброста да се биде проактивен бара контроверзен фидбек и добредојденост на различни опции.

Иновации: Решеност постојано да се бараат нови и подобри начини.

Приоретизирање: Способност да се разликува што е важно, целесходно и витално и да се фокусира на тоа

Специјализација: Способност за специјализирање во некои нешта, но исто така да се има чувство за поширок опсег на теми

Љубопитност: Способност да останете со отворен ум (наместо осудувачки) за нови идеи и начини за правење на нештата, вклучувајќи признавање на капацитет на другите луѓе да имаат мислење, раст и промена

Посветеност и трпение: капацитет да се биде истраени посветен, но исто така и трпелив

Интуиција: Капацитет да се почувствува и да се има доверба во внатрешниот глас, срцето и душата.

Уникатност: Свесност за тоа што ја прави една личност уникатна и способност да се извечат придобивки од тоа

Сочувствување: Способност да дејствувате со отворено срце, да не бидете циничен, да бидете грижливи кон несреќите и различностите на луѓето.

Емпатија: способност да разберете, да бидете свесни за чувствата на другите луѓе, искуства и емоции, дури и кога не можете да сочувствувате со нив

Вреднување: Способност да ги цените идеите, нештата или луѓето и нештата кои другите луѓе ги прават, придружени со подготвеност да ги признаете или изразите

тие мисли или чувства. Со вреднувањето доаѓа и изразувањето на благодарност и ценењето на природата.

Умереност: Способност да ја разберете вредноста на секоја личност и подготвеност да го оттргнете верувањето дека вие сте поважни од било кој друг. Умереноста значи знаење дека колку и да знаете, постои уште бескрајно што треба да знаете и секој има нешто што може да ве научи..

Доверба: Способноста да верувате во доверливоста, интегритетот, способноста или силата на различни луѓе

Соработка: Свесност дека поголемо влијание може да се оствари преку меѓузависност, отколку преку независност и способноста да се

ПОСТОЈАТ РАЗЛИЧНИ ТИПОВИ НА СОЦИЈАЛНИ ПРЕТПРИЈАТИЈА И ДРУГИ ТИПОВИ НА ЕНТИТЕТИ

- Добротворни организации
- Волонтерски организации
- Ентитети за проектна имплементација и менаџмент
- Клубови според интерес
- Центри во заедницата (“читалишта” во Бугарија)

- Групи за рачни и уметнички изработки
- Приватни општествено одговорни претпријатија и корпорации
- Бизнис асоцијации

КОЈА Е РАЗЛИКАТА? СОЦИЈАЛНИТЕ ПРЕТПРИЈАТИЈА:

- Имаат поставено јасна социјална мисија во своите документи кои го регулираат управувањето.
- Ја остваруваат нивната примарна цел со испорака на услуга или производ како независна организација
- Најголемиот дел од приходот го генерираат како размена
- Го реинвестираат најголемиот дел од нивните профити (повеќе од 50% или во некои земји 2/3) со согласност со нивната мисија
- Се автономни од државата и корпорациите.
- Го зголемуваат нивото на нивното влијание преку приспособување на бизнис моделот

- Се еколошки свесни, одговорни и транспарентни.
- Профитни и само-одржливи

ОД КАДЕ ТРЕБА ДА ЗАПОЧНАМ?

Една од првите работи која ќе ви биде потребна е секако бизнис модел. Пред да започнете да го планирате вашето претпријатие во детали, вие прво треба да се запрашате себеси дали вашата идеја има потенцијал.

ЗАПРАШАЈТЕ СЕ СЕБЕСИ:

- Кој е социјалниот проблем кој јас го адресирам? Која болка јас ја ублажувам?
- Кое е решението коешто јас го нудам? Кој ќе има придобивки од истото?
- Како ќе заработам пари?
- Која е вистинската правна форма за моето претпријатие?
- Каде да најдам пари за почеток?
- Како да аплицирам за фондови?
- Како да ја претставам мојата идеја пред потенцијални инвеститори?

- Дали постојат одредени бизнис можности во мојот регион?

ИДЕНТИФИКУВАЊЕ НА ПРОБЛЕМИ И РЕШЕНИЈА

Кога развиваат нови производи и услуги, најголемиот дел од start up компаниите не се доволно ригорозни во дефинирањето на проблемите кои тие се обидуваат да ги решат, да артикулираат зошто тие прашања се важни и како нивниот предлог ќе ги реши истите. Како резултат на тоа тие пропуштаат можности, губат ресурси, не ги привлекуваат вистинските партнери, преземаат иницијативи кои не можат да резултираат со напредок и резултат. Следи го овој процес чекор по чекор за поставување на вистинските прашања

1. ОДРЕДЕТЕ ГО ВАШИОТ ИНТЕРЕС

Погледнете наоколу! Кои социјални проблеми ги гледате во вашата средина? Дали има некои еколошки и социјални прашања кои не се третирали? Или дали гледате дека на луѓето со посебни потреби им треба

поддршка? Напиши ги сите проблеми кои можеш да воочиш.

2. ЗА КОЈ ОД ОВИЕ ПРОБЛЕМИ ЧУВСТВУВАТЕ ВИСТИНСКА ПАСИЈА ?

Погледнете ја листата која што ја напишавте. Дали се тоа само лоши вести и дали вистински сте подготвени да го инвестирате вашето време и енергија во тоа? Поминете низ листата и пробајте да забележите како секој од тие проблеми ве прави да се чувствувате: луто, тажно, беспомошно или ентузијастично, полетно, самоуверено, инспирирано? Можеби ќе ви биде тешко да одберете, бидејќи се изгледа важно. Во таков случај не осудувајте се себеси. Дајте си време да се поврзете со себе и со тимот. Поминувајте низ процесот онолку пати колку што е потребно.

3. ВОСПОСТАВЕТЕ ПОТРЕБА ЗА РЕШЕНИЕ

Еднаш кога ќе го одберете проблемот за кој е потребно вашето решение, одговорете на овие прашања:

Која е основната потреба? Кој е посакуваниот исход? Кој треба да има придобивка и зошто? Ако проблемот кој сакате да го решите е индустриски, круцијално е да разберете зошто пазарот не успеал да го третира проблемот?

4. ОПРАВДАЈТЕ ЈА ПОТРЕБАТА

Кои се посакуваните придобивки за вас и за потенцијалните корисници на решението? Врз кои други стеикхолдери има импакт? Што ќе сметате како успех и како ќе го мерите и вреднувате врз себе и сите останати стеикхолдери?

5. ПОСТАВЕТЕ ГО ПРОБЛЕМОТ ВО ВИСТИНСКИ КОНТЕКСТ

Дали овие пристапи се испробани до сега? Доколку не, зошто некој до сега не се обидел? Доколку да, што било

направено до сега? Што било успешно, а што не? Кои се твоите заклучоци во врска со внатрешни и надворешни ограничувања во имплементација на решението? Дали ќе ја имате неопходната поддршка за спроведување на ова решение? Дали имате пари и луѓе кои ќе го имплементираат најветувачкото решение? Осигурајте се дека не се потпирате само на своето мислење и информации и зборувајте со таргет групата, истражете ја конкуренцијата, зборувајте со други стеикхолдери.

6. НАПИШЕТЕ ИЗЈАВА ЗА ПРОБЛЕМОТ

Дали проблематиката се состои од повеќе различни проблеми? Кои барања треба да ги задоволи решението? Кои други стеикхолдери треба да бидат вклучени за ефективно решение и како можете да ги поттикнете? Какви информации треба да содржи изјавата за проблемот? Како решението ќе биде вреднувано и како ќе биде мерен успехот?

7. ПРОДОЛЖЕТЕ ДА ГИ ПРЕИСПИТУВАТЕ ОДГОВОРИТЕ И ОСИГУРАЈТЕ СЕ ДЕКА РЕШЕНИЕТО Е ОДРЖЛИВО

Не го сфаќајте ова како еднократен и завршен процес, туку како континуиран процес на нови обиди. Како што собираете информации од околината, направете прототип и развивајте го своето разбирање и морате да продолжите да го прочистувате и разјаснувате вашето решение. За да вклучите поголема бројка на стеикхолдери и поддржувачи од што е можно поголем број на области, изјавата за проблемот мора да биде крајно уникатна, јасна и специфична, но исто така и без непотребно елаборирање и техникалии. Вашето решение мора да биде креативно,

Социјалните претприемачи се придвижувани од љубопитност, сочувство и храброст и трагање по иновативни и креативни начини за решавање на социјални, економски, културолошки и проблеми со животната средина... Како и да е, она што на прв поглед

изгледа дека е проблем често е само симптом на подлабок проблем.

Успешните социјални претприемачи се фокусираат на дизајнирање на одржлив бизнис модел кој нема да го реши проблемот само на краток рок на посебен начин, туку и ќе го направи решението одржливо на долг рок.



БИЗНИС МОДЕЛИРАЊЕ

Бизнис моделирањето е срцето на процесот на донесување на одлуки. Се е околу креирање, обликување и испорака на вредност.

Колко подобро го познавате вашиот бизнис модел, толку подобри презентации ќе можете да напишете и тоа ќе резултира со привлекување на мноштво инвеститори и инвестиции и повеќе клиенти и општествено влијание исто така.

Подолу следува процес чекор по чекор кој опфаќа 9 суштински компоненти на модел за отпочнување на бизнис. Посетете ја FEMTERPRISE платформата на <http://femterprise.com/go-femterpreneurial/business-modelling/> кадешто ќе можете да најдете онлајн алатка која ќе биде ваш водич низ процесот на развој на вашиот бизнис модел со пополнување во платното.

ПРЕПОРАЧЛИВО Е ДА ГИ СЛЕДИТЕ ЧЕКОРИТЕ ПОСЛЕДОВАТЕЛНО.

ЧЕКОР 1 – ПРЕДЛОГ ВРЕДНОСТИ

Предлогот на вредности е основата на секој бизнис модел. Тоа е изјава која го убедува потенцијалниот клиент дека одреден производ или услуга ќе додаде вредност или подобро ќе реши проблем од други слични понуди. Бизнисите ја користат оваа изјава да таргетираат клиенти кои ќе имаат најголеми придобивки од користењето на производите и услугите.

Предлог вредност е како порака 3 во 1, ветување и лесно разбирлива причина зошто клиентот би купил производ или услуга од вас. Тоа би требало да биде јасна изјава која објаснува

- ✓ Како продуктот ја решава болната точка
- ✓ Ги истакнува спецификите на дополнителниот бенефит;
- ✓ Ја истакнува причината зошто е подобар од останатите слични производи или услуги на пазарот

Предлог вредност е причината зошто клиентите одбираат една компанија во однос на друга. Таа го решава проблемот на клиентот или ја задоволува неговата потреба. Секој предлог вредност се содржи од одреден селектиран пакет на производи и услуги кои ги допираат потребите на одреден сегмент на потрошувачите. Во оваа смисла, Предлог Вредност е збир или пакет на бенефиции која компанијата им ја нуди на потрошувачите.”

Вредноста всушност е дефинирана како сет на бенефиции од производот/услугата која вие сте дизајнирале да привлечете клиенти во една од следните категории:

- **Производи и услуги:** Што им нудите на потрошувачите?
- **Ублажувачи на болка:** Како точно вашите производи и услуги ја олеснуваат специфичната болка на потрошувачот?

- **Креатори на добивка:** Како вашите производи и услуги доведуваат креираат добивки за потрошувачите?

ПРОФИЛ НА КЛИЕНТ Профилот на клиентот претставува сет на карактеристики на потрошувачот кој вие го претпоставувате, набљудувате и го верификувате на пазарот. Тоа е поврзано со групи на луѓе или организации (целни групи) кои ги делат сличните карактеристики кои вие целите да ги достигнете и креирате вредност за нив. Одговорете ги следните прашања со 1 реченица.

- **Работни места:** Што вашите потрошувачи се обидуваат да направат?
- **Слаби точки:** Што го вознемирува вашиот клиент пред, за време и по завршувањето на нивната работа?
- **Придобивки:** Кои резултати и бенефити ги посакуваат вашите клиенти?

Пред да продолжите, проверете дали може да дефинирате во 1 реченица:

1. *Кои потреби на клиентите ги задоволувате?*
2. *Зошто клиент треба да купи производ или користи услуга од вас ?*
3. *Кои проблеми на клиентите ги решавате?*
4. *Дали сте насочени кон резултат или „Да се заврши работата“?*
5. *Како тоа би го опишале на вашите родители?*

ЧЕКОР 2 – СЕГМЕНТИ НА ПОТРОШУВАЧИ

Сите потенцијални клиенти се поделени по сегменти според нивните потреби и карактеристики. Овој дел од вашиот бизнис план е суштински за да се осигурате дека карактеристиките на производот се во иста линија со потребите и карактеристиките на соодветниот сегмент на потрошувачи.

Имајте во предвид дека кога се зборува за социјално претпријатие, многу веројатно е дека вашиот бизнис

модел адресира многу различни групи на луѓе– некои од нив плаќаат за услуга, некои не. Ви препорачуваме да го обележите секој сегмент со различна боја и да се навратите на ова во секој нареден чекор од бизнис моделот.

ВАЖНО Е ДА ЗНАЕТЕ:

Социјалните претпријатија се соочуваат со комплексност и многу веројатно вие ќе имате различни сегменти во вашиот бизнис модел. Различни таргет групи (партнери, клиенти и корисници) бараат различен пристап во сите чекори во Бизнис платното. Ве молиме обележете го со различна боја се она што се однесува на секој од сегментите, соодветно. Размислете внимателно пред да преминете на следниот чекор, кој е кој во секој сегмент.

ПРЕД ДА ПРОДОЛЖИТЕ ПРОВЕРЕТЕ ДАЛИ МОЖЕТЕ ДА ОДГОВОРИТЕ НА СЛЕДНИТЕ ПРАШАЊА:

1. Кои се карактеристиките на вашите клиенти – географски, социјални, демографски?

2. Кој е вашиот најважен клиент?
3. Што вашите клиенти се обидуваат да направат? Кои се нивните болки? Што ги вознемирува вашите клиенти пред, за време и после завршувањето на работата.
4. Кои се придобивките? Кои резултати и придобивки клиентите ги посакуваат?

ЧЕКОР 3 – КАНАЛИ

Вашиот Предлог на вредности може да го испорачате до клиентот на различни начини.

Ефективните канали ќе го дистрибуираат Предлогот на вредности на начин којшто е брз, ефикасен и трошошно ефективен.

Една организација може да допре до своите клиенти или преку сопствени канали (продавница), партнерски канали (големи дистрибутери) или комбинација од овие две. Имајте во предвид дека за различни сегменти на клиенти различни канали може да бидат потребни.

ВАЖНО Е ДА ЗНАЕТЕ:

Социјалните претпријатија се соочуваат со комплексност и многу веројатно вие ќе имате различни сегменти во вашиот бизнис модел. Различни таргет групи (партнери, клиенти и корисници) бараат различни пристапи во сите чекори од Бизнис платното. Ве молиме обележете го со различна боја се она што се однесува на секој од сегментите, соодветно. Размислете внимателно пред да преминете на следниот чекор, кој е кој во секој сегмент.

**ПРЕД ДА ПРОДОЛЖИТЕ ПРОВЕРЕТЕ ДАЛИ
МОЖЕТЕ ДА ОДГОВОРИТЕ НА СЛЕДНИТЕ
ПРАШАЊА:**

1. Преку кои канали клиентите сакаат да стигнете до нив?
2. Како и каде го привлекувате вниманието на вашиот клиент?
3. Кои канали се онлајн, а кои офлајн?
4. Кои канали функционираат најдобро и кои се најмногу трошошно ефикасни?

ЧЕКОР 4 – ОДНОСИ СО КЛИЕНТИ

Односи со клиенти опишува каков тип на односи компанијата воспоставува со одреден клиент. Вие мора да остварите, да ги чувате и да ги унапредувате односите со вашите клиенти.

Односите со клиентите може да се поделат во 6 главни категории, коишто е можно да се преклопуваат кога се однесуваат на различни сегменти на клиенти: 1. Лична поддршка; 2. Посветена лична поддршка; 3. Само-услуга; 4. Автоматизирани услуги; Заедници and 6. Ко-создавање.

ЧЕК-ЛИСТА СО ПРАШАЊА ЗА ВАС:

- Како доаѓате до клиенти?
- Како ги унапредувате односите со нив?
- Дали тие добиваат посветен личен контакт? (Со испорачување на лична услуга, вие ги зголемувате шансите на добиете клиент кој ќе купи повторно)
- Како клиентот комуницира со вас низ целиот процес на продажба?
- Дали целата интеракција се одвива преку интернет?

ЧЕКОР 5 – ИЗВОРИ НА ПРИХОДИ

Приход е износот на пари кој го добила компанијата преку продажба на производи и услуги. На повеќето од бизнисите им е потребен најмалку еден извор на приходи за да заработат пари.

Изворите на приходи можат да бидат генерирани на различни начини. Пример: продажба на материјален производ, повеќе типови на надоместоци- надоместоци за користење, надоместок за претплата, услуга и други.

Во социјалните претпријатија изворите на приходи можат да бидат поврзани со различни финансиски извори како приватни донатори, спонзорства, оперативни програми на ЕУ, инвеститори со социјален импакт, инвеститори во ризични проекти, бизнис ангели, ЦСР, прибирање на финансиски средства, crowdfunding (краудфандинг) и заеми од банки.

ТАКА...КАЖЕТЕ КРАТКО И ЕДНОСТАВНО:

- Како заработувате пари?
- Како ја одредувате цената на вашите производи?
- Колку клиентите плаќаат за слични производи и услуги и кој износ се подготвени да го платат за вашите?
- Како клиентите би платиле сега? Како тие преферираат да плаќаат?

ЧЕКОР 6 - КЛУЧНИ РЕСУРСИ

Клучните ресурси ги претставуваат најважните средства потребни вашиот бизнис модел да функционира. Ова се ресурсите кои му овозможуваат на социјалното претпријатие да креира и понуди Предлог на вредности, да стигне до пазарот, да одржува врски со различни сегменти на клиенти и да генерира приходи.

Постојат 4 категории на Клучни ресурси:

1. Физички – објекти, возила, машини, сировини, итн.
2. Интелектуални – бренд, трговски тајни, патенти, партнерства, итн.

3. Човечки- креативност, искуство, итн.
4. Финансиски – готовина, кредит, акција, итн.

Кои се вашите 4 клучни ресурси- физички, интелектуални, човечки и финансиски? Колкава инвестиција ви е потребна за овие ресурси? Како ќе го создадете вистинскиот тим – вашиот најважен ресурс? Поминете низ листата повторно, направете ре-евалуација и поставете приоритети!

ЧЕКОР 7 – КЛУЧНИ АКТИВНОСТИ

Клучните активности на бизнисот претставуваат што компанијата мора да направи за да бизнис моделот функционира. Овие активности може да произведуваат производ или да обезбедуваат услуга, или микс од двете.

ВИЕ МОРА ДА ОДЛУЧИТЕ:

- Кои се вашите активности? Кои клучни активности ги бара вашиот Предлог на вредности? Логистика, рачно производство, оддржување?
- Кои клучни активности ги бараат вашите канали? Рекламирање, опрема?

- Кои клучни активности ги бараат вашите односи со клиентите?
- Кои видови на активности се фундаментални за вашите извори на приходи?

ЧЕКОР 8 – КЛУЧНИ ПАРТНЕРИ

Клучни партнери се други бизниси или социјални претпријатија кои помагаат вашиот бизнис модел да функционира. Тие може да бидат вашите добавувачи, производители, итн. Овие партнерства ќе бидат силите кои ќе му помогнат на вашиот бизнис да успее во области во кои не е доволно ефикасен.

МОРА ДА РАЗМИСЛИТЕ ВНИМАТЕЛНО:

- Кои се организациите/ компаниите со кои можете да бидете партнери? Кои клучни активности ги спроведуваат тие?
- Кои клучни ресурси вие набавувате од нив? Која вредност тие добиваат за возврат?
- Кои се вашите круцијални добавувачи?
- Каков тип на партнерство е во согласност со вашите потреби?

ЧЕКОР 9 – СТРУКТУРА НА ТРОШОЦИ

Некои трошоци може да бидат очигледни, како рента, за вработени или за материјали, додека други трошоци се помалку очигледни, како такса за регистрација на бизнис и даноци. Постојат две главни категории во структурата на трошоци: насочени кон вредност и насочени кон трошок. Фокусот на структурите на трошоци насочени кон вредност е да креираат поголема вредност во самиот производ, при што не е неопходно производот да биде произведен по најнизок можен трошок. Од друга страна, структурите на трошоци кои се ориентирани кон самиот трошок се фокусираат на минимизирање на трошоците за конкретниот производ или услуга колку што е можно повеќе.

Кога го почнувате вашиот бизнис важно е да знаете која е вашата најголема трошочна ставка. Мора да ги земете во предвид и двете категории на трошоци, фиксните трошоци (како што се такси за регистрација) и варијабилни трошоци (како што се месечните оперативни трошоци).

НАВРАТЕТЕ СЕ НА ПРЕТХОДНИТЕ ЧЕКОРИ И ПРОВЕРЕТЕ:

- Кои клучни ресурси претставуваат значаен трошок за бизнисот? Кои се најважните трошоци меѓу нив?
- Кои клучни активности претставуваат значајни трошоци за бизнисот? Кои се најважните трошоци меѓу нив?
- Дали гореспоменатите активности се поврзани со Предлогот вредности на вашиот бизнис? Дали тие имаат придонес во крајниот резултат?
- Дали вашиот бизнис е повеќе придвижуван од вредноста или трошоците? Едноставно кажано, дали клиентите би го купиле вашиот производ поради тоа што е вреден или затоа што е ефтин?

ИДЕНТИФИКУВАЊЕ НА ВИСТИНСКАТА ПРАВНА ФОРМА

Што е она што го прави едно претпријатие “официјално” социјално претпријатие?

Социјално претпријатие не е правен термин, туку пристап. Оваа фраза се користи за опишување на бизнис кој постои за одредена социјална цел. Вие не можете да го регистрирате вашиот бизнис правно како социјално претпријатие.

Постојат различни правни форми кои се користат за формирање на социјално претпријатие. На крајот, да се биде социјално претпријатие значи да се усвојат сет на принципи. Тие вклучуваат:

- Имање на јасна социјална мисија/или мисија поврзана со животната средина (поставена во управувачките документи на организацијата)

- Генерирање на поголемиот дел од приходот преку трговија
- Реинвестирање на најголемиот дел од профитот за понатамошно унапредување на социјалната мисија

Ова важи без разлика на тоа каква е формата на вашата организација. Така, доколку ги имате поставено овие работи на место – вие дејствувате како социјално претпријатие.¹⁰

Посетете ја страната <http://femterprise.com/go-femterpreneurial/legal/to> научете повеќе и одберете ја вистинската форма за вашето претпријатие .

¹⁰Извор: „Start Your Social Enterprise” - Social Enterprise UK

ФИНАНСИРАЊЕ

ФИНАНСИРАЊЕ И ПРИБИРАЊЕ НА ФИНАНСИСКИ СРЕДСТВА

Финансиите се од круцијално значење за опстанок и развој на вашата бизнис идеја. Размислете внимателно како ќе привлечете пари и уште повеќе како ќе ја финансирате вашата бизнис идеја од повеќе од еден извор. Вашиот успех не може да се мери со финансиски мерила, туку со вашата мисија и резултатите кои сте ги постигнале. Понатаму, како социјални претприемачи, вие може да ги достигнете вашите социјални цели, ако сте способни да креирате економски оддржлив бизнис модел.

ГРАНТОВИ НА ЕВРОПСКАТА КОМИСИЈА И ФИНАНСИСКА ПОДДРШКА

Европската комисија на ЕУ, обезбедува финансирање преку бројни специфични повици за предлог проекти. Тие можат да бидат во т.н Framework Programmes, иако постојат многу програми кои обезбедуваат пари за различни цели. Тие можат да бидат структурни фондови,

младински програми, социјални програми и образовни програми. Исто така има повремени грантови кои се наменети за справување со непредвидени настани, специјални проекти и теми. Повеќето од овие програми се администрирани од Националните агенции, но некои од нив се администрирани директно Европската комисија во Брисел. Како резултат на комплексноста на механизмите за финансирање и особено високата конкурентност на процесите за аплицирање за грант (14%), фирмите за професионални консултантски услуги во процесот на пишување на апликација за грант добиваат се поголемо значење.

ЕВРОПСКИ СОЦИЈАЛЕН ФОНД (ЕСФ)

Важно за вас е да знаете дека Европската комисија поддржува широк опсег на такви социјални претпријатија кои се насочени кон групи кои се соочуваат одредени пречки за да работат, пример: луѓе со инвалидитет, со ментални здравствени проблеми, екс затвореници и маргинализирани заедници. Пример, Европскиот социјален фонд поддржува социјални претпријатија кои

бараат финансиска поддршка за нивните активности и осигурување дека истите се оддржливи на долг рок. Оваа поддршка се јавува во повеќе форми. Може да вклучи тренинг за менаџмент за оние кои ќе управуваат со овие претпријатија, понуда на вештини за човечки ресурси, закон за работни односи, здравствена заштита, безбедност или може да вклучи специфично знаење и вештини кои му се потребни на претпријатието.

Како работи?

Секоја земја членка во партнерство со Европската комисија, се согласува на една или повеќе Оперативни програми за ЕСФ, за финансирање во 7 годишен програмски период. Оперативните програми ги опишуваат приоритетите на активностите на ЕСФ и нивните цели. Европската Унија ги дистрибуира ЕСФ фондовите до земјите членки и регионите за финансирање на нивните оперативни програми. Овие програми финансираат проекти поврзани со вработување, кои се спроведувани од низа јавни и приватни организации наречени корисници. Овие проекти продуцираат бенефити за нивните учесници- индивидуи, компании и организации.

Во Бугарија ЕСФ обезбедува фондови за Оперативната програма “Развој на човечки ресурси”.

ПРОГРАМ ЗА РАЗВОЈ НА ЧОВЕЧКИ РЕСУРСИ

[Bulgaria's Human Resources Development \(HRD\) operational programme \(OP\)](#) има две крајни цели: зголемување на вработувањата и намалување на социјалната исклученост; и намалување на нивото на сиромаштија. Вкупната инвестиција на ЕСФ изнесува преку 1 милијарда евра (1,092,248,077.00 €), вклучувајќи финансирање од Иницијативата за младинско вработување (Youth Employment Initiative). Оперативната програма има неколку пошироки приоритети, вклучувајќи создавање на нови работни места, мобилност и образование, како и обуки.

ДРУГИ ПРОГРАМИ НА ЕВРОПСКАТА КОМИСИЈА

- [EaSi Programme for Employment and Social Innovation](#) -
Програмата за вработување и социјални иновации

Програмата на ЕУ за вработување и социјални иновации ја поткрепува имплементацијата на Стратегијата Европа

2020 во полето на вработување, социјални работи и инклузија и претставува дополнување на ЕСФ (кој е концентриран на проекти на локално и национално ниво) со фокус на иновативни проекти низ цела Европа. Една од главните цели на .е да ја зголеми достапноста и пристапот за микрофинансирање за ранливи групи и микро-претпријатија и зголемување на пристапот до финансирање за социјални претпријатија.

Повеќе информации можете да најдете на:
<http://ec.europa.eu/social/main.jsp?catId=1081>

- [Микрофинансирање и оиска за социјално претприемништво на EaSI](#)
- [Европска стратегија за вработување](#)- European employment strategy (EES). Европската комисија исто така поддржува претприемачи и само-вработени лица како дел од EES.
- [Хоризонт 2020](#) - Ова е најголемата програма на ЕУ за Истражување и Иновации со околу 80 милијарди евра достапни за период од 7 години (2014-2020)- како дополнување на приватните инвестиции кои овие пари

ќе ги поттикнат. Хоризонт 2020 е програма отворена за секого, со едноставна структура која ја намалува бирократијата и времето на губење околу регулативи и формални процеси, така што учесниците можат да се фокусираат на она што е навистина важно. Овој пристап осигурува успешен почеток на нови проекти и брзо постигнување на резултати за брзо време.

- [Инструментот SME - Инструмент за мали и средни претпријатија – H2020](#) - Инструментот SME е дизајниран посебно за единечни или групи на високо иновативни мали и средни претпријатија со меѓународни амбиции, кои се решени своите силни иновативни бизнис идеи да ги претворат во победнички на пазарот. Инструментот обезбедува поддршка за иновации во текот на целиот бизнис циклус од фазата на концепција за бизнис идеја и планирање (фаза 1), до спроведување на бизнис планот (фаза 2), па се до комерцијализација (фаза 3). Учесниците имаат можност да користат тренинзи за бизнис иновации за време на нивниот проект.

- [ЕРАЗМУС Програма за Млади претприемачи](#) - помага на надежни Европски претприемачи да се здобијат со вештини потребни за отпочнување и/или успешно водење на мал бизнис во Европа. Новите претприемачи се здобиваат и разменуваат знаење и бизнис идеи со искусен претприемач со кога тие соработуваат и поминуваат заедно период од 1 до 6 месеци. Нивниот престој делумно е финансиран од Европската Комисија. ЕРАЗМУС Програма за Млади претприемачи е финансирана од Европската Комисија и се применува во меѓу земјите членки на програмата со помош на локални контактни пунктови, компетентни во давање на бизнис поддршка (пример: трговски комори, старт-ап центри, инкубатори итн). Нивните активности се координирани на Европско ниво од страна на Канцеларија за поддршка од Програмата.

ЕВРОПСКИ НАТПРЕВАРИ И ТРЕНИНЗИ

[ЕВРОПСКО НАТПРЕВАРУВАЊЕ ВО СОЦИЈАЛНА ИНОВАЦИЈА](#)

Истото се организира уште од 2012, во чест и сеќавање на Португалскиот политичар и социјален иноватор Диого Васконселос. Европското натпреварување во социјална иновација е на нова тема секоја година и се фокусира кон адресирање на различно социјално прашање во Европа.

[STARTERY CEE ANNUAL CONTEST](#)- Годишно натпреварување на социјални start-up фирми во Централна и Источна Европа

Една од најголемите ИТ корпорации SAP заедно со непрофитната организација за start-up консултанство за социјално загрозени групи "Social Impact", поддржуваат иновативни социјални претприемачи во Централна и Источна Европа со т.н STARTERY CENTRAL & EASTERN EUROPE program со кој ги покануваат претприемачите на интензивен и иновативен 4-дневен самит.

ЛОКАЛНИ НАТПРЕВАРУВАЊА И ТРЕНИНЗИ

[ПРЕДИЗВИКОТ НА РИНКЕР](#)

“Ринкер Центар” е центар за претприемништво и тренинзи во рамките на Бугарската фондација за добротворни цели. Центарот е основан во 2014 година со финансиска поддршка на фондацијата CAF America Foundation. Мисијата на Ринкер центарот е да го поддржи и развива духот на претприемништвото во Бугарија. Програмите се ориентирани кон создавање на можности за одржливи вработувања, зголемување на конкурентната моќ, додавање на вредности и иновација која има за цел да го подобри квалитетот на животот во Бугарија, примарно во руралните области во земјата. Главните програми на центарот креираат тренинзи и работат на ширење на претприемачкиот дух помеѓу децата и возрасните. Исто така центарот обезбедува понатамошни тренинзи и квалификации за учителите во Бугарија и ги охрабрува да користат иновативни технологии, интерактивни методи на учење и разбирање за студентите со специјални потреби, со потешкотии во учењето и етнички малцинства. Понатаму, Центарот ќе поддржува активни млади луѓе преку посебни обуки..

[Reach for Change](#)

“Reach for Change” е непрофитна организација основа од Kinnevik Group за подобрување на животот на децата. Reach for Change инвестира во социјални претприемачи кои имаат силна желба да ги промовираат детските права, иновативни идеи за промена на светот на децата и пасија и поттик да креираат вакви промени. На нив им се овозможува финансирање на плати и тренинг во Инкубаторски програм, поврзување со консултанти и експерти од мрежи на компании во рамките на KinnevikGroup. Преку теренски кампањи и други активности, Reach for Change застапува и гради свесност на јавноста за социјално претприемништво како примарна алатка за реализација на Конвенцијата за правата на децата на Обединетите Нации.

[BCNL Training program- БЦНЛ Тренинг програм за претприемништво за непрофитни организации](#)

The Bulgarian Center for Not-for-Profit Law (BCNL) е основан во јули, 2001 и е формирана како фонација од јавен интерес во Централниот регистар на Министерството за

правда. Мисијата на овој центар е да даде поддршка за подготовка и имплементација на легислатива и политики чија цел е развој на граѓанското општество, граѓанско учество и прудентно управување во Бугарија. Центарот работи со високо квалификувани консултанти и соработува со експерти во сите полиња поврзани со развој на граѓанските здруженија. Годишната програма за претприемништво за непрофитни организации обезбедува специфични обуки за социјални претприемачи и спроведува натпреварувања во соработка со фондацијата Америка за Бугарија и фондацијата Уникредит со фонд од 20 000 евра за 3-те најдобри проекти.

ФОНДАЦИЈА АМЕРИКА ЗА БУГАРИЈА

Фондацијата Америка за Бугарија помага за зајакнување на пазарната економија и демократското општество во Бугарија. Фондацијата настојува да го зајакне долгогодишното пријателство и соработка помеѓу американскиот и бугарскиот народ и преку своите

програми да промовира соработка помеѓу Бугарите и Американците, размена на идеи и ресурси. Фондацијата ја отлискува благородноста на американскиот народ и ги втемелува највисоките стандарди на САД за етичко однесување, транспарентност и суштински вредности. Една од најновите области која фондацијата финансира е “Развој на приватниот сектор”, а поднесувањето на апликациите е онлајн.

ДРУГИ МЕТОДИ ЗА ФИНАНСИРАЊЕ

БИЗНИС АНГЕЛИ

Ангел-инвеститор (уште познат како бизнис ангел, информален инвеститор, ангел донатор, приватен инвеститор, or seed- инвеститор) е богата индивидуа која обезбедува капитал за бизнис start-up, обично со замена за конвертибилен долг (замена на долгот за удел во сопственоста во иднина) или сопственички капитал.

Мал број на ангели инвеститори, но со тенденција на пораст, инвестираат онлајн преку crowdfunding или преку

организации на групи ангели или мрежи на ангели креирани од нив самите, за споредување на истражувања и прибирање на нивниот капитал за инвестирање и исто така за давање поддршка на компаниите во нивното портфолио. Од суштинско значење за вас е да развиете мрежа на доверливи контакти со бизниси. FEMTERPRISE-мрежата е добар почеток за тоа.

FUNDRAISING-ПРИБИРАЊЕ НА ФИНАНСИСКИ СРЕДСТВА

Прибирање на финансиски средства - (уште познато како “развој”) е процес на прибирање на доброволни парични прилози и други ресурси, преку барање за донации од мрежа на индивидуалци, бизниси, добротворни фондации или владини агенции (погледнете исто така (crowd funding)). Иако прибирањето на финансиски средства типично се однесува за обид за собирање на пари за непрофитни организации, понекогаш се користи како термин за идентификација и покана на инвеститори или други извори на капитал за профитни организации

(фирми). Традиционално, прибирањето на финансиски средства е доминантно барање за донации на улица или на врата да домовите и ова бележи силен развој во форма на прибирање на финансиски средства лице во лице (face-to-face fundraising). Но новите форми на прибирање на финансиски средства, како онлајн fundraising, се развија во изминатите години, иако тие се често базирани на постари методи како grassroots fundraising.

CROWDFUNDING (КРАУДФАНДИНГ)

Crowdfunding е практична форма за прибирање на финансиски средства за финансирање на проекти преку прибирање на парични прилози од поголем број на луѓе. Crowdfunding е форма на crowdsourcing или на алтернативно финансирање. Во 2015 година беше направена проценка дека на светско ниво 34 милијарди американски долари се прибираат на овој начин, според Википедија. Иако овој концепт може да се применува преку mail-претплати, промотивни настани и други

методи, често се применува преку интернет регистри со интернет медијација.

ПРИМЕРИ:

- <https://www.kickstarter.com>
- <https://www.crowdrise.com>
- https://www.indiegogo.com/#/picks_for_you
- <https://www.crowdfunder.com>

PEER-TO-PEER LENDING

Peer-to-peer lending (P2P) е форма на финансирање со долг која им овозможува на индивидуалците да даваат или земаат заеми без да користат официјална финансиска институција како посредник. P2P lending е директна алтернатива за банкарски заем со таа разлика што наместо да се позајмува од еден извор, компаниите или индивидуалците можат да позајмуваат директно од десетици, понекогаш стотици, индивидуалци кои се подготвени да позајмуваат пари. Peer-to-peer платформа за позајмување ги елиминира посредниците во процесот.

Peer-to-peer веб-платформа ги спојува заемотавателите и заемобарачите на едно место, заобиколувајќи ги традиционалните банки. Идејата е секој да добие подобри услови: заемотавателите добиваат поголема каматна стапка од колку што би добиле со штеден депозит во банка, додека пак заемобарачите плаќаат помала каматна стапка во споредба со банкарски заем. P2P позајмувањето не доволно развиено во Македонија и Бугарија сеуште. Како и да е, овој метод на финансирање е прилично популарен во Европа.

ПРИМЕРИ:

- успешни P2P платформи се: <http://www.investopedia.com/articles/investing/092315/7-best-peertopeer-lending-websites.asp>.
- Европската Комисија има развиено пристап чекор по чекор кој ќе ве води низ главните чекори на тоа како да пристапите кон P2P позајмување и ќе ви даде повеќе детали, совети и водичи: https://ec.europa.eu/growth/tools-databases/crowdfunding-guide/how-to/p2p_en

КАКО ДА АПЛИЦИРАТЕ ЗА ФИНАНСИРАЊЕ?

Секоја опција за финансирање има специфични барања кои мора внимателно да ги рагледате и проучите. Непостои единствен и унифициран начин за аплицирање за финансирање. Најдобрата опција за вас како почетник



во социјалното претприемништво е да креирате распоред на годишно ниво со сите можни опции за финансирање кои ги имате идентификувано.

Имајте на ум дека Европските грантови и оперативни

програми се спроведуваат во високо конкурентни околности и бараат многу напор, време, фокус и

внимание. Процесот започнува со истражување на повици за предлози, потоа проверка на кои услови треба да се исполнат и рокови за аплицирање, придружено со пишување на апликацијата (многу често во даден образец или онлајн форма) и поднесување на истата. Осигурете се дека сте ги прочитале сите документи во рамките на повикот за предлози (како Водич за апликанти, форми за евалуација, методологии, рамки за трошоци) и обратете големо внимание на деталите и секогаш следете го принципот KISS (keep it short and simple- Направете го тоа кратко и едноставно).

Запомнете, иако евалуаторите кои се назначени да го оценат вашиот предлог се добро обучени професионалци, осигурете се дека вашата апликација е разбирлива, соодветно структурирана и покажува цврста, убедлива и логична врска помеѓу проблемите, целите, ресурсите, активностите, аутпутите и резултатите. За да го остварите тоа, препорачливо е да го дадете вашиот предлог на некое лице кое не е инволвирано во процесот и не знае ништо околу предлогот (пријател, партнер, родител итн.). Ако тој/таа успее да го разбере вашиот јазик, идеја, цел и

логиката на вашата интервенција, тогаш и евалуаторот лесно ќе ве разбере. Тогаш вашата апликација е подготвена за поднесување. По поднесувањето на вашиот предлог следува фазата на евалуација. За време на оваа фаза можно е евалуаторите да имаат прашања или потреба за појаснувања во врска со вашата апликација. Потрудете се да го проверувате вашиот е-маил или профил за апликација (на онлајн портали за апликација) со цел да одговорите правовремено и соодветно. Запоменете, не одговарање во поставениот рок од евалуаторите речиси секогаш е основа за отфрлање на вашиот предлог. Понатаму, следете го веб-сајтот и профилите на социјални мрежи на програмата на која аплицирате и запишете се во нивниот билтен со цел да добивате вести за тековни случувања/проекти во процедурите, како и нови повици за предлози. Кога евалуацијата на вашата апликација е завршена, вие ќе добиете известување како информација за резултатот од истата и за понатамошните чекори за потпишување на договорот за финансирање (доколку вашата апликација добила финансирање). Исто така листи со успешни и

неуспешни апликации се објавуваат на официјалните веб-сајтови на програмите за финансирање/донаторски организации.

Постојат корисни платформи кои правовремено објавуваат повици за предлози и шеми за грантови, на пример:

- <https://www.up2europe.eu>
- <https://www.eufunds.bg>
- <http://zafondovete.eu>
- <http://cdad.sep.gov.mk/default.aspx>
- <http://www.sep.gov.mk/en/content/?id=73#.Wbey1KB0x8>

Пред да побарате различни начини за финансирање на вашиот проект, осигурете се дека веќе имате добар бизнис модел.

КАКО ДА ПРОНАЈДЕТЕ ИНВЕСТИТОРИ КОИ ЌЕ ВЕ ПОДДРЖАТ?

Посетете го ЛИНКОТ:
<http://femterprise.com/bp/groups/investors/>

ПРЕТСТАВЕТЕ ЈА ВАШАТА ИДЕЈА

ПРЕТСТАВЕТЕ ЈА ВАШАТА ИДЕЈА ЗА СОЦИЈАЛНО ПРЕТПРИЈАТИЕ
ПРЕД ПОТЕНЦИЈАЛНИ ИНВЕСТИТОРИ

Презентирањето на вашите идеи, планови и проекти на потенцијални партнери и инвеститори е еден од најважните делови за развој на вашето социјално претпријатие. Повеќето од новите социјални претпријатија често подготвуваат презентации наречени “Pitch”. Ова претставува многу кратка продажна презентација, наводно толку кратка што може да биде направена за време на возење во лифт. “Pitch” вообичаено е форма на претприемач или тим кој ги презентира и ги опишува своите бизнис идеи на потенцијални инвеститори. За да ве насочиме и да ви помогнеме да направите “Pitch”., ве молиме разгледајте го примерот подолу, кој ги покажува главната структура и елементи за успешна и атрактивна презентација.

СТРУКТУРА И ЕЛЕМЕНТИ НА “PITCH”

За да го претставите вашиот проект, вие мора да презентирате силни и издржани аргументи за да ја раширите вашата порака наоколу. За да извршите големо влијание, вашиот “Pitch” треба да ја содржи работата којашто сте ја извршиле, паралелно со силно изграден Предлог на вредности. Идеално вашиот “Pitch” треба да трае 4 минути.

1. THE HOOK (15 СЕКУНДИ) (ПОРАКА КОЈА ТРЕБА ДА
ГО ПРИВЛЕЧЕ ВНИМАНИЕТО НА ПУБЛИКАТА)

“Hook” треба да биде кратка и привлечна порака!

Привлечето го вниманието на аудиториумот со нешто влијателно. Тоа може да биде заеднички контакт, одреден настан на кој заедно сте учествувале, жешка тема која има влијание врз сите вас или други елементи за поврзување. Доколку немате елемент за поврзување со кој ќе привлечете внимание, вие треба да најдете некој шокантен факт или статистика поврзана со социјалното прашање кои вие се обидувате да го адресирате и кое може да биде поврзано со основниот бизнис на компанијата која ви е цел.

2. ПРЕТСТАВУВАЊЕ НА ВАШАТА ОРГАНИЗАЦИЈА (15 СЕКУНДИ)

Претставете ја вашата организација со една реченица: Со кои социјални прашања се занимава? И кои решенија вие ги предлагате?

3. ПРЕТСТАВУВАЊЕ НА ПРОБЛЕМОТ (15 СЕКУНДИ)

Претставете го проблемот со кој се занимавате, како и уделот на вашата организација и на субјектот на која му зборувате. Која болка вие ја ублажувате?

Пример: 30,000 Бугарски граѓани со оштетен слух користат знаковен јазик како нивно главно средство за комуникација. Преку 120,000 Бугари имаат оштетување на слухот. Дополнителни 100,000 го запоставуваат здравјето на слухот во присуство на одрредено оштетување. Само 15% од оние со оштетен слух го користат интернетот како средство за пристап до информации и комуникација. Само околу 100 преведувачи на знаковни јазици работат хонорарно за оваа цел, во отсуство на функционален модерен центар за знаковни јазици и услуги. Бугарската

фондација “Listen Up” е посветена на мисијата на градење на мост помеѓу глумите и луѓето кои имаат проблеми со слухот и општеството во земјата со понуда на низа иновативни комуникациски и информативни услуги, оттука овозможувајќи им на глумите луѓе еднаков пристап до информации, образование и развој на кариера.

4. ПРЕЗЕНТИРАЊЕ НА РЕШЕНИЕТО (15 СЕКУНДИ)

Овдека треба да го презентирате вашето решение за проблемот кој го претставивте. Објаснете како точно вие го решавате проблемот? Опишете ја иновативната страна!

Пример: “Listen Up” Фондацијата има креирано онлајн платформа за “Video Relay услуги” и “Говор-во-текст” услуги кои на секоја глува личност во Бугарија и даваат можности целосно да учествува во општествениот живот. Со користењето на платформата, глумите луѓе можат да комуницираат слободно со нивните соговорници.

5. ПРЕЗЕНТИРАЊЕ НА ВАШАТА КОМПЕТИТИВНА ПРЕДНОСТ (30 SEC)

Кои се условите кои и овозможуваат на вашата компанија да произведува добро или услуга по пониска цена или на многу попосакуван начин од клиентите? Кое е тоа нешто кое што ви дава предност пред ривалите и ви дава способност да создадете поголема вредност за вашето претпријатие?

Пример: Бугарската фондација “Listen Up” е единствената организација во целиот балкански регион која нуди Video Relay, Speech-to-Text и Video Live Stream & Speech-to-Text услуги на сите глуви луѓе во Бугарија. Уште повеќе, “Listen Up” фондацијата му помага на секое дете кое глуво или големи тешкотии во слушањето, да биде активно вклучено во процесот на учење во училиште, да има едноков пристап до информации за светот кој го опкружува и активно да комуницира со други деца, родители и професори.

6. БИЗНИС МОДЕЛ (30 СЕКУНДИ)

Објаснете во една реченица како ќе заработувате пари? Или кој ќе плаќа за вашиот производ/услуга; кои се вашите дистрибутивни канали; кои се вашите проектирани

бруто маржи; Како ќе осигурате одржливост на вашето претпријатие? Вие имате само 30 секунди!

7. СТРАТЕГИЈА ЗА ИЗЛЕЗ НА ПАЗАРОТ (15 СЕКУНДИ)

Кои внатрешни и надворешни ресурси ќе ги мобилизирате за да испорачате уникатен предлог на вредност на клиентите и да остварите компетитивна предност? Како ќе допрете до вашите клиенти?

8. АНАЛИЗА НА КОМПЕТИТИВНОСТ (15 СЕКУНДИ)

Кои се вашите конкуренти? Направете евалуација и утврдете ги нивните силни страни и слабости во споредба со оние на вашиот производ или услуга!

9. ФИНАНСИСКИ ПРОЕКЦИИ И КЛУЧНИ ПАРАМЕТРИ (30 СЕКУНДИ)

Направете 3-годишна проекција којашто ќе ги вклучи не само приходите, туку и клучните параметри како бројот на клиенти, удел на ангажирани корисници (во случај на веб-страна), итн.

10. ТЕКОВЕН СТАТУС, ВРЕМЕНСКА РАМКА И КОРИСТЕЊЕ НА ФОНДОВИ (30 СЕКУНДИ)

Кој е тековниот статус на вашиот производ или услуга? Како изгледа блиската иднина? Како ќе ги искористите паричните средства кои се трудите да ги приберете? (30 секунди)

11. ЗАКЛУЧОК (30 СЕКУНДИ)

Користете повеќе глаголи и фрази за повикување кон акција, кои јасно кажуваат што слушателот треба да направи веднаш по презентацијата. По презентацијата може да ги воспоставите наредните чекори заедно: закажување на состанок за понатамошни дискусии, воспоставување контакти со вистинската личност внатре во компанијата или барање до компанијата за одговор или фидбек на вашата понуда.

БИЗНИС МОЖНОСТИ

Бизнис можностите за основање на социјално претпријатие во пограничниот регион се идентификувани во извештајот од истражувањето за социјално претприемништво и социјална иновација со фокус на женско претприемништво, кое е интегрален дел од проектот “FEMTERPRISE – Поттикнување на создавање социјални претпријатија преку зајакнување на претприемачкиот потенцијал на младите жени”.

Ве молиме, посетете го овој линк <http://femterprise.vicheva.com/business-opportunities/> да ја прочитате целата верзија.

Македонија и Бугарија се соочуваат со бавен процес на зголемување на уделот на социјални претпријатија и претпријатија управувани од жени во економијата, во последните 5 години. Всушност, тешко е да се процени реалната бројка на активни социјални претпријатија, бидејќи не постои официјален извор на информации, ниту

се обезбедуваат систематизирани и редовни информации.

Статистиките покажуваат жените од пограничниот регион и во Бугарија и во Македонија, се во многу незавидна позиција за вработување, висина на плата и вклученост во општеството во споредба со мажите во регионот. Овој заклучок може да биде проширен во однос на позицијата на жените на национално ниво. Повеќето од нив сметаат дека жените имаат многу полоши услови и можности за отворање на сопствено претпријатие во споредба со мажите и исто така во споредба со населението во главните градови. Проблемите и предизвиците поврзани со нив цитирани често како пречки за прогресот на женското социјално претприемништво во пограничниот регион се исти со оние со кои се соочуваат сите потенцијални жени претприемачи и може да бидат класифицирани на следниот начин:

1. Недостаток на знаење за претприемништво и искуство

2. Недостаток на информации за можностите
3. Недостиг на финансии
4. Недостиг на доверба во претприемачкиот потенцијал на жените и доминација на стереотипи

Не само овој извештај, туку и многу други студии на глобално ниво покажуваат дека жените се соочуваат со поголеми тешкотии да станат претприемачи од различни причини:

- поголемо ниво на обврски во домот
- недостаток на жени како пример или модел за претприемач
- Пристап до помалку бизнис мрежи во нивните заедници
- Културно всаден недостаток на личност и самодоверба во нивните способности за успех во бизнисот

Овие фактори може да ги отргнат жените да перципираат, но и да се активираат и да ги искористат претприемачките можности

ЦЕЛНИ ГРУПИ НА СОЦИЈАЛНО ПРЕТПРИЈАТИЕ

Бидејќи социјалното претпријатие е секогаш ориентирано кон потребите и проблемите на социјално ранливите групи, првиот чекор на анализата е да се идентификуваат најмногу загрозените социјални групи во регионот. Класификацијата нема цел да ги рангира групите, туку да ги претстави сите ранливи социјални групи во регионот. Според прибраните податоци од социолошкото истражување најзагрозени социјални групи се:

1. Повозрасни луѓе кои се општествено изолирани
2. Претставници на малцинските групи
3. Младите луѓе кои не се вклучени во процес на образование, обуки или се невработени;
4. Самохрани мајки
5. Луѓе со физички инвалидитет
6. Повремено или долгорочно невработени луѓе
7. Социјално загрозени деца

Специфики на локалните култури

Генерално, и Македонците и Бугарите покажуваат слабо чувство дека е потребна итна акција. Многу луѓе од ЕУ и

САД не сметаат за “луѓе кои бавно се движат”. Трпението е со сигурност доблест во пограничната зона и ќе биде потребно во сите претприемачки иницијативи. Генерално, бизнисите во Бугарија и Македонија се

ретко брзи. Уште повеќе, повеќето локални успешни бизниси зависат повеќе од мрежата на врски и размена на услуги, отколку од делување како претприемач од западниот свет, коишто треба да бидат земени во предвид.

Бизнис можности	Бизнис идеи	Бизнис модел и општествена придобивка	Предлог за правна форма на основање	Финансирање
--------------------	-------------	--	--	-------------



Базиран на извршување на услуги	Услуги поврзани со: Разубавување – фризери, козметика 1. Локални туристички услуги 2. Услуги за здравствена заштита, отворање на домови за стари лица или луѓе со физички/ментални болести 3. Услуги поврзани со зачувување и конзервација на автентична храна, култура, традиција и обичаи 4. Волонтерски услуги	Пример: Специјализирана помош за деца со посебни потреби или попреченост(говорна терапија) Општо постои недостаток на ресурси за решавање на проблеми на деца со одредена попреченост или посебна потреба- почнувајќи од книги и литература, па се до алатки и примена на модерни техники . Ова прашање може да биде покренато од млади, енергични експерти кои се подготвени да ги усвојат и користат новите практики и да посветат дел од своето време за истражување и документирање на нивните наоди во релевантните области. Цената на понудените услуги би била во вид на месечна членарина.	Граѓанско здружение / Бизнис	Оперативни програми на ЕУ, грантови од донатори кои се подготвени да финансираат ваков тип на проекти
Фокусирани на производство	Производство и обработка на земјоделски култури	Модел за директна продажба, “Задруги за храна” and “Пазар на фармери” ќе растат во	Граѓанско здружение / Бизнис	Кооперативно банкарство, вмрежување,

	Опционално: Текстилна индустрија– мода, ткаенини, уметност на ручни изработки	иднина како резултат на побарувачката за здрава и вкусна храна		Оперативни програми на ЕУ
Поврзани со образование	Овозможување на основни обуки за невработени луѓе или ранливи општествени групи. Давање на можности за образование- како формално, така и неформално и специјални услуги фокусирани на зголемување на капацитетите на луѓето, квалификации, јазични вештини, “зелено образование”, подготовка на ученици за универзитети. Организирање на обуки и форми на масовно образование-академии	Оваа идеја треба да ги таргетира долгорочно невработените со скромни вештини. Обуките треба да имаат за цел да им овозможат на луѓето да најдат работа или да им дадат можност за самовработување. Заради одржливост обуките може да бидат и комерцијални, односно да бидат понудени на сите заинтересирани луѓе.	NGO	Речиси не е потребна почетна инвестиција; Erasmus+; Оперативни програми на ЕУ
Фокусирани на иновација и развој на ИТ секторот	Социјално ориентирано ИТ претпријатие/start up фокусиран образовна платформа/бизнис инкубатор со цел успешен пристап до пазарот на трудот-	Платформата може да им даде простор на луѓето за започнување на нивниот бизнис и/или да работат на проекти за иновација со	Бизнис	Start-up инкубатори, seed investment (Инвеститор инвестира

	Технолошки процес на оптимизација	обезбедени заеднички ресурси – Канцелариски простор, компјутери, пристап до консултанти, сметководители, адвокати итн. за помали надоместоци		определена сума во замена за удел во сопственоста и профитот), заеми од банка. Партнерство е најдобриот избор, како дополнување на долгорочен кредит од банка
Базирани на промоција на здрав начин на живот	Ресторани – органска храна	Продавање на врвни производи по висока цена на богат пазар и потоа или директно донирајте дел од профитот или донирајте храна за таргетираните рансливи општествени групи	Бизнис	Банките обично се подготвени да инвестираат во добри бизнис планови; личните заштеди. Рестораните вообичаено започнуваат со партнерство.
	Ресторан-здрава храна	Продавајте производи по нормална цена, не е неопходен фокус на скапа органска храна, туку со фокус на здрава локално произведена храна, зготвена на здрав начин којашто води кон квалитетна диета.. Можеби треба да го лоцирате до јавно основно училиште со цел да		

		обезбедите здрава храна за локалните деца и да го адресирате проблемот со нивната прекумерна тежина		
	Давање на часови по јога, различни спортови итн.	Основен часови по јога или различни спортски часови можда да бидат одржувани на сите членови на граѓанско здружение коишто плаќаат месечна членарина и потоа премиум услуги/ дополнително часови можат да бидат наплаќани дополнително и да бидат понудени во рамките на граѓанското здружение, но како комерцијална активност. Заработените пари можат да бидат искористени за финансирање на проекти и настани во врска со ранливи општествени групи (проблематични деца, самохрани родители, повозрасни луѓе итн.)	Граѓанско здружение	Потребна е исклучително мала почетна инвестиција. Личните заштеди би требало да бидат доволни за да ја покријат.
	Давање на часови по готвење	Оваа идеја може да функционира самостојно или	Business / NGO	

		како дел од претходно споменатата. Часовите можат да бидат држани на локални бизниси, за нивните вработени како настани за градење на тим или да бидат понудени на членови за месечна членарина како надоместок. Дополнително, настаните за прибирање на финансиски средства можат да бидат организирани како настани за готвење надвор на пример и вообичаено да промовираат здраво готвење, добро балансирана диета за луѓето и да ги поттикнат истите да поминуваат повеќе време заедно додека готват.		
Поддршка за вработување	Продажба на рачни изработки креирани од членови на ранливи општествени групи	Зависно од обемот на оперативните активности оваа идеја може да биде материјализирана и како граѓанско здружение и како бизнис. Материјалите за производство	Граѓанско здружение/ Бизнис Ако одите со варијанта бизнис и ако вработувате најмалку 10 луѓе од	Субвенции доколку се основа како бизнис. Грантови од донатори, кои се подготвени да финансираат ваков

		на добрата можат да бидат купени директно од организацијата и профитот од продажбите да биде искористен за плаќање на фабрикантите или директно преку плати или преку договори Продажбите може да бидат вршени онлајн и на физичка локација. Продажбите можат да бидат зголемени со организација на промоции и настани (Божикни пазари и сл.)	кои повеќето се со инвалидитет, тогаш фирмата може да добие статус “заштитена фирма” со специјален закон во Македонија и да добие дополнителни субвенции поврзани со даноци и социјални придонеси за вработување на лица со инвалидитет.	тип на проекти, доколку се основа како граѓанско здружение. Исто така, спонзорства за настани се добар извор на финансирање. Доколку се основа како бизнис, личните заштеди се исто така опција.
Активности за заштита на животната	Поправка на стари електрични апарати за домаќинство и нивна	Голем број на домаќински електрични апарати одат во отпад секоја година, од единствена причина што нема	Бизнис	Лични заштеди и краткорочни кредити

средина	препродажба	кој да ги поправи истите. Во Македонија постои парадокс-полесно е да најдеш доктор на науки отколку соодветен мајстор. Во основа ова е многу неефикасна употреба на ресурсите. Дел од електричните апарати, дури и да не се под гаранција, можат да се поправат и да се употребуваат повторно. Доколку постои услуга која ќе ги собере апаратите од домот на луѓето кои сакаат да ги фрлат, тоа ќе придонесе за ублажување на штетата којашто и се нанесува на животната средина, доколку апаратите едноставно се исфрлат надвор. Уредите потоа можат да бидат прегледани од електричар и доколку можат да се поправат, овие апарати може да сепонудат на пазарот по многу		
---------	-------------	--	--	--

		понишка цена во споредба со нови уреди. На тој начин овие производи ќе станат многу подостапни за луѓето со помали доходи. Дури може да бидат продавани и со гаранција по нешто повисока цена.		
	Обработка на веќе употребеното масло за готвење и негова продажба	Маслото за готвење може да биде употребено за производство на био дизел гориво. Оттука, употребеното масло коешто нормално се фрла во ѓубре е изгубен ресурс. Проблемот е во тоа да се собере доволно масло за да потфатот биде профитабилен. Маслото може да се добие од ресторани кои секојдневно го фрлаат во големи количини и од домаќинства со поставување на специјални колектори на стратегиски локации (пример:	Бизнис	Кредит од банка. На долг рок ова може да биде доволно профитабилно за да се привлече партнер/бизнис ангел.

		супермаркети)		
	Туризам	Етно туризам, манастирски туризам, вински туризам, еко-туризам можат да бидат развиени. Дел од профитот може да биде дониран на локални проекти и организации.	Бизнис	Лични заштеди и краткорочни кредити
Поддршка на ранливи групи	Понуда на услуги за здравствена заштита за јавните фондови или приватно.	Јавниот здравствен фонд е добар партнер за преговори со кои вие би можеле да понудите одредени типови на услуги на ранлива општествена група на дел од пазарот, наместо Фондот. Или алтернативно, можете да ги понудите таквите услуги комерцијално (пример: грижа за стари лица) и потоа да користите дел од профитот за грижа за ранливи групи.	Бизнис	Лични заштеди и краткорочни кредити
	Веб страна за советување и правни совети за членови на	Таква веб страна може исто така да понуди бесплатен совет на оние на кои им е	Граѓанско здружение	Релативно ниска почетна инвестиција.

	општествено ранливи групи	потребен и да служи како форум кадешто луѓето можат да разменуваат искуства. Советодавателите можат да ги понудат своите совети како донација или компензација за веб маркетинг услуги (пример поставување на банер на веб страната) Дополнителни финансии можат да се добијат преку продажба на банери и со организирање на настани.		
--	---------------------------	--	--	--

За повеќе информации за потенцијални бизнис можности, исто така и за вмрежување, ментори и инвеститори, ве молиме посетете ја FEMTERPRISE платформата на www.femterprise.com.

FEMTERPRISE ПЛАТФОРМА И МРЕЖА

Според Акцискиот план за претприемништво 2020 на Европската Комисија, жените сочинуваат околу 52% од целокупната европска популација, но само 34.4% од самовработените во ЕУ и 30% од start-up претприемачи. Креативноста и претприемачкиот потенцијал на жените е недоволно експлоатиран извор на економски раст и работни места, поради што треба да биде развивано понатаму и да биде промовирано помеѓу потенцијалните инвеститори. При основање и водење бизнис, жените се соочуваат со поголеми тешкотии од мажите, главно пристап до финансии, обука, вмрежување и неусогласеност помеѓу бизнисот и семејството.

Проектот “FEMTERPRISE – Поттикнување на создавање на социјални претпријатија преку зајакнување на претприемачкиот потенцијал на младите жени” има за цел да ги охрабри и поврзе жените претприемачи и социјални претприемачи преку воспоставување на FEMTERPRISE Мрежа на жени претприемачи – онлајн заедница која е безбедна и поддржувачка и има за цел

да обезбеди взаемно корисни врски помеѓу професионалните жени.

Платформата им овозможува на корисниците да креираат профили, развиваат партнерства, да разменуваат и промовираат идеи помеѓу колеги и инвеститори, да споделуваат знаење, да промовираат претприемништво и да поттикнат креирање на претпријатија и социјални претпријатија предводени од жени.

Со регистрирање и придружување на мрежата вие ќе добиете целосен пристап то нејзините ресурси бесплатно. Креирајте ваш профил како



претприемач, ментор или инвеститор и започнете да развивате партнерства, да разменувате и промовирате претприемачки идеи помеѓу колеги и инвеститори, а може да го споделувате и вашето знаење и експертиза. По завршувањето на вашата регистрација не заборавајте да го пополните целосно вашиот профил. За да го започнете вашето ФЕМТЕР претприемничко патување, посетете ја нашата платформа и регистрирајте се: <http://femterprise.com/bp/register/>

Проектот FEMTERPRISE е кофинансиран од ЕУ преку програмта Interreg-IPA CBC Bulgaria – the former Yugoslav Republic of Macedonia Programme. За повеќе информации за проектот посетете ја веб страната <http://femterprise.com/за-проектот/>.